

**INDUSTRIAS CREATIVAS EN COLOMBIA: UN ANÁLISIS DESDE LA
EFECTIVIDAD DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS 2010-2020**

**MAURICIO CARRERO RAMÍREZ
SANTIAGO CHICAIZA GÓMEZ**

PROYECTO INTEGRAL DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE ECONOMISTA

**DIRECTOR
MAURICIO GARCÍA GARZÓN
ECONOMISTA**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
BOGOTÁ
2022**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Nombre del director

Firma del Director

Nombre

Firma del presidente Jurado

Nombre

Firma del Jurado

Nombre

Firma del Jurado

Bogotá, D.C. marzo de 2022

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Mario Posada García Peña

Vicerrector Académico de Recursos Humanos

Dr. Luis Jaime Posada Garcia-Peña

Vicerrectora Académica y de Investigaciones

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Secretario General

Dr. José Luis Macías Rodríguez

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Dr. Marcel Hofstetter,

Director de Economía

Dr. Mayda Calderón

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
RESUMEN	10
INTRODUCCIÓN	11
OBJETIVOS	12
1.MARCO TEÓRICO	13
2. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS	16
2.1 Entorno	16
<i>2.1.1 Industrias culturales</i>	16
<i>2.1.2 La transformación del término</i>	17
2.2 Características	18
<i>2.2.1 Características de la economía naranja</i>	18
3. PROMOCIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS A TRAVÉS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	21
3.1 Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014, “Prosperidad para Todos”	22
3.2 Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018	26
<i>3.2.1 “Todos por un Nuevo País”, enfoque a través del emprendimiento cultural</i>	26
3.3 Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022	28
4. CORRESPONDENCIA ENTRE EL DISEÑO Y LA EJECUCIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS RELACIONADAS CON LAS INDUSTRIAS CREATIVAS DURANTE EL PERIODO 2010-2020	33
4.1 Aspectos metodológicos	33

4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014, Innovación y Emprendimiento	35
<i>4.2.1 Política basada en el conocimiento e innovación</i>	35
<i>4.2.2 Emprendimiento e Industrias Culturales</i>	42
4.3 Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 desarrollado por Industrias Creativas	47
<i>4.3.1 Política sobre las Organizaciones del sector cultural formalizadas</i>	48
<i>4.3.2 Política sobre las empresas productoras cinematográficas fortalecidas</i>	54
4.4 Bases para el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022	63
BIBLIOGRAFÍA	64

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Cadena de Valor en la evaluación de políticas públicas	34
Figura 2. Microempresas atendidas con el portafolio de productos de Bancóldex	38
Figura 3. Desembolsos para las Pymes	39
Figura 4. Inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación -CT+I (% del PIB)	41
Figura 5. Meta base y meta lograda de las organizaciones artísticas capacitadas en emprendimiento cultural	45
Figura 6. Organizaciones que provienen de las industrias culturales para ayudar en la ejecución de las políticas para los dos mandatos de Juan Manuel Santos	65

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. América Latina: empleo en las industrias culturales y creativas	18
Tabla 2. Ramas de la economía naranja	19
Tabla 3. Promover el desarrollo tecnológico y la innovación como motor de crecimiento empresarial y del emprendimiento	36
Tabla 4. Cantidad de Microempresas atendidas con el portafolio de productos de Bancóldex	37
Tabla 5. Billones de pesos desembolsados para las Pymes	39
Tabla 6. Meta base vs meta lograda para la inversión en CIT	40
Tabla 7. Cuenta Satélite de Cultura a nivel nacional y su crecimiento previo al primer periodo de Juan Manuel Santos	43
Tabla 8. Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural	44
Tabla 9. Cuenta Satélite de Cultura a nivel nacional y su crecimiento durante el primer periodo de Juan Manuel Santos	47
Tabla 10. Metas y productos PND	48
Tabla 11. Metas y productos	49
Tabla 12. Comportamiento del indicador empresario culturales apoyados para hacer presencia en mercados internacionales	50
Tabla 13. Comportamiento anual del indicador organizaciones del sector cultural formalizadas	53
Tabla 14. Aumento de las industrias cinematográficas, metas pactadas en el PND 2014 -2018	54
Tabla 15. Comportamiento anual del indicador largometrajes de cine, de producción o coproducción nacional estrenados comercialmente en el país	56
Tabla 16. Comportamiento anual del indicador espectadores en salas de cine en el país de películas colombianas	58
Tabla 17. Comportamiento anual del indicador rodaje de películas en el país en el marco de la Ley 1556 de 2012	61
Tabla 18. Empresas productoras cinematográficas fortalecidas durante 2014-2018	62

Tabla 19. Comparación de los mandatos de Juan Manuel Santos para las organizaciones creadas que permiten solucionar los problemas que atacan las políticas públicas.	64
Tabla 20. Metas propuestas para generar condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios	66
Tabla 21. Metas para lograr una Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias	67
Tabla 22. Principales apuestas de la economía naranja	69

RESUMEN

Una de las principales herramientas que están abiertas para el conocimiento de toda la ciudadanía son los planes de desarrollo, los cuales son integrados por políticas públicas que tratan de atacar diversos problemas económicos y sociales en función de promover un desarrollo para el país.

Estas políticas públicas se manifiestan en los planes de desarrollo que se desprenden de los programas de gobierno que son propuestos por los candidatos previos al paso del mandato, pero son ratificados en el primer año. Así mismo, se busca por medio de diferentes organismos o programas la erradicación de diversos problemas presentados a través de las políticas públicas. En los planes de desarrollo 2010-2022 se encuentran unos fuertes componentes que se basan en las actividades generadas a partir de las industrias creativas y sus transformaciones en el tiempo (Economía Naranja), que constituye el objeto de estudio de esta investigación.

A través del uso de indicadores oficiales por parte del Departamento Nacional de Planeación se busca resaltar esa ayuda hacia las políticas públicas y de igual forma destacar las dimensiones que proyectan estas industrias creativas hacia diferentes campos de acción que permitan a los colombianos tener una percepción más amplia de la cultura en el país.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación de tipo documental donde verificaremos el cumplimiento de los objetivos planteados y ejecutados a lo largo del trabajo, comienza contextualizando al lector sobre las industrias creativas y a la economía naranja en ambas nos referimos al mismo concepto objeto de estudio en esta investigación. Con el propósito de subir los índices de conocimiento trataremos las características del entorno de dicho sector, y poder entender cómo se relaciona con las múltiples actividades que esta misma se encuentra envuelta. Por lo tanto, su desconocimiento es producto de la poca importancia que se le ha dado a través del tiempo, a pesar de que hemos sido partícipes en algunos escenarios de las actividades que envuelven este sector bajo el marco de las políticas públicas.

De esta forma, adentrados en el tema trataremos de entender las razones por las cuales dicho sector no es tan nombrado en ambientes técnicos, y aun así ha tenido un gran crecimiento en los últimos años, con ello como objetivo de la investigación, nos hace una pregunta crucial

¿Cuál ha sido la efectividad de las políticas públicas relacionadas con las industrias creativas en Colombia durante el periodo 2010-2020?

Para ello la investigación consta de tres capítulos, el primero donde esclarecemos las características básicas, evolución del concepto como comúnmente se conoce a la economía creativa que actualmente se usa como economía naranja, es decir, como ha sido su evolución e inserción dentro de nuestro entorno productivo económico.

Un segundo capítulo donde colocamos las políticas referentes al objeto de estudio en los periodos determinados que consta desde el 2010 hasta 2018 que corresponden a los dos periodos de mandato de Juan Manuel Santos, con el fin de ver la cobertura para llegar a realizar una evaluación pertinente de dichas políticas. Lo que nos lleva al capítulo final donde realizamos una evaluación de la ejecución de dichas políticas mencionadas en el anterior capítulo para realizar una evaluación de la situación actual y como el mandatario Iván Duque presenta su plan de desarrollo y se finaliza con las conclusiones y recomendaciones.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la efectividad de las políticas públicas relacionadas con las industrias creativas en Colombia durante el periodo 2010-2020

Objetivos específicos

1. Describir el entorno y las características principales de la economía creativa en Colombia durante el periodo 2010-2020.
2. Verificar las políticas públicas implementadas en los planes nacionales de desarrollo respecto a las industrias creativas referentes al periodo 2010-2020.
3. Establecer la correspondencia entre el diseño y la ejecución de las políticas públicas relacionadas con las industrias creativas durante el periodo 2010-2020.

1.MARCO TEÓRICO

En la actualidad no existen teorías y/o aportes, sobre el concepto de economía naranja/creativa. Dicho esto, está fundamentada bajo la teoría de su creador John Howkins quien dice que, “Para utilizar la creatividad hay que determinar, ante todo, el mejor instante de explotar la naturaleza no rival de las ideas. En segundo lugar, el momento idóneo para hacer valer los derechos de propiedad intelectual, e introducir las ideas en el mercado de la competencia entre productos. Las dos decisiones son el punto central del proceso de gestión en ese ámbito” (Comuniza, 2019).

El que exista hoy en día se atribuye a que se adoptó la idea de proliferación en las economías que según Amartya Sen. El concepto de desarrollo no se debe medir en el ingreso que percibe una nación repartida a su población sino en la libertad que este mismo brinda a la sociedad. Es decir, “Cuando vemos qué tan bien está yendo la vida de una persona, miramos las características de esa vida, qué cosas puede hacer esa persona que según su propio razonamiento desea y valora. Así que, en lugar de mirar los medios, el desarrollo se enfoca en los fines, o más relevantes, en la facultad para lograr los objetivos en la vida que una persona elige con su razonamiento. Ese es el cambio de enfoque que implica pasar del desarrollo al crecimiento económico al incremento de libertad.” (Martins, 2010).

Teniendo en cuenta lo anterior, a medida que buscamos la mejora de la calidad de la vida humana, las técnicas con la cuales ayudamos a sustentar esa vida deben mejorar cada día logrando oportunidades económicas y sociales iguales para todos. Es donde nacen las industrias creativas basadas en las ideas, con el fin de aportar no solo a la economía sino a que exista un desarrollo económico.

Dichas industrias no necesitan un espacio físico a fin de poder operar, es una ventaja competitiva en el mercado que les favorecerá en centrarse en otras obligaciones dependiendo su razón se considera como cuaternario aunque aún existen disyuntivas frente al tema; es significativo, ya que encontramos que las economías de escala descubiertas por Alfred Marshall quien fue el primer economista en hablar sobre el tema decía que: “Los mercados de series internas ocurren cuando algo dentro de la empresa hace que el costo promedio de producción sea menor, las economías de

escala externas ocurren cuando algo fuera del negocio, pero dentro de su proyección, hace que el costo promedio de producción sea más bajo. A medida que crece la economía de la organización, más apoyo puede venir de parte de los proveedores: más variedad, más calidad, más cantidad, etc. En Colombia el proceso resulta ser un poco más lento y, sobre todo, bastante tímido hasta finales de la primera década del 2000. Alrededor de estos años comienzan a sumarse acciones aisladas, iniciativas de asociatividad, y proyectos de emprendimiento. Aparecen nuevos subsectores como la animación digital y los videojuegos. Qué en su conjunto, generan una demanda de políticas y acciones acordes con la innovación propia de cada sector (Cable News Network, 2018). Los emprendedores y actores culturales se van consolidando. Esto genera que en la actualidad exista una producción diversa que atiende demandas tanto internas como externas de bienes, servicios y productos autóctonos.

Hay desde grandes empresas multinacionales, hasta pequeños emprendimientos culturales insertos en el mercado. Entre los primeros se pueden encontrar los grandes conglomerados de medios de comunicación, la publicidad y, en algunos casos, productores de contenidos o de servicios para nuevos sectores. Entre los últimos se encuentran los grupos musicales, centros de formación artística, editoriales independientes, revistas, oficinas de diseño y teatros, entre otros. Cada uno de estos tiene particularidades determinadas por las características en la producción y los elementos de las demandas.

Si bien es cierto que muchas de ellas no cubren grandes mercados, alcanzan no solo niveles de auto sostenibilidad sino, también, márgenes de rentabilidad. “El gobierno puede otorgar ayuda adicional si considera que la industria tiene algún interés especial.” (Policonomics, 2017). En estas fábricas se toman en cuenta 2 de los tres factores de la producción que son la mano de obra y el capital invertido en estas compañías que fomentan el desarrollo y el crecimiento económico.

Si bien es verdad que la aparición del término “Industrias Culturales” se remonta a la escuela de Frankfurt, a mediados del siglo XX, cuando los filósofos Adorno y Horkheimer introducen el concepto, para la realización de una crítica radical al entretenimiento de masas, es con los cambios del Capitalismo Moderno, después de la década de los 60s, que estas industrias comienzan a desarrollarse en los países más avanzados, triunfando en diferentes sectores como el cine, la industria fonográfica, la industria editorial, la radio, la televisión y la

publicidad. Desde hace algunas décadas estas industrias han pasado, además, a generar importantes aportes en la economía de los países; de acuerdo con la UNESCO, el crecimiento del sector en el ámbito mundial entre 1980 y 1998 fue del 300%. En caso aterrizado para Colombia es necesario conocer las medidas de las políticas públicas que empezaron en el 2018 durante el periodo de mandato del actual presidente Iván Duque cuyo plan de Colombia encamina al país hacia esta ruta de la economía naranja, fundamentada en la teoría de John Howkins que ayudará al aumento de la productividad en el país, volviendo a Colombia como uno de los países de Latinoamérica con mejor crecimiento en la generación de ideas con ayuda de las TIC's.

Es importante hacer hincapié y resaltar la función que ejerce dentro del entorno social el rol que tiene las funciones públicas, no sólo frente a la relación Individuo - Estado sino a todo el colectivo público que se desprende de dicha sociedad, y como esta se relaciona con las decisiones que toma el estado, para ello es importante puntualizar que las políticas públicas están estrictamente enfocadas a nivel colectivo, esto en razón a que su objetivo fundamental es la gran injerencia de orientación y transformación social y al bien común, consecuentemente a la satisfacciones de necesidades de los individuos y la aprobación ciudadana. (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado –BOE-, 2005)

Hablar de este tema implica hablar de la estrecha relación que debe existir entre el estado y el gobierno, en el entendido que una de las características de las políticas públicas es materializar alguna transformación social por medio de acciones, cobra tal importancia que se propone atender y solucionar las demandas exigidas por el sector de la ciudadanía. En tal sentido se podría deducir las políticas públicas como el conjunto de actuaciones por parte del gobierno en los diferentes campos de su aplicación para atender determinado problema o reclamo de la sociedad. Las políticas públicas no solo puede ser vistas desde la óptica social, sino también cómo estas pueden generar mejores condiciones de vida, económicas y ambientales en los individuos, sin embargo esta perspectiva puede generalmente carecer de planes de acción concretos que logren un plan estratégico para su concretización, es por ello que es fundamental de dichas políticas públicas posean un hoja de ruta que permita la plena identificación y que comprenda las problemáticas de la sociedad, en harás en alcanzar fines como la justicias social, la política, como atribución a la relación de estado social de derecho y el cumplimiento de los fines sociales del estado.

2. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS

En la actividad económica cuando hablamos de cultura muchas veces no reconocemos el impacto que ha tenido en nuestra vida e incluso desconocemos su papel dentro de la misma. Es por esa razón que a pesar de que cada día como consumidores hacemos uso de los bienes y servicios que genera el sector cultural, desconocemos qué nos estamos refiriendo a la economía creativa y/o economía naranja como se ha venido sobrellevando el concepto a través de los años y dependiendo de su uso en las diferentes ciencias que hablan sobre el tema. Lo importante es comprender y esclarecer su aplicación sobre el manejo del tema y como se ha venido trabajando en Colombia donde se esfuerza en darle participación a aquellas empresas que no solo generan crecimiento económico al país, sino que con sus ideas revolucionarias cambian el panorama de la industria como la vemos hoy en día.

2.1 Entorno

El entorno en el cual se concentran las industrias creativas se basa en las actividades no convencionales por parte de las economías de los países y en Colombia eso no es la excepción. Las actividades y las personas que se nutren a partir de estas industrias se basan en aspectos explotables de la cultura para el desarrollo económico y humano que estaba presente en el país desde hace un tiempo, pero su estructuración real se plantea con mayor eficiencia en el lapso 2010 - 2020.

2.1.1 Industrias culturales

Gracias a rezagos obtenidos de los planes promovidos por el Plan Nacional de Cultura en el lapso 2001-2010, se desarrollaron en Colombia hojas de ruta para las empresas y emprendedores que sustentan este tipo de industrias. (MinCultura, s.f)

Al mismo tiempo en un documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), se destaca la iniciativa que se llevaba a nivel nacional frente al impulso que tenían las industrias culturales a través de las diferentes actividades que se desarrollaban como: el sector editorial, cinematográfico, el de artes escénicas y el de las artes visuales, sin embargo, se debe

aclarar que este tipo de industria llamado industria cultural hace referencia a una subclase de industria que a nivel internacional y nacional se maneja hoy en día como es la industria creativa. (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2010)

Se establece que estas industrias culturales se destacan por realizar actividades coordinadas entre sí, para que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales y/o creativos. El valor de estos bienes está determinado, en muchos casos, por el contenido de propiedad intelectual que albergan. (MinCultura, s.f).

