



INDUSTRIA CREATIVAS Y CULTURALES EN COLOMBIA: RETOS Y OPORTUNIDADES

CREATIVE AND CULTURAL INDUSTRY IN COLOMBIA: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

DOI: www.doi.org/10.54198/innova10.05

 *Armando Batista Castillo*¹

 *Francisco José Arias Aragonés*²

Cómo citar este artículo: Batista Castillo, A. Arias Aragonés, F. J. (2022). Industria creativas y culturales en Colombia: retos y oportunidades, Revista Innova ITFIP, 10 (1), 68-78



Recibido: noviembre de 2021. **Aprobado:** abril de 2022

Resumen

La presente investigación pretende analizar las industrias culturales y creativas en Colombia, con el fin de conocer sus retos y las oportunidades, como uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional, con una visión exportadora que le permita, seguir avanzando el su posicionando en los mercados internacionales, en coherencia con las políticas públicas, que se han implementado por gobierno nacional, a través del ministerio de Cultura, Pro Colombia, el ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de obtener herramientas adecuadas para

¹ Magister en Educación, Especialista en Gerencia Educativa, Administrador de Empresas, investigador en grupo de investigación GITAC - Institución Universitaria Mayor de Cartagena (Umayor), Colombia Email: abatista@umayor.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5689-0135>

² Economista, Especialista en Ciencias Fiscales, Magister en Negocios Internacionales e Integración y Doctorando en Economía y Empresa por la Universidad Castilla La Mancha (UCLM). Director grupo de investigación GITAC - Institución Universitaria Mayor de Cartagena (Umayor), Colombia. Email: franciscoarias100@hotmail.com ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4543-0907>



su fortalecimiento del sector, logrando alcanzar niveles de competitividad y el posicionamiento de las exportaciones a nivel mundial.

En la presente investigación, se utilizó el método de análisis, que se basó en el rastreo de información documental permitió examinar los diferentes subsectores de la industrias culturales y creativos, en cuanto a sus fortalezas y debilidades en relación a su competitividad interna y externa en los mercados objetivos de exportación. Es una investigación de tipo descriptivo, con el que se pretende caracterizar el posicionamiento de las industrias culturales y creativas en los mercados internacionales.

El estudio logro evidenciar el potencial de desarrollo y crecimiento las industrias culturales y creativas en el país, asimismo las iniciativas que está impulsado el gobierno nacional para el fortalecimiento del sector, requieren el aporte de mayores fondos públicos para la cultura, el fortalecimiento en los mercados externos para posicionar al país como exportador de productos y servicios de estas industrias en los mercados internacionales.

Palabras Clave: Retos, Oportunidades, Industrias Creativas y Culturales, Exportación

Abstract

This research aims to analyze the cultural and creative industries in Colombia, in order to know their challenges and opportunities, as one of the most dynamic sectors of the national economy, with an export vision that allows it to continue advancing it's positioning in international

markets, in coherence with public policies, which have been implemented by the national government, through the Ministry of Culture, ProColombia, the Ministry of Commerce, Industry and Tourism, in order to obtain adequate tools to strengthen the sector, achieving levels of competitiveness and the positioning of exports worldwide.

In the present research, the analysis method was used, which was based on the tracking of documentary information, which allowed us to examine the different subsectors of the cultural and creative industries, in terms of their strengths and weaknesses in relation to their internal and external competitiveness in the target export markets. It is a descriptive type of research, with which it is intended to characterize the positioning of cultural and creative industries in international markets.

The study managed to demonstrate the potential for development and growth of the cultural and creative industries in the country, as well as the initiatives promoted by the national government to strengthen the sector, require the contribution of greater public funds for culture, the strengthening



of markets internal and external to position the country as an exporter of products and services from these industries in international markets.

Keywords: Challenges, Opportunities, Creative and Cultural Industries, Export

Introducción

En Colombia abordar el estudio de las industrias creativas y culturales, significa hacer un inventario del acervo cultural, creativo, multiétnico y del patrimonio material e inmaterial que constituyen una amalgama de legados ancestrales en el país. Este sector ha adquirido gran relevancia en los últimos años por su capacidad para generar desarrollo económico de los países, por su capacidad para desarrollarse en los mercados nacionales como internacionales.