2.1.2 La transformación del término

En las últimas décadas vemos cómo el mundo se transforma a gran velocidad debido a la globalización de las economías, la globalización de la cultura en general, acompañada de la revolución digital donde se enfocó una reorientación productiva hacia una economía de servicios y de innovación. El concepto de industrias culturales no es nuevo según un informe de UNESCO sobre la economía creativa, el concepto se ha utilizado como industria cultural desde 1948 y en los 90 's nace como economía creativa – “como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios” (UNESCO, 2010). El concepto varía dependiendo su aplicación en los distintos países y el interés de los usuarios en la utilización en las distintas áreas (culturales, creativas, de contenido, protegidas por el derecho de autor, etc.)

Anteriormente se manejaba el término de economía creativa a nivel internacional y como se evidencia en la Tabla 1, Colombia se categoriza como uno de los países en América latina donde ha aumentado la creación de industrias culturales y creativas, también ha sido el nombre oficial que se da en Colombia a través de los años, sin embargo, en años cercanos a las candidaturas para la presidencia de Colombia del año 2018 se habló de una nueva forma de economía creativa la cual se llama economía naranja.

Tabla 1

América Latina: empleo en las industrias culturales y creativas

América Latina: empleo en las industrias culturales y creativas			
Argentina	3.20%	Jamaica	3.03%
Brasil	5.00%	México	3.65%
Chile	2.70%	Paraguay	3.30%
Colombia	2.41%	Uruguay	4.90%
Guatemala	7.10%		

Nota. La tabla nos muestra las economías donde ha existido un crecimiento en la consolidación de industrias culturales y creativas en Latinoamérica. Tomado de: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO- Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. [Archivo en pdf]. http://www.lacult.unesco.org/docc/UNESCO_Guia_por_una_economia_creativa.pdf

2.2 Características

Se manifiesta la estructura que presenta el mayor auge de las industrias creativas o como antes dicho en el apartado 1.1.2 de las economías creativas para los periodos a estudiar y como se presenta a partir de las instituciones del Estado colombiano.

2.2.1 Características de la economía naranja

Este nuevo nombre que recibe la economía creativa en Colombia se define como un modelo de desarrollo que se mueve a través de lo cultural y lo creativo dando paso a una transformación social y económica del país. Además, se llega a fundamentar en la creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales y creativos, que se pueden proteger por los derechos de propiedad intelectual. (Ministerio de Cultura, s.f)

Este nuevo tipo de economía creativa recapitula a grandes rasgos las industrias creativas y culturales que se manifestaban en el país de forma distante entre ellas. De igual forma se manifiestan actividades sólidas en lo que se refiere a su institucionalidad, esto debido a las discusiones presentadas en las diferentes mesas de información entre el Departamento

Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y el Ministerio de Cultura de Colombia (Mincultura), al mismo tiempo de localizar las primeras incidencias entre estos dos organismos se manifestó para finales de 2018 una base de 80 actividades base para este nuevo nombre que recibían las economías creativas. Como resultado de estos acontecimientos se formó el Consejo Nacional de la Economía Naranja (CNEN), se visualiza para el 2019 el primer y segundo reporte oficial de la economía naranja al igual que la actualización de las cuentas satélite de la economía naranja. Para terminar, se anexa la información a las plantillas de información SIENA, junto a la publicación del tercer reporte oficial y la toma de información del cuarto reporte siendo lo más destacado de las mesas de información del 2020. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE-, s.f)

Así mismo se caracteriza a esta renombrada economía creativa por sus distinguidos grupos en lo que se refiere a la selección de actividades, la cual está distribuida por áreas específicas que distribuyen las actividades de la economía naranja, estos se llaman segmentos. En otras palabras, existen tres grandes ramas: Artes y Patrimonio, Industrias Culturales y Creaciones Funcionales; la primera se divide en: Patrimonio Cultural, Turismo Cultural, Educación Creativa, Artes escénicas y Artes visuales; la segunda se divide en: Fotografía, Editorial, Audiovisual y Agencias de noticias; la tercera se divide en: Diseño, Publicidad y Medios digitales; estas se pueden visualizar en la Tabla 2. Como resultado de esta división se generan análisis más claros para poder establecer los puntos claves de la economía creativa a nivel nacional. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE-, s.f)

Además, esta transformación de las industrias creativas a lo largo de los periodos cercanos a la actualidad son transformaciones que permiten cambios constantes en la creación de productos nuevos enfocados en procesos básicos que mueven a las industrias culturales y por tanto a la economía naranja, estas se han presentado a través del proceso de investigación y creación siendo estas las consultorías en diseño, arte y arquitectura, las prácticas de enseñanza y aprendizaje llamados talleres de creación y el fomento de los acuerdos de licencia para la distribución de productos establecidos por derecho de autor. (Minciencias, 2020).

Tabla 2

Ramas de la economía naranja

ARTES y PATRIMONIO	INDUSTRIAS CULTURALES	CREACIONES FUNCIONALES
<ul style="list-style-type: none">• Actividades asociativas y de regulación• Actividades manufactureras• Artes escénicas y espectáculos• Artes visuales• Educación cultural y creativa• Patrimonio cultural• Turismo cultural	<ul style="list-style-type: none">• Agencias de noticias y otros servicios de información• Audiovisual• Editorial• Fonográfica	<ul style="list-style-type: none">• Diseño• Medios digitales y software• Publicidad

Nota. La tabla muestra las áreas de la economía naranja según el DANE. Tomado de: la página web del DANE - Economía Naranja – Áreas y segmentos. [Archivo Power Point]. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-naranja>

Como consideración se estima que la cultura en Colombia para los periodos de tiempo 2010-2020 se solidifican a nivel nacional, es decir, se obtiene por parte del país una identidad frente al resto del mundo no solo por la transformación de un término sino por la articulación que este impulso para fundamentar la base de las industrias creativas como una opción real que permita generar un desarrollo humano y económico que sirva para el bienestar de los colombianos.

3. PROMOCIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS A TRAVÉS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Es necesario tomar decisiones que involucran acciones y omisiones por parte de los distintos actores bajo el marco de la política pública; es por eso que las políticas son el diseño de una acción en conjunto que ayudan a tratar un problema o asunto de interés. Se plasman intereses de las partes involucradas con el fin de solucionar una problemática como lo hemos denotado anteriormente, se proponen soluciones y se proyectan objetivos con el fin de lograr una meta en conjunto.

Existen múltiples aplicaciones de las políticas a temas que rodean nuestro diario vivir, como la política pública, económicas, fiscal, monetaria, educativa, sociales, etc. El enfoque de las políticas públicas en sí es rescatar el carácter público de la política, es decir, como actores diferentes a un órgano público colocan parte para crear políticas y hacen las políticas.

Como parte introductoria, usada en el último plan nacional de desarrollo, se tiene que:

En el marco de los ODS, Colombia se comprometió a adoptar medidas para garantizar que las personas gocen de prosperidad y poner fin a la pobreza. Una de las metas fundamentales en la búsqueda de ese objetivo consiste en propiciar crecimiento económico y el trabajo decente. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) sugiere que para alcanzar niveles de crecimiento del PIB de al menos el 7 % anual en países en desarrollo, es necesario aumentar la productividad económica, mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, y centrarse en los sectores con mayor valor agregado y un uso intensivo de la mano de obra (Departamento Nacional de Planeación, 2019, p. 824)

Con el fin de sumergirnos y ver la efectividad de las industrias creativas bajo el marco de las políticas públicas tomaremos los diferentes Planes de Desarrollo Nacional que se han presentado desde el lapso de 2010 hasta el 2020, por esa razón determinaremos bajo qué parámetros la economía naranja ha sido amparada e impulsada por los distintos actores que tienen intereses particulares que gracias a las creaciones de las políticas públicas apuntamos a un objetivo en común, y es generar un desarrollo y crecimiento sostenible para la sociedad que ayuda a preservar el patrimonio cultural y su memoria a través del tiempo, de igual forma se patrocina los proyectos

de emprendimiento que tiene un significativo impacto en la comunidad, muchas organizaciones han reconocido que la economía naranja empieza a tener un papel más notorio y nuestro objetivo es dar claridad a la cobertura y su efecto multiplicador en relación con los demás sectores de la economía como muy comúnmente los distinguimos, de ahí que es necesario poner en contexto las herramientas, proyectos, subsidios y toda clase de coberturas con las que las personas pertenecientes al aporte desde esta economía se han venido desarrollando y buscando aún más oportunidades a las que han sido partícipes o por desconocimiento han perdido posibles ayudas que el gobierno ha brindado y a que a través del cambio de periodos presidenciales se han mejorado o han hecho precarias las condiciones económicas de oportunidad para entrar a la cadena de valor que está en el mercado y aún existe mucho por sacarle provecho.

3.1 Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014, “Prosperidad para Todos”

En el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2010 – 2014, se compete la hoja de ruta que planteó en su momento Juan Manuel Santos para llevar a Colombia hacia una nueva y mejor etapa a partir de cambios en varios aspectos generales y específicos. Así mismo nos enfocamos en el tramo que respecta al crecimiento sostenible y hacia la competitividad del país, para esto debemos introducir el contexto en el cual se apoyaban los creadores y fundadores de este (PND) para solventar el tramo del cual hacemos referencia.

Colombia necesita garantizar una tasa de crecimiento potencial de 6 por ciento o más de manera sostenida y sostenible social y ambientalmente. Para lograrlo se requiere avanzar en tres ejes fundamentales: (1) la innovación; (2) la política de competitividad y de mejoramiento de la productividad; y (3) la dinamización de sectores “locomotora” que a través de su impacto directo e indirecto lideren el crecimiento y la generación de empleo. Si bien el crecimiento económico no es garantía para alcanzar los objetivos de progreso social, o de reducción de pobreza e inequidad, sí es un requisito fundamental para alcanzarlos.

La falta de dinamismo económico también está asociada, como ya se indicó, a una economía poco innovadora, y que, a pesar de las reformas económicas de principios de los noventa, continuó siendo relativamente cerrada en comparación con otros países de la región.

La innovación constituye el mecanismo óptimo para garantizar la competitividad de un país en el largo plazo y asegurar que el crecimiento económico sea sostenible.

Los países con empresas, sectores, y cadenas productivas con mayor capacidad de innovación son precisamente los que alcanzan un mayor crecimiento económico sostenido y potencial hacia el futuro. (Departamento Nacional de Planeación, 2011, p. 61-66)

En primer lugar, se toma en cuenta la política de Innovación para la prosperidad sobre el tema de conocimiento e innovación referida en el tramo antes mencionado. Esta hace referencia a:

El objetivo de la política contenida en este capítulo es identificar, producir, difundir, usar e integrar el conocimiento para apoyar la transformación productiva y social del país. Este objetivo busca atender problemas de (1) bajos niveles de inversión en innovación de las empresas; (2) insuficiente recurso humano para la investigación y la innovación; (3) débil institucionalidad en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTeI); (4) ausencia de focalización en áreas estratégicas de largo plazo, y (5) disparidades regionales en capacidades científicas y tecnológicas. (Departamento Nacional de Planeación, 2011, p. 70-71)

Esta política se enfatiza en lo correspondiente a la falta de desarrollo humano que presentaba el país en aquel momento para generar un crecimiento en las escalas de la innovación, todo esto enfocado en lo correspondiente hacia mejorar. De ahí que se propongan pasos claros que permitan solventar esa situación de escasez de conocimiento, por lo tanto, se aplicará financiación para incentivar el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) a nivel nacional sobre todo en lo que respecta a la educación superior y su expansión a nivel internacional, para lograr un fomento exhaustivo en el largo plazo.

En el mismo Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 se llegan a presentar políticas basadas en lo que este plan llama las locomotoras de crecimiento.

Las locomotoras de crecimiento son los sectores o actividades económicas que van a definir el rumbo que tome la economía colombiana en los próximos años. Las cinco locomotoras de crecimiento identificadas por el gobierno e incluidas en esta sección del Plan Nacional de Desarrollo son: (1) nuevos sectores basados

en la innovación, (2) agricultura y desarrollo rural (3) vivienda y ciudades amables, (4) desarrollo minero y expansión energética y (5) infraestructura de transporte.

Los nuevos sectores basados en innovación constituyen la primera locomotora, y son los llamados a mantener el impulso cuando las otras locomotoras, más tradicionales, lo pierdan. (Departamento Nacional de Planeación, 2011, p. 204-205)

Al mismo tiempo se establece que se toma en cuenta la innovación como aquella locomotora que produce un desencadenamiento de los procesos productivos de una empresa o de un emprendimiento, los cuales deben ser llevados de la mano a través de etapas ya mencionadas e incluso lógicas para estos sucesores de procesos. Continuando con la idea se presentan las etapas de financiación, formación entre otras, pero se debe resaltar que la política que se presenta se debe mostrar a partir de nuevas fronteras no obvias para todas las personas lo cual resalta su importancia y la pone en detalle frente a otras.

Estos detalles mayúsculos se enfocan en las necesidades que poseen los actores de la innovación. De modo se presenta la ruptura de barreras para estimular la creación y competitividad de esta en todo el territorio nacional, al mismo tiempo se proporcionan incentivos necesarios para promover la innovación tanto a nivel económico como humano y como resultado de todas estas fases y detalles que posee la llamada locomotora del crecimiento se forma un suceso que mueve a cada colombiano(a) en edad de trabajar, como es la oportunidad de tener un empleo digno y calificado en una cantidad sustanciosa de actividades o sectores que promuevan un desarrollo visible y tangible. (Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I, 2011)

Al mismo tiempo se presenta en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, se socializa en el tramo de Igualdad de oportunidades para la prosperidad social la relevancia que tiene la cultura como sector generador de desarrollo humano y económico para los colombianos, pero se muestran diversas instancias que generan discapacidad al momento de poner en consideración una confiabilidad asequible para las empresas y emprendedores que se sustentan en las políticas públicas acerca del sector cultura.

De ahí que el Sistema Nacional de Cultura (SNCu) tenga la obligación de incentivar la creatividad, la innovación y velar por los bienes y servicios culturales, sin embargo, aun con todos los movimientos presentados hasta el momento no se han llegado a establecer bases sólidas para fomentar de forma real y tangible la cultura a nivel nacional, así mismo la falta de diseño en la educación cultural infantil como en la progresión de los sistemas que deberían ser avalados por el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas; y que no se concretan completamente para todo el territorio nacional. Por lo tanto, se encuentran diversos aspectos que necesitan ser redefinidos o actualizados ya sea por el SNCu o propiamente por el Ministerio de Cultura. (Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I, 2011)

Para esto el grupo de trabajo del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 encabezado por Juan Manuel Santos aporta ciertas estrategias que generan hipótesis frente a las diversas problemáticas de las cuales se pueden ver soluciones en emprendimientos culturales:

- Fortalecimiento del Sistema Nacional de Cultura en los niveles departamental, distrital y municipal y revisión de los aspectos de tipo legal normativo, con el fin de alcanzar la legitimidad y la gobernabilidad requerida en un marco de integración de la cultura a las decisiones político-administrativas.
- Fortalecimiento de la planeación cultural en los escenarios regionales y locales, garantizando la participación de las distintas comunidades y, muy especialmente de sus creadores y gestores culturales. El Ministerio de Cultura acompañará y brindará asistencia técnica para la articulación de los procesos de planeación, seguimiento y evaluación de la gestión cultural en los departamentos, distritos y municipios.
- Para alcanzar mayores impactos en sus programas y proyectos, así como el acceso a nuevos recursos, el Ministerio realizará y consolidará alianzas estratégicas con instituciones públicas del orden nacional, departamental, distrital y municipal, con el sector empresarial, con otros países y con organismos internacionales. (Departamento Nacional de Planeación, 2011, p. 403-407)

3.2 Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018

Durante el 2 lapso presidencial continuando en la hoja de ruta para guiar a Colombia en el PND bajo el nombre “Todos por un nuevo país” pone en contexto la situación precaria del país, que da

un fomento a través de la producción de las empresas a través de la diversificación y satisfacción del aparato productivo, según el inciso c, sección 6, se incentiva el desarrollo de una economía naranja; mediante un impulso de la industria cinematográfica e implementación de las artes y la danza, la preservación de la memoria cultural que desarrollan de manera articulada con el Museo Nacional de Colombia, la Biblioteca Nacional, el Archivo General de la Nación (AGN) y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH). (Departamento Nacional de Planeación, 2016)

En búsqueda de fomentar el sector cinematográfico se establecieron estrategias puntuales para su fortalecimiento, las cuales son:

- En largometrajes de cine, de producción o coproducción nacional, estrenados comercialmente en el país, se continuará con la estrategia de fomentar la producción de largometrajes nacionales, buscando el estreno de 17 cada año.
- Articulado al estreno de largometrajes nacionales y como evidencia de la apropiación del cine nacional, se propone que 1.800.000 espectadores asistan a ver películas colombianas cada año.
- Respecto al rodaje de películas en el país en el marco de la ley 1556 de 2012, se plantea como meta para el cuatrienio el rodaje de 4 películas cada año. (Departamento Nacional de Planeación, 2016, p.156)

3.2.1 “Todos por un Nuevo País”, enfoque a través del emprendimiento cultural

En el segundo periodo del presidente Juan Manuel Santos se expresa la interrogante de superar ciertos pilares claves y a través de qué estrategias se pueden dar solución para el periodo de gobierno 2014 -2018.