Según cifras de Pro Colombia, las industrias culturales y creativas generan ingresos en el mundo por más de 2.250 millones de dólares y emplea a 29,5 millones de personas. Estos datos suponen una facturación superior a la del sector telecomunicaciones (1.570 millones de dólares) y sobrepasa el producto interno bruto (PIB) de India (1.900 millones de dólares). Portafolio (2019)

Este surgimiento de las industrias creativas y culturales a nivel mundial, también empieza repuntar en el país, después de muchas dificultades, la industria cultural en Colombia está logrando salir de un puesto marginado en la economía nacional. Estos avances se ven reflejados en las cifras del Dane que también indican que la industria cultural movió \$6,2 billones el año pasado en el país. Y solo en Bogotá, ese mercado generó \$2,5 billones en el mismo periodo. Además, entre 2010 y 2016, su participación promedio del valor agregado fue de 1,8% del total del PIB de la capital, eso sin medir el total de los doce segmentos que componen a este nuevo renglón de la economía. Portafolio (2017)

En este orden de ideas, son dicientes las cifras del Creative Economy Report la industria cultural representa el 3,3% del PIB del país, alcanzando los \$18 billones anuales y creando 1.1. Millón de empleos, por encima de sectores como el café o la minería. El crecimiento de Colombia en materia de industrias creativas es tal, que según el Global Innovation Index de 2018, en el último año la producción cinematográfica nacional subió 15 posiciones en la escala mundial, pasando del puesto 81 al 66, y el país se mantiene como uno de los cinco principales exportadores de videojuegos de las economías en desarrollo. Pro Colombia (2018)



En este orden de ideas, las cifras son alentadoras respecto al crecimiento y desarrollo del sector, sin embargo, a pesar de los esfuerzos que se han sido orientando a fortalecer y potenciar el desarrollo de las industrias culturales y creativas, aun no existe un direccionamiento estratégico que articule los esfuerzos de las diferentes entidades públicas y privadas que están jalando el desarrollo del sector, esto impide que se genere una política clara para la expansión de mercados internacionales, si bien algunas empresas están exportando bienes y servicios al exterior, aun no tienen todos los subsectores las capacidades técnicas para posicionarse en el ámbito de los mercados internacionales.

Es por ello, que la presente investigación pretende analizar las industrias culturales y creativas en el ámbito del comercio exterior en Colombia, como uno de los sectores más dinámicos de la economía nacional, con una vocación exportadora que le permita, seguir avanzando el su posicionando en los mercados internacionales, en coherencia con las políticas públicas, que se han implementado por gobierno nacional, a través del ministerio de Cultura, ProColombia, el ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de obtener herramientas adecuadas para su fortalecimiento del sectores de las industrias creativas, culturales y conexos, logrando alcanzar niveles de competitividad y el posicionamiento de las exportaciones a nivel mundial. Por consiguiente, es necesario realizar un diagnóstico de las industrias creativas y culturales en relación a la competitividad del mercado interno y externo, que permita identificar los subsectores culturales y creativas que tengan un mayor potencial exportador hacia los mercados internacionales, a luz de las políticas públicas de las industrias culturales creativas para insertarla en la dinámica de los mercados internacionales.

Marco teórico

En cuanto a las bases teóricas, en la práctica es casi imposible hallar un consenso sobre la conceptualización de lo que son las industrias creativas y culturales, enmarcadas dentro del contexto de la economía naranja o economía creativa, sobre las cuales son las actividades, que se pueden clasificarse como parte de este sector. En ese orden de ideas, se realizó un rastreo bibliográfico que permitió conocer un sin número de conceptos desde la postura de autores y organizaciones internacionales en cuanto al alcance de estas industrias.

Según Howkins (2007) la economía creativa o industria creativa, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y



juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos. En ese mismo sentido la UNCTAD (2010) la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo: definió que las industrias creativas están en el centro de la economía creativa, y se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales.

Por otro lado, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2010) definen las Industrias Creativas como “sectores de actividad que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. Siendo ésta una clara visión en la que se tiene en cuenta no solo el producto o el bien, sino también el insumo principal: la creatividad y el factor humano.

Al respecto (Rojas, 2015), entiende la industria creativa como una economía establecida en el sector de las ideas y el conocimiento de propiedad intelectual demostrado en la evolución de libros, cine, diseños, películas, videojuegos, entre otros. Ahora bien, según Ramírez y Rodríguez (2018), la economía creativa se encuentra orientada en las producciones que generan un valor en razón de prestar un bien o servicio, basados en la propiedad intelectual. Es por ello que la industria creativa tiene su génesis en la creatividad como competencia individual, que permite la creación productos o servicios con alto valor agregado para los artistas creativos y la explotación de la propiedad intelectual.

Desde esta óptica, es pertinente realizar el abordaje conceptual de las industrias culturales, tomando como referente la relación histórica de la cultura y la economía en la producción, comercialización de productos o servicios culturales como generadores de identidad de cultural y social, como factor clave que promueve el desarrollo económico de un país. Según Newbiggin (2010). Las industrias culturales son tan antiguas como la humanidad, por supuesto, los medios digitales y los miles de empresas creativas que han surgido en el marco de la tecnología digital son recientes. Así mismo (Avilés & Canizalez, 2015) definen “las industrias culturales son formas de producción y consumo que tienen en su centro un elemento expresivo o simbólico, la creatividad humana y la innovación a nivel individual y grupal son la clave que las impulsa”. Como se puede evidenciar existe una disyuntiva sobre la utilización de conceptos de industrias creativas e industrias culturales, se contempla como solución por consenso del concepto de industrias creativas y culturales (ICC) que articula las diferentes actividades en sector de la música, el arte, arquitectura, la radio, el cine, la



REVISTA INNOVA ITFIP, 10 (1). 68-78. JUN. 2022

televisión, las ramas del arte y diseño, productos artesanales, las artes visuales, entre otras, que están soportadas en la creatividad y las habilidades individuales en el desarrollo a la propiedad intelectual contribuyendo al desarrollo socioeconómico.

Desde esta perspectiva la UNESCO (2013) Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura define. Las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad. Otro concepto que tiene gran relevancia es el de empresas creativas y culturas que según la (UNCTAD, 2008). La cultura como un motor de desarrollo, capaz de liderar el crecimiento de la economía creativa y en particular el de las industrias culturales y creativas; este modelo económico es reconocido no solo por su valor económico, sino también por su rol en la producción de nuevas ideas y tecnologías, y por sus beneficios sociales no necesariamente monetarios.

Por consiguiente, toda esta aproximación conceptual que se tiene en relación a los fundamentos que soportan el desarrollo de las industrias creativas y culturales, enmarcada en la economía naranja, radica en las dinámicas económicas que han generado que tienen en relación directa su crecimiento en los últimos años por su contribución al PIB producto interno bruto a nivel mundial, la creación de riqueza y la generación de empleos. “el sector creativo es una fuente inmensa de dinamismo para las economías de las Américas, con un crecimiento acelerado y el potencial de generar creatividad, innovación y empresas a lo largo de un amplio rango de actividades” (Oxford Economics, 2013, p3)

Por consiguiente, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) desarrollo la compatibilidad de las industrias creativas y culturales bajo el concepto de: “*economía naranja*”. Según (Buitrago y Duque, 2013). Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad.

En el país se consolida el concepto de economía naranja con la promulgación de la (Ley 1834 de 2017) propende por desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas son entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales



se fundamentan en la propiedad intelectual. “La economía naranja representa un mundo de oportunidades infinitas, con el objetivo de contribuir al desarrollo económico del país, desde finales del año pasado se han ido desarrollando diferentes estrategias para que los empresarios interesados en este sector se fortalezcan” (Pro Colombia, 2019)

Materiales y métodos

En la presente investigación, se utilizó el método de análisis, que se basó en el rastreo de información documental que permitió examinar los diferentes subsectores de las industrias culturales y creativas, en cuanto a sus fortalezas y debilidades en relación a su competitividad interna y externa en los mercados objetivos de exportación. Es una investigación de tipo descriptivo, con el que se pretende caracterizar las variables relacionadas con el posicionamiento de las industrias culturales y creativas en los mercados internacionales, que permita conocer de manera amplia y actualizada datos e información en cifras sobre el potencial exportador y la competitividad de estas industrias en el país.

Resultados y Discusión

Las industrias creativas y culturales representan un nuevo escenario de la economía naranja impulsa la consolidación del arte, la identidad cultural, el patrimonio, como escenario que permite la inclusión social, contribuyendo a la generación de empleos y asumir el reto de competir en los mercados internacionales. Según cifras de (Pro Colombia, 2019). Entre 2002 y 2015, las industrias creativas presentaron un crecimiento de más de 144% a nivel mundial. Mientras tanto, en Colombia el crecimiento anual real promedio entre el periodo de 2005 - 2017 fue de 5.5%, es decir un 2.8% más que el promedio mundial. Las cifras también son alentadoras en cuanto a la producción de empleo. En 2017 el crecimiento fue de 34% en los diferentes sectores de diseño, patrimonio material, juegos, juguetes, libro y publicaciones, audiovisuales, artes visuales, música y artes escénicas, y educación cultural, esto significó más de 248.000 empleos en el año. Ahora bien, “este sector ha incidido en la economía colombiana año tras año con el 4.5% del PIB aproximadamente y, ha generado alrededor de 800.000 empleos, principalmente por sus asociaciones con eventos culturales, artísticos y religiosos” (Finlev, Maguire, Oppenheim, & Skvirsky, 2017).