Para el logro de los objetivos del Plan, se trazan 5 estrategias transversales que aportan a los 3 pilares de la paz, la equidad y la educación; son ellas: 1) Competitividad e Infraestructura Estratégicas; 2) Movilidad Social; 3) Transformación del Campo; 4) Seguridad, Justicia y Democracia para la Construcción de Paz; y, 5) Buen Gobierno.

La estrategia de Movilidad Social describe en detalle cómo alcanzar los objetivos sociales del Plan Nacional de Desarrollo. Dado que los grandes pilares del Plan son eminentemente

sociales, la estrategia de Movilidad Social centrada en la salud, la educación y el empleo de alta calidad resulta crucial. (Departamento Nacional de Planeación, 2015, p. 27)

Para estas estrategias se desarrollan tres aspectos generales como son el diagnóstico, la visión y los objetivos, del cual el último se destaca por el dinamismo que le da a la estrategia en sí para actuar y desarrollarse, sin embargo, en lo que respecta a políticas públicas para solidificar e incentivar los objetivos de las políticas públicas a partir de las industrias culturales debemos observar el inciso 2 (dos) del objetivo b. Incentivar la generación de ingresos de la población para superar la pobreza, como parte de la política de Movilidad Social, siendo aquel que se manifiesta la manera en la cual la población colombiana podría tratar de producir más para solventar sus propias situación de vida. (Plan Nacional de Desarrollo 2014 - 2018 Tomo I, 2015)

Para complementar el párrafo anterior se debe establecer como punto crítico el inciso 4 (cuatro) del mismo objetivo b. que se llama: Emprendimiento cultural.

Es deber del Estado reconocer y proteger la riqueza cultural de nuestro país. Las estrategias orientadas a alcanzar este propósito son el aprovechamiento del potencial productivo de la cultura y la creación de oportunidades para el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades involucradas.

Se buscará que esta política amplíe su cobertura a un mayor número de municipios y se beneficien más ciudadanos mediante oportunidades de formación en emprendimiento cultural, asistencia técnica y acompañamiento a los emprendedores por parte de organizaciones que incuben y aceleren las ideas de negocio, así como el acceso a créditos y recursos de capital semilla, para consolidar y dar sostenibilidad a los proyectos culturales como factor relevante para el desarrollo local. (Departamento Nacional de Planeación, 2015, p. 285 - 286)

3.3 Plan Nacional de Desarrollo 2018 -2022

Ante el nuevo periodo presidencial del actual presidente de la República de Colombia, Iván Duque Márquez y en su plan nacional de desarrollo *“Pacto por Colombia, pacto por la equidad”* donde su objetivo principal es encaminar al país en una ruta de desarrollo para el bicentenario donde los niveles socioeconómicos, sitúa a Colombia en el 4 lugar como una de las economías más grandes

de Latinoamérica y su apremiante futuro en los proyectos plasmados en este plan nacional de desarrollo; de igual forma encaminándonos en la ruta hacia el desarrollo vemos como ahora este en el periodo presidencial donde se le dará preeminencia a una economía dinámica donde se premie la sostenibilidad de los talentos de los colombianos.

Según el PND 2018-2022 coloca como la primera contextualización donde:

Colombia necesita desarrollar su potencial productivo, de manera que sean los emprendedores y el sector privado los protagonistas de la creación de empleo y bienestar para millones de colombianos tanto en áreas urbanas como rurales. Para que ello sea posible es necesario lograr una mejora regulatoria y tributaria que racionalice los trámites y promueva el emprendimiento y la actividad empresarial. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 48)

Según este análisis podemos evidenciar que debe existir una regulación en el tratamiento de la financiación, acompañamiento y elaboración de los proyectos que pueden ayudar a reducir en gran manera el desempleo aumentando la consolidación de un aumento de la clase media en el país siendo objetivo básico de todo gobierno. Es por eso que en el plan de desarrollo se incluyen pactos transversales que operan como habilitadores que ayudan a enfrentar los riesgos para brindar las oportunidades para la equidad, en nuestro caso dentro del área de estudio el gobierno ha planteado el *“Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja”* (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 50) con el fin de adoptar ciertos cambios para que la economía naranja en Colombia esté ligada fuertemente al sector turismo volviéndolo en una nueva fuente de petróleo para la nación. Tomará en cuenta algunas reestructuraciones en las diferentes modalidades para el crecimiento y apoyo para la equidad plantea el PND que:

“Adoptará la segunda versión del Plan Nacional de Empresas y Derechos Humanos 2019-2022, priorizando sectores asociados a la economía naranja, con el fin de promover conductas empresariales responsables y transformar positivamente el desarrollo sostenible de los territorios”. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 104)

Para el fortalecimiento de las relaciones internacionales:

La Cancillería, junto con MinCultura, MinAmbiente, MinCIT y MinTIC, entre otros, aprovechará activamente el valor de la riqueza cultural y ambiental de Colombia como país megadiverso y hub regional de economía naranja, para apalancar el reconocimiento por parte de los principales socios económicos y políticos a nivel internacional. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 151)

Para el fortalecimiento financiero del emprendimiento y las mis pymes:

MinCIT, MinHacienda y sus entidades adscritas fortalecerán los instrumentos que facilitan el financiamiento de las operaciones de las mipymes, como el factoring y las garantías. Se debe iniciar promoviendo la creación de un mercado para el comercio de facturas electrónicas, que incluya registro unificado, sistemas de negociación electrónicos y reglamentación para su operación. En esta línea, se debe continuar apoyando la entrada de más mipymes a este mercado (al generar un esquema de factoring amparado por una garantía subsidiada para la primera factura que negocian las empresas, sobre la cual crearán historial crediticio de calidad), o para sectores empresariales donde el riesgo es más alto. En cuanto a las garantías, se deben habilitar nuevas líneas para sectores con dinámicas, plazos para el retorno de la inversión y riesgos diferentes. En particular, frente a las garantías mobiliarias, se deberá promover el uso de activos intangibles y de la propiedad intelectual (de particular importancia para los emprendimientos de base tecnológica digital y de la economía naranja), inventarios, cuentas por cobrar y cosechas futuras. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 183)

Para el aumento de la renta en los hogares, a partir de la promoción de las condiciones de la empleabilidad bajo los estándares de la ruralidad:

MinAgricultura, en coordinación con MinComercio, fortalecerá los encadenamientos productivos no agropecuarios desarrollados en los territorios rurales, de acuerdo con las categorías de ruralidad. Habrá énfasis en aquellos que fomenten el desarrollo de la economía naranja. Esto, en concordancia con las apuestas productivas de las agendas integradas de competitividad, ciencia, tecnología e innovación lideradas por las comisiones

regionales de competitividad y/o utilizando como insumo la identificación de los productos priorizados en los Planes Integrales de Desarrollo Agropecuario y Rural de la ADR. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 246)

Para el fomento de la educación y para el emprendimiento ambiental:

MinAmbiente, con el apoyo de MinCultura, MinVivienda y MinEducación, implementará una estrategia de comunicación efectiva, que incorpore acciones de economía naranja y educación ambiental que generen un cambio en el hábito de consumo de los colombianos hacia prácticas y productos más sostenibles, fomenten la separación en la fuente de residuos e incrementen la valoración social de la naturaleza, la apropiación del territorio y la comprensión de los fenómenos asociados al cambio climático. Adicionalmente, realizarán campañas que fortalezcan la cultura ambiental a nivel empresarial y familiar, con siembras anuales y jornadas de participación en la protección, reciclaje y limpieza del entorno natural. También, MinAmbiente garantizará el acceso efectivo a la información y la producción de material asociado a las problemáticas ambientales para todos los públicos, para su distribución en medios masivos, con enfoque diferencial para comunidades locales urbanas y rurales, con el fin de incrementar la valoración social de la naturaleza. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 571)

Colciencias implementará un sistema de seguimiento de los beneficiarios de los programas Ondas y Nexo Global, para evaluar la efectividad de estas iniciativas en el desarrollo de una carrera científica. Además, Colciencias hará énfasis en el desarrollo de proyectos en áreas STEAMD (entendiendo las artes en la educación como herramientas para potenciar el aprendizaje, implementación y apropiación de las ciencias y las matemáticas, y también como un escenario para el desarrollo de las vocaciones y capacidades necesarias para apoyar el fortalecimiento de la economía naranja); con ese fin, se articulará con las diferentes entidades involucradas y definirá estrategias para hacer extensivo el desarrollo de estas habilidades en la educación básica y media. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 615)

De igual manera, MinTIC, MinCultura, el SENA e iNNpulsa se articularán para desarrollar un ecosistema de emprendimiento creativo que dinamice los formatos de la televisión y la radio públicas, de manera que se disponga de nuevos formatos y contenidos con base en

las oportunidades de la economía naranja acercando estos canales de difusión a los jóvenes. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 708)

Para la estimulación de las relaciones entre universidades y empresas:

Colciencias y MinCIT, en coordinación con las entidades cabeza de sector, realizarán eventos de emparejamiento, como ruedas de negocios inversas, citas empresariales o talleres, para fomentar la vinculación entre empresas, universidades, entidades de enlace y demás actores. Por otro lado, Colciencias implementará un programa de fomento a la “investigación + creación”, focalizado en el desarrollo de contenidos creativos, digitales y culturales desde las universidades, y con proyección de transferencia al sector de la economía naranja. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 593)

Colciencias y MinCIT crearán un programa de gerencia estratégica destinado a universidades, empresas y entidades de enlace, para el aprovechamiento de las oportunidades de la Ley 1838 de 2017 de spin-off y de la Ley 1834 de 2017 de economía naranja. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, Pág. 594)

Como podemos evidenciar a pesar que desde períodos prolongados en los distintos planes de desarrollo se ha tenido en cuenta como factor de crecimiento y desarrollo económico la economía naranja, aunque en sus distintas presentaciones no se había cubierto a gran escala como desde el 2018 en el actual lapso presidencial, el papel de la cultura toma su auge y toma mayor fuerza. Por lo tanto, los mecanismos para dar efectividad para premiar el talento emergente a través de las distintas instituciones públicas y privadas, además del financiamiento para reducir la brecha entre el empleo formal e informal, dan luz verde para aquellos colombianos bajo el marco de las políticas públicas a promover puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, creatividad e innovación y fomentar el empleo formal y el crecimiento de las pymes.

A consideración se intuye que la cultura en Colombia para los lapsos previos al 2010-2020 se desprecia el sentido de cultura como motor generador de crecimiento y desarrollo económico, en alineación con los dos planes de desarrollo lleva una consecuencia con el fin de socavar esta

perspectiva promoviendo políticas de oportunidad de desarrollo, todo concatenado con crear un mayor valor agregado para el mismo.

4. CORRESPONDENCIA ENTRE EL DISEÑO Y LA EJECUCIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS RELACIONADAS CON LAS INDUSTRIAS CREATIVAS DURANTE EL PERIODO 2010-2020

En este capítulo se encuentran componentes específicos de políticas públicas de los PND de los lapsos 2010-2014 y 2014-2018, junto a un establecimiento base del PND 2018-2022 entorno a su predicción acerca de los resultados posibles de la política pública aplicada hacia las industrias creativas o según su nombre cronológico, “*la economía naranja*”.

Se establece a partir de una metodología específica la intención de mostrar cómo las industrias creativas y sus actores o actividades se gestionan para ayudar a solventar los objetivos fundamentales de las políticas a través de indicadores oficiales del Departamento Nacional de Planeación para los dos primeros lapsos presidenciales. En lo correspondiente al PND del lapso 2014 - 2018 que hace referencia a las metas que se establecen en el marco de la economía naranja, estando presente su aporte más grande, como es la estructuración de los nombres antes adoptados y la búsqueda de la unificación de términos y procesos bajo un mismo concepto general. Es imperativo hacer énfasis que dichos resultados son los indicadores ejecutados que a través de las páginas web públicas usadas, no se encuentran registro o evidencia de las actas de los proyectos llevados a cabo en los diferentes lapsos presidenciales, por lo tanto no será necesario hacer seguimiento de las mismas ya que dicha investigación de tipo documental analizó las metas de los planes de desarrollo desde el 2010 hasta el 2018, centrándose en el estudio de las políticas ejecutadas y no entrando en un análisis administrativo de la ejecución de los proyectos.

4.1. Aspectos metodológicos

La metodología que se utiliza va enfocada a la valoración o evaluación de la aplicación de componentes específicos de una política pública, se desglosan a partir de una cadena de valor propiamente establecida por el Departamento Nacional de Planeación y la cual está conformada por:

La cadena de valor describe una relación secuencial y lógica entre insumos, actividades, productos y resultados en la que se añade valor a lo largo del proceso de transformación total.

Los insumos son los factores productivos, bienes o servicios con los que se cuenta para la generación de valor. Éstos pueden ser de tipo financiero, humano, jurídico, de capital, etc.

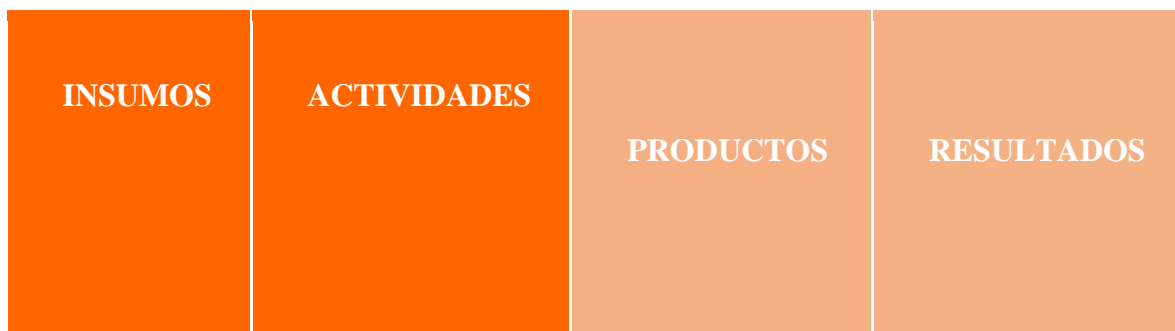
Las actividades son el conjunto de procesos u operaciones mediante los cuales se genera valor al utilizar los insumos, dando lugar a un producto determinado.

Los productos son los bienes y servicios provistos por el Estado que se obtienen de la transformación de los insumos a través de la ejecución de las actividades.

Los resultados son los efectos relacionados con la intervención pública, una vez se han consumido los productos provistos por ésta. Los efectos pueden ser intencionales o no y/o atribuibles o no a la intervención pública. (Departamento Nacional de Planeación, 2018, p.15)

Figura 1

Cadena de Valor en la evaluación de políticas públicas



Nota. Se muestran las fases de la cadena de valor a la hora de evaluar políticas públicas. Tomado de Departamento Nacional de Planeación - Guía para el Seguimiento de Políticas Públicas (p. 16) [Archivo en pdf]. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Guia_para_seguimiento_Politicas_Publicas.PDF

Se establecen una serie de preguntas orientadoras, las cuales según el Departamento Nacional de Planeación permiten realizar una evaluación adecuada, sin embargo, estas se dividen en tres clases las cuales son: Contextualización de la política, Valoración de los resultados y Valoración del diseño de la política. Conviene subrayar que sólo se tomará en cuenta las dos primeras clases ya que la última sección de preguntas se encamina hacia el planteamiento mismo de la política pública, cosa que no se trata de esclarecer y que tampoco se posee toda esa información para desarrollar esa clase de preguntas orientadoras por lo que nos centraremos como antes se especificó en las dos primeras clases. (Departamento Nacional de Planeación, s.f)

Para desarrollar de forma oficial este planteamiento metodológico se aplican cuatro preguntas enfocadas en las dos clases de cuestiones orientadoras antes descritas y de las cuales se distribuyen para esclarecer y explicar la cadena de valor.

Así mismo, se relaciona el PND 2018-2022 introduciendo procesos previos a este y se toma en cuenta no la aplicación de la política pública propuesta sino de la proyección de esta concerniente a las industrias creativas en lo referente a la posibilidad de gestionar factores claves que permitan la proliferación de promociones del sector, así concatenando esfuerzos que logren un mejor aprovechamiento.

4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014, Innovación y Emprendimiento

4.2.1 Política basada en el conocimiento e innovación

Para esclarecer el contexto en la cual se basa esta evaluación de la política pública nos debemos concentrar en lo correspondiente al capítulo de Crecimiento sostenible y competitividad del PND para el lapso 2010-2014. De este se sostienen diferentes políticas encaminadas al apoyo de diferentes actores económicos con el fin de resaltar el crecimiento económico del país a través de la innovación, sin embargo, para poder desarrollar este proceso de evaluación nos enfocamos en el subcapítulo de Conocimiento e innovación el cual se basa en lo correspondiente al apoyo que se presenta frente a las actividades de ciencia, tecnología e innovación (CTI), dicho esto para los diferentes balances de resultados de este periodo a través de solventar problemas como la baja inversión en empresas para sus áreas de innovación enfocándose propiamente en pymes y microempresas. Al mismo tiempo se debe considerar que estos análisis se presentan en el balance de resultados que se advierten en el mes de abril al CONPES, pero con la particularidad de ser muy escasos en términos de cifras y explicaciones más específicas. (Departamento Nacional de Desarrollo,2011)

¿La política está atendiendo a la población u organizaciones objetivo?