Por otro lado, entre agosto 2018 y septiembre 2019, las exportaciones de las Industrias Creativas y Culturales (ICC) llegaron a más de US\$246 millones, de acuerdo con cifras reportadas a Pro Colombia por los empresarios de estos sectores del país. La presencia de la economía naranja de Colombia sigue ganando presencia en los cinco continentes, al cubrir 58 países a los cuales están llegando los bienes y servicios de las industrias creativas y culturales del país. Esto, de acuerdo con



información reportada por 248 empresarios de 14 departamentos a Pro Colombia, con un monto de US\$246,2 millones, entre agosto 2018 y septiembre 2019. Los negocios fueron realizados en los sectores de Audiovisuales, Contenidos Digitales, Software y Servicios TI. (Pro Colombia, 2019: 2)

Al respecto Flavia Santoro presidenta de Pro Colombia manifestó que “más del 60% de los destinos hacia los cuales llegaron estas exportaciones naranjas tienen algún acuerdo comercial vigente con Colombia, por lo que invitamos a los empresarios a que sigan aprovechando estas ventajas. El país tiene el potencial empresarial para posicionarse como exportador de industrias creativas y cultural, y un gran proveedor mundial con talento y creatividad”.

(...) En este periodo los principales compradores de ICC colombianas fueron Estados Unidos con US\$85,6 millones, Argentina con US\$58,7 millones, Ecuador con US\$16,6 millones y Perú con US\$11,7 millones. Es interesante ver también el interés de países de otros continentes como Francia, Australia, Tailandia, China, Japón, India, Tanzania, Senegal y Emiratos Árabes Unidos. En cuanto a departamentos, en este mismo lapso, Bogotá lidera el escalafón con US\$154,3 millones con 97 empresas exportadoras, seguido por Valle del Cauca con US\$39,5 millones (30 compañías), Antioquia con US\$26,7 millones (50 firmas), Atlántico con US\$9,8 millones (22 empresas), Risaralda con US\$4,6 millones (12 compañías), Bolívar con US\$4,2 millones (4 firmas), Caldas con US\$3,3 millones (6 empresas), Santander con US\$2,1 millones (9 compañías) y Norte de Santander con US\$725.000 (3 firmas). (ProColombia, 2019: 4).

Cabe señalar, que las cifras son dicientes del gran potencial de crecimiento de las industrias creativas y culturales que aun ante este escenario de pandemia en el año 2020, los segmentos culturales que más crecieron fueron la música (26,7 %) y las artes escénicas (22,6 %), mientras que los que presentaron la mayor caída fueron las actividades audiovisuales (-7,9 %) y los libros y publicaciones (-2,3 %). Por su parte, el área de la educación cultural creció apenas 0,3 % y el de la creación publicitaria disminuyó 1,8 % (Invest in Bogotá, 2021).

Las industrias creativas y culturales comprenden un sector económico de significativa participación en la economía del país, como se observa el incremento de la demanda de los productos y servicios en los mercados internacionales de estas industrias, en consonancia con las políticas públicas en la articulación de las diferentes iniciativas para impulsarlas que permita el fortalecimiento aquellos subsectores de las industrias creativas y culturales, que tengan un mayor potencial exportador para que puedan aprovechar, para poder insertarlo en las mecánicas del comercio internacional, por lo cual se hace necesario reorientar sus esfuerzos hacia los procesos que generen mayor competitividad para posicionarse en el mercado, acorde con las dinámicas de los mercados internacionales.



Conclusiones

En el desarrollo de la presente investigación se logró evidenciar que las industrias creativas y cultural, contribuyen al desarrollo económico del país, generando grandes expectativa de avances en cuanto a su crecimiento, desarrollo y su contribución al PIB de la economía nacional, haciendo aportes significativas a la generación de empleos de calidad para los miembros del sector, como parte de la solución a los problemas estructurales asociados a la desarticulación de los diferentes actores que convergen en estas industrias, que no les ha permitido crear una visión compartida que, genere fortalezas como agremiación, para hacer frente a los retos del futuro, orientando todos sus esfuerzos a mejorar sus niveles de competitividad, implementando las acciones necesarias para impulsar su desarrollo, que permita posicionar al país como un proveedor de clase mundial de productos y servicios de estas industrias, no solo en el mercado nacional, sino que siga aumentando el ingreso de divisas producto de las exportaciones a los diferentes países en los mercados internacionales. En este orden de ideas se tiene “la meta gubernamental es posicionar a Colombia entre los primeros 20 países exportadores de servicios al finalizar el 2022”. (Portafolio, 2019).