Como se ha mencionado en capítulos anteriores y en el apartado 3.2.1 acerca del fundamento de la política pública entorno a la innovación debemos aclarar que se tomara en cuenta la política a través de la evaluación con respecto a una meta planteada por el primer lapso presidencial 2010 - 2014 en su PND la cual hace mención de las Pymes beneficiadas por la inversión en las CTI. Se debe considerar que para el manejo de una buena evaluación de la política pública se toma en cuenta a las Pymes y a las microempresas para fomentar el área de acción de esta política, siendo explicado ese ámbito ponemos en contexto que la mayoría de la información para evaluar la política pública se basa en cifras del DANE, Sinergia entre otras. Por lo tanto, se diría que la política si está llevando su propósito hacia esas Pymes u organizaciones objetivos que promueven o se promueven a través de la ciencia, la tecnología e innovación.

Es decir, si se está atendiendo a la población objetivo a partir del simple concepto de empresa que poseen o por su proceso vital que va ligado a las CTI, dando a entender que se promueven a las pymes y microempresas tanto para las existentes como para las nuevas.

¿Se entregaron los productos planeados?

Los productos planeados se deben tomar en cuenta a partir del incentivo que muestran para el cumplimiento de la política pública.

Tabla 3

Promover el desarrollo tecnológico y la innovación como motor de crecimiento empresarial y del emprendimiento

AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Monto por 70,737 millones de pesos	Monto por 76,586 millones de pesos	Monto por 90,148 millones de pesos	Monto por 33,702 millones de pesos

Nota. Contiene apoyo al desarrollo de proyectos de innovación y el desarrollo de estrategias encaminadas al fomento y fortalecimiento de la innovación empresarial. Tomado de: Ministerio de Ciencias Tecnología e Innovación - Presupuesto Minciencias 2010 – 2021 [Archivo power point]. <https://minciencias.gov.co/la-ciencia-en-cifras/presupuesto-colciencias>

Los factores productivos que permiten la generación de valor son: la cantidad de empresas que implementaron recursos a través del portafolio de Bancóldex, los desembolsos realizados por Bancóldex hacia las microempresas y la captación de dinero a partir del PIB para las CTI.

Por lo tanto, se manifiesta un proceso de captación de recursos para ser implementados y fomentados por diferentes entidades que llegaran a distribuirlos hacia los actores económicos correspondientes que en este caso serían las pequeñas y medianas empresas (Pymes) y las microempresas buscando esa ayuda en la inversión a las CTI.

¿Se llegó a presentar efectividad en el proceso que planteaba la política?

La efectividad de la política se mide a través de indicadores que permiten establecer relaciones entre ellos y que fomentan la promoción del objetivo y, por lo tanto, el cumplimiento de la política. Así pues, se toma en consideración a las microempresas a partir del indicador de Sinergia que “mide la cantidad de microempresas que durante el periodo reciben desembolsos a través del total del portafolio de productos de crédito de Bancóldex” (Sinergia, 2015, ficha técnica).

Lo cual resulta en una serie de metas base y metas logradas para lo correspondiente al PND del lapso de 2010-2014 que se muestran a continuación en la tabla 4 y la figura 2.

Tabla 4

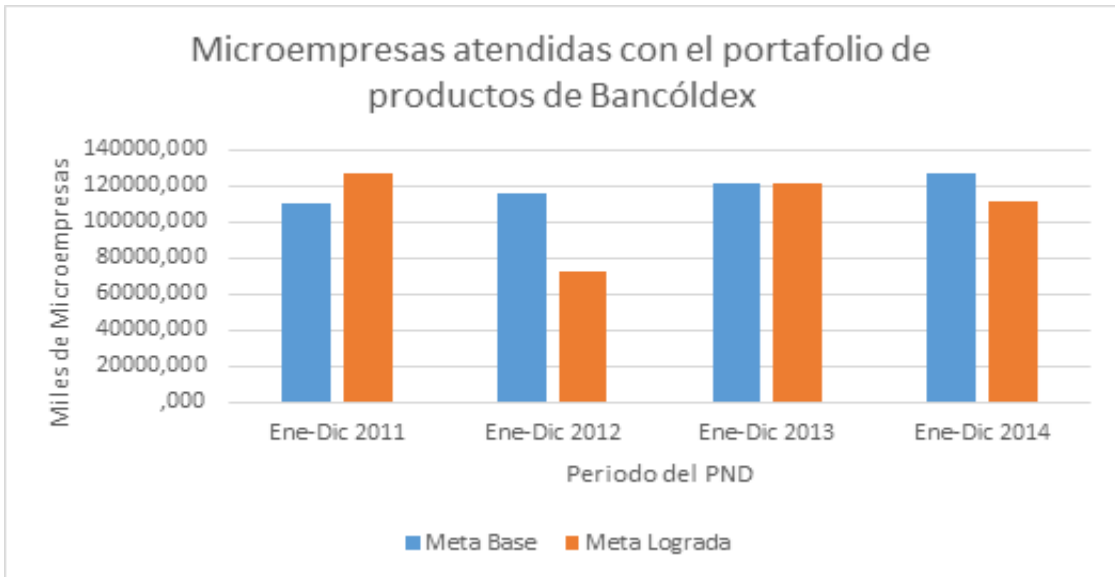
Cantidad de Microempresas atendidas con el portafolio de productos de Bancóldex

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Ene-Dic 2011	110,000.00	126,864.00	115.33%
Ene-Dic 2012	115,500.00	72,661.00	62.91%
Ene-Dic 2013	121,275.00	121,212.00	99.95%
Ene-Dic 2014	127,339.00	111,854.00	87.84%

Nota. Innovación para la prosperidad a través de las microempresas. Tomado de: Sinergia - Fomento de fuentes alternativas de financiación para las nuevas empresas por oportunidad [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/834/3870>

Figura 2

Microempresas atendidas con el portafolio de productos de Bancóldex



Nota. Cantidad de microempresas que intervienen en el flujo del empleo. Tomado de: Sinergia - Fomento de fuentes alternativas de financiación para las nuevas empresas por oportunidad. [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/834/3870>

Así mismo se atribuye en contexto y complemento a los “desembolsos para modernización de pymes (COP Billones)” y este se caracteriza por ser “el indicador mide los desembolsos de Bancóldex a través del total del portafolio de productos de crédito del Banco, para la modernización de pequeñas y medianas empresas” (Sinergia, 2015, ficha técnica).

Este indicador tiene la particularidad de ser medido en billones de pesos y estar relacionado directamente como representante sectorial el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo siendo presentado a través de la sumatoria de los desembolsos para las pequeñas y medianas empresas.

Tabla 5

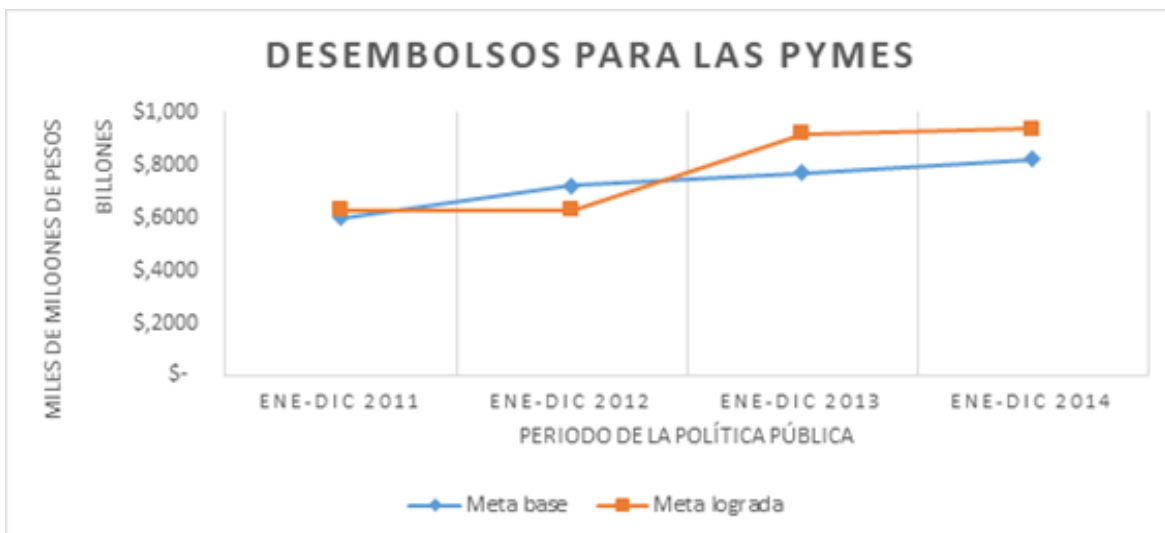
Billones de pesos desembolsados para las Pymes

Año	Meta Base	Valor	Meta Lograda	Valor desembolsado	Diferencia
Línea de base 2010-2014	-	\$ 730,000,000,000.00	-		
Ene-Dic 2011	60.00%	\$ 600,000,000,000.00	63.00%	\$ 630,000,000,000.00	\$ 30,000,000,000.00
Ene-Dic 2012	72.00%	\$ 720,000,000,000.00	62.80%	\$ 628,000,000,000.00	-\$ 92,000,000,000.00
Ene-Dic 2013	77.00%	\$ 770,000,000,000.00	91.70%	\$ 917,000,000,000.00	\$ 147,000,000,000.00
Ene-Dic 2014	82.00%	\$ 820,000,000,000.00	93.60%	\$ 936,000,000,000.00	\$ 116,000,000,000.00

Nota. Impulso para las Pymes. Tomado de: Sinergia - Fomento de fuentes alternativas de financiación para las nuevas empresas por oportunidad [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/834/3852>

Figura 3

Desembolsos para las Pymes



Nota. Cantidad de miles de millones de pesos para el crecimiento de las Pymes. Tomado de: Sinergia - Fomento de fuentes alternativas de financiación para las nuevas empresas por oportunidad [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/834/3852>

Por lo tanto, debemos realizar la última incidencia con respecto al uso de esos factores productivos en relación a la aplicación de captación de porcentaje del PIB para fomentar la inversión de en las CIT.

El indicador mide el esfuerzo (inversión o gasto) que realiza el sector público y privado en Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI), durante un año determinado,

respecto el Producto Interno Bruto del país. El cálculo de las ACTI, que en forma general se describe como el gasto en ciencia y tecnología contiene cuatro conceptos i) investigación y desarrollo I+D y, ii) Educación y formación de recurso humano iii) Servicios científicos y técnicos y iv) Innovaciones tecnológicas y esfuerzos de innovación (Sinergia, 2015, ficha técnica)

Se presenta en la tabla (6) y en la figura (4), los respectivos resultados frente a la meta base que se mantenía para ese indicador, sin embargo, cabe resaltar que las magnitudes de dinero se toman en base al PIB de los años en cuestión a través de la información del DANE para la base del 2005 - 2017 en valores a precios corrientes.

Tabla 6

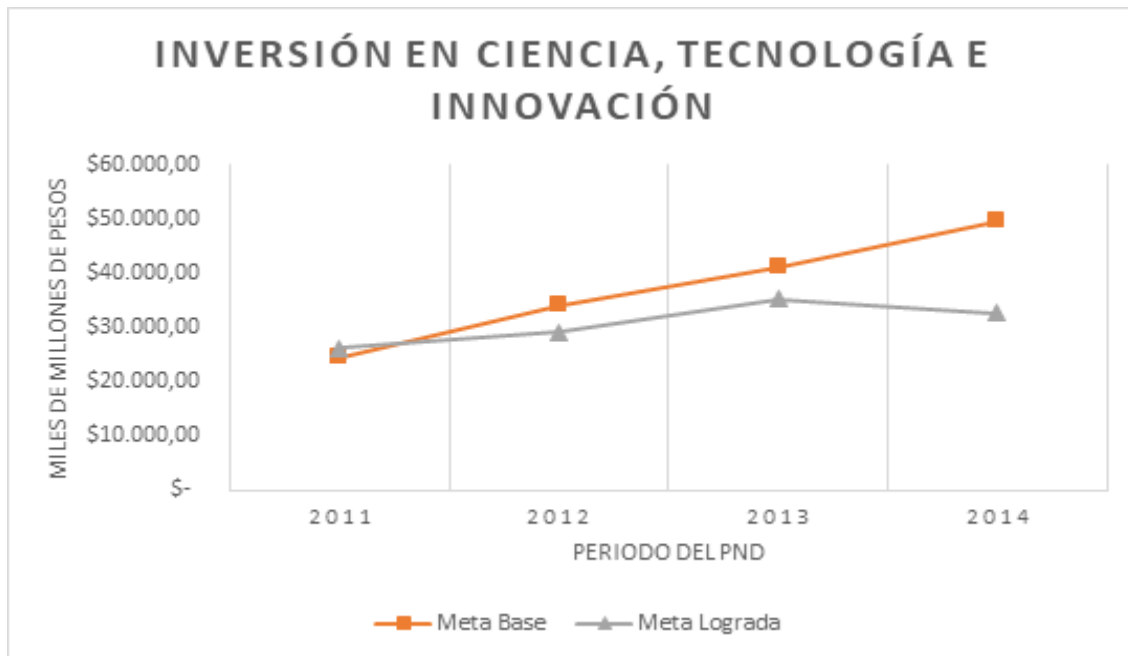
Meta base vs meta lograda para la inversión en CIT

AÑO	Producto interno bruto (miles de millones de pesos)	Meta Base	Porcentaje base del PIB	Meta Lograda	% Logrado del PIB
Ene-Dic 2011	\$ 544,924,000,000.00	\$ 24,521,580,000.00	4.50%	\$ 26,156,352,000.00	4.80%
Ene-Dic 2012	\$ 619,894,000,000.00	\$ 34,094,170,000.00	5.50%	\$ 29,135,018,000.00	4.70%
Ene-Dic 2013	\$ 664,240,000,000.00	\$ 41,182,880,000.00	6.20%	\$ 35,204,720,000.00	5.30%
Ene-Dic 2014	\$ 710,497,000,000.00	\$ 49,734,790,000.00	7.00%	\$ 32,682,862,000.00	4.60%

Nota. Inversión en las CIT. Tomado de: Sinergia - Consolidar la institucionalidad SNCT+I [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/933/2973>

Figura 4

Inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación -CT+I (% del PIB)



Nota. Inversión en las CIT a partir del PIB. Tomado de: Sinergia - Consolidar la institucionalidad SNCT+I [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/933/2973>

¿Los productos presentaron un buen comportamiento?

El comportamiento de los productos presentados se debe ver de lo particular hacia lo general para un mejor planteamiento. Se resalta como la cantidad de microempresas esperadas por parte del gobierno según su plan desarrollado en el PND no mantuvo la escala de empresas pensadas para este último indicador, solo llevando a cabo con autoridad lo correspondiente al año 2011. Sin embargo, se rescata el incentivo que este trae para el fomento del empleo y crecimiento económico en el país. Esto por lo presentado en la tabla 4 y lo dicho con respecto a ese indicador.

Se puede llegar a analizar cómo este indicador que fomenta a la política pública concierne de gran medida a la innovación más allá de estar patrocinada por el MinCIT, ya que invita al pensamiento de estar realizando innovaciones para mantenerse a flote en esta economía tan rigurosa y dura, y como se presenta nuevas oportunidades para fomentar el empleo a través de estas empresas que constituyen ciertas áreas de las industrias creativas al igual que la magnitud de dinero

desembolsado que logró superar las metas en 3 de las 4 planteadas. Esto por lo presentado en la tabla 5 y lo dicho con respecto a ese indicador.

Al observar las metas en cuestión se debe pensar como la inversión propiamente llevada al Ministerio de Ciencias, Tecnología e Innovación permite una transición más fácil y accesible con respecto a la aplicación directa de las actividades de ciencia, tecnología e innovación (CTI). Sin embargo, se observa como no se logra mantener una constancia positiva en este indicador a través del periodo de la política pública realizada. Esto mantiene un pronóstico de no fomentar un impulso importante a la innovación, lo cual genera un pensamiento de concentración de recursos en actividades tradicionales y no priorizar estos nuevos formatos de crecimiento económico para el cumplimiento de los objetivos de la política pública, además de no llegar a proyectar estas industrias creativas y la aplicación tecnológica que podrían manifestar en el largo plazo. Esto por lo presentado en la tabla 6 y lo dicho con respecto a ese indicador.

En definitiva, se puede decir que se cumplió el objetivo presentado en este aspecto de la política pública para solventar mecanismos en los cuales se manifiesta un incremento en el desarrollo de las Pymes a través de la fortificación de las CTI.

4.2.2 Emprendimiento e Industrias Culturales

La política grande a la cual hace intermediación el emprendimiento y las industrias culturales se basa en el capítulo de Igualdad de oportunidades para la prosperidad social tiene como uno de sus objetivos es trata de mover a la población colombiana para reducir la desigualdad y la pobreza, se realizara gracias a la Política Integral de Desarrollo y Protección Social, basado en la Promoción de la Cultura que se manifiesta en oportunidades del ambiente cultural, la oferta y demanda que generan de forma económica como humana.

¿La política está atendiendo a la población u organizaciones objetivo?

Se destacan a las organizaciones, pymes, microempresas, entre otras que permitan incentivar los objetivos que busca alcanzar la política y la manera tangible en la cual se pueden dar. Siendo

proyectos de cultura enfocados en deporte, diseño e innovación u organizaciones artísticas que desarrollen un propósito económico y humano.

Así mismo, se entiende como el emprendimiento cultural que realizan las empresas u organizaciones creativas permite el cumplimiento fundamental de esa política por lo que al fomentar apoyo y generar crecimiento de las industrias creativas se estaría atendiendo por dos lados a la población objetivo.

¿Se tiene un sustento que permita considerar los productos planeados cómo relevantes?

Para poder abundar en las actividades que permiten las industrias creativas debemos recurrir a su concepto base de medición y los resultados captados para entender sus magnitudes.

“La CSC, es un sistema de información económica focalizado, continuo y comparable de los bienes y servicios culturales, de las actividades que los producen, y del campo cultural en general, que está inscrito metodológicamente dentro del Sistema de Cuentas Nacionales.” (DANE, 2018)

Tabla 7

Cuenta Satélite de Cultura a nivel nacional y su crecimiento previo al primer lapso presidencial 2010 - 2014

Conceptos	2005	2006	2007	2008	2009
Cuenta de producción					
Producción	7,295,800	8,019,957	9,279,629	9,619,623	9,578,090
Consumo intermedio	2,973,418	3,273,169	3,820,009	3,946,486	3,933,282
Valor agregado bruto	4,322,381	4,746,786	5,459,618	5,673,136	5,644,806

Conceptos	2005	2006	2007	2008	2009
Crecimiento anual		9.82%	15.02%	3.91%	-0.50%

Nota. Cuenta Satélite de Cultura para los años previos al PND 2010-2014. Tomado de: DANE - Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN) [Archivo excel]. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-nacional-2005-2017p>

De igual forma, contemplar el indicador que permita fomentar estos desarrollos o crecimientos en función del cumplimiento de la política antes presentada, esto a través del indicador que muestra a las organizaciones artísticas como promotor del emprendimiento cultural presentado en Sinergia.

¿Se llegó a presentar efectividad en el proceso que planteaba la política?

El indicador traído de Sinergia propiamente llamado Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural será utilizado para medir el número de empresas u organizaciones del sector cultural que lleguen a promover y presentar beneficios a través del emprendimiento cultural que fomente el mismo Ministerio de Cultura (Sinergia, 2015)

Tabla 8

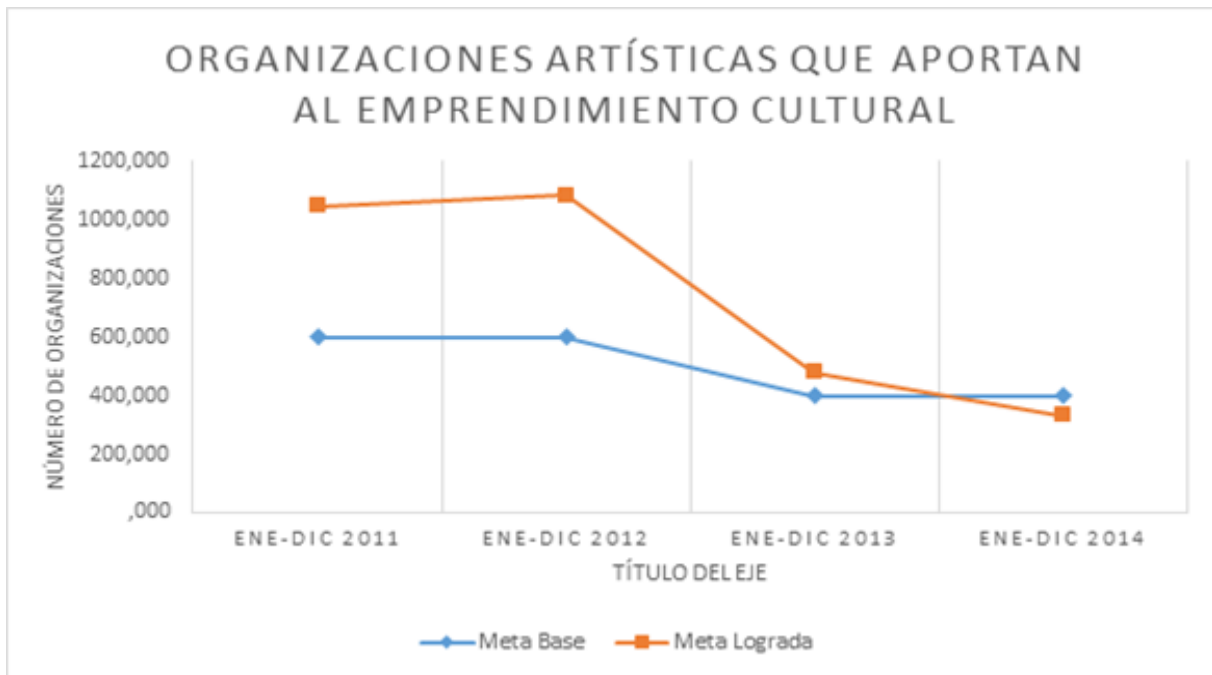
Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Lograda
Línea de base 2010-2014	-	334.00	
Ene-Dic 2011	600.00	1,045.00	174.17%
Ene-Dic 2012	600.00	1,084.00	180.67%
Ene-Dic 2013	400.00	479.00	119.75%
Ene-Dic 2014	400.00	333.00	83.25%

Nota. Emprendimiento cultural dado a partir de las artes artísticas. Tomado de: Sinergia - Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/856/2529>

Figura 5

Meta base y meta lograda de las organizaciones artísticas capacitadas en emprendimiento cultural



Nota. Meta base vs meta lograda para el periodo 2010 y 2014. Tomado de: Sinergia - Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/856/2529>

¿Los productos presentaron un comportamiento acertado?

Mostramos los análisis propios del Departamento Nacional de Planeación frente a los aspectos fundamentales del producto y los resultados que llegó a generar:

Una vez consolidada la información emitida por parte de la Universidad de los Andes y la incubadora de empresas culturales PRANA, el total de organizaciones culturales que presentaron planes de negocio o proyectos culturales al finalizar el proceso de formación fue de 1045. El crecimiento evidenciado por el programa en relación con las metas inicialmente planteadas, 600 para la vigencia 2011, respondió a que la estrategia de formación para el emprendimiento cultural se planteó como responsabilidad del Grupo de Emprendimiento Cultural y se transformó en una estrategia integral de todas las áreas misionales del Ministerio de Cultura.

En el mes de diciembre se adelantó la asesoría virtual del taller de formación emprendimiento cultural para la innovación y el desarrollo, estructuración y formulación de proyectos culturales y planes de negocio, en las ciudades de: Medellín, Cali, Barranquilla, Quibdó, San Andrés, Cartagena, Santa Marta, Riohacha. En el 2012, se formaron 1084 organizaciones culturales en 75 cursos adelantados a través de las dos estrategias de formación implementadas, avance con el cual se alcanza el 106% de la meta planteada para el cuatrienio.

Finalizado el taller de formación y asesoría en emprendimiento cultural para la innovación, el desarrollo y la asociatividad, se formaron 386 organizaciones, y en el curso de emprendimiento cultural para el desarrollo local, realizado en asocio con la universidad de Antioquia se certificaron 93 organizaciones; sumando las 2 estrategias de formación se capacitaron 479 organizaciones; con lo cual a diciembre 2013 el cumplimiento consolidado de la meta cuatrienio es de 126%.

Actualmente se encuentra en trámite un convenio de asociación entre la Universidad de Antioquia, El Ministerio de Cultura y la Fundación Pacif Rubiales, que permitirá realizar el curso de emprendimiento cultural para el desarrollo local en 11 municipios y 4 resguardos indígenas.

En la vigencia 2014 se han formado en emprendimiento cultural 333 organizaciones del sector Cultura. Curso de emprendimiento cultural para el desarrollo local 2014 en 5 municipios del país: El Charco, Nariño; Moñitos, Córdoba; Bucaramanga, Santander; Itagiúí, Antioquia y Armero Guayabal, Tolima, formándose 52 organizaciones culturales. En desarrollo del laboratorio C3+d se formaron 63 organizaciones culturales y en la ruta 1 y 2 del programa emprende cultura se formaron 157 organizaciones culturales.

Con los resultados alcanzados en la vigencia 2014 se llegó a un total de 3.275 Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural en el cuatrienio 2010-2014, superando la meta establecida de 2.334 en un 40%. (Sinergia, 2015)

Tabla 9

Cuenta Satélite de Cultura a nivel nacional y su crecimiento durante el primer lapso presidencial 2010 - 2014

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014
Cuenta de producción					
Producción	\$ 10,657,877.19	\$ 11,024,633.36	\$ 11,682,509.86	\$ 12,537,280.52	\$ 13,409,216.46
Consumo intermedio	\$ 4,398,932.53	\$ 4,554,106.27	\$ 4,851,942.55	\$ 5,257,898.86	\$ 5,646,459.15
Valor agregado bruto	\$ 6,258,943.07	\$ 6,470,524.78	\$ 6,830,565.45	\$ 7,279,379.70	\$ 7,762,755.41

Conceptos	2010	2011	2012	2013	2014
Crecimiento anual		3.38%	5.56%	6.57%	6.64%

Nota. Cuenta Satélite de Cultura para el PND 2010-2014. Tomado de: DANE - Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN)” [Archivo excel]. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-nacional-2005-2017p>

Se demuestra como la incidencia del gobierno en sus políticas públicas a través de las industrias creativas representan una proporción muy favorable con lo realizado por el país anteriormente y siempre enfocado en obtener los objetivos o metas planteadas en su (PND), por lo tanto, correcto en lo planteado y por esa razón decimos que la crítica va enfocada hacia el sostenimiento o la constancia que deben tener las implicaciones de las industrias creativas ya que en el último año se descuidan y no presentan la relevancia habitual desafiando las metas del gobierno.

4.3 Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 desarrollado por Industrias Creativas

Fomento de las industrias creativas bajo el marco de las políticas públicas con el fin de aumentar la empleabilidad dándole prioridad al sector cultural dentro de la cadena de valor creada, aumentando la demanda de los consumidores, en este apartado se hizo el seguimiento de las políticas propuestas en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 bajo el segundo lapso presidencial, es importante reconocer las actividades, productos y los insumos como recursos utilizados para evaluar su efectividad a lo largo de estos años anteriormente mencionados, que dan pie a las industrias culturales hoy en día.

Para comenzar daremos un enfoque selectivo a las políticas que se determinaron el crecimiento y preservación de la cultura para nuestro país, escogimos dos que enfocaron el mayor trabajo propuesto por el gobierno nacional, la primera, es la consolidación de organizaciones del sector cultural formalizadas; segunda, las empresas cinematográficas fortalecidas, ambas políticas con el seguimiento dada una metodología propuesta veremos su efectividad de la cadena de valor de la cultura y si han añadido un mayor valor agregado como crecimiento al sector.

4.3.1 Política sobre las Organizaciones del sector cultural formalizadas

Tabla 10

Metas y productos del PND

Meta intermedia	Linea base 2014	Meta base 2018
Organizaciones del sector cultural formalizadas	n.d	110
Producto	Linea base 2014	Meta base 2018
Emprendedores culturales beneficiados con recursos de capital semilla y créditos	88	200
Empresarios culturales apoyados para hacer presencia en mercados internacionales de industrias culturales	n.d	83

Nota. La tabla nos muestra la meta para las organizaciones del sector cultural formalizadas con el fin de incentivar el desarrollo de una economía naranja. Tomado de: Departamento Nacional de Planeación – Plan Nacional de Desarrollo (2014 – 2018) Todos por un nuevo país [Archivo en word] <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/pnd/pnd%202014-2018%20tomo%201%20internet.pdf>

- Emprendedores culturales beneficiados con recursos de capital semilla y créditos

¿La política está atendiendo a la población objetivo?

Para el cumplimiento de la meta principal el gobierno nacional determinó las siguientes actividades para el cumplimiento de la meta propuesta que a pesar de no tener una base determinada se propuso como meta principal consolidar 110 organizaciones bajo el apoyo a emprendedores culturales beneficiados con recursos de capital semilla y créditos, y empresarios culturales apoyados para hacer presencia en mercados internacionales de industria culturales, haremos el seguimiento a las actividades propuestas para lograr su efectividad.

¿Se entregaron los productos planeados?

Bajo el marco de las políticas públicas se hizo el seguimiento a la primera actividad bajo la cual para la realización de este proyecto y obtener los resultados esperados junto con Bancóldex en el 2014 se dio la continuidad al programa de inversión en fondos de capital privado.

Durante el año se completaron dos evaluaciones de fondos de capital y se evaluaron otros 10 fondos. El Comité de Inversiones aprobó compromisos de inversión por 3 millones de dólares y 2 millones de dólares en dos nuevos fondos de capital emprendedor enfocados en tecnología e innovación (Bancóldex, 2015)

¿Cuál fue la efectividad de la política?

Tabla 11

Metas y productos

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Ene-Dic 2015	50.00	50.00	100.00%
Ene-Dic 2016	50.00	192.00	384.00%
Ene-Dic 2017	50.00	1.00	2.00%
Ene-Dic 2018	50.00	33.00	66.00%

Nota. Comportamiento anual del indicador - Emprendedores culturales beneficiados con recursos de capital semilla y créditos. Tomado de : Sinergia - Incentivo al emprendimiento e industria cultural [Archivo en word]
<https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4924>

¿Los productos tuvieron la calidad y oportunidad esperadas?

El convenio con Bancoldex financio en el mes de diciembre 33 pequeñas empresas y microempresas por un valor total de \$ 2,194,600,000 completando una ejecución del 98,88%, quedando un saldo de \$ 562,062,81 equivalente al 1,12% de los recursos del Ministerio. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

La política respondió efectivamente al primer año con una tasa 100% y se tuvo una tendencia positiva que para el año entrante se tuvo un aumento por encima de lo estimado alrededor de 384% luego entramos en un momento difícil donde vemos que el apoyo a los emprendedores disminuyó drásticamente, a pesar de este pequeño contratiempo en lo corrido del 2 lapso presidencial se consolidaron como anteriormente lo hemos evidenciado en 276 apoyos financieros a estos emprendedores y superó la expectativa.

-Empresarios culturales apoyados para hacer presencia en mercados internacionales de industrias culturales

¿La política está atendiendo a la población objetivo?

Parte del fortalecimiento de las industrias culturales y creativas del país, que desarrolla el Ministerio de Cultura apoyando a nuevos empresarios de las múltiples áreas de la economía naranja, una de ellas como estrategia de la industria musical del país dándole oportunidad de participar en las ediciones del proyecto Womex, con aportes de recursos de cofinanciación a 15 empresarios de la música en Colombia; además se cubre la acreditación al evento por con siguiente se dictaminaron talleres, asesorías, inteligencia de mercado y comunicación, realizando un proceso integral que busca fortalecer las propuestas de cara a las oportunidades de negocio en Womex. (Ministerio de Cultura, 2018)

¿Cuál fue la efectividad de la política para cumplir sus objetivos?

Tabla 12

Comportamiento del indicador empresario culturales apoyados para hacer presencia en mercados internacionales

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Ene-Dic 2015	20.00	26.00	130.00%
Ene-Dic 2016	20.00	75.00	375.00%
Ene-Dic 2017	20.00	20.00	100.00%
Ene-Dic 2018	23.00	12.00	52.17%

Nota. Comportamiento anual del indicador - Empresarios culturales apoyados para hacer presencia en mercados internacionales de industrias culturales. Tomado de: Sinergia - Incentivo al emprendimiento e industria cultural. [Archivo en word] <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4925>

“Se finalizó el proyecto Colombia en Womex, y el de Frankfurt, se han entregado 9 bolsas de apoyo a la traducción y se encuentran en trámite administrativo los 2 restantes.” (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

¿Los productos tuvieron la calidad y oportunidad esperadas?

Desde hace ocho años, el Ministerio de Cultura se ha propuesto acompañar el posicionamiento de las industrias culturales colombianas en la agenda internacional, adelantando acciones con entidades gubernamentales, empresas privadas, fundaciones y organizaciones multilaterales, con el propósito de promover y apalancar proyectos que evidencian un alto impacto social y que pueden generar amplia repercusión en el desarrollo del país. El Grupo de Emprendimiento Cultural, a través de la política para el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas del país, trabaja desde el año 2012 en la estrategia de internacionalización de la música colombiana. Esta iniciativa surge de la necesidad de desarrollar espacios para la circulación de nuestra música en escenarios internacionales que generen oportunidades de negocios a los empresarios del sector.

Esto lo demostró la diversa delegación que se hizo presente en la feria de Músicas del Mundo Womex 2018, conformada por más de 25 empresarios de la industria de la música, entre ellos: managers, productores, sellos discográficos, músicos, periodistas, plataformas de distribución digital, entre otros; así como la presencia de 2 “showcases” oficiales en

Womex de los artistas Elkin Robinson de la isla de Providencia y Santa Catalina y Cero 39 de la Costa Caribe y la ciudad de Bogotá.

El Womex es uno de los mercados más importantes del planeta y se lleva a cabo desde 1994. Colombia ha crecido y sigue presentándose, y se ha ganado un espacio allí. Estar presente aquí es muy determinante para seguir consolidándonos”, afirma Consuelo Arbeláez, gestora a nivel internacional de las nuevas músicas colombianas. (Ministerio de Cultura, 2018)

De acuerdo al comportamiento del indicador tuvo un efecto positivo a dichos indicador que respondió con un incremento del 130% en 2015 para el primer año, consecutivamente seguido de un incremento del 375% en el 2016, de tal forma se mantuvo constante el margen de alcanzar la meta del apoyo a los emprendedores y alcanzó una tasa de efectividad del 100% para el 2017 aunque en el 2018 no alcanzó su meta con un porcentaje de 52,17%, en proyección a lo estimado en promedio para el periodo presidencial se obtuvo una efectividad de 133% gracias a los proyectos anteriormente explicados como el proyecto Womex que apoyó a muchos músicos que ahora son apoyados bajo estas modalidades con el fin de preservar nuestra cultura y sea exportada a más lugares en el mundo.

Como parte fundamental de la inserción de estas actividades que ayudaron a alcanzar la meta principal de lograr que organizaciones del sector cultural se formalizarán a partir de las proyecciones pactadas en el plan nacional de desarrollo 2014-2018 se encontró como resultados de esta política, lo siguiente:

- Organizaciones del sector cultural formalizadas

Para la realización y consolidación de las organizaciones del sector cultural formalizadas durante el lapso presidencial 2014-2018 surgieron varios proyectos con el fin de categorizar las industrias culturales y creativas, por ejemplo, en Bogotá se llevó a cabo la investigación donde para el año 2016 la secretaría de la cultura, recreación y deporte (SCRD) junto con la cámara de comercio de Bogotá (CCB), conjuntamente conjugaron sus esfuerzos para acceder a los recursos económicos del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural de la UNESCO, por medio de un proyecto integral dirigido a fortalecer el sistema el ecosistema de las industrias culturales y creativas, atendiendo a puntos esenciales, tales como:

Como primer componente, atendiendo a la necesidad de actualizar las estadísticas culturales en la ciudad y con el ánimo de fortalecer el sistema de información económico de la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá (SCRD – Departamento Administrativo Nacional de Estadística), se identificó la necesidad de realizar el estudio de Caracterización de las Industrias Culturales y Creativas en Bogotá para los sectores de artes escénicas, audiovisual, música, libros y publicaciones, artes visuales y entidades sin ánimo de lucro –ESAL

Como segundo componente, se realizaron talleres de formación, fortalecimiento y acompañamiento especializado a 150 empresarios y emprendedores de los sectores de las artes escénicas, editorial y artes plásticas, con el objetivo de optimizar las habilidades empresariales en múltiples áreas del conocimiento (derechos de autor, estructura de costos, networking, mercadeo, normativas sectoriales, marketing e internacionalización de bienes y servicios). Estos servicios enriquecieron la actual oferta de formación empresarial que la CCB tiene para estas industrias. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019)

Con esto contrastamos que en el proyecto anterior expuesto explica que las organizaciones culturales han tenido un mayor impacto y que es necesario reconocer su importancia en la cadena de valor en nuestra economía, por esa razón que estos proyectos ayudaron a formalizar las organizaciones culturales.

Tabla 13*Comportamiento anual del indicador organizaciones del sector cultural formalizadas*

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Ene-Dic 2015	28.00	40.00	142.86%
Ene-Dic 2016	27.00	30.00	111.11%
Ene-Dic 2017	28.00	28.00	100.00%
Ene-Dic 2018	27.00	23.00	85.19%

Nota. Comportamiento anual del indicador - Organizaciones del sector cultural formalizadas. Tomado de: Sinergia - Incentivo al emprendimiento e industria cultural. [Archivo en word] <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEnt/26/1249/4923>

En el transcurso del año 2018 trabajaron en formalización 27 organizaciones del sector cultural, de las cuales se terminó el proceso en el mes de diciembre de 23 de ellas, dentro de las diferentes actividades para las organizaciones el sector, i) Se recibe por parte del operador del convenio 2593-18 y conforme a las obligaciones en este, una publicación digital (página web) con 11 circuitos creativos o herramientas regionales donde se ubican los agentes, espacios de intermediación y circulación cultural identificados en cada uno de los siguientes municipios: Cúcuta, San Andrés Islas, Bucaramanga, Área Metropolitana de Bucaramanga, Manizales, Pereira, Ibagué, Pasto, Buenaventura, Barranquilla, Aburrá Sur. ii) Se finalizaron las investigaciones del GEC para este periodo. iii) En la cuenta satélite se tiene diagramado el documento y se encuentra en edición. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Para el primer año se tiene un crecimiento de 142,86% superando las metas propuesta de crecimiento por año, para el 2016 se supera la meta propuesta llegando a un margen de efectividad en un 111,11% de efectividad de la política, durante 2017 tenemos un cumplimiento del 100% de la meta formalizando 28 industrias y culminando el periodo presidencial final de una meta fijada de 27 organizaciones culturales formalizadas pasamos a 23 logrando solo un 85,19%, pero al momento de evaluar la política se llega a una efectividad de 110 empresas se formalizaron 121, logrando una efectividad de 110%; por lo tanto, lo anteriormente descrito muestra que efectivamente la política respondió efectivamente a todos los insumos, actividad y productos propuestos en el plan nacional de desarrollo como podemos verlo en la tabla 13.

4.3.2 Política sobre las empresas productoras cinematográficas fortalecidas

Tabla 14

Aumento de las industrias cinematográficas, metas pactadas en el PND 2014-2018

Meta intermedia	Línea base 2014	Meta base 2018
Empresas productoras cinematográficas fortalecidas	8	10
Producto	Línea base 2014	Meta base 2018
Largometraje de cine, de producción o coproducción nacional, estrenados comercialmente en el país	88	200
Espectadores en salas de cine en el país de películas colombianas	1,722,971	1,800,000
Rodaje de películas en el país en el marco de la Ley 1556 de 2012	1	16

Nota. Metas esperadas plasmadas en el PND 2014-2018. Tomado de: Departamento Nacional de Planeación – Plan Nacional de Desarrollo (2014-2018) Todos por un nuevo país. [Archivo en word] <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/pnd/pnd%202014-2018%20tomo%201%20internet.pdf>

Según el Plan de desarrollo Nacional 2014-2018 determinó que para los años de vigencia de este plan se fijaron unas metas con el fin de preservar e incrementar el patrimonio cultural e incentivar el sector cultural para las empresas productoras cinematográficas que se fortalecerán en un 25% pasando de 8 a 10 empresas proyectadas para esta política. Para el primer producto tenemos que los largometrajes de cine y producción o coproducción nacional estrenados en el país; de tal forma que para el 2014 de 17 largometrajes la meta para el 2018 era incrementarla a 68, es decir, 300% en incremento de la producción de las mismas.

-Largometrajes de cine, de producción o coproducción nacional, estrenados comercialmente en el país

¿La política está atendiendo a la población objetivo?

Esta primera Ley de Cine (Ley 814 de 2003) contempla estímulos tributarios a inversionistas y donantes de la empresa privada que se vinculen a proyectos cinematográficos, consistentes en deducir de su renta el 165 % de lo invertido o donado. Este beneficio ha significado una transferencia de recursos del sector privado al cine

colombiano por \$208.563 millones desde 2004, de los cuales \$162 mil millones han sido invertidos entre 2010 y 2017. Así mismo, la Ley de Cine creó el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), que recibe los dineros recaudados a través de la cuota parafiscal que pagan los exhibidores, distribuidores y productores como resultado de la exhibición de películas en salas de cine en el país. Este fondo ha conseguido recaudar más de \$202.556 millones desde su creación, de los cuales más de \$159 mil millones se obtuvieron entre 2010 y 2017. (Ministerio de Cultura, 2018)

¿Se entregaron los productos planeados?

Durante el 2014 el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (Cnacc) decidió abrir la convocatoria por concurso a la que llamaron “Estímulo integral a la Producción y Promoción de Largometrajes”, con el fin de fortalecer todas las etapas de la producción, desde el desarrollo hasta el estreno en salas y promoción de las películas en eventos internacionales. Para la fecha se entregaron 7 premios, por 13.900 millones como respaldo al cine colombiano para enfrentar el esquema industrial de la distribución y la exhibición que ha sido una desventaja para la producción nacional que compite contra la exhibición internacional; con el fin de lograr lo propuesto la Ley de Cine estimula la exhibición de cortometrajes dándole mayor sustento a esta ley con los decretos 554 y 1122 de 2017 que aumenta el promedio de exhibiciones por sala, fomenta el oficio de los realizadores y estimula la calidad de los cortometrajes (Ministerio de Cultura, 2018)

¿Cuál fue la efectividad de la política para cumplir sus objetivos?

Tabla 15

Comportamiento anual del indicador largometrajes de cine, de producción o coproducción nacional estrenados comercialmente en el país

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Ene-Dic 2015	17.00	36.00	211.76%
Ene-Dic 2016	28.00	41.00	146.43%
Ene-Dic 2017	28.00	44.00	157.14%
Ene-Dic 2018	28.00	38.00	135.71%

Nota. Comportamiento anual del indicador Largometrajes de cine, de producción o coproducción nacional, estrenados comercialmente en el país (ley 814). Tomado de: Sinergia - Incentivo al emprendimiento e industria cultural [Archivo excel]
<https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4920>

Con el fin de cumplir las metas propuestas a lo largo del 2018 se estrenaron 38 largometrajes nacionales:

1. SI SABEN COMO ME PONGO
2. CIRO Y YO
3. UNA SELFIE CON TIMOCHENKO
4. MATAR A JESUS
5. LA PENA MAXIMA
6. SAL
7. AMALIA LA SECRETARIA
8. VIRUS TROPICAL
9. NOS FUIMOS PAL MUNDIAL
10. NACER
11. VIA CRUCIS
12. ADIÓS ENTUSIASMO
13. NADIE NOS MIRA
14. SANTO CACHÓN
15. PAJAROS DE VERANO
16. ANGUSTIA
17. PERIODO DE PRUEBA
18. CANDELARIA
19. PELUCAS Y ROKANROL
20. TRES ESCAPULARIOS
21. LA MUJER DE LOS SIETE NOMBRES
22. SOMOS CALENTURA
23. YO NO ME LLAMO RUBEN BLADES
24. PA LAS QUE SEA PAPA - HASSAM
25. YO LUCAS
26. EL REALITY
27. DEMONIOS TUS OJOS
28. LA CALETA
29. DOBLE
30. COMO TE LLAMAS
31. EN EL TALLER
32. MY WAY OR THE HIGHWAY
33. EL MAN DEL PORNO
34. WAJIB
35. LA NEGOCIACION
36. ENTRE NOSOTROS
37. CIUDAD A CONTRA LUZ
38. EL PASEO 5 (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

¿Los productos tuvieron la calidad y oportunidad esperadas?

Bajo el marco de la Ley de Cine el efecto de dicha política marcó fuertemente al sector cinematográfico y le dio un impulso donde el primer año se lograron estrenar 36 largometrajes en

salas de cine de producción nacional lo cual representó un incremento del 211,77% para el 2015, este incentivo tuvo tendencias positivas a lo largo del periodo presidencial en referencia, para el 2016 se tuvo un incremento de 146,43% respectivamente, para el 2017 para el sector tuvo un incremento del 157,14% y finalizando el periodo presidencial de la meta proyectada eran presentar en sala 28 largometrajes nacionales los resultados esperados fueron satisfactorios y se presentaron 38 largometraje superando la meta anual teniendo un 135,71% de efectividad en esta actividad, y tomando un consolidado del periodo presidencial tenemos que la meta era proyectar al menos 101 largometrajes y gracias a las financiaciones y apoyo de los consumidores se lograron presentar en salas alrededor de 159 producciones nacionales logrando conseguir una tasa de efectividad del 157,43% para dicho producto con el fin de preservar el patrimonio cultural.

-Espectadores en salas de cine en el país de películas colombianas

¿La política está atendiendo a la población objetivo?

Colombia cuenta con una buena oferta de pantallas. Para el 2016 se contaban con 1.008 frente a otros países Latinoamericanos; fue después que bajo la Ley de Cine y desde la Ley General de Cultura en 1997 cuando se empezó a armar un andamiaje institucional para las áreas culturales, es por esta razón que bajo las políticas públicas correspondientes se fomentaron las industrias con el fin de aumentar la producción de la producción de material cinematográfico nacional. (Calderon Acero, 2021)

¿Se entregaron los productos planeados?

En 2017, las estadísticas mostraron que las cinco grandes distribuidoras tenían el 23 % del total de los estrenos, pero llevaron el 80 % de los espectadores a salas de cine. Del mismo modo, se exhiben en 327 pantallas colombianas y sus títulos permanecen una media de 46 días en cartelera. Esto se traduce en un predominio de la distribución comercial frente al contenido independiente o alternativo.

Así, para 2017, los catálogos de los distribuidores independientes Babilla y Cineplex, conjuntamente, abarcaron el 24% de los estrenos del año, pero sus películas lograron menos del 2 % de los espectadores totales. En promedio, cualquiera de estos distribuidores

apostados por el contenido alternativo tiene una cinta exhibida durante un promedio de 46 días y alcanza treinta pantallas, menos del 3% del total de salas del país. (Calderon Acero, 2021)

¿Cuál fue la efectividad de la política para cumplir sus objetivos?

Tabla 16

Comportamiento anual del indicador espectadores en salas de cine en el país de películas colombianas

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Ene-Dic 2015	2,000,000.00	3,445,058.00	172.25%
Ene-Dic 2016	3,000,000.00	4,786,999.00	159.57%
Ene-Dic 2017	3,000,000.00	3,680,874.00	122.70%
Ene-Dic 2018	3,000,000.00	2,177,111.00	72.57%

Nota. Comportamiento anual de indicador Espectadores en salas de cine en el país de películas colombianas. Tomado de: Sinergia - Incentivo al emprendimiento e industria cultural [Archivo excel] <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4921>

Entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2018 asistieron 2.177.111 espectadores a salas de cine del país a películas colombianas con reporte parcial de salas. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

¿Los productos tuvieron la calidad y oportunidad esperadas?

Para determinar la efectividad del producto tenemos que gracias a la Ley de Cine y el amperaje a las industrias cinematográficas lograron al primer año de vigencia de la nueva modificación a la ley el número de espectadores para el primer año era de dos millones como meta, afortunadamente alrededor de 3.445.058 de espectadores vieron algún largometraje o cortometraje de producción nacional logrando un efecto positivo llegando a una tasa de efectividad de 172,25% siguiendo la tendencia positiva para el 2016 se superó la meta pasando los 3 millones según lo propuesto llegando a los 4.786.999 llegando al 159.57% de efectividad, para el 2017 se logró 3.680.874 espectadores logrando una tasa del 122,70% para el 2018 se cerró el periodo presidencial con una

tasa de efectividad del 72,57% y consolidando el progreso total no se logró con satisfacción la meta de llegar a los tres millones de espectadores en salas que vieran un cortometraje o largometraje de producción nacional solo se tuvo un 72,57% de efectividad teniendo 2.177.111 espectadores únicamente.

-Rodaje de películas en el país en el marco de la Ley 1556 de 2012

¿La política está atendiendo a la población objetivo?

Bajo la Ley 1556 de 2012 podemos decir que:

Esta ley tiene por objeto el fomento de la actividad cinematográfica de Colombia, promoviendo el territorio nacional como elemento del patrimonio cultural para la filmación de audiovisuales y a través de estos, la actividad turística y la promoción de la imagen del país, así como el desarrollo de nuestra industria cinematográfica

Créase el Fondo Fílmico Colombia (FFC), como una cuenta especial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuyos recursos están constituidos por

1. Los que se le asignen anualmente en el presupuesto nacional.
2. Los derivados de los rendimientos financieros y operativos del Fondo Fílmico Colombia (FFC).
3. El producto de la venta o liquidación de sus inversiones.
4. Las donaciones, transferencias y aportes en dinero que reciba.
5. Los aportes de cooperación internacional. (Gobierno de Colombia, 2012)

¿Se entregaron los productos planeados?

Aunque esta ley ayudó mucho a la producción según un informe donde se entrevistaron a los trabajadores de la producción de películas admitieron no haber sido parte de la discusión de los beneficios sobre la política y sus coberturas, por lo tanto, solo unos pocos conocían algunos aspectos relacionados con los incentivos económicos a los que podían acceder las producciones fugitivas. (Uribe Jongbloed, Mora Moreo, Corredor Aristizábal, & Martínez Moreno, 2021)

De cualquier forma, todos reconocieron un aumento en el nivel de la producción, a pesar de que algunos habían trabajado antes en coproducciones internacionales. Dicha cuestión ha puesto en tela de juicio su efectividad, por lo tanto, manifestaron lo siguiente:

Entre los aspectos que más preocupan a los trabajadores se mencionó la falta de un sistema de cuotas o un mecanismo similar que garantice que la participación colombiana no sea solo para los trabajos de bajo nivel, y la falta de una cláusula que incluya incentivos económicos para el desarrollo de la postproducción nacional, de modo que los beneficios no recaigan exclusivamente en la etapa de producción. (Uribe Jongbloed, Mora Moreo, Corredor Aristizábal, & Martínez Moreno, 2021)

¿Cuál fue la efectividad de la política para cumplir sus objetivos?

Tabla 17

Comportamiento anual del indicador rodaje de películas en el país en el marco de la Ley 1556 de 2012

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Ene-Dic 2015	4.00	10.00	250.00%
Ene-Dic 2016	6.00	7.00	116.67%
Ene-Dic 2017	6.00	3.00	50.00%
Ene-Dic 2018	6.00	6.00	100.00%

Nota. Comportamiento anual del indicador. Rodaje de películas en el país en el marco de la Ley 1556 de 2012. Tomado de: Sinergia - Incentivo al emprendimiento e industria cultural. [Archivo excel] <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4922>

No se realizaron nuevos rodajes durante el mes de diciembre. Entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2018 las obras cinematográficas rodadas total o parcialmente en el país y que celebran contratos de Filmación Colombia son: 1. FLARSKY 2. MILE 22 3. RUNNING WHIT THE DEVIL 4. GEMINI MAN 5. HACIA LA BATALLA 6. THE KILL CHAIN (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

¿Los productos tuvieron la calidad y oportunidad esperadas?

Para el rodaje de película en el país por año se propusieron diferentes metas con el fin de lograr la meta deseada articulando los deseos de los trabajadores de la industria, por lo tanto, en el primer año el gobierno se proyectó en al menos presentar 4 películas bajo en marco de la Ley 1556 de 2012, su respuesta fue positiva lo que impulsó el sector llevándolo a una tasa de efectividad de 250% siguiendo la tendencia y relaciones más el apoyo de la Ley de Cine se logró llegar a rodar 7 películas logrando una tasa del 116.67% de efectividad para el 2016, al siguiente año solamente se lograron rodar 3 películas de las 6 propuesta logrando solamente el 50% de efectividad y cerrando este periodo presidencial se logró rodar la 6 películas proyectadas como meta del gobierno de Juan Manuel Santos.

En Colombia la Ley 814 de 2003 y la Ley 1556 de 2012 son los principales instrumentos para impulsar el desarrollo de la actividad cinematográfica; la Ley 814, o ley de cine, ofrece estímulos para producciones y coproducciones colombianas a través de dos mecanismos: I) Estímulos tributarios para aquellos contribuyentes que inviertan en proyectos cinematográficos nacionales y II) El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico - FDC; por su parte, la Ley 1556 ofrece beneficios económicos a las empresas que rueden obras cinematográficas en Colombia.

El desarrollo de la industria cinematográfica colombiana ha tenido como herramienta principal la Ley 814 de 2003, mejor conocida como *Ley de Cine*. Las películas estrenadas entre 2014 y 2018 constituyeron al incremento de filmes producidos en la historia del cine colombiano, y significó empleo para realizadores y técnicos, nuevas inversiones en tecnologías y una oferta amplia y diversa de historias para los espectadores. (Ministerio de Cultura, 2019)

Tabla 18*Empresas productoras cinematográficas fortalecidas durante 2014-2018*

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Ene-Dic 2015	10.00	16.00	160.00%
Ene-Dic 2016	12.00	11.00	91.67%
Ene-Dic 2017	12.00	16.00	133.33%
Ene-Dic 2018	12.00	17.00	141.67%

Nota. Comportamiento anual del indicador. Empresas productoras cinematográficas fortalecidas. Tomado de: Sinergia - Incentivo al emprendimiento e industria cultural. [Archivo excel] <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4919>

En lo corrido del 2018, las empresas que producen y estrenan como mínimo su segunda película en salas de cine del país reconocidas como nacionales de acuerdo a la Ley 814 de 2003 y/o son prestadoras de servicios cinematográficos para el rodaje de películas en Colombia bajo la ley 1556 de 2012 son: 1. Take One Productions 2. Producciones la esperanza 3. AG Studios Colombia 4. Dynamo 5. 64A– Films 6. Dago García Producciones 7. Contravía Films 8. Jaguar Bite SAS 9. Producciones El Andaluz S.A.S. 10. Ocho y Medios Comunicación Ltda. 11. Antorcha Films S.A.S. 12. Cinempresa Com S.A.S. 13. Rhayuela Cine S.A. 14. Ciudad Lunar Producciones 15. Trompetero Producciones 16. Medio de Contención Producciones LTDA. 17. Dia Fragma Fábrica de Película LTDA. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Con el fin de fortalecer la industria cinematográfica el indicador nos muestra que para el primer año se propusieron fortalecer 10 empresas de las cuales 16 en su totalidad fueron fortalecidas logrando un aumento del 160% en el indicador, para el año siguiente el fortalecimiento era hacia 12 empresas proyectadas, pero solo cumplieron con 11 en su momento llegando a una tasa efectiva de 91,67%. Para el 2017 con las modificaciones y fortalecimiento de la Ley de Cine la industria creció y las empresas fortalecidas superaron a las proyectadas en el plan de desarrollo nacional logrando un efecto positivo generando una tasa de 133,33% conservando esta tendencia lograron el mismo efecto para el cierre del lapso presidencial 2014-2018 llegando a un cierre del 141,67 y en promedio el indicador que muestra la efectividad de la política pública mostró un efecto positivo que dio resultado fortaleciendo dichas industrias descritas anteriormente. Es claro que las políticas públicas propuestas en el PND de el lapso presidencial 2010 - 2014, se cumplieron a

cabalidad por el gobierno nacional, y esto permitió un fortalecimiento en esta área de la economía, es evidente que los productos lograron las metas alcanzadas generando una mejor crecimiento tanto en el sector laboral como económico, sin embargo por parte del gobierno nacional se pudieron crear políticas públicas más sólidas que permitieron el fortalecimiento a largo de plazo de la economía naranja. A través de mecanismos como la consolidación de las políticas existentes mediante leyes, decretos y normas que regulan su operación escasamente se le da importancia durante este lapso presidencial, fue necesario un ente de control o los ministerios existentes que hicieran un seguimiento a lo ejecutado y verificado a lo largo de este lapso de estudio

4.4 Bases para el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022

Al haber observado y analizado las políticas respectivas del lapso 2010-2018, debemos realizar una comparación acertada de efectos similares que permiten mover a los actores económicos para generar bienestar a través de la diversidad estructural que poseen las industrias creativas.

La comparación entre los dos mandatos previos al del gobierno nacional se realiza para lo correspondiente a las organizaciones adquiridas como componentes que permitan solventar las políticas públicas, es decir, tomaremos los datos y los conceptos correspondientes a Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural y Organizaciones del sector cultural formalizadas para los periodos estas tanto para los lapsos 2010-2014 y 2014-2018 respectivamente.

Para esto se debe observar las tablas 8 y 13, analizando de forma conjunta su desarrollo y llevando a comparación.

Tabla 19

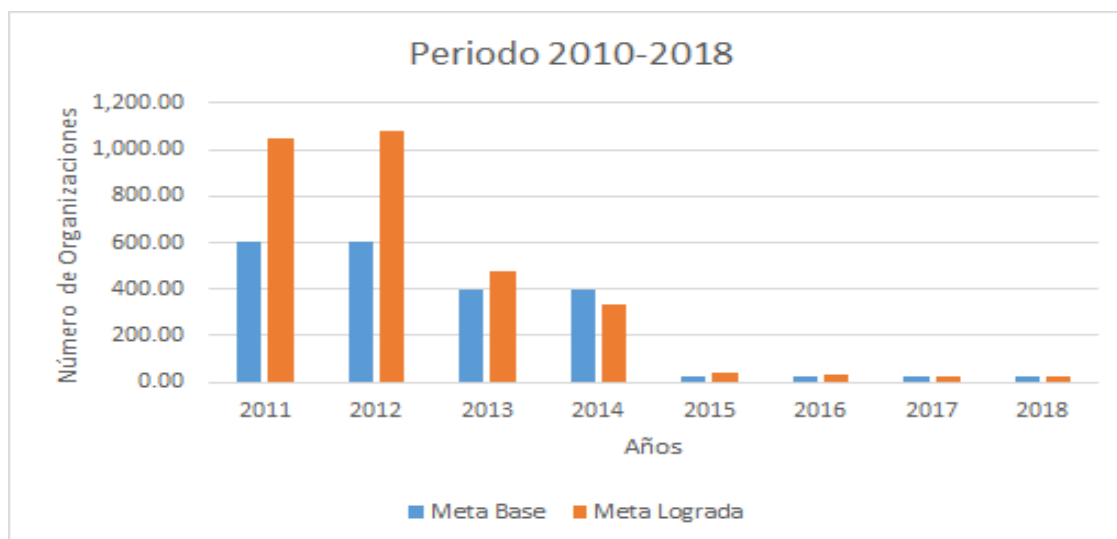
Comparación de los mandatos del gobierno nacional de 2010 - 2018 para las organizaciones creadas que permiten solucionar los problemas que manifiestan las políticas públicas.

Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado	Año	Meta Base	Meta Lograda	% Logrado
Primer periodo de Juan Manuel Santos				Segundo periodo de Juan Manuel Santos			
2011	600.00	1,045.00	174.17%	2015	28.00	40.00	142.86%
2012	600.00	1,084.00	180.67%	2016	27.00	30.00	111.11%
2013	400.00	479.00	119.75%	2017	28.00	28.00	100.00%
2014	400.00	333.00	83.25%	2018	27.00	23.00	85.19%

Nota. Comparación de organizaciones en los dos mandatos de Juan Manuel Santos. Tomado de: Sinergia - Emprendimiento e Industrias culturales - Incentivo al emprendimiento e industria cultural - Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural y Organizaciones del sector cultural formalizadas. [Archivo excel]. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEnt/26/1249/4923>
<https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/856/2529>

Figura 6

Organizaciones que provienen de las industrias culturales para ayudar en la ejecución de las políticas del gobierno nacional del año 2010 al 2018 respectivamente



Nota. Visualización general del emprendimiento cultural artístico durante los dos mandatos de Juan Manuel Santos. Tomado de: Sinergia - Emprendimiento e Industrias culturales - Incentivo al emprendimiento e industria cultural - Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural y Organizaciones del sector cultural formalizadas. [Archivo excel].<https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEnt/26/1249/4923>
<https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/856/2529>

Se toman estos dos indicadores como forma de comparación a razón de generar una percepción de lo logrado por el gobierno nacional en lo correspondiente a la aplicación de industrias creativas como motor creador de organizaciones y por lo tanto de empleo, justo con la superación de metas en 6 años de los 8 estudiados. Presentando una interacción positiva para los procesos presentados por los planes de desarrollo enfocándonos en los rendimientos crecientes que presentan o en otras palabras es el aporte a través de las industrias creativas para el desarrollo económico del país.

Dicho esto, destacamos la poca secuencia presentada de un periodo a otro en lo correspondiente a la búsqueda y creación de organizaciones creativas que permitan la expansión de las industrias creativas encaminadas a ayudar a los diferentes organismos nacionales para resolver las problemáticas de las políticas públicas y mostrar el paso de estos hacia la economía naranja.

Por esa razón la trascendencia en los distintos planes de desarrollo nos lleva ahora que en el actual PND “Pacto por Colombia, pacto por la equidad” toma la importancia como fuente de crecimiento

y desarrollo económico en el capítulo X “Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja”, donde en relación a los diferentes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y como evaluación general del entorno encontramos que las actividades en los planes de desarrollo anteriormente socializados y las financiaciones estímulos solamente existió un aumento del 13% en la demanda de las convocatorias realizadas por el MinCultura. (Departamento Nacional de Planeación, 2019, pág. 812)

De esta forma, el actual PND propone una serie de estrategias tales como, generar condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios; de esta forma las metas establecidas para lograr dicha estrategia general con el fin de preservar y no obviar a nadie de la cultura que nos rodea son:

Tabla 20

Metas propuestas para generar condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios

Indicadores de resultado					
Sector	Indicador	Línea base	Meta del cuatrienio	ODS asociado (principal)	ODS asociado (secundario)
Cultura	Bienes y manifestaciones inscritos en las listas representativas de Patrimonio Cultural Inmaterial y de Bienes de interés Cultural (Unesco y Nacional)	1.146	1.169	11. Ciudades y comunidades sostenibles	
Cultura	Promedio de libros leídos al año por la población colombiana entre 5 a 11 años	3,8	4,2	4. Educación de calidad	
Cultura	Promedio de libros leídos al año por la población colombiana de 12 años y más	4,2	4,4	4. Educación de calidad	

Nota. La tabla muestra las metas asociadas para generar condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios. Tomado de: Departamento Nacional de Planeación – Plan Nacional de Desarrollo (2014-2018) - Todos por un nuevo país. [Archivo en word] <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Pacto-por-Colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022.pdf>

Ahora estamos en un mundo donde la tecnología le ha añadido un valor agregado a la cadena de valor donde se puede duplicar su valor debido a la conectividad que puede llegar a tener gracias a que estamos sumergido en una globalización, es por esa razón que una segunda parte de este capítulo dentro del PND, nos dice como primera parte de esta sección B. “Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias” empieza con una contextualización de la relevancia del sector en el mundo:

Las industrias creativas y culturales, denominadas economía naranja, generan ingresos por USD 2,25 billones a escala mundial y 29,5 millones de puestos de trabajo, lo que corresponde a, aproximadamente, el 1 % de la población económicamente activa global. En América Latina y el Caribe, las estimaciones señalan que las industrias creativas generan ingresos por USD 124.000 millones y el 2,2 % del producto interno bruto (PIB) regional.

Apostarle a “exprimir la naranja” puede contribuir a solucionar algunos de los principales desafíos productivos y de empleo del país. Colombia posee un gran potencial para el desarrollo de la economía naranja, ligado con el necesario aprovechamiento del bono demográfico de nuestro país (Departamento Nacional de Planeación, 2019, pág. 824)

Tabla 21

Metas para lograr una Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias

Indicadores de resultado					
Sector	Indicador	Línea base	Meta del cuatrienio	ODS asociado (principal)	ODS asociado (secundario)
Cultura	Crecimiento real de los últimos cuatro años del valor agregado de los sectores de la economía naranja	2,9%	5,1%	8. Trabajo decente y crecimiento económico	9. Industria, Innovación e Infraestructura
Comercio, Industria y Turismo	Valor de las exportaciones reportado por las empresas atendidas por Procolombia pertenecientes a las actividades de la economía naranja	Por definir	USD 100 millones	8. Trabajo decente y crecimiento económico	17. Alianzas para lograr los objetivos
Trabajo	Empleos directos generados por medio del Fondo Emprender en las actividades pertenecientes a la economía naranja	791	3.500	8. Trabajo decente y crecimiento económico	

Nota. La tabla nos muestra las metas asociadas para lograr los 7 objetivos propuestos en el inciso B - Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias. Tomado de: Tomo I Plan Nacional de Desarrollo (2018-2022) - Pacto por Colombia, pacto por la equidad. [Archivo en word] <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Pacto-por-Colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022.pdf>

Articulando y colocando en una línea trascendente sobre las dos primeras ejecuciones de los antecesores planes nacionales de desarrollo, alineados con el actual y puesto en marcha toma solamente como oportunidad de crecimiento para lanzar su proyecto de ley en vigencia que busca cobijar aquellas personas pertenecientes y reestructurar sobre lo construido por Juan Manuel

Santos para explotar el potencial que nos describe el sector y como hemos evidenciado a lo largo de este trabajo.

Entonces, ahora es donde nos preguntamos ¿Si es una buena idea apostarle a ese emprendimiento o a esa idea que muchos hemos tenido y que de pronto por desinformación no lo vemos como posibilidad de sostenimiento propio u oportunidad de mejorar nuestras propias condiciones de vida?, sabemos que las condiciones de la oferta laboral no son las mejores y de pronto conseguir una oportunidad se nos ha imposibilitado por los requisitos mínimos o ser sobrevalorado para obtener un cargo que no encaja en nuestros perfiles profesionales, es por esa razón que como última herramienta el gobierno nacional, ofrece un amperaje sobre la categorización de las actividades culturales donde dentro de sí misma ofrece programas para emprendedores y organizaciones informales y comunitarios de igual forma si son sin ánimo de lucro, emprendedores y organizaciones emergentes, emprendedores y organizaciones en vías de consolidación y empresas consolidadas; entonces ¿Por qué apostarle a la economía naranja? (Ministerio de Cultura, 2019).

Tabla 22

Principales apuestas de la economía naranja

Instituciones	Información	Inspiración	Inclusión	Industria	Integración	Infraestructura
Creación Corporación Colombia Crea	Sistema de información en Economía Naranja	Fortalecimiento de Escuelas Taller y Talleres Escuela	Identificación de brechas de capacidades y diseño de cualificaciones	Formación para el emprendimiento	Turismo cultural	Implementación de mínimo 5 ADN's
Ley de Financiamiento (Rentas naranja exentas)	Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja	Programas de Estimulos y Concertación	Transferencia de conocimiento al interior de los emprendimientos creativos	Laboratorios de diseño de artesanías de Colombia	Fortalecimiento de mercados culturales y creativos	Línea de crédito Reactiva-FINDETER para infraestructura cultural
FDC y ampliación Ley 1556	Mapeos regionales y sectoriales	Espacios de experimentación y laboratorios creativos	Competencias creativas en la infancia y la juventud	Fondo Emprender (SENA)	Fortalecimiento de la participación colombiana en mercados extranjeros	Regalías para proyectos de infraestructura cultural
Agendas regionales para la economía creativa		Estimulos a investigación y creación	BEPS Naranja	Programas INNpuls	Mercados Integrados de Contenidos Originales Capacidades empresariales para elevar la productividad	Alianzas Público Privadas-APPs para construcción y gestión de infraestructura
PND: Ampliación Ley 1556 de 2012 y extensión a otros géneros audiovisuales; deducción de 165% en renta para proyectos de economía creativa.	Red de Observatorios	Política de Derecho de Autor	Identificación de brechas sectoriales Diseño de cualificaciones Piloto de formación en oficios audiovisuales	Bonos Naranja (Bancoldex)	Sello Colombia Crea PINES Naranja Estrategia de comunicaciones	Estimulos a planes de sostenibilidad de infraestructuras culturales

Nota. La tabla nos muestra las principales razones por la cual debemos apostarle a la economía naranja. Tomado de: Ministerio de Cultura – ABC Economía Naranja. [Archivo en word] https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf

Con esta hoja de ruta podemos evidenciar que las industrias han sido amparadas bajo un esquema que muestra una reestructuración para los años siguientes y actuales en los que dicho sector se está desarrollando; por lo tanto, es conocido por todos que antes de la contingencia sanitaria actual que aún estamos viviendo el aporte de la economía naranja para el PIB era de un 3.2% que a su vez generaba 600.000 puestos de trabajo. Con estas mediciones previas el gobierno actual buscaba sobrepasar estas métricas, pero debido al COVID-19 dicho sector fue sin duda el que presentó los peores escenarios para la economía, según un artículo de Bancoldex las metas se vendrían comprometidas debido a la contingencia deduce lo siguiente, para el mercado local con una perspectiva internacional:

Este hecho se ve representado en las desalentadoras cifras de empleo, exportaciones y de consumo en el año 2020 de las 103 actividades creativas y culturales. En el 2020 se generó

una reducción de más 61.500 empleos con respecto al mismo periodo del 2019, es decir, un decrecimiento del 12%, según el DANE. Con relación al impacto negativo en el comercio exterior durante el 2020, todos los segmentos de la Economía Naranja presentaron una caída en las exportaciones significativa con respecto al 2019: artes y patrimonio -28%; industrias creativas -24%; industrias culturales -47%, esta última área representa la mayor proporción de ventas en el exterior. Además de los indicadores de mercado laboral y comercio exterior con la emergencia sanitaria, los hogares redujeron su consumo en este tipo de bienes en un 23% durante 2020 con relación al 2019, según Raddar (Martínez Hernández, 2021)

Es por esta razón que se han tenido que modificar las estrategias encaminadas a mitigar el impacto que ha generado la coyuntura del COVID-19 dentro de las actividades de la economía naranja. Para ello, el gobierno nacional dentro de sus facultades crea los decretos (474 y 697 del 2020) con el objetivo de aliviar el decrecimiento y las pérdidas millonarias de esta rama de la economía. Estos decretos permiten que el sector tenga flexibilidad tributaria para así lograr una renta de la inversión en proyectos nuevos de economía naranja que permitan la inversión, cabe resaltar que las medidas nuevas que ha tomado el gobierno nacional no son suficientes debido al inminente cambio que obligó al sector a reinventarse, dado que sus servicios eran provistos de forma presencial hacia los consumidores, de esta forma investigadores manifiestan que “hay que buscar nuevas formas de hacer lo que se hacía, adaptarse a las plataformas digitales aunque este no signifique los mismo ingresos que la presencialidad. (Portafolio, 2020)

5. CONCLUSIONES

Consideramos que el trayecto efectuado por las industrias creativas para llegar a transformarse en la economía naranja durante el transcurso de tres mandatos presidenciales ha sido efectivo y acertado conforme a las capacidades que sostenía el país para el año 2010 y los posteriores. Esto debido al entendimiento que se presentó por parte de los diferentes actores que tenían la capacidad de mover la estructura que mantenían las industrias creativas en cada momento en el cual se plantea, es decir, las industrias creativas a través del lapso 2010 - 2020 ha llegado a mutar a través de diferentes nombres, pero siempre con el objetivo de estar presente en el desarrollo económico de los colombianos, esto a partir de su inclusión y distribución en diferentes actividades laborales.

Se estipula cómo es posible manifestar a las industrias creativas como componentes que lleguen a permitir o ayudar a una política pública a consolidarse como efectiva frente al planteamiento o el objetivo que traiga de su propio plan nacional de desarrollo (PND). Dicho esto, se establece cómo se adoptan políticas públicas para el lapso 2010-2018, los cuales fueron ejecutados por la primera administración donde se adoptan a las industrias creativas como objetos de apoyo y además en lo correspondiente al gobierno actual no finalizado se esperó analizar de igual forma las políticas correspondientes, sin embargo, se adapta hacia la opción de metas que promueve su (PND) para generar empleo a través de la llamada economía naranja.

Se logró examinar el alcance y efectividad de las políticas adoptadas en los dos lapsos presidenciales del 2010 - 2018 donde se hace mucho énfasis en la producción del sector de largometrajes y audiovisuales de producción nacional, en el cual trascendió lo que empezó a reflejar el valor agregado que tuvieron algunas de las actividades de la economía naranja, por ellos hace hincapié en el fortalecimiento de la ley 814 de 2003 denominada Ley de Cine, con el cual su actualización mediante los decretos anteriormente expuestos denotan un compromiso por el crecimiento de dicho sector, para no solo crear un mayor agregado en incentivar más oferta y la gama de productos nacionales en el cine y demás; con esto llegamos a que el sector durante los años estudio respondió efectivamente a la políticas propuestas a pesar que en su trascendencia al actual periodo presidencial donde es célebre la ley 1834 de 2017 o Ley naranja no retoma o hace mención alguna hasta que durante el 2019 se realiza la primer evaluación del entorno de la economía naranja, es por esa razón se deduce que se tuvieron en cuenta dichos resultados como

un recuento histórico con el fin de evaluar y reestructurar mediante las estrategias plasmadas en el plan nacional de desarrollo 2018-2022 para incentivar a la economía naranja bajo el marco de las políticas públicas anteriormente analizadas.

Colombia, es un país multicultural y diversificado en recursos naturales, debe optar por alternativas que permitan el desarrollo de su economía naranja y reinventarse ante la nueva contingencia que atraviesa actualmente en el mundo, optando por estrategias que contrarresten la crisis que ha dejado la coyuntura COVID 19, y es necesario combatirla a través de iniciativas privadas, a través de una buena gestión gubernamental por medio de políticas públicas.

BIBLIOGRAFIA

- Bancoldex. (17 de abril de 2015). *Bancoldex*. Recuperado el 28 de octubre de 2021. [PDF], de Bancoldex:
https://www.bancoldex.com/sites/default/files/images/7287_reporte_anual_2014.pdf
- Boletín Oficial del Estado. (5 de Octubre de 2005). *Boletín Oficial del Estado*. Obtenido de Boletín Oficial del Estado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=27007>
- Calderón Acero, A. C. (3 de marzo de 2021). *Dialnet*. Recuperado el 1 de noviembre de 2021. [PDF], de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7996265.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (6 de marzo de 2019). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2021. [PDF], de Cámara de Comercio de Bogotá: https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/caracterizacion_industrias_culturales_y_creativas_de_bogota_1_2.pdf
- Cable New Network. (2018, octubre 25). *Reporte acerca de la economía naranja en Colombia*. CNN. Retrieved Abril 4, 2021, from <https://cnnespanol.cnn.com/2018/10/25/que-es-la-economia-naranja-que-promueve-el-gobierno-de-ivan-duque-en-colombia/>
- Comuniza. (2019, Octubre 9). *La economía creativa, según J. Howkins*. COMUNIZA. Retrieved Marzo 29, 2021, from <https://comuniza.com/blog/economia-creativa>
- Ministerio de Cultura y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (26 de abril de 2010) Consejo Nacional de Política Económica y Social. 3659. Política nacional para la promoción de las industrias. [PDF]. Asociación Colombiana de la Propiedad Intelectual (ACPI). <http://acpi.org.co/wp-content/uploads/2013/09/CONPES-INDUSTRIAS-CULTURALES.pdf>
- Ministerio de Cultura y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (26 de abril de 2010) Consejo Nacional de Política Económica y Social. 3659. Política nacional para la promoción de las industrias. [PDF]. Asociación Colombiana de la Propiedad Intelectual (ACPI).

<http://acpi.org.co/wp-content/uploads/2013/09/CONPES-INDUSTRIAS-CULTURALES.pdf>

DANE. (2018, 31 de julio). Cuenta Satélite de Cultura. [presentación de diapositivas] [PDF].
Ministerio de Cultura.
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/2005_2017/Presentacion_Cta_Satel_Cul_2005_2017.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2011). Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I.
Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND2010-2014%20Tomo%20I%20CD.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2011). Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I.
Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND2010-2014%20Tomo%20I%20CD.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2011). Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I.
Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND2010-2014%20Tomo%20I%20CD.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2011). Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I.
Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND2010-2014%20Tomo%20I%20CD.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2011). Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I.
Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND2010-2014%20Tomo%20I%20CD.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2011). Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I.
Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND2010-2014%20Tomo%20I%20CD.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2011). Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 Tomo I.
Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND2010-2014%20Tomo%20I%20CD.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2011, 30 de abril). Balance de Resultados 2010. [PDF].
https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Balance_de_Resultados_PND_2010_final.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2015). Plan Nacional de Desarrollo 2014 - 2018 Tomo I. Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%2020142018%20Tomo%201%20internet.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2015). Plan Nacional de Desarrollo 2014 - 2018 Tomo I. Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%2020142018%20Tomo%201%20internet.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2015). Plan Nacional de Desarrollo 2014 - 2018 Tomo I. Portal web del DNP – Plan Nacional de Desarrollo. [PDF].
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%2020142018%20Tomo%201%20internet.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2015, 13 de enero). Desembolsos para modernización de pymes. Sinergia. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/834/3852>

Departamento Nacional de Planeación. (2015, 13 de enero). Desembolsos para modernización de pymes. Sinergia. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/834/3870>

Departamento Nacional de Planeación. (2015, 15 de enero). Organizaciones de las áreas artísticas capacitadas en emprendimiento cultural. Sinergia.
<https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/856/2529>

Departamento Nacional de Planeación. (2015, 15 de enero). Resultado cualitativo del indicador. Sinergia. <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/856/2529>

Departamento Nacional de Planeación. (2015, 23 de enero). Inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación -CT+I (% del PIB). Sinergia.
<https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntEs/22/933/2973>

- Departamento Nacional de Planeación. (27 de Enero de 2016). *DNP*. (A. P. Forero Ospina , & C. E. Villamizar Camargo , Edits.) Recuperado el 30 de Octubre de 2021, de DNP. [PDF]: <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/pnd/pnd%202014-2018%20tomo%201%20internet.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (2016, Enero 27). Plan Nacional de Desarrollo. PND. Retrieved Septiembre 6, 2021, [PDF]. from <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/pnd/pnd%202014-2018%20tomo%201%20internet.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (2018). Guía para el Seguimiento de Políticas Públicas. [PDF]. Disponible: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Guia_para_seguimiento_Politiccas_Publicas.PDF
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). Pacto por Colombia, pacto por la equidad (Carmen Elisa Villamizar Camargo ed., Vol. Tomo I). [PDF]. Departamento Nacional de Planeación. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Pacto-por-Colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (28 de Enero de 2019). *Sinergia*. Obtenido de Siergia App: <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4924>
- Departamento Nacional de Planeación. (28 de enero de 2019). *Sinergia*. Obtenido de Sinergia App: <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4919>
- Departamento Nacional de Planeación. (28 de enero de 2019). *Sinergia*. Obtenido de Sinergia App: <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4921>
- Departamento Nacional de Planeación. (28 de enero de 2019). *Sinergia*. Obtenido de Sinergia App: <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4922>
- Departamento Nacional de Planeación. (28 de Enero de 2019). *Sinergia*. Obtenido de Siergia App: <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4924>

Departamento Nacional de Planeación. (28 de enero de 2019). *Sinergia*. Recuperado el 26 de octubre de 2021, de Sinergia App: <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4920>

Departamento Nacional de Planeación. (12 de febrero de 2019). *Sinergia*. Obtenido de Sinergia App: <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4923>

Departamento Nacional de Planeación. (12 de febrero de 2019). *Sinergia*. Obtenido de Sinergia App: <https://sinergiapp.dnp.gov.co/#IndicadorProgEntPI/26/1249/4925>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (27 de mayo de 2019). *DANE*. Obtenido de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (26 de septiembre de 2019). *DNP*. Recuperado el 1 de noviembre de 2021, [PDF]. de DNP: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Pacto-por-Colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (Consultado 2021, 19 de octubre). Evaluación de Resultados - Dirección de Seguimiento y Evaluación de Políticas Públicas [presentación de diapositivas]. Departamento Nacional de Planeación <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Resultados.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (s.f). Mesa de Información. Economía Naranja. Consultado el 27 de agosto de 2021. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-naranja/actividades#listado-de-actividades-de-inclusion-total-34>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (s.f). Mesa de Información. Economía Naranja. Consultado el 27 de agosto de 2021. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-naranja/mesa-de-informacion>

Gobierno de Colombia. (9 de Julio de 2012). *Función Pública*. Obtenido de Función Pública: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48319>

- IN IURE. (5 de Mayo de 2019). *Revista científica semestral IN IURE Ciencias Jurídicas y Notaríales*. Recuperado el 5 de Octubre de 2021, de Revista científica semestral IN IURE Ciencias Jurídicas y Notaríales: <https://www.passeidireto.com/arquivo/98779511/492-988-1-sm>
- Martínez Hernández, J. (2021, marzo 19). *¿QUÉ ESTÁ PASANDO CON LA ECONOMÍA NARANJA?* BANCOLDX. Retrieved Noviembre 12, 2021, from <https://www.bancoldex.com/blog/2021-economia-creativa>
- Martins, A. (2010, noviembre 4). *Amartya Sen: "El desarrollo es más que un número"*. BBC. Retrieved marzo 29, 2021, from https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/11/101103_desarrollo_libertad_entrevista_sen_aw
- Ministerio de Cultura. (22 de febrero de 2018). *MinCultura*. Recuperado el 1 de noviembre de 2021, de MinCultura: <https://www.mincultura.gov.co/prensa/publicaciones/Paginas/Las-pel%C3%ADculas-colombianas-crecen-en-calidad-y-cantidad-.aspx>
- Ministerio de Cultura. (5 de junio de 2018). *Ministerio de Cultura*. (V. C. Nayibe, Ed.) Recuperado el 31 de octubre de 2021, de Ministerio de Cultura: <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Ya-est%C3%A1-abierta-la-convocatoria-de-cofinanciaci%C3%B3n-para-asistir-a-Womex-2017.aspx>
- Ministerio de Cultura. (6 de agosto de 2019). *MinCultura*. Recuperado el 1 de noviembre de 2021, de MinCultura: https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf
- Ministerio de Cultura. (31 de septiembre de 2019). *MinCultura*. (Y. Gonzalez Gómez, Ed.) Recuperado el 1 de noviembre de 2021, de MinCultura: <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/Cierre%20parcial%202014-2018.docx>.
- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2020, 9 de enero). Industrias culturales y creativas - economía naranja. Anexo 4 de la convocatoria para el fortalecimiento de

proyectos en ejecución de Ctei en ciencias de la salud con talento joven e impacto regional. [PDF]. Disponible: https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/convocatoria/anexo_4_industrias_culturales_y_creativas.pdf

Ministerio de Cultura. (s.f). ABC de la economía naranja. Economía Naranja. Consultado el 27 de agosto de 2021. <https://economianaranja.gov.co/abc-economia-naranja/>

Ministerio de Cultura. (s.f). ABC de la economía naranja. Noticias. Consultado el 29 de agosto de 2021. <https://mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NARANJA.pdf>

Ministerio de Cultura. (s.f). Plan Nacional de Cultura. Consultado el 28 de agosto del 2021. Planes. <https://mincultura.gov.co/planes-y-programas/Planes/plan%20nacional%20de%20cultura/Paginas/default.aspx>

Policonomics. (2017). *Economías de escala*. Policonomics. Retrieved Abril 10, 2021, from <https://policonomics.com/general-equilibrium/>

Portafolio. (2020, julio 10). Economía naranja busca salidas para sobrevivir a la actual crisis. Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/naranja-busca-salidas-para-sobrevivir-a-la-actual-crisis-542587>

Uribe Jongbloed, E., Mora Moreo, C., Corredor Aristizábal, M., & Martínez Moreno, R. (19 de marzo de 2021). *Publicaciones Universidad Externado de Colombia*. [PDF]. Obtenido de Publicaciones Universidad Externado de Colombia, Disponible: https://publicaciones.uexternado.edu.co/media/trabajadores_cine.pdf

ANEXOS

ANEXO 1. RECOMENDACIONES

El gobierno nacional lideró las iniciativas impulsando todas las acciones que tengan un verdadero impacto frente a la diversificación de la economía naranja, sin embargo haciendo cara a la coyuntura COVID-19, no fue posible que la agenda donde se establecía los propósitos, ideas y nuevas gestiones se concretizaron, y a pesar de las múltiples acciones que el gobierno ha hecho para reactivar rama de la económica no han sido suficiente, es por ello que la recomendación sería que el gobierno nacional vea al sector de la economía naranja como un potencial impulsor de la reactivación económica y le brinde más apoyo por medio de iniciativa públicas en harás del sostenimiento y reinversión de estos sectores económicos.

Se hace referencia a que muchas de esas políticas públicas creadas por el gobierno de Santos solo llego a impulsar una parte de la economía naranja la cual fue los largometrajes o cine, y a pesar de que dichas iniciativas públicas debían ayudar a todos los sectores de la economía naranja, la recomendación estaría encaminada a que a través de las instituciones públicas trabajando conjuntamente certifiquen, controlen y regulen la implementación y vigilancia frente a las iniciativas creadas por gobiernos nacionales presentes y futuros para así lograr un equilibrio e igualdad frente a la paulatina recuperación e impulso de esta rama de la economía.