Y por último se espera el estudio contribuya a visualizar el potencial de desarrollo y crecimiento las industrias culturales y creativas en el país, asimismo las iniciativas que está impulsado el gobierno nacional para el fortalecimiento del sector, requieren el aporte de mayores fondos públicos para la cultura, el fortalecimiento de los mercados internos, también fortalecer las líneas de trabajo que se han propuesto desde la política pública, así como las acciones en la búsqueda de instrumentos más eficaces como el que Precolombina está realizando en su primera versión de “Futurexpo Naranja” (2019), en donde se expusieron las oportunidades que ofrece el sector para poder llegar a otros mercados del mundo e iniciar un proceso de comercio exterior.

Referencias Bibliográficas

- Avilés-Ochoa, Ezequiel, & Canizalez-Ramírez, Paola M. (2015). Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Economía, Sociedad y Territorio*, XV (47), 185-216. [Fecha de Consulta 10 de agosto de 2021]. ISSN: 1405-8421. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11132816008>



REVISTA INNOVA ITFIP, 10 (1). 68-78. JUN. 2022

Buitrago, F. y Duque, I. (2013, octubre). La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita. En:<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>

Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B., & Skvirsky, S. (Julio 26 2017). El futuro de la economía naranja: Fórmulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/handle/11319/8459?locale-attribute=es&>

Howkins (2007) John. The Creative Economy. Allen Lane the Penguin Press, Londres, 2007 pag. 86

Invest in Bogotá (2021). Industrias creativas y culturales. 29 de julio. Internet: <https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/industrias-creativas-en-bogota>

Oxford Economics. (2013). The economic impact of the creative industries in the Americas. Washington: OEA, BID, British Council. Disponible en: <https://publications.iadb.org/handle/11319/7747>.

Portafolio (2017) La economía naranja comienza a ganar relevancia en el PIB. Diciembre 18 de 2017. Disponible. (<https://www.portafolio.co/la-economia-naranja-comienza-a-ganar-relevancia-en-el-pib-512683>)

Portafolio (2019). Gobierno busca impulsar las exportaciones de las industrias creativas. Marzo 01 de 2019. (<https://www.portafolio.co/negocios/gobierno-busca-impulsar-las-exportaciones-de-las-industrias-creativas-526947>)

ProColombia (2018). La economía naranja en Colombia. Viernes, 14 diciembre 2018. (<https://www.inviertaencolombia.com.co/noticias/1194-la-economia-naranja-en-colombia.html>)



REVISTA INNOVA ITFIP, 10 (1). 68-78. JUN. 2022

ProColombia (2019). Economía Naranja: cultura y creatividad colombiana. Informe 02 julio 2019.

Internet. <https://procolombia.co/noticias/especiales/economia-naranja-cultura-y-creatividad-colombiana>

ProColombia (2019) La Economía Naranja del país ya se exporta a 58 países. Noviembre 19 de 2019 Internet. <https://procolombia.co/noticias/la-economia-naranja-del-pais-ya-se-exporta-58-paises>

REVISTA INNOVA ITFIP, 10 (1). 68-78. JUN. 2022

[exporta-58-paises](https://procolombia.co/noticias/la-economia-naranja-del-pais-ya-se-exporta-58-paises)

Rojas, S. (4 de mayo de 2015). ¿Qué es la Economía Naranja? Portafolio. Recuperado de:

<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/economia-naranja-36832>

Ramírez P. H. F. y Rodríguez M. L.N. (2018), Desarrollo de la Propiedad Intelectual como pilar de la Economía Creativa en la Economía Colombiana. Recuperado de:

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15979/1/Econom%C3%ADa%20Creativa%20-%202018.pdf>

UNESCO (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. París, Francia. División de Expresiones Culturales e Industrias creativas, Sector de la Cultura Internet: <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>

UNESCO (2013) Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, consultado por última vez el 8 de junio de 2013 (http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi25_culturalindustries_en.pdf)

UNCTAD (2010). Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo). Creative Economy Report 2010. Naciones Unidas. Págs. 7-10 (http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf)