

C A R A C T E R I Z A C I Ó N

Industrias Culturales y Creativas

— D E B O G O T Á —

Sectores de artes escénicas
y espectáculos artísticos, audiovisual
y radio, artes visuales, música,
libros y publicaciones y entidades
sin ánimo de lucro.



Con el apoyo de



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

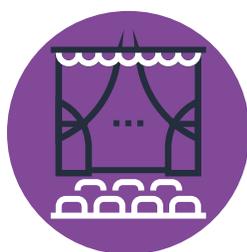
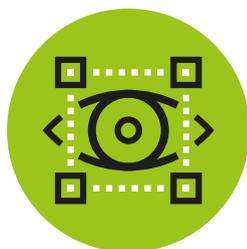
Diversidad
de las expresiones
culturales



Cámara
de Comercio
de Bogotá



Alcaldía de
Bogotá



C A R A C T E R I Z A C I Ó N

Industrias Culturales y Creativas

— D E B O G O T Á —

Sectores de artes escénicas
y espectáculos artísticos, audiovisual
y radio, artes visuales, música,
libros y publicaciones y entidades
sin ánimo de lucro.

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ

Enrique Peñalosa Londoño
Alcalde Mayor de Bogotá D.C

María Claudia López Sorzano
Secretaria de Cultura,
Recreación y Deporte

Yaneth Suárez Acero
Subsecretaria de Gobernanza

Mauricio Agudelo Ruiz
Director de Asuntos Locales
y Participación

Mario Arturo Suárez Mendoza

Nathalia Graffe Núñez

Daniel Aragón Urrego

Juan Camilo Riveros Botero

Juana Andrade Pérez

July Osorio Parra

Johanna Nieto Rojas

María Angélica Cáceres Moya

Equipo de Economía Cultural
y Creativa

Sara Araújo

Oficina Asesora de Comunicaciones

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

Mónica de Greiff

Presidente Ejecutiva

Martha Yaneth Veleño Quintero

Vicepresidente Ejecutiva

Marco A. Llinás

Vicepresidente de Competitividad y Valor Compartido

Jorge Mario Díaz Luengas

Vicepresidente Articulación Público Privada

Juan David Castaño Alzate

Vicepresidente de Fortalecimiento Empresarial

María Mónica Conde Barragán

Vicepresidente de Relaciones Internacionales

Daniel Gómez González

Gerente de Articulación Macrosectorial

Saray Antonia Méndez Solano

Gerente de Asuntos Corporativos

Adriana Padilla Leal

Director Sector Industrias Creativas,
Culturales y de Comunicación Gráfica

Ricardo Ayala Ramírez

Director de Gestión y Transformación del Conocimiento

Angela María Reyes Gómez

Coordinador Fortalecimiento Empresarial
Sector Industrias Creativas y Culturales

John Wilson Buitrago Acosta

Coordinador de Gestión y Transformación
del Conocimiento

Gilberto Contreras Morales

Jefe de Relaciones Internacionales

Hermes Javier Villamil Santana

Profesional Senior Vicepresidencia Competitividad
y Valor Compartido

Juan David Aristizábal Segura

Profesional Vicepresidencia
de Relaciones Internacionales

Acerca de este proyecto

En el año 2016, la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), articularon esfuerzos para acceder a recursos económicos del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural de la UNESCO, por medio de la elaboración de un proyecto integral dirigido a fortalecer el ecosistema de las Industrias Culturales y Creativas. 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. / Para el desarrollo del estudio de Caracterización de las Industrias Culturales y Creativas



en Bogotá, se contrató a la firma consultora YanHaas, la cual aplicó 1.374 encuestas a empresarios. De igual manera, se realizaron grupos focales con los sectores objeto de estudio, se indagó por el perfil de los directivos, estructura organizacional, ingresos, empleo, fortalezas y debilidades, actividades de comunicación y promoción, equipamiento e infraestructura y propiedad intelectual. Los resultados de la investigación se convirtieron en insumo para la formulación de políticas públicas en materia de cultura (tanto simbólica como económica), así como en una herramienta para la toma de decisiones para la inversión pública y privada. Adicionalmente, para el perfeccionamiento y desarrollo de los programas de fortalecimiento empresarial, la generación de espacios para el *networking*, comercialización de los bienes y servicios de las empresas y mejoramiento del entorno a través de las iniciativas de clúster que lidera la Cámara de Comercio de Bogotá. ■

Premio del Fondo Internacional
para la Diversidad Cultural de la UNESCO



Acerca de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Alcaldía de Bogotá

La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) tiene como objetivo liderar la formulación e implementación concertada de políticas públicas en cultura, recreación y deporte, así como en la transformación y sostenibilidad cultural

de la ciudad, en procura del ejercicio y disfrute de los derechos y libertades de los habitantes de Bogotá, como condición esencial de la calidad de vida y la democracia. En este sentido, busca promover los valores culturales y simbólicos de las personas y de los territorios, reafirmando identidades, mejorando su calidad de vida y generando un entorno propicio para que sean agentes de su propio desarrollo. La SCRD trabaja en la consolidación de múltiples herramientas como planes,

programas y políticas que incentiven la generación de valor económico de los agentes culturales y creativos, propiciando condiciones estratégicas para el aumento de la productividad, el empleo y un mayor bienestar social. / Alineado con este propósito, el Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá Mejor para Todos 2016-2020” contempla la formulación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, en la cual uno de sus objetivos específicos busca generar líneas de gestión del conocimiento, siendo este un eje de trabajo fundamental que permite comprender los fenómenos, las manifestaciones y las prácticas que se llevan a cabo en el territorio, generando información cualificada para la toma de decisiones. / De esta manera, las investigaciones que se desarrollan en el ámbito de la cultura y la creatividad, posibilitan a los rectores de política pública orientar acciones que contribuyan al mejoramiento del entorno del ecosistema; construir escenarios realistas para la formulación de nuevos proyectos que contemplen el contexto y las dinámicas socioeconómicas de los agentes; facilitar la planificación estratégica en las organizaciones, e incluir dentro de la agenda pública y privada la necesidad de construir mecanismos que potencien las actividades propias del sector. ■

Acerca de la Cámara de Comercio de Bogotá



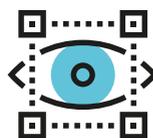
Cámara
de Comercio
de Bogotá

La Cámara de Comercio de Bogotá es una entidad privada que orienta su gestión a promover el desarrollo empresarial, el mejoramiento del entorno para la actividad productiva y el mejoramiento de la calidad de vida en la región que integran Bogotá y Cundinamarca. En desarrollo de este compromiso, la Entidad contribuye a

que los sueños empresariales se vuelvan realidad, sean sostenibles y generen valor, y procura consolidar una Ciudad - Región con más y mejores empresas. / Desde hace 14 años la Cámara de Comercio de Bogotá reconoció la relevancia del sector creativo y cultural como motor de desarrollo económico de la Ciudad y como protagonista en el posicionamiento de Bogotá y de la Región. Desde entonces la Cámara ha desarrollado una estrategia de

apoyo al sector a través de acciones coordinadas que permiten potenciar la innovación y operar en un entorno de inclusión que promueve el crecimiento, con el objetivo de convertir a Bogotá en el principal centro generador de contenidos creativos y culturales de Latinoamérica.

/ Con el ánimo de emplear toda la experiencia adquirida y ejecutar acciones adicionales que permitieran a las empresas culturales ser más productivas y competitivas, la Cámara de Comercio de Bogotá trabajó con la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD), para presentar el proyecto «Mapeo y Fortalecimiento para la Industria Cultural en Bogotá» en el Concurso de Diversidad Cultural de la UNESCO, iniciativa premiada dentro de un banco de 400 proponentes de diferentes países.



Esta caracterización evidencia la relevancia de la Industria Cultural como vocación productiva de la Ciudad – Región. De la mano del sector público y privado se diseñó la partitura única para Bogotá - Región: la Estrategia de Especialización Inteligente, a través de la cual se decidió focalizar la mayor cantidad de esfuerzos y recursos sobre cinco áreas estratégicas, siendo «Bogotá-Región creativa», una de estas áreas para canalizar y atraer recursos hacia proyectos y acciones que mejoren el entorno del sector cultural. / Los resultados presentados en esta publicación inspiran a la Cámara a fortalecer este sector a través de un portafolio integral de servicios para el fortalecimiento empresarial, sus iniciativas *Cluster* y sus apuestas sectoriales. Es un insumo de gran relevancia para el mejoramiento del portafolio de servicios empresariales, la construcción de un banco de proyectos centrado en la realidad de los empresarios, y una mayor injerencia en la formulación de política pública. / La Cámara de Comercio de Bogotá busca que este sector pueda trascender en su arte, pero al mismo tiempo sea sostenible, por lo que se han creado espacios de circulación nacional e internacional de sus contenidos en escenarios como ARTBO, Feria Internacional de Arte de Bogotá, Bogotá Audiovisual Market – BAM, Bogotá Music Market – BOmm, Bogotá Fashion Week, Festival del Emprendimiento y Bogotá Madrid Fusión. / Existe un compromiso desde la Entidad para impulsar el desarrollo de esta industria, no solo por su valor simbólico (cultural, patrimonial y artístico) y económico, sino por su impacto a nivel social, que permite la inclusión e integración multicultural, generando espacios y dinámicas claves en el desarrollo del país, además de escenarios de construcción de paz. ■

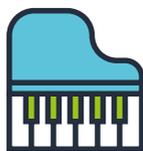
Acerca de UNESCO



La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) nace el 16 de noviembre de 1945 con el objetivo amplio y ambicioso de construir paz en la mente de los hombres mediante la educación, la cultura, las ciencias naturales y sociales, y la comunicación. A través de los años, logramos

convertirnos en un laboratorio de ideas y en un centro de intercambio de información y conocimiento que establece acuerdos y cooperación internacional entre sus 193 estados miembros y sus 6 miembros asociados, y trabajamos en gestionar programas y políticas científicas que contribuyan a los objetivos de desarrollo sostenible. / Para responder al componente cultural, se han direccionado parte de los recursos a financiar proyectos que

tengan por objeto propiciar la creación de un sector cultural dinámico, de manera que se introduzcan y elaboren políticas y estrategias que protejan y promuevan la diversidad de las expresiones culturales. Conforme a esto, se desarrolla el Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC) promoviendo así el desarrollo sostenible, la cooperación, impactos estructurales y la reducción de la pobreza en el campo cultural de los países en desarrollo que son parte de la Convención de 2005. / De esta forma, en los últimos 8 años, por medio del FIDC se han proporcionado convocatorias de más de US \$7 millones en fondos para casi 100 proyectos en más de 50 países en desarrollo. Estos proyectos abarcan temas como: desarrollo e implementación de políticas culturales, el desarrollo de capacidades de



emprendedores, mapeo de las industrias culturales y la creación de nuevos modelos de negocio en la industria cultural y creativa. / Colombia resultó ser uno de los países beneficiados en recibir parte de estos recursos gracias a la elaboración de un proyecto integral dirigido a fortalecer el ecosistema de las Industrias Culturales y Creativas de Bogotá. Este proyecto consistió en la caracterización de las Industrias Culturales y Creativas respecto a estructuras empresariales, fortalezas y debilidades, infraestructura, propiedad intelectual, entre otros; respondiendo así a la necesidad de estas industrias y al objetivo principal que persigue el FIDC. ■



FICHA TÉCNICA

Para el desarrollo de la Caracterización de Industrias Culturales y Creativas en Bogotá, se realizaron dos ejercicios.

uno

Se aplicó una encuesta para observar las empresas.

dos

Se llevaron a cabo grupos focales para contar con información cualitativa que complemente los resultados de la encuesta.

INFORMACIÓN CUANTITATIVA

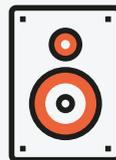
Universo

12.015

Empresas de ICC en Bogotá

Sectores

artes escénicas y **espectáculos artísticos**, audiovisual y radio, **artes visuales, música**, libros y publicaciones, y entidades sin ánimo de lucro.



Metodología

1.374

encuestas

Fechas de campo

24

octubre
de 2017

— al —

16

febrero
de 2018

Muestreo

Muestreo aleatorio simple, estratificado por sector, incluyendo las Entidades Sin Ánimo de Lucro. Se utiliza la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Rev. 4 A.C., para las actividades económicas culturales y creativas:

Fase cuantitativa

Sector # encuestas

Artes escénicas **216**

Artes visuales **146**

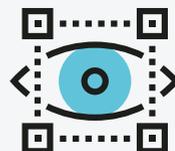
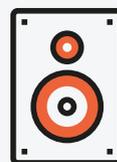
Música **275**

Libros y publicaciones **280**

Audiovisual y radio **350**

Entidades sin Ánimo de Lucro **107**

Total **1.374**



Sector	CIU	Descripción
Artes escénicas y espectáculos artísticos	9006	Actividades teatrales
	9008	Otras actividades de espectáculo en vivo
Artes visuales	9005	Artes plásticas y visuales
Música	9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo
	5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música
Libros y publicaciones	5811	Edición de libros
	5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
	5819	Otros trabajos de edición
	9101	Actividades de bibliotecas y archivos
Audiovisual y radio	5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.
	5912	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.
	5913	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.
	5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos.
	6010	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora.
	6020	Actividades de programación y transmisión de televisión.
	9004	Creación audiovisual
Otro sector si ánimo de lucro		Otro sector si ánimo de lucro

INFORMACIÓN CUALITATIVA

Universo

1.374

Empresas de la muestra de ICC de Bogotá

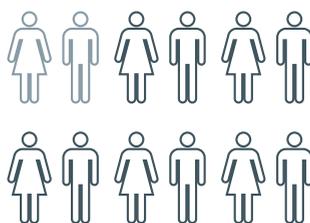
Sectores

artes escénicas y espectáculos artísticos, audiovisual y radio, artes visuales, música, libros y publicaciones.

Metodología

Grupos focales de

8 - 10 personas



Duración aprox. de **2,5 horas.**

Fechas de campo

diciembre de 2017
enero de 2018

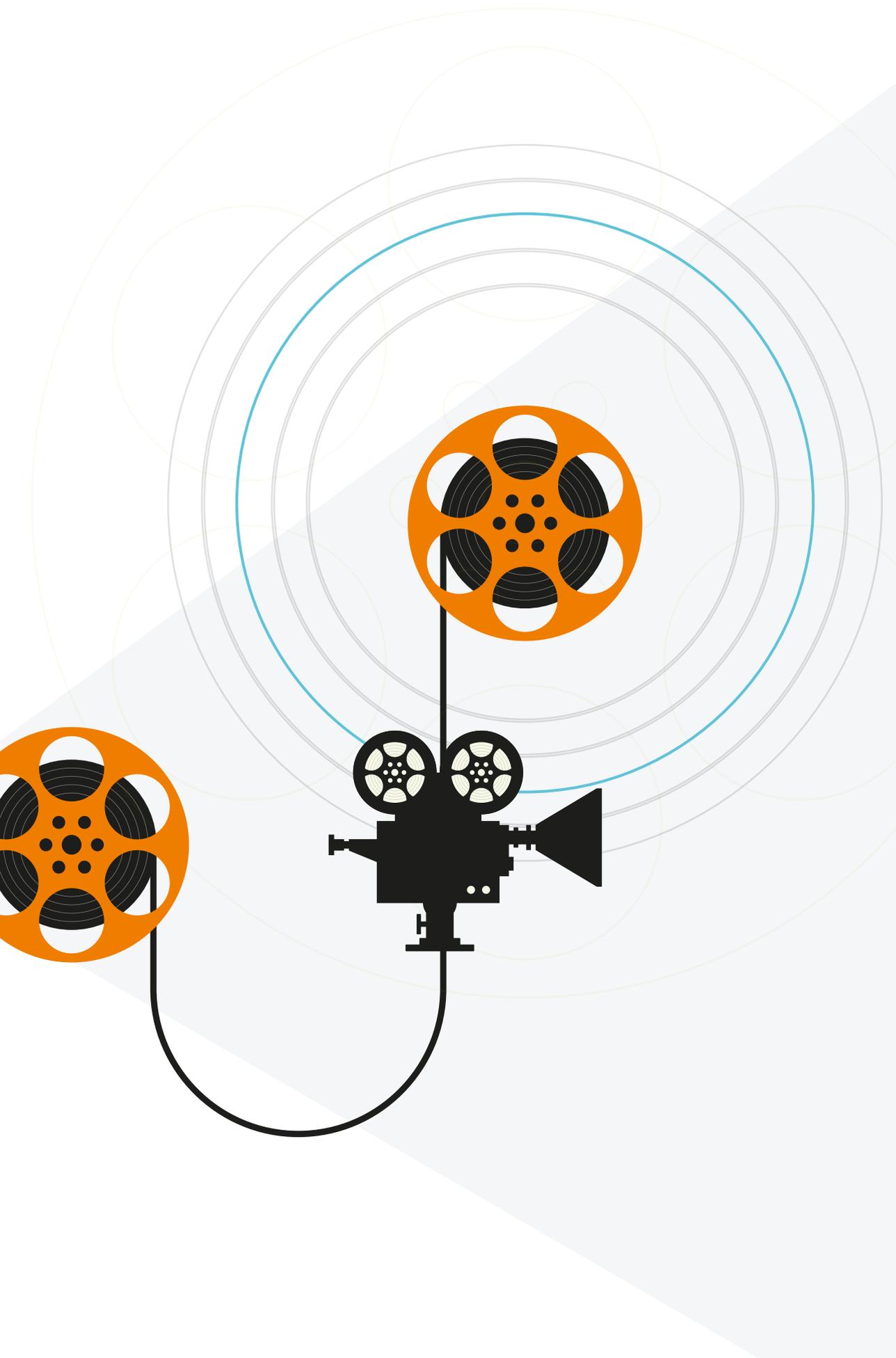
Muestreo

Reclutamiento con base de datos, aportada por la Cámara de Comercio de Bogotá.



Fase cualitativa

Sector	Grupos
Artes escénicas	1
Artes visuales	1
Música	1
Libros y publicaciones	1
Audiovisual y radio	1
Total	5



ÍNDICE

01

CARACTERÍSTICAS
DE LAS
EMPRESAS 18

04

ESPACIOS Y
EQUIPAMIENTOS 74

02

PERFIL DE
DIRECTIVOS 44

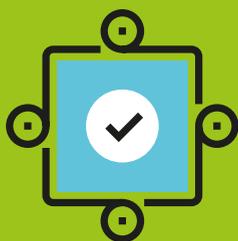
05

PROPIEDAD
INTELECTUAL 86

03

CLIENTES,
PÚBLICOS
Y AUDIENCIAS 62

GLOSARIO 98



01

**CARACTERÍSTICAS
DE LAS
EMPRESAS**



Este capítulo presenta información sobre las empresas, asociada a su trayectoria y años de funcionamiento, organización jurídica, ingresos y activos, número de trabajadores y tipo de contratación, principales actividades en la cadena de valor, fuentes de financiación, fortalezas y debilidades, las propuestas de las empresas para el fortalecimiento del sector, y Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá (CSCB)

Aproximadamente

7 de cada **10**

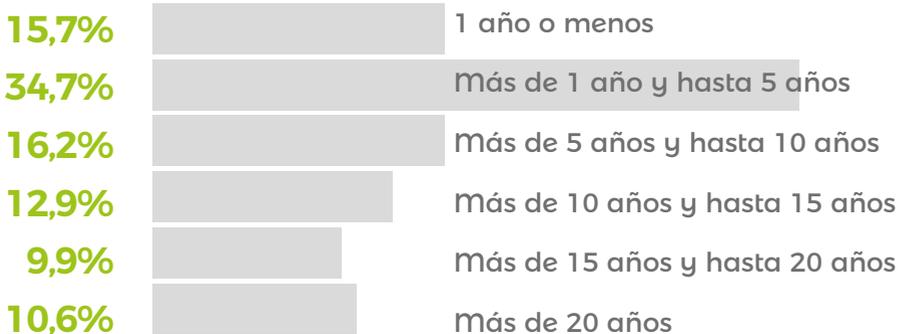
EMPRESAS

66,6%

iniciaron su funcionamiento en la última década, lo que evidencia un **incremento** de estas iniciativas culturales y creativas.



Años de funcionamiento



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Las empresas de mayor antigüedad se encuentran en el sector de libros y publicaciones, donde el

48,9%

empezaron sus actividades hace más de 10 años.

Le siguen las ESAL con

44,9%,

y las empresas de artes escénicas, con

38,4%.

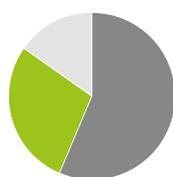
Años de funcionamiento por sector



Audiovisuales



Artes escénicas



Música

56,7%
27,6%
15,6%



Artes visuales

58,9%
24,0%
17,1%



Libros y publicaciones

38,2%
48,9%
12,9%



ESAL

32,7%
44,9%
22,4%

- Mayor de 10 años
- Entre 5 y 10 años
- Menor de 5 años

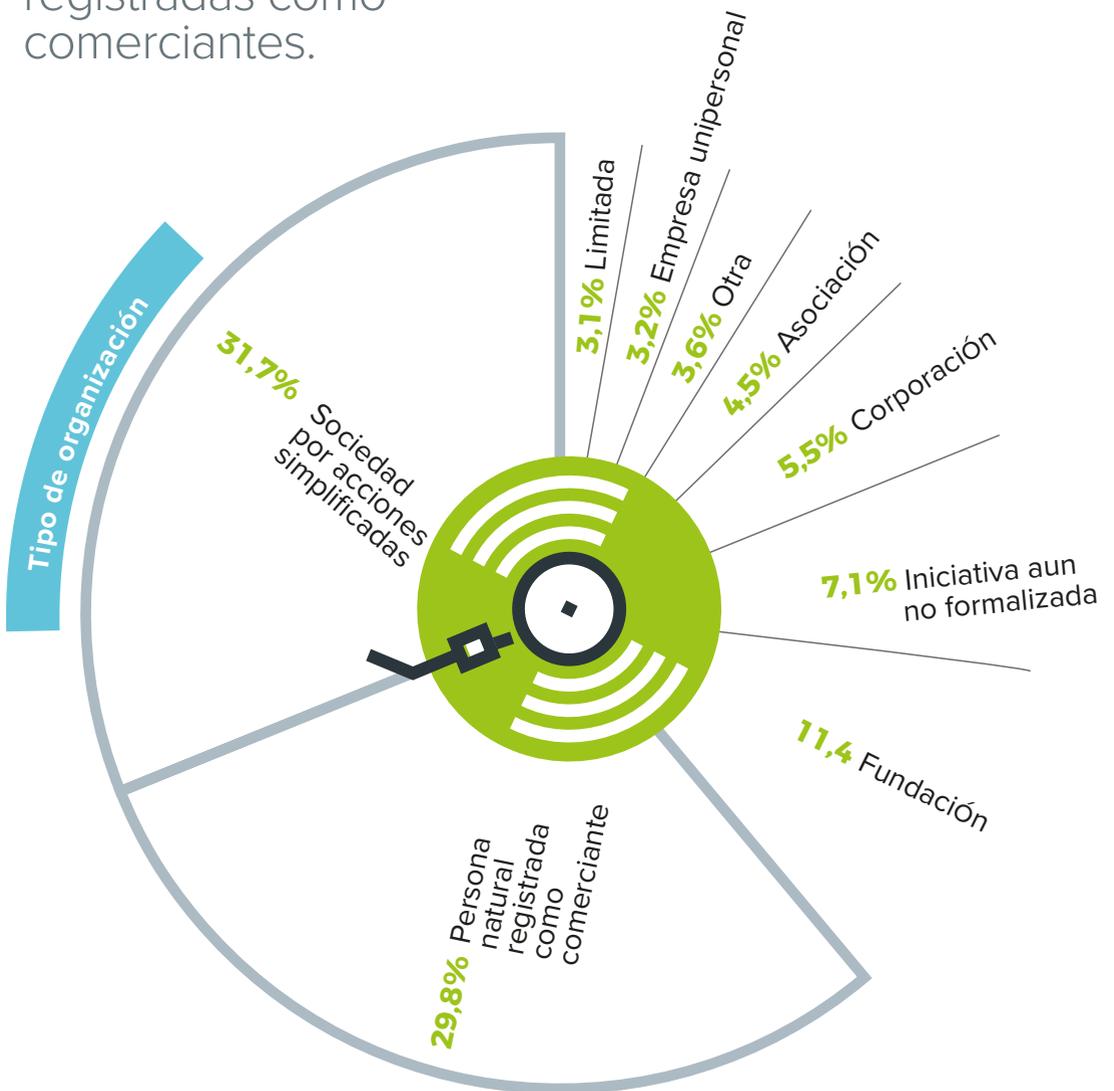
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

31,7%

de las empresas se encuentran registradas como Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS),

29,8%

son personas naturales registradas como comerciantes.



69,0%

de las empresas
tienen hasta
10 millones de
pesos en activos.

Activos

45%

Menor a 3 millones



24%

De 3 a 10 millones



17%

De 10 a 55 millones



7%

De 55 a 250 millones



7%

Más de 250 millones



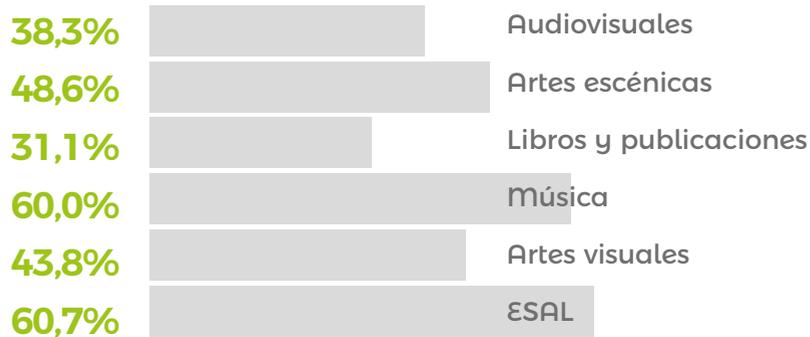


Las **ESAL** y las **empresas del sector de la música** son las que menos activos reportan, mientras que las de **libros y publicaciones y audiovisuales** son las que tienen más activos.

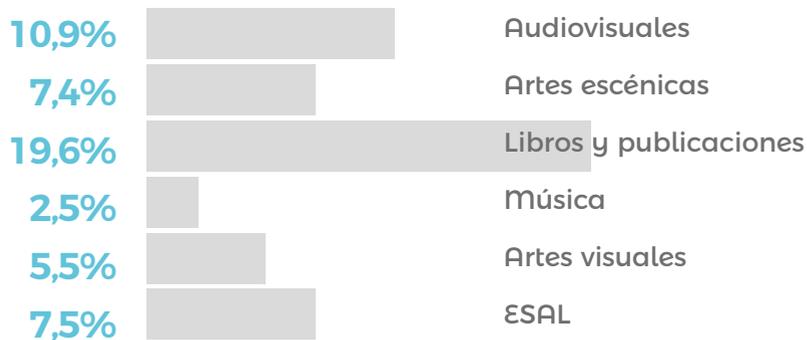


Activos por sector

Menor a 3 millones



Mayor a 100 millones



Estas empresas cuentan con

seis

trabajadores en promedio.



Número de trabajadores con contrato formalizado o escrito

3

Artes visuales

5

Artes escénicas

10

Libros y publicaciones

8

Audiovisuales

3

Música

8

ESAL

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

100.312

Puestos de trabajo
equivalente a tiempo completo del campo cultural.

*De acuerdo con los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá, en el año 2017p.
(p Provisional)*

Anualmente

34,0%

del total de trabajadores de estas empresas, son contratados bajo la modalidad de prestación de servicios, principalmente en el sector audiovisual.

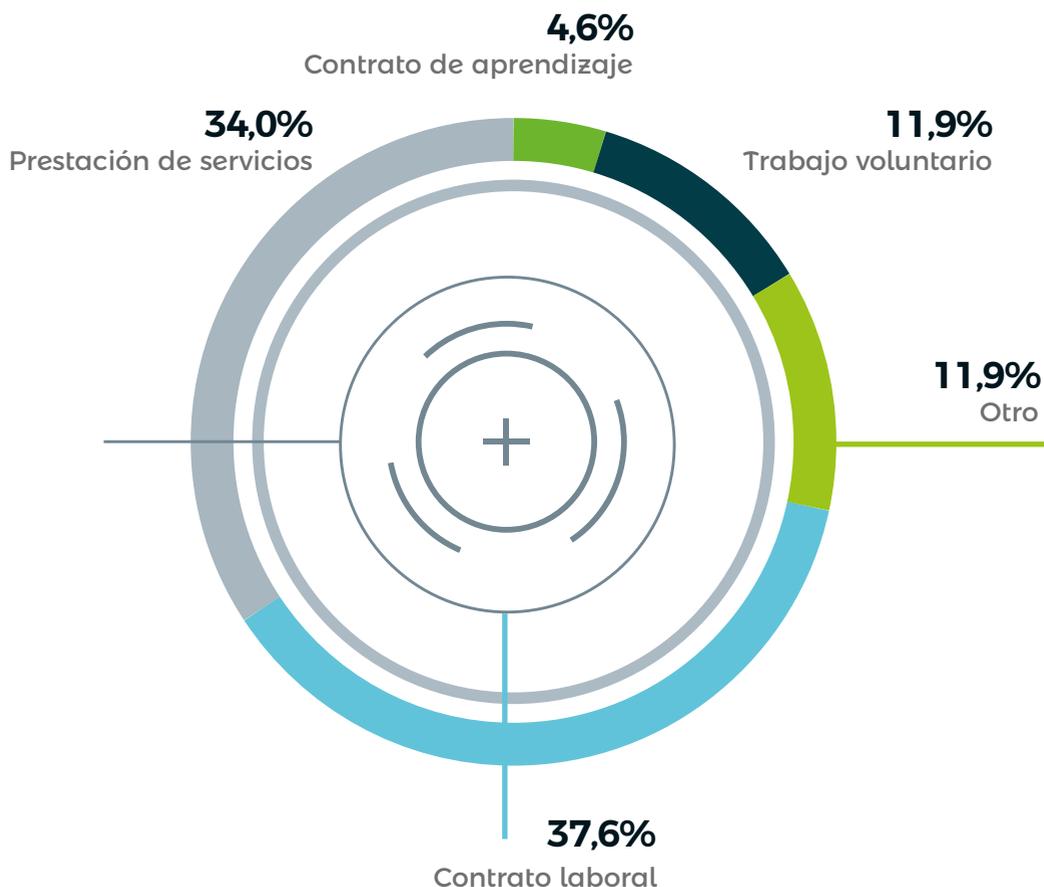
21,9%

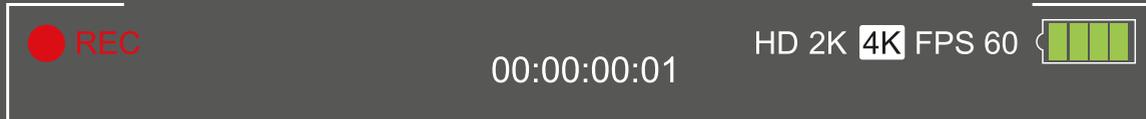
Laboral
Término indefinido

15,6%

Laboral
Término fijo

Tipo de contratación





71,4%

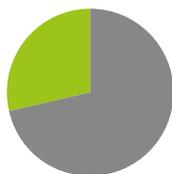
de los ingresos del sector **audiovisual** provienen de actividades relacionadas con la misma industria.

58,9%

de los ingresos de las **artes visuales** provienen de actividades relacionadas con otros sectores.

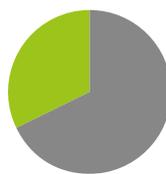


Ingresos por sector



**Audiovisual
y radio**

71,4%
28,6%



Música

68,0%
32,0%



**Libros y
publicaciones**

58,2%
41,8%



Artes escénicas

55,1%
44,9%



Artes visuales

41,1%
58,9%

■ Actividades del mismo sector

■ Actividades de otros sectores

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.



Las actividades que más ingresos generan a las ESAL son las relacionadas con la educación cultural y las artes escénicas y espectáculos artísticos.



Actividades con mayores ingresos (ESAL)

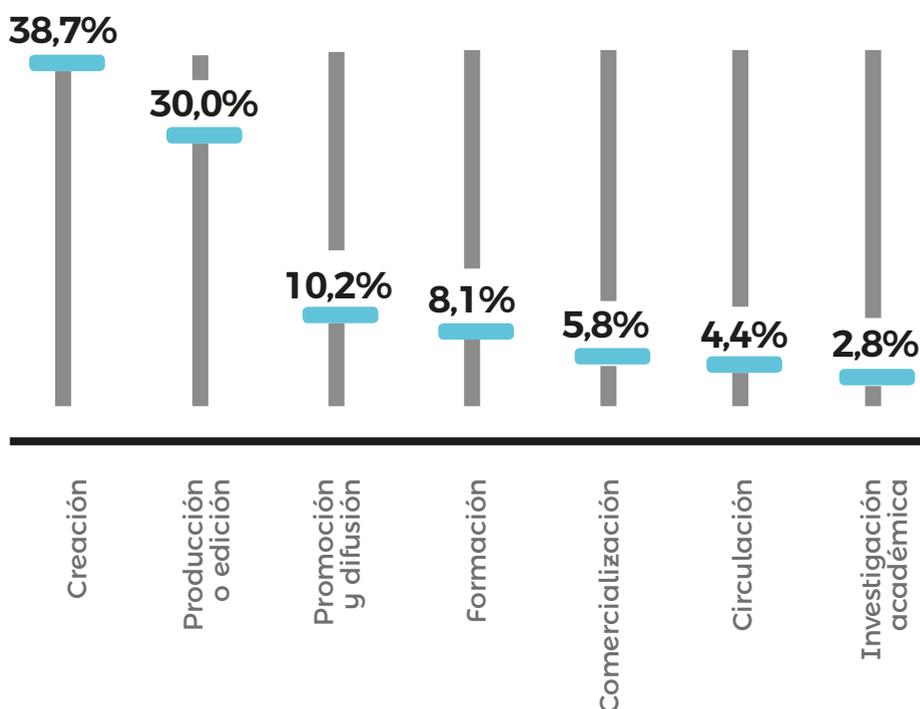


Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

68,7%

mayoría de estas empresas del sector ICC se dedican a **creación y producción** o edición de contenidos, dentro de la CADENA DE VALOR.

Actividad principal



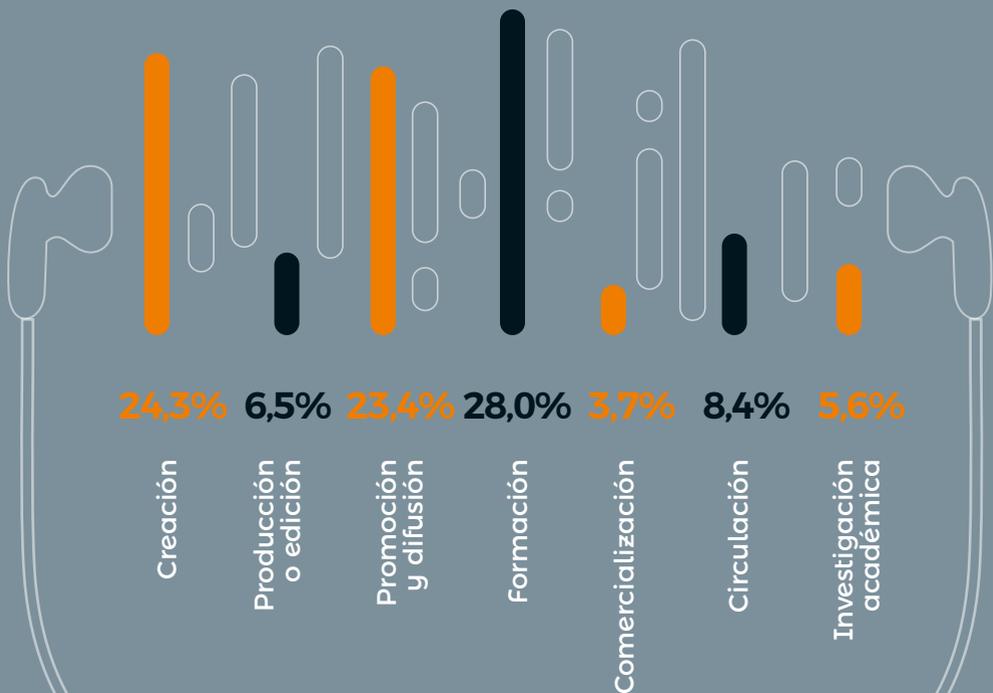
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

La **creación y producción** han sido los eslabones más favorecidos en las políticas públicas del sector. Uno de los retos más importantes de estas industrias es diversificar su quehacer hacia otras etapas de la cadena valor.

Grupos focales ICC

Las ESAL son las organizaciones que presentan **mayor diversidad en su cadena de valor.**

Actividad principal ESAL

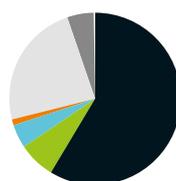


Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Las empresas de ICC se financian principalmente con **recursos propios** y **aporte de socios**

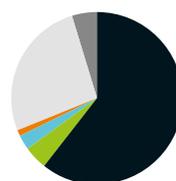
Las empresas de las artes escénicas, así como las ESAL, muestran mayor dependencia de recursos públicos.

Fuentes de financiación (promedio)



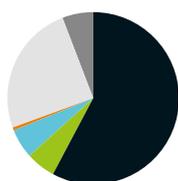
Artes visuales

57,0%
6,9%
4,2%
1,1%
23,1%
4,9%



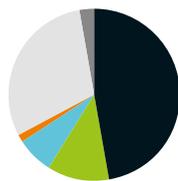
Música

59,1%
4,4%
2,7%
1,0%
25,8%
4,4%



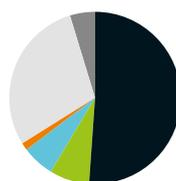
Libros y publicaciones

57,3%
5,5%
5,6%
0,4%
24,6%
5,6%



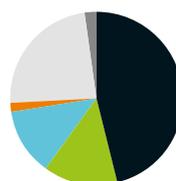
Artes escénicas

47,3%
11,6%
6,8%
1,5%
29,9%
2,5%



Audiovisuales

50,1%
7,6%
5,8%
1,3%
28,8%
4,4%



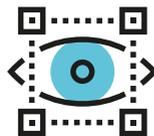
ESAL

45,7%
13,8%
12,6%
1,6%
23,3%
2,1%

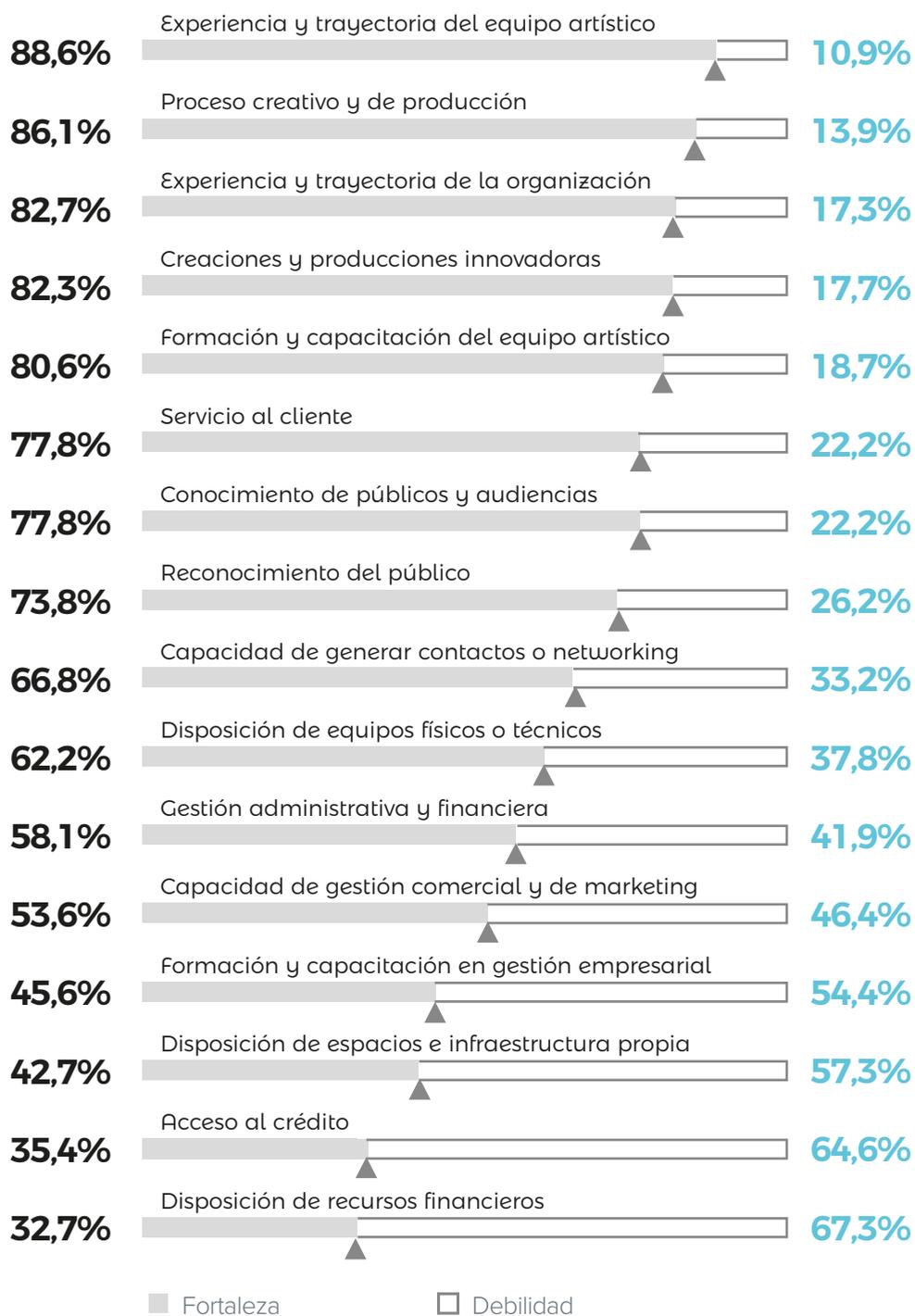


La mayoría de empresas consideran como una debilidad **la baja disponibilidad de recursos financieros y el acceso al crédito.**

Sus principales fortalezas son la **experiencia y trayectoria artística**, así como el **proceso creativo y de producción.**



Fortalezas y debilidades



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Nota: Algunas distribuciones pueden diferir del 100% debido a la no inclusión de la categoría "no aplica".

PRINCIPALES FORTALEZAS Y DEBILIDADES SEGÚN SECTOR

Acceso al crédito



Audiovisuales

64,9%
35,1%



Artes escénicas

66,7%
33,3%



Libros y publicaciones

61,1%
38,9%



Música

64,0%
36,0%



Artes visuales

65,1%
34,9%



ESAL

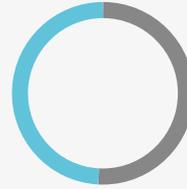
70,1%
29,9%

Formación y capacitación en gestión empresarial



Audiovisuales

60,0%
40,0%



Artes escénicas

50,9%
49,1%



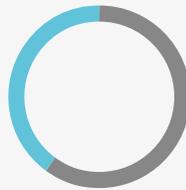
Libros y publicaciones

46,8%
53,2%



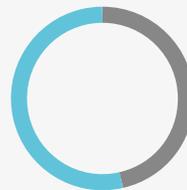
Música

58,2%
41,8%



Artes visuales

61,0%
39,0%



ESAL

44,9%
55,1%

■ Fortaleza

■ Debilidad

■ Fortaleza

■ Debilidad

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Disposición de espacios e infraestructura propia



Audiovisuales

55,4%
44,6%



Artes escénicas

64,4%
35,6%



Libros y publicaciones

52,1%
47,9%



Música

56,7%
43,3%



Artes visuales

61,6%
38,4%



ESAL

57,9%
42,1%

■ Fortaleza

■ Debilidad

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

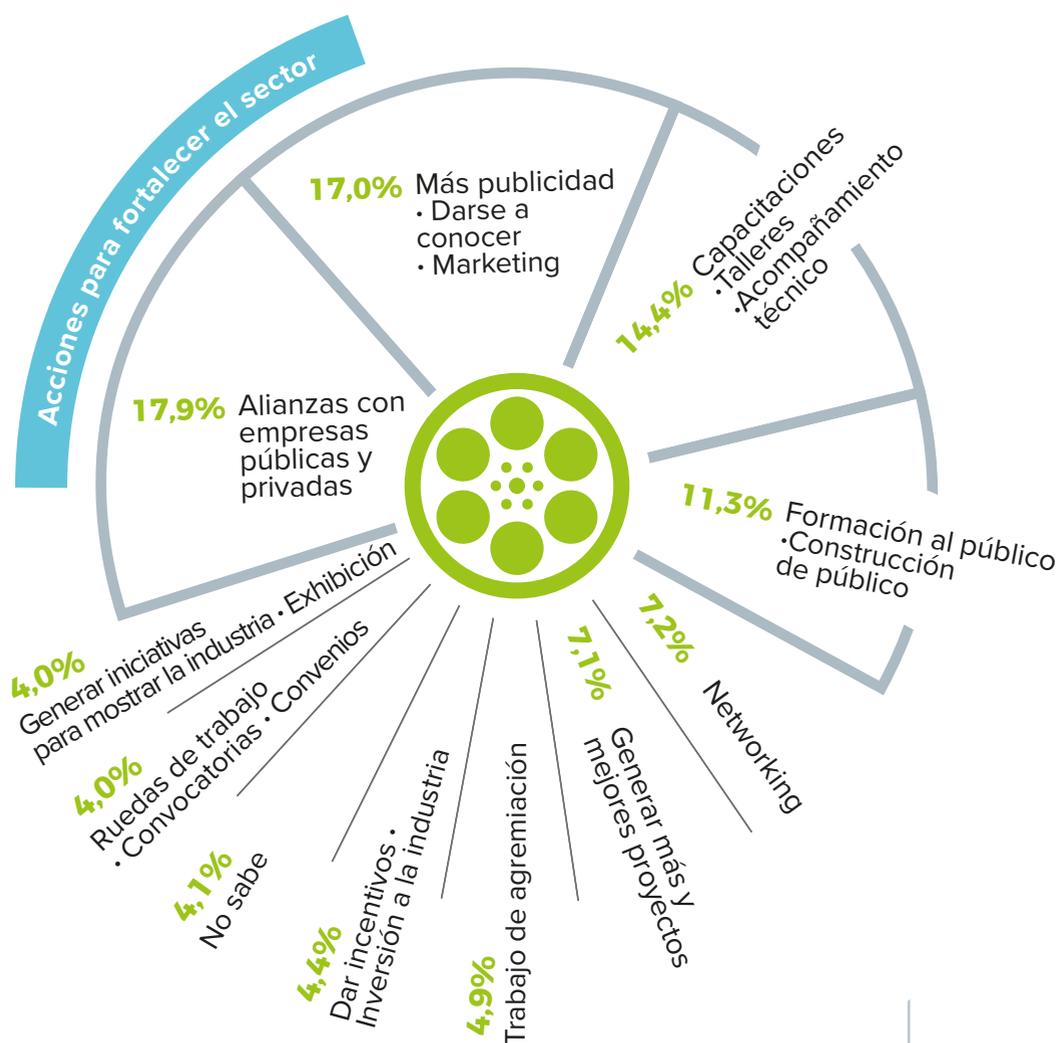
17,9%

de las empresas consideran que las alianzas con empresas públicas y privadas permitirían fortalecer su actividad económica.

La Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa de la Alcaldía Mayor de Bogotá, contempla cinco objetivos dirigidos a fortalecer y potencializar el sector en la ciudad:

- *Promover espacios adecuados para el desarrollo de actividades culturales y creativas.*
- *Fortalecer el capital humano del sector cultural y creativo.*
- *Ampliar mecanismos de apoyo financiero dirigido a los agentes del sector cultural y creativo.*
- *Apoyar estrategias de ampliación de mercado para los agentes del sector cultural y creativo.*
- *Promover líneas de gestión de conocimiento del sector cultural y creativo.*

El **49,3%** de las empresas identifican las **alianzas público-privadas, marketing y las capacitaciones** como las principales acciones para fortalecer el sector.



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Principales acciones para el fortalecimiento de las empresas del sector ICC



Visuales

17,8%

18,5%

15,1%

8,9%



Música

15,3%

19,3%

8,7%

15,3%



Libros y Publicaciones

21,4%

15,0%

18,2%

6,4%



Escénicas

19,0%

15,7%

11,1%

12,0%



Audiovisuales

15,7%

17,4%

17,4%

12,3%



Esal

20,6%

15,9%

15,0%

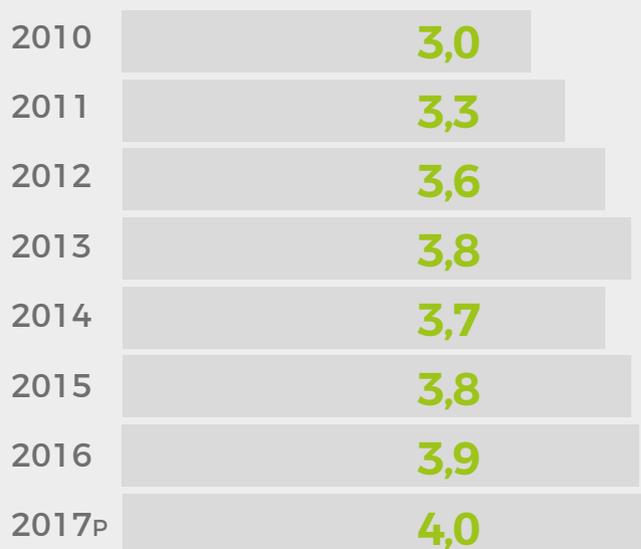
12,1%

- Alianzas con empresas públicas y privadas
- Más publicidad / Darse a conocer / Marketing
- Capacitaciones / Talleres / Acompañamiento técnico
- Formación al público / Construcción de público

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Valor agregado generado por las artes escénicas, audiovisual, música, libros y publicaciones, creación publicitaria, educación cultural

Billones de pesos**



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura Bogotá
Valores a precios corrientes**
p: Provisional

CUENTA SATÉLITE DE CULTURA DE BOGOTÁ

Investigación elaborada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y la Alcaldía Mayor de Bogotá (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte), con el propósito construir un sistema de información económica, continuo, confiable y comparable, focalizado en las artes y el patrimonio.

⊕ *Evidencia el comportamiento de las actividades y productos característicos de cultura.*

⊕ *Insumo para la formulación de políticas públicas culturales.*

⊕ *Herramienta para la toma de decisiones de inversión pública y privada.*

Puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo

105.868

 OFERTA LABORAL

Matriz de trabajo del campo cultural (2016)

39,8%

Son puestos de trabajo de tiempo completo que no están vinculados a una empresa.



44,3%

Es la participación de la oferta laboral del sector cultural de Bogotá, en la oferta laboral a nivel nacional en el año 2016.

35,5%

Es la participación de la demanda laboral del sector cultural de Bogotá en la demanda laboral nacional en el 2016.

46,2%

Es la **participación** de los 6 sectores medidos en la Cuenta Satélite de Cultura de Bogotá, en los mismos sectores a nivel nacional en el 2017.



5,0%

Es el porcentaje de personas **ocupadas** en Bogotá en el sector cultural, respecto al total de ocupados de la ciudad. en el año 2017_P.

40,5%

Es la **participación** de la oferta laboral del sector cultural de Bogotá, respecto a la oferta laboral del sector cultural nacional en el año 2017_P.



02

**PERFIL DE
DIRECTIVOS**



Este capítulo presenta información sobre los directores o líderes de las empresas de las Industrias Culturales y Creativas de Bogotá, relacionada con género, edad, nivel educativo, área de formación, experiencia y formación artística, y experiencia y formación empresarial.

Género de los directivos de las empresas

68,1%

MASCULINO

30,3%

FEMENINO

1,6%

INTERGÉNERO



Los mayores porcentajes de directivos femeninos se encuentran en el sector de libros y publicaciones (**41,4%**) y las ESAL (**47,7%**).

71,5%

de las empresas son dirigidas por personas menores de 45 años de edad.

Edad

12,4%

Mayor a 55 años



16,2%

Entre 45 a 55 años



27,1%

Entre 35 a 45 años



35,7%

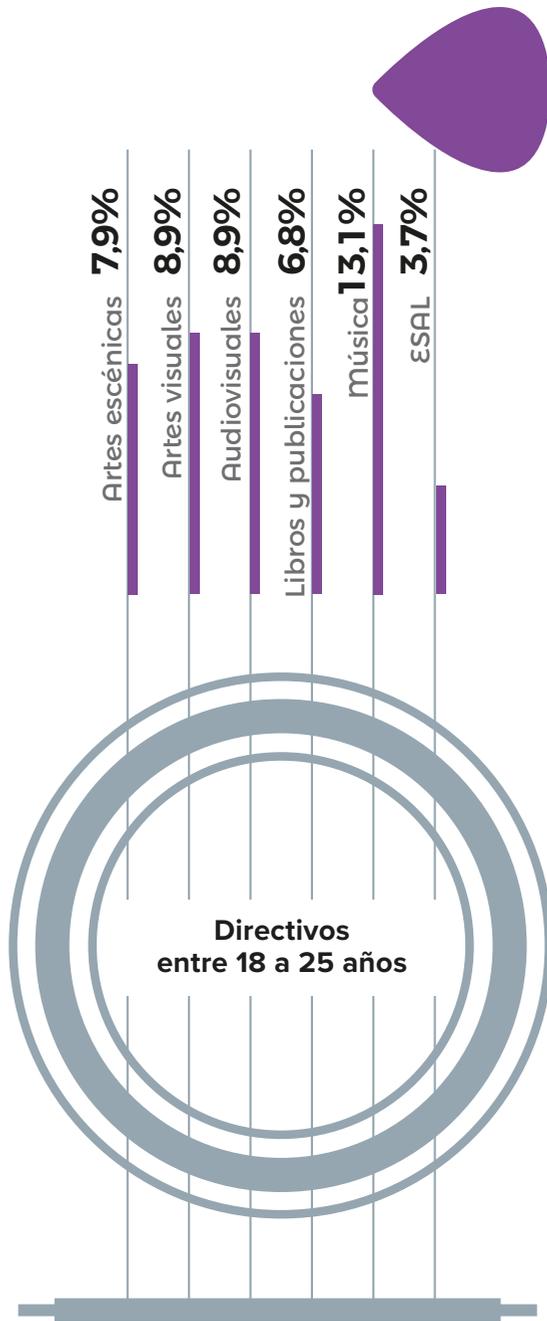
Entre 25 a 35 años



8,7%

Entre 18 a 25 años



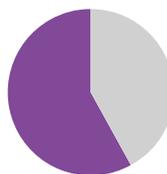


Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

El sector de la **música** tiene mayor proporción de directivos **entre 18 y 25 años de edad.**

Las **ESAL** y las empresas del sector de **libros y publicaciones** tienen la mayor proporción de directivos con más de **35** años de edad.

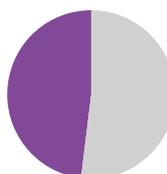
Edad



Artes escénicas



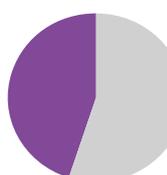
Artes visuales



Audiovisuales



Libros y publicaciones



Música



ESAL

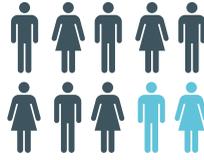
54,9%
45,1%

29,0%
71,0%

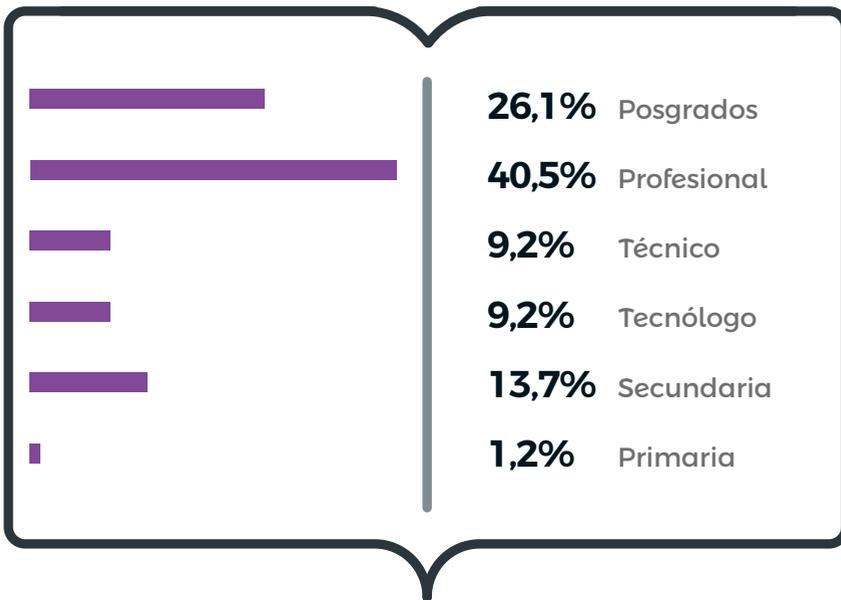
- Mayor a 35 años
- Menor o igual a 35 años

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

8/10 DIRECTIVOS

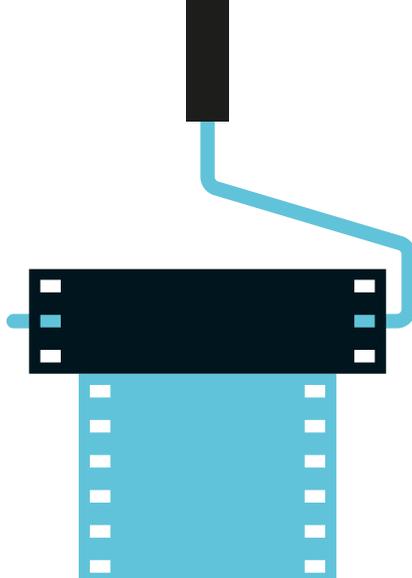


poseen títulos en educación superior.



Nivel educativo

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.



Educación superior

Se imparte en dos niveles: pregrado y posgrado.

El nivel de pregrado tiene, a su vez, tres niveles de formación:

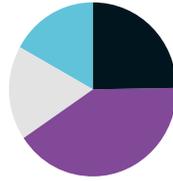
- Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales).
- Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos).
- Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios).

La educación de posgrado comprende los siguientes niveles:

- Especializaciones (relativas a programas de Especialización Técnica Profesional, Especialización Tecnológica y Especializaciones Profesionales).
- Maestrías.
- Doctorados.

Fuente: Ministerio de Educación Nacional de Colombia

Nivel educativo por sector



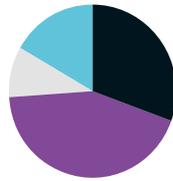
Artes escénicas

25,0%
40,7%
 17,6%
16,7%



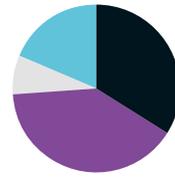
Artes visuales

21,2%
41,1%
 17,1%
20,5%



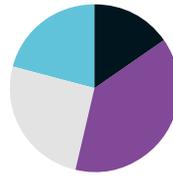
Audiovisuales

30,6%
43,4%
 9,4%
16,6%



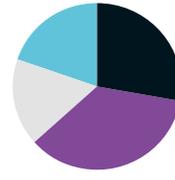
Libros y publicaciones

33,9%
40,0%
 7,5%
18,6%



Música

15,3%
38,5%
 25,5%
20,7%



ESAL

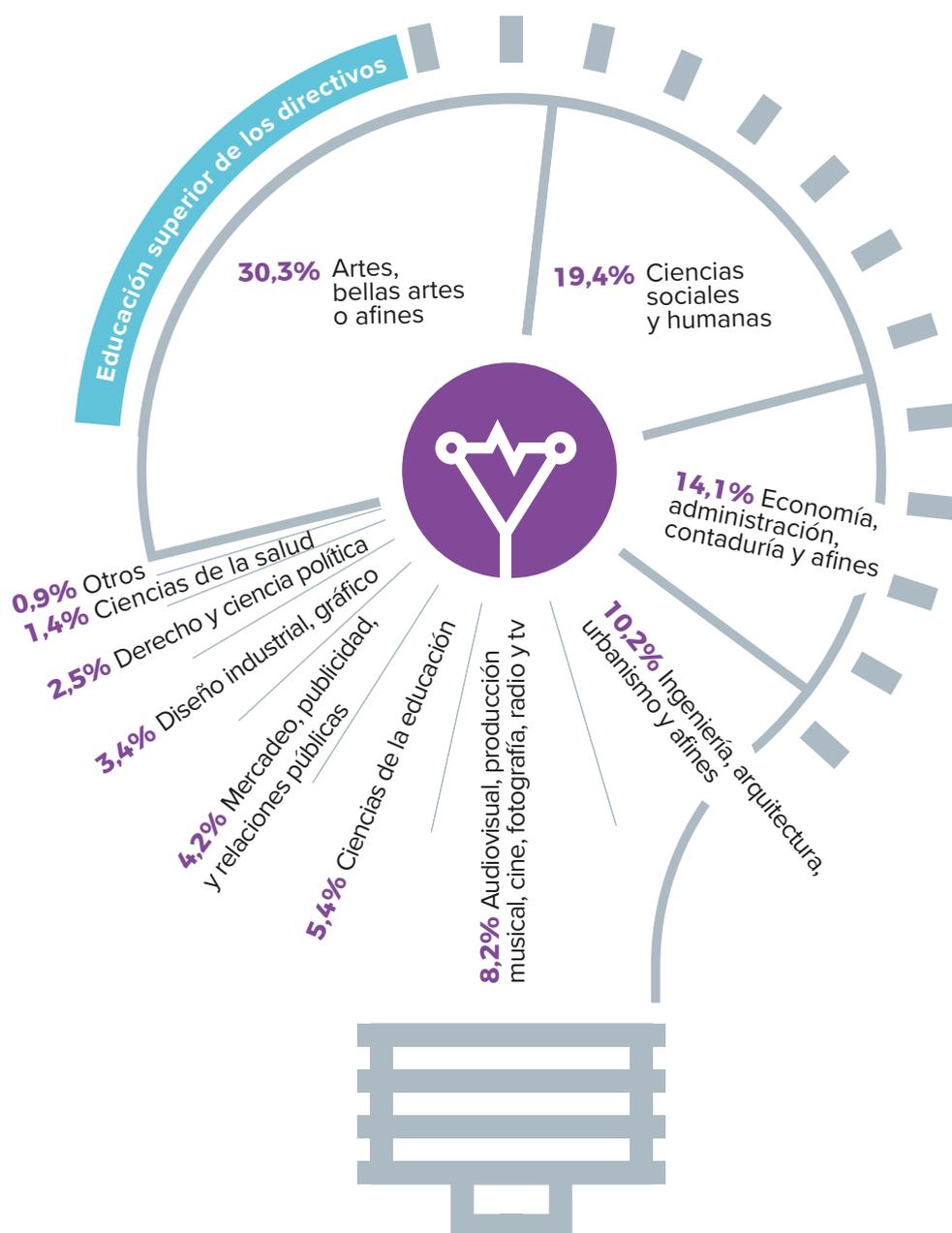
28,0%
35,5%
 16,8%
19,6%

- Posgrados
- Profesional
- Secundaria o inferior
- Técnico o tecnólogo

Los directivos de los sectores audiovisual y libros y publicaciones tienen mayor nivel educativo.

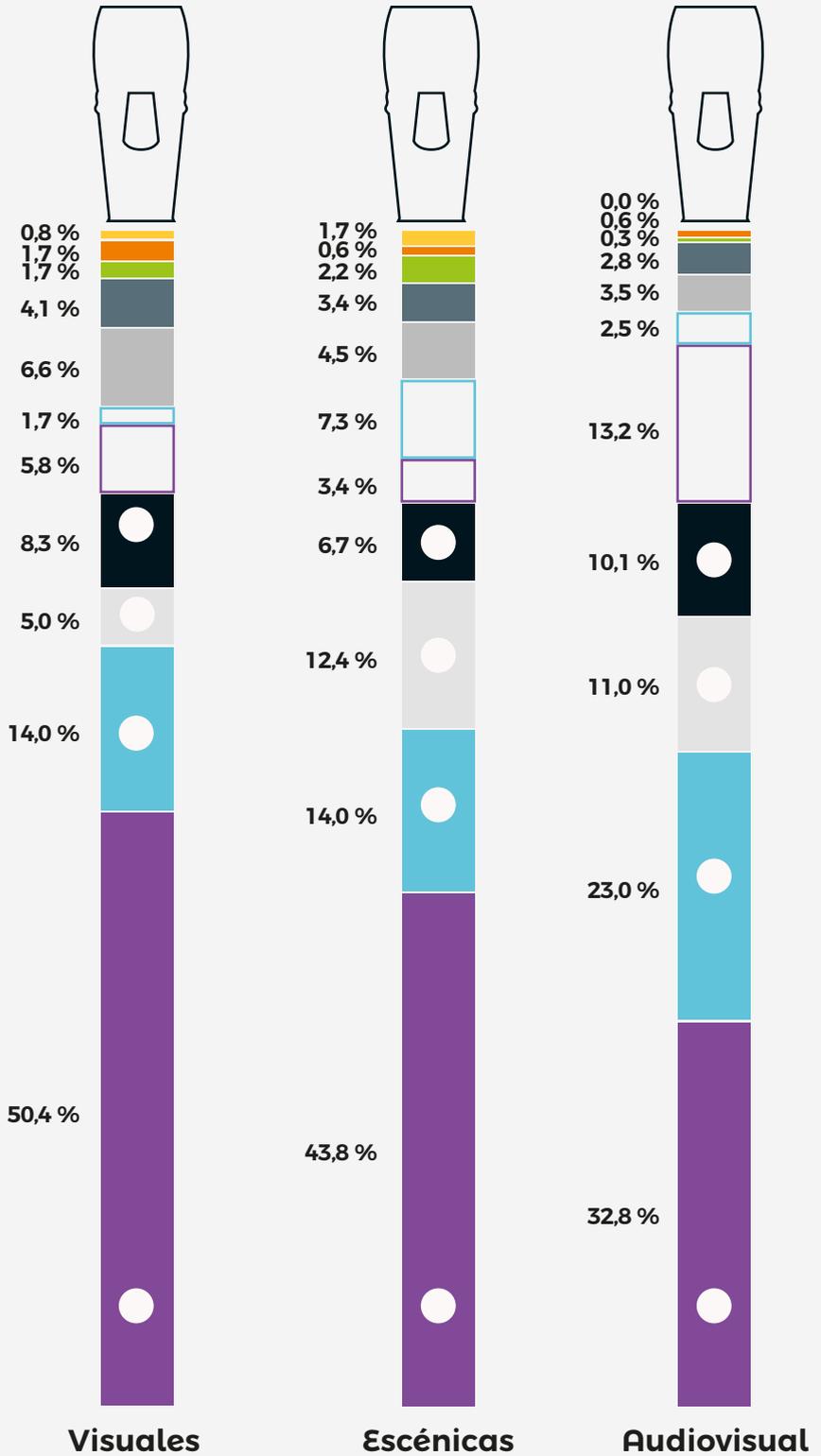
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

La educación de los directivos resulta altamente diversa. Se evidencia una preponderancia en áreas relacionadas con las **artes, las humanidades y ciencias económicas.**



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Área de formación

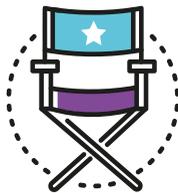
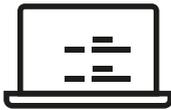
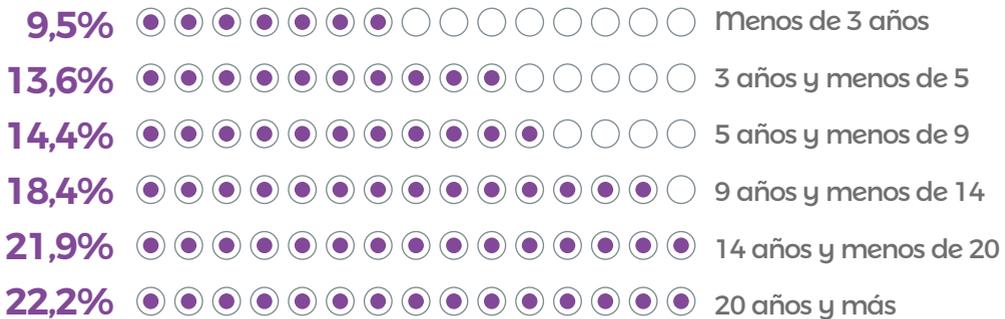


- Artes, bellas artes o afines
- Ciencias sociales y humanas
- Economía, administración, contaduría y afines
- Ingeniería, arquitectura, urbanismo y afines
- Audiovisual, producción musical, cine, fotografía, radio y tv
- Ciencias de la educación

62,5%

de los directores cuenta con más de 10 años de experiencia artística, **se evidencia una larga trayectoria.**

Experiencia artística

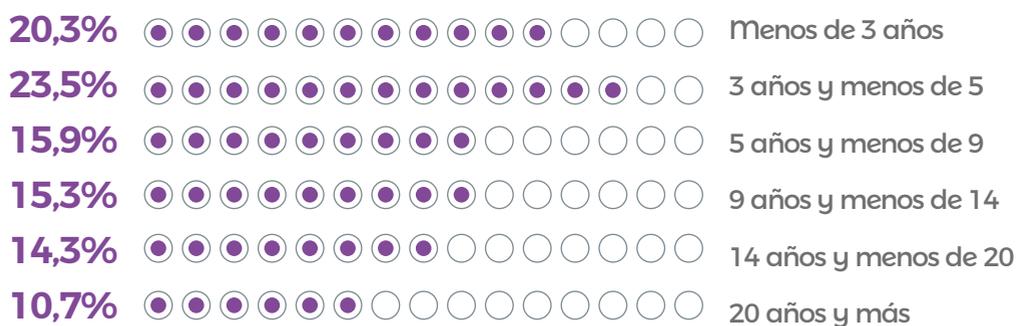


Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

59,7%

cuenta con menos de 10 años de experiencia como empresarios.

Experiencia empresarial



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

En algunas ocasiones la formación empresarial es baja y se adquiere a través de la experiencia. **Los empresarios manifiestan la necesidad de ampliar sus conocimientos relacionados al direccionamiento y administración de las empresas.**

Grupos focales ICC

Los directivos con mayor experiencia artística hacen parte del sector de las artes escénicas, el

56,5%

tiene más de 15 años de trayectoria.

Más de 15 años de experiencia artística

56,5%

Artes escénicas



39,0%

Artes visuales



46,9%

Música



34,3%

Audiovisuales



46,1%

Libros y publicaciones

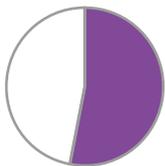


45,8%

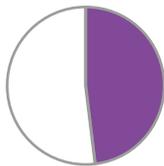
ESAL



Más de 15 años de experiencia empresarial



Audiovisuales
52,9%



Música
48,0%



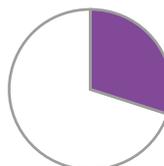
Artes visuales
45,2%



**Libros y
publicaciones**
40,4%



Artes escénicas
34,3%

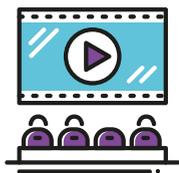


ESAL
29,9%

Los directivos con
menor experiencia
empresarial son
los del sector
audiovisual, el

52,9%

tiene menos de
5 años de trayectoria.



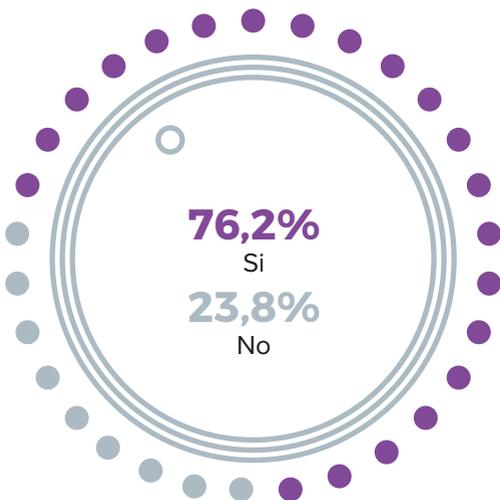
76,2%

de los directivos ha recibido formación artística.

86,5%

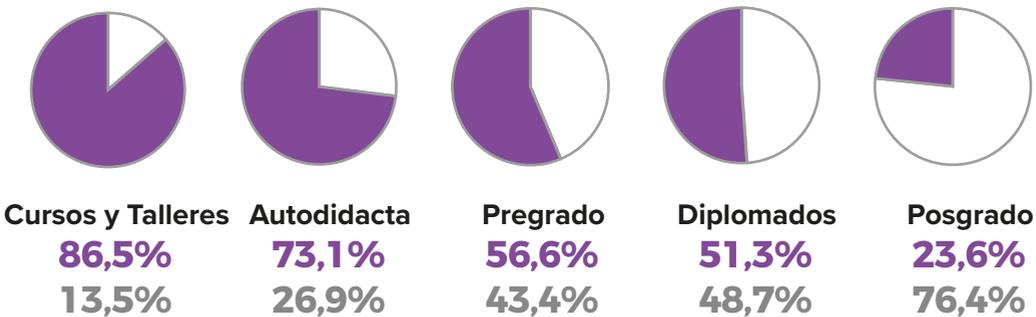
De estos, realizó cursos y talleres.

Formación artística



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Tipo de formación artística



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

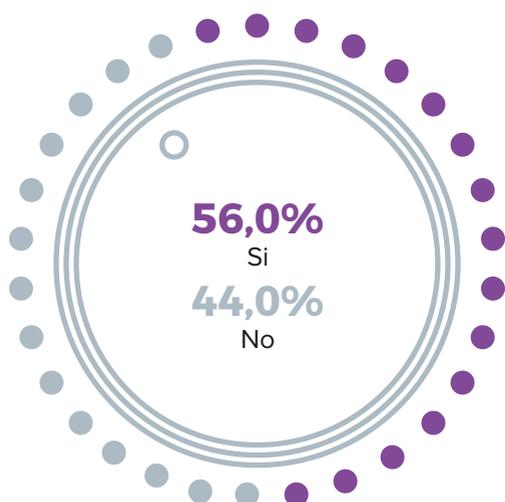
■ Si □ No

Existe mayor preparación profesional como artistas que como empresarios.

Los empresarios y emprendedores ven en la creación de empresa una oportunidad para conciliar la pasión por su interés vocacional con la posibilidad de una iniciativa productiva.

Grupos focales ICC

Formación empresarial



56,0%

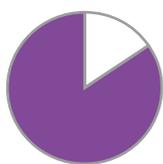
de los directivos han recibido formación empresarial.

84,7%

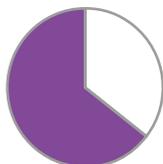
De estos, realizó cursos y talleres.

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Tipo de formación empresarial



Cursos y Talleres
84,7%
15,3%



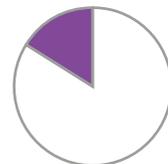
Autodidacta
64,5%
35,5%



Diplomados
39,2%
60,8%



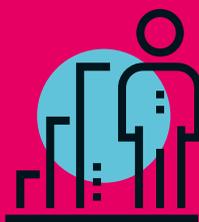
Profesional
29,1%
70,9%



Posgrado
16,2%
83,8%

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

■ Si □ No



03

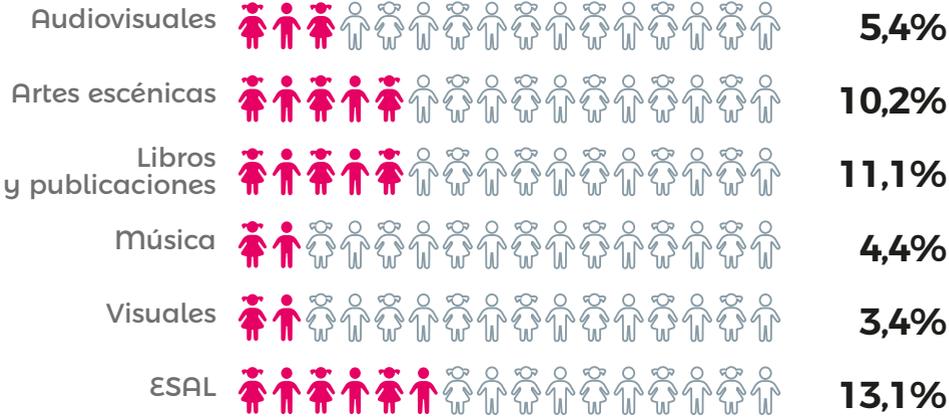
**CLIENTES,
PÚBLICOS
Y AUDIENCIAS**



Este capítulo presenta información sobre los públicos objetivo, nivel de circulación de los productos, medios de difusión, uso de redes sociales, y uso de plataformas de contenido por demanda.

Público objetivo por grupos de edad

Infancia (de 5 a 13 años)



Jóvenes y adolescentes (de 14 a 26 años)



Las empresas reconocen que se debe hacer un mayor esfuerzo por entender las preferencias de los públicos, **buscando satisfacer la demanda con su vocación artística.**

Adultos (de 27 a 59 años)



Adulto mayor (60 años o más)



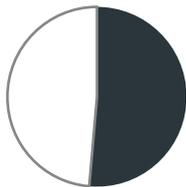
Todas las edades





ES EL PRINCIPAL MERCADO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Nivel de circulación de productos y servicios



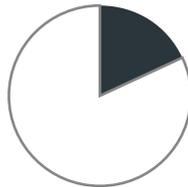
Distrital
51,3%



Nacional
48,2%



Internacional
24,8%



Departamental
17,9%

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

El sector con mayor circulación internacional es el audiovisual, con el

31,7%

de las empresas.

Circulación internacional por sector



24,0%

Música



22,2%

Artes escénicas



31,7%

Audiovisuales



21,1%

Libros y publicaciones



27,4%

Artes visuales



15,9%

ESAL

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Una de las principales apuestas está en consolidar un mercado local que produzca utilidades, **a través de una mayor cultura de pago por los bienes y servicios artísticos.**

Grupos focales ICC

LAS PÁGINAS WEB Y CORREOS MASIVOS SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS COMUNES, POR LAS OPORTUNIDADES DE DIFUSIÓN QUE TIENEN LAS EMPRESAS CON CANALES ONLINE.

Medios de difusión



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.



Para diferentes sectores la entrada digital es necesaria para la aproximación con el público, **por eso consideran necesario ser asesorados en temas relacionados con comercio y publicidad digital.**

Al promocionar y dar a conocer sus actividades, las redes sociales que más utilizan las empresas son **Facebook e Instagram.**



Redes sociales



Facebook
88,8%



Instagram
60,2%



Youtube
53,6%



Twitter
48,5%



Google+
25,0%



LinkedIn
15,2%



Vimeo
13,8%



Sound Cloud
10,5%



Pinterest
5,9%



Snapchat
5,5%



WhatsApp
4,1%

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Las plataformas que más utilizan las empresas para promocionar y dar a conocer sus actividades son **YouTube, Vimeo y Spotify.**

Plataformas de contenido por demanda



Youtube
83,4%



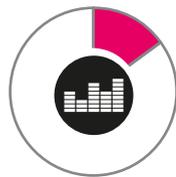
Vimeo
25,8%



Spotify
21,2%



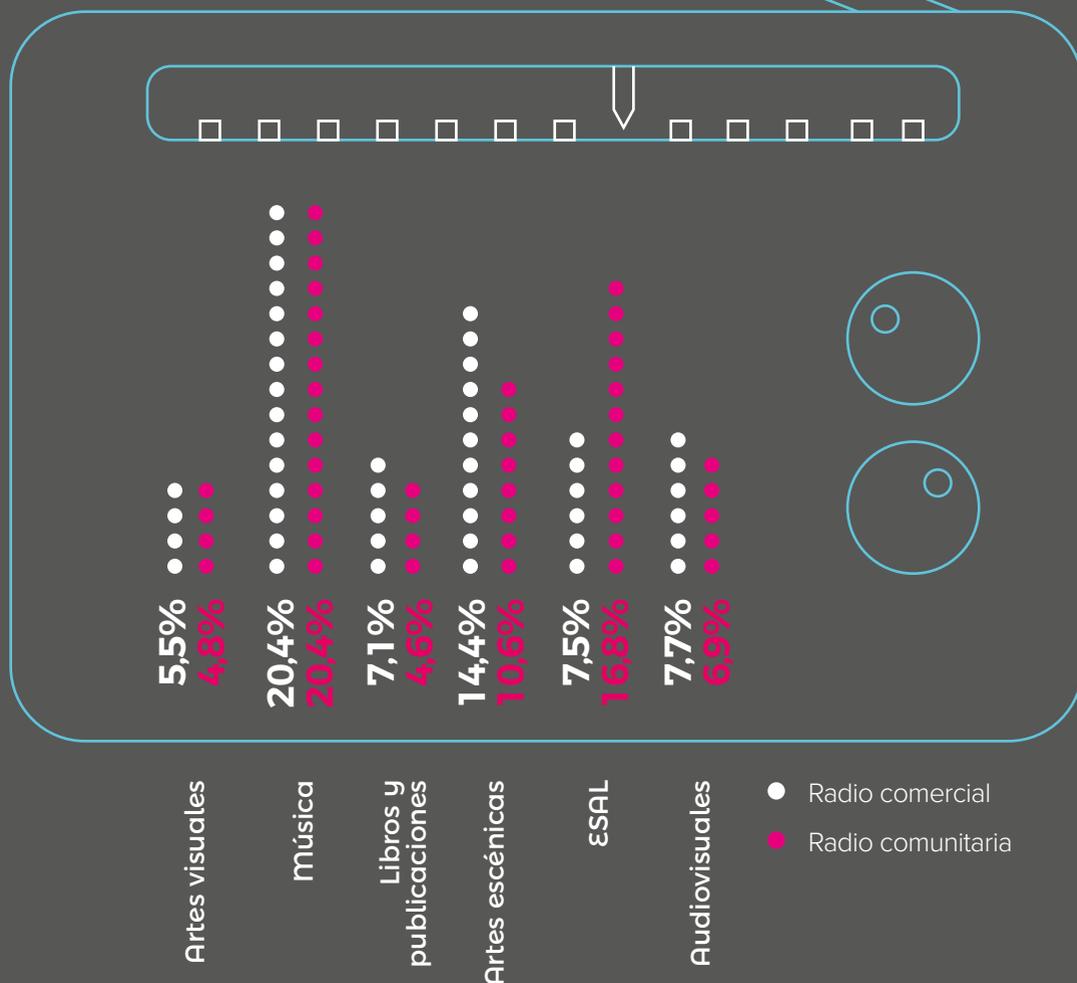
itunes
15,0%



Deezer
15,0%



Uso de radio difusión por sector



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

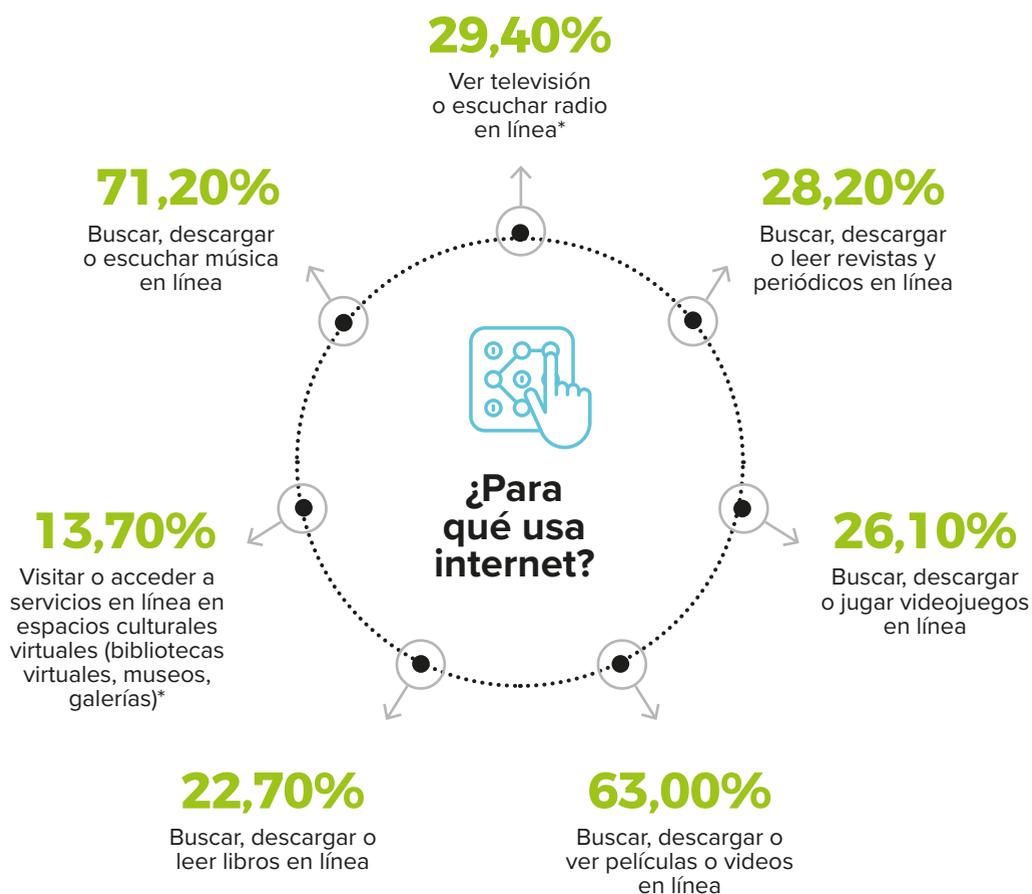
En general, cuando las empresas hacen uso de la radio como medio de difusión, prefieren las emisoras comerciales sobre las comunitarias.

Para el caso de las ESAL, se observa un mayor uso de la radio comunitaria.



Fuente: ECC – DANE 2017.
Nota: Población de 12 años o más en Bogotá

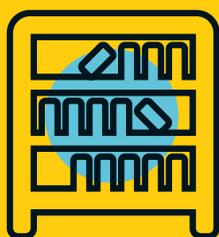




Fuente: ECC – DANE 2017.

Nota: Población de 12 años o más en Bogotá





04

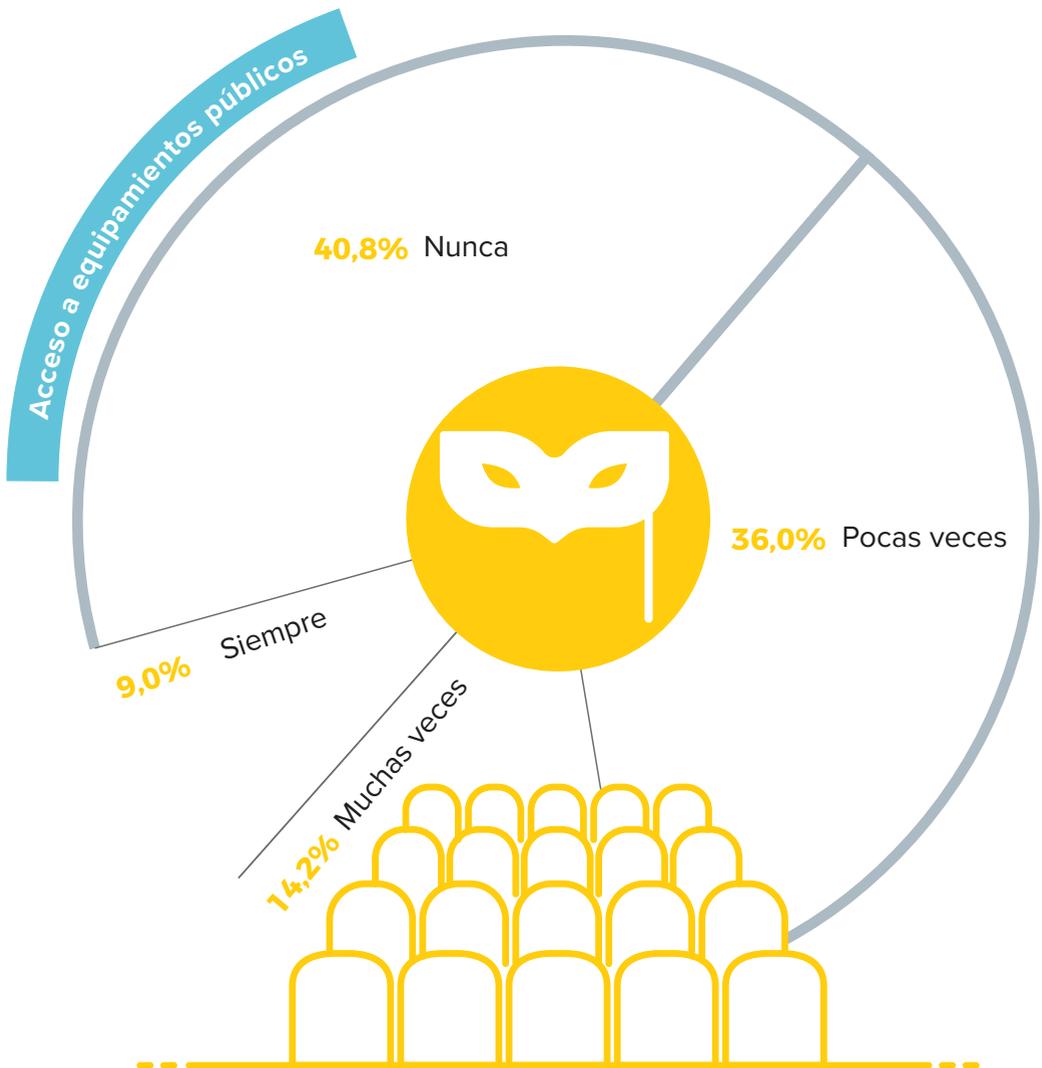
ESPACIOS Y
EQUIPAMIENTOS



Este capítulo presenta información sobre el uso de equipamientos y espacios públicos y privados, infraestructura propia y el tipo de actividades realizadas en el espacio público, por las empresas.

El 23,2%

de las empresas acceden de forma frecuente a equipamientos públicos.



36,1%

De las empresas del sector de las artes escénicas, hace uso habitual de los equipamientos públicos, siendo el que más accede a este tipo de infraestructura.

Uso habitual de equipamientos públicos por sector

36,1%
Artes escénicas



26,2%
ESAL



23,6%
Música



22,1%
Libros y publicaciones



19,9%
Artes visuales



16,3%
Audiovisuales



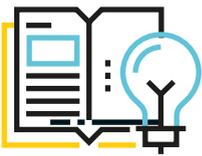
LAS EMPRESAS

que nunca han accedido a estos equipamientos manifiestan desconocer los procedimientos de solicitud.

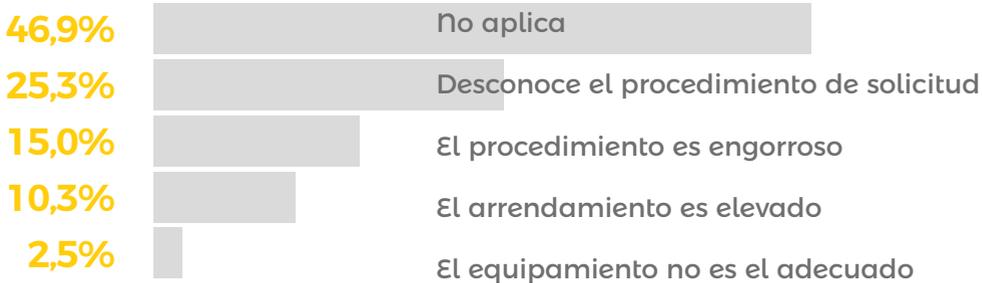
25,3%

o que el equipamiento no es el adecuado

2,5%



Razones de no acceso



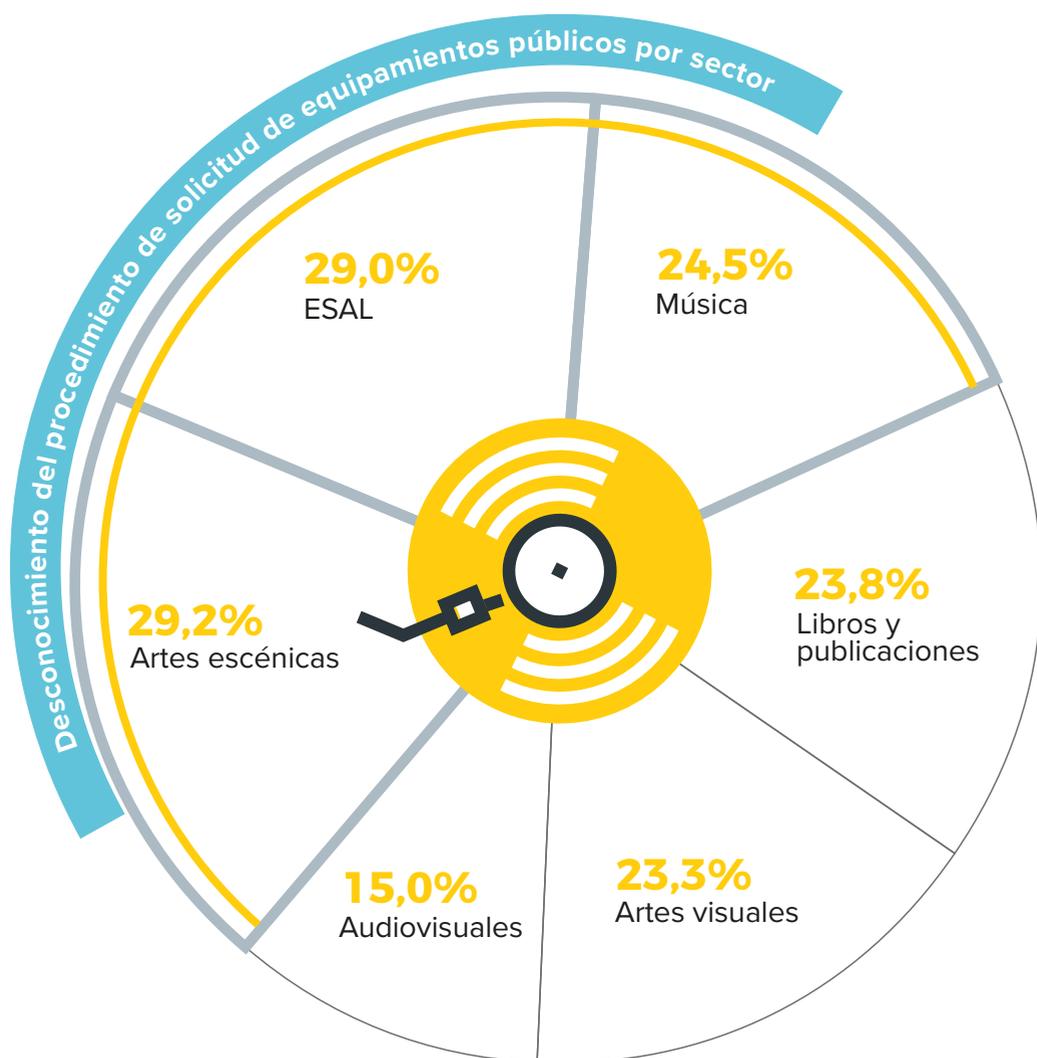
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Las empresas que evidencian más desconocimiento sobre los procedimientos de solicitud de los equipamientos públicos son las de artes escénicas con el

29,2%

y las ESAL con

29,0%.



50,8%

De los espacios privados que utilizan las empresas, en su mayoría son alquilados.

36,8%

 son propios

Espacios privados



Alquilados

50,8%



Propios

36,8%



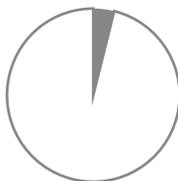
En asociación,
contraprestación,
intercambio o canje

33,6%



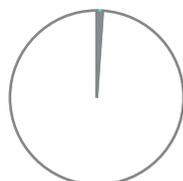
Prestados
a gratuidad

31,7%



No se ha
utilizado ninguno

3,6%

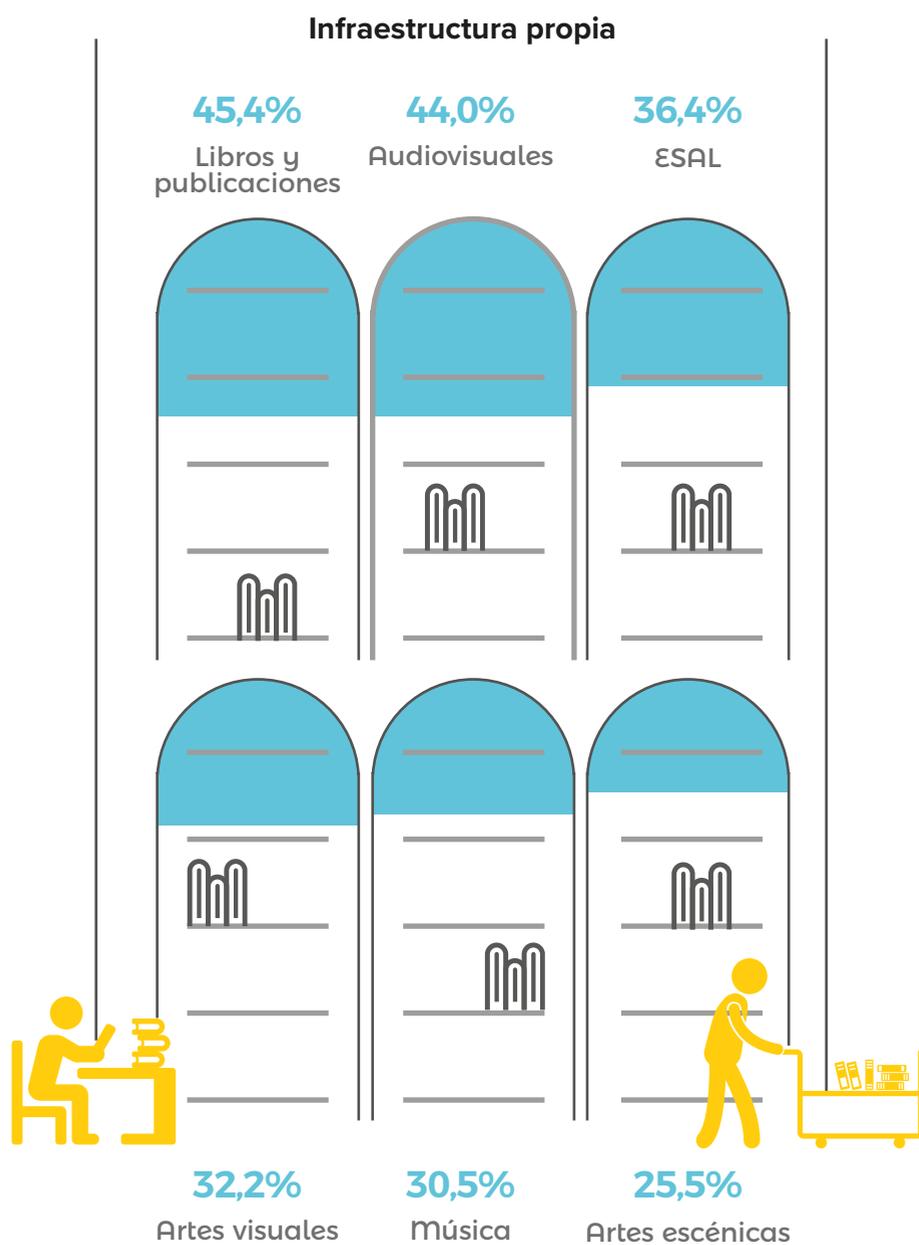


No aplica

0,9%

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCR.D.

Las empresas del sector de libros y publicaciones son las que más cuentan con espacios propios (45,4%), seguidas de las del sector audiovisual (44,0%).



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Entre los años 2013 y 2017, el gasto público destinado a compra, dotación, construcción, adecuación o mejoramiento de equipamientos culturales, superó los

29 mil
millones de pesos.

75%

fue destinado a espacios para las artes escénicas.

53%

fue invertido en equipamientos privados.

25%

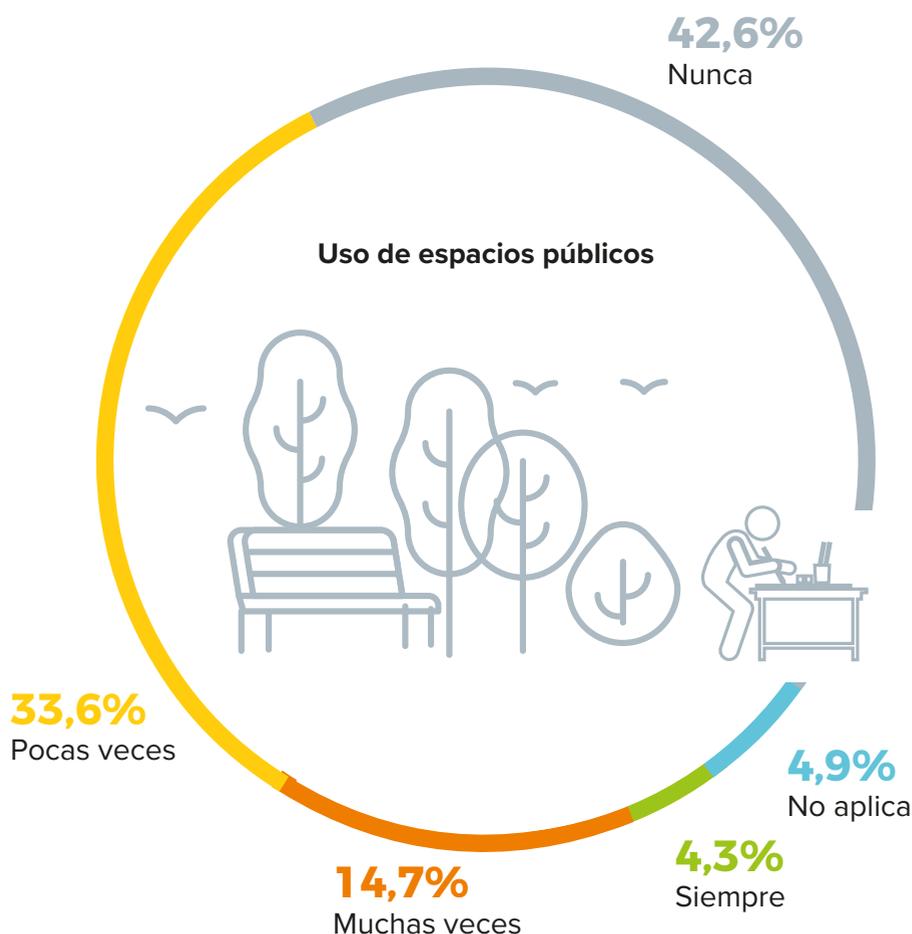
a espacios dedicados a la música.

47%

fue invertido en equipamientos públicos.

19,0%

de las empresas ha hecho uso de los espacios públicos (vías públicas, parques, alamedas u otros espacios similares).



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

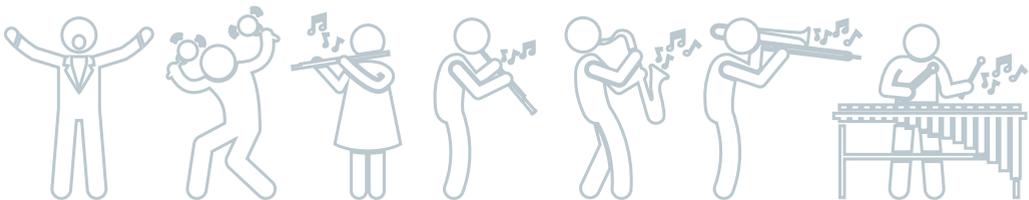
Las empresas hacen uso del espacio público para diferentes eventos. Principalmente para:

29,1%

Espectáculos de música en vivo

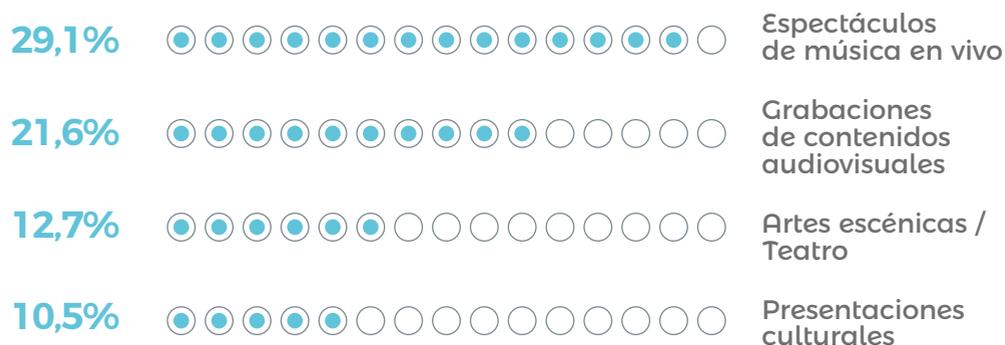
21,6%

Grabaciones de contenidos audiovisuales





Actividades realizadas en espacio público



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCR.D.

Una de las principales potencialidades es implementar espacios alternativos y no convencionales, **para permitir una apropiación del espacio público de manera más incluyente.**



05

**PROPIEDAD
INTELECTUAL**



Este capítulo presenta información sobre propiedad intelectual. Contiene datos sobre tenencia y registro de marca, registro de obras e ingresos percibidos por este registro.

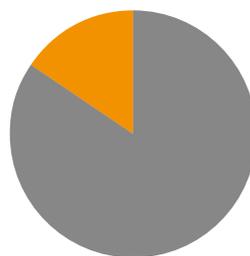
La propiedad intelectual (P.I.) se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.

La legislación protege la P.I., por ejemplo, mediante las patentes, el derecho de autor y las marcas, que permiten obtener reconocimiento o ganancias por las invenciones o creaciones. Al equilibrar el interés de los innovadores y el interés público, el sistema de P.I. procura fomentar un entorno propicio para que prosperen la creatividad y la innovación.

84,6%

de las empresas tienen algún tipo de distintivo (marca, logotipo, etc.).

Tenencia de marca o logotipo



84,6% Si
15,4% No

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

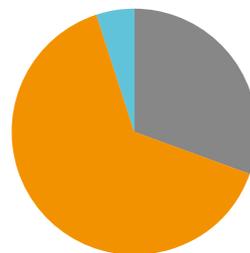


Sin embargo, el

30,5%

de estas lo han registrado.

Registro de marca o logotipo



30,5% Si
64,4% No
5,1% En trámite

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

El sector con mayor proporción de empresas con marcas registradas es

Libros y publicaciones con

44,1%

Mientras que en el de artes visuales es el

20,5%



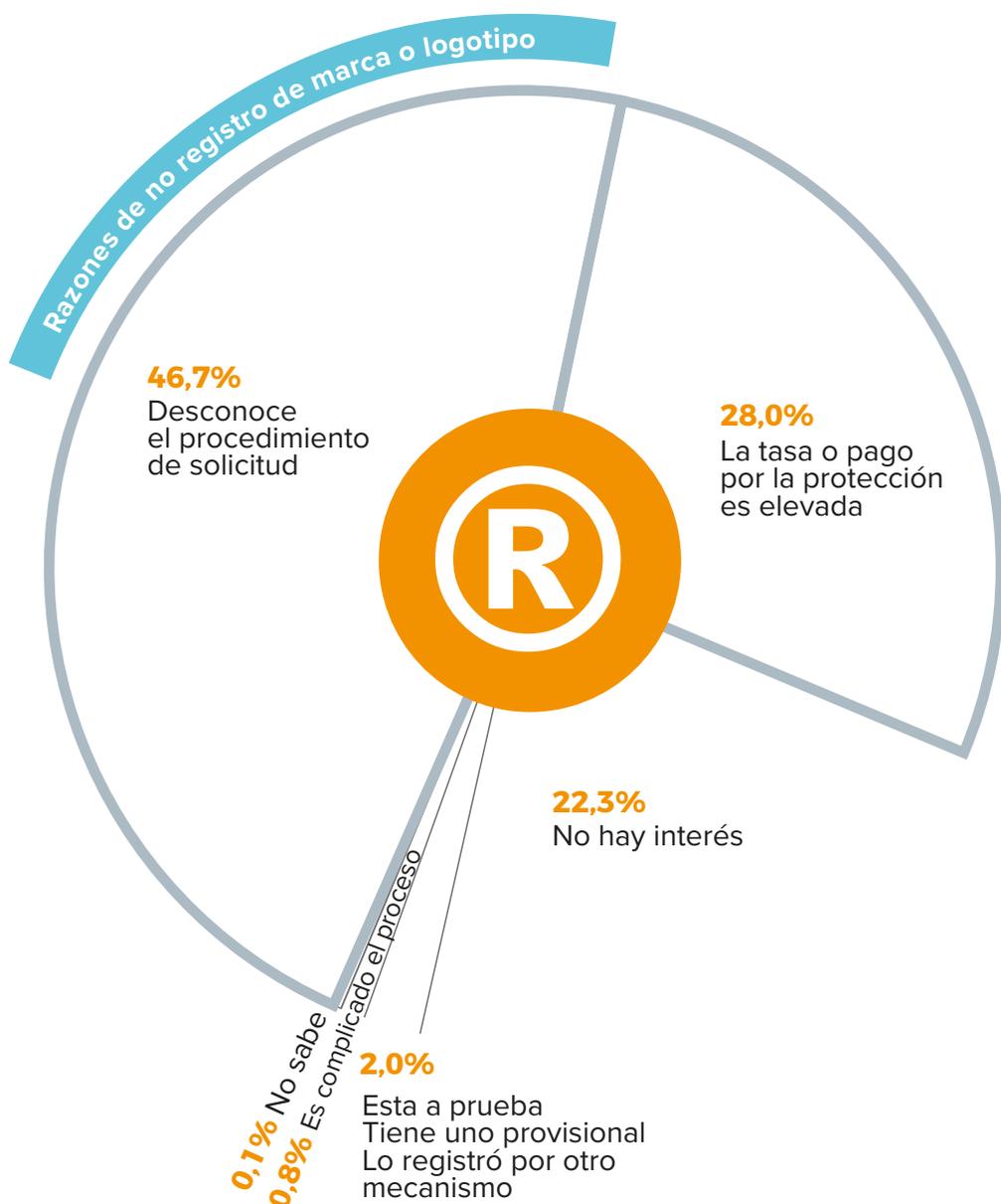
Empresas con registro de marca o logotipo



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

46,7%

De las empresas que no han registrado su marca, desconoce el procedimiento de solicitud.



El sector con menor porcentaje de empresas con marcas registradas es el de artes visuales.

53,5%

No lo han hecho, principalmente por desconocimiento del procedimiento de solicitud.

23,3%

consideran que el pago por la protección intelectual es elevado.

Artes visuales



Desconoce el procedimiento de solicitud

53,5%



La tasa o pago por la protección es elevada

23,3%



No hay interés

19,8%



Esta a prueba
Tiene uno provisional
Lo registró por otro mecanismo

2,3%



Es complicado el proceso

1,2%

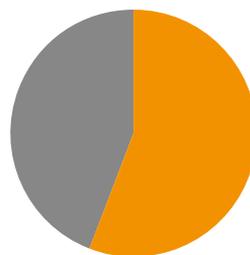
44,0%

de las empresas registran sus obras, pero de estas sólo el

20,2%

percibe ingresos a partir de las mismas.

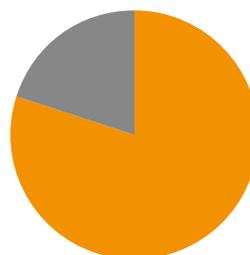
Registro de obras



44,0% Si
56,0% No

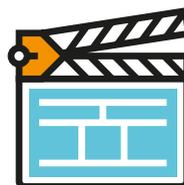
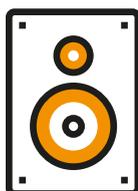
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Ingresos por registro de obras



20,2% Si
79,8% No

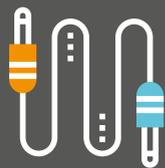
Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.



Registro de obras en 2017- Bogotá

Tipo de registro			No disponible	Total
Registro de contrato y demás actos	729	281	4	1,014
Registro de fonogramas	2,762	885	3	3,650
Registro de obra artística	2,299	529	1	2,829
Registro de obra audiovisual	611	175	0	786
Registro de obra literaria editada	623	97	1	721
Registro de obra literaria inédita	10,651	2,665	50	13,366
Registro de obra musical	4,756	1,399	2	6,157
Registro de soporte lógico	1,155	325	5	1,485

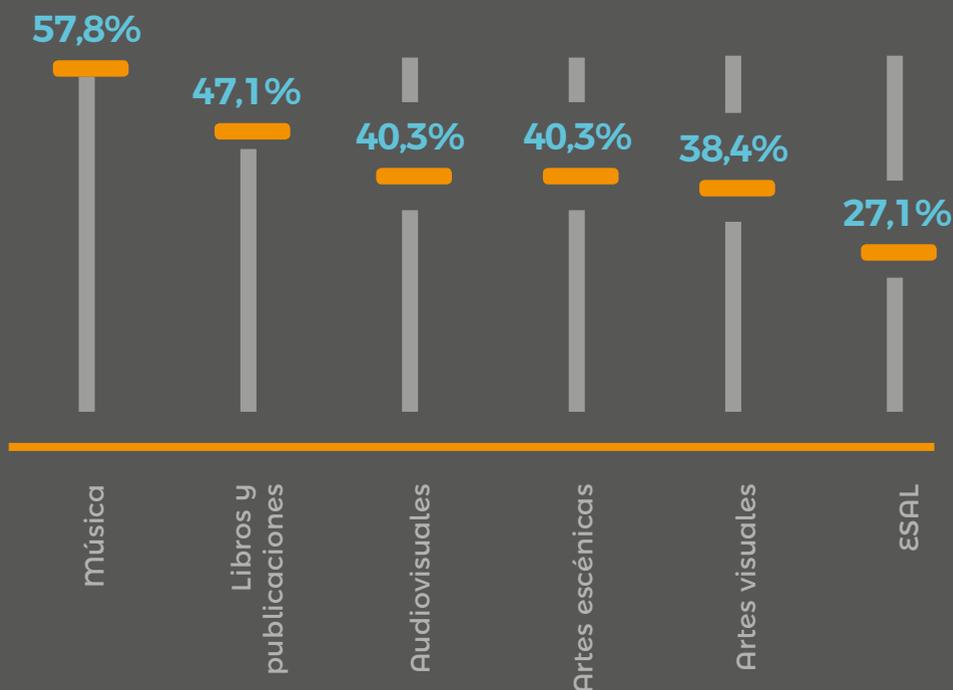
Fuente: Dirección Nacional de Derechos de Autor. Información para Bogotá (consulta 23-07-2018. 11:40am).



57,8%

De las empresas del sector de la música son las que en mayor medida realizan registro de obras.

Registro de obras por sector

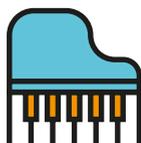
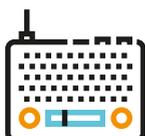


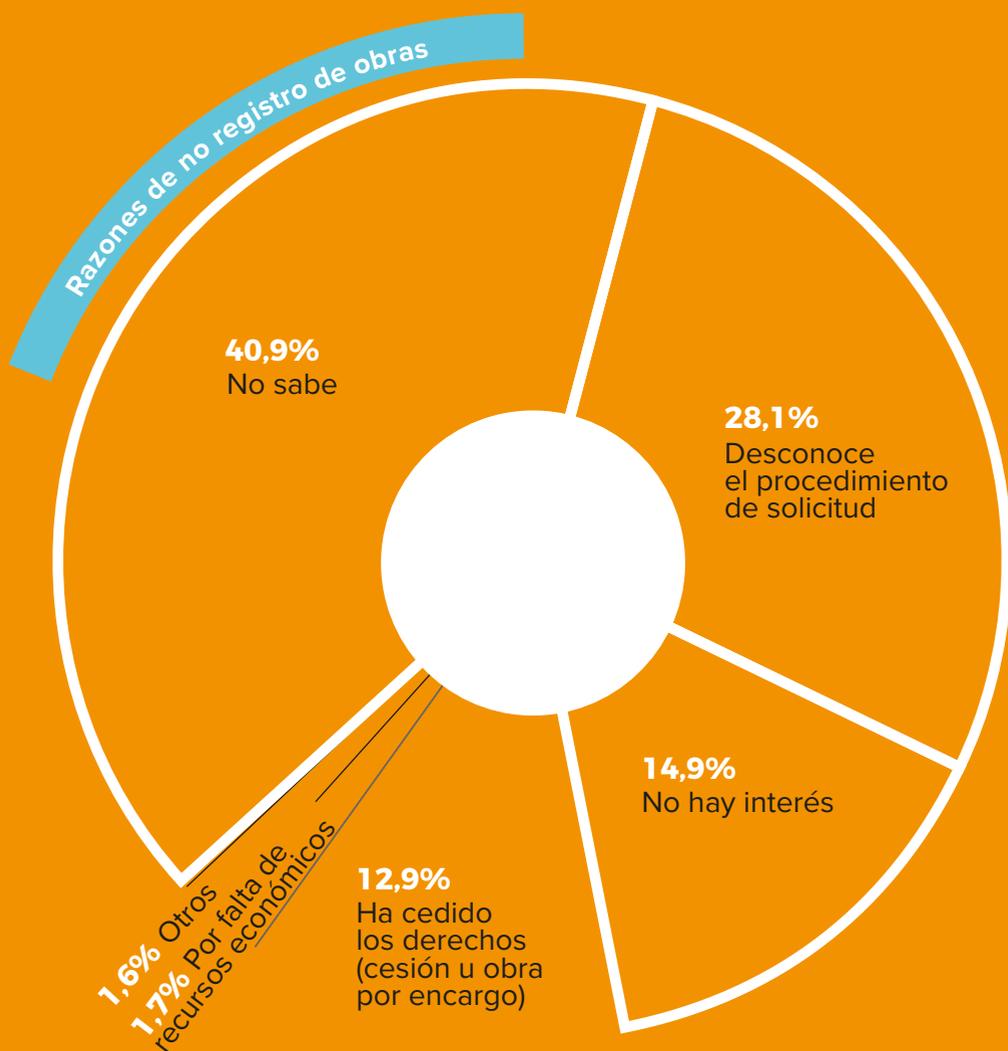
40,9%

De las empresas no registran sus obras **debido a que no saben cómo hacerlo.**

28,1%

De las empresas desconocen el procedimiento de solicitud de registro de obras.

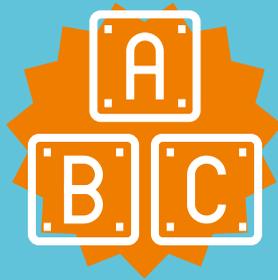




Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.
Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

69%

De los empresarios desconoce o no sabe el procedimiento de registro de obras.



GLOSARIO



Actividad económica principal

La actividad principal de una unidad de producción es aquella cuyo valor agregado supera al de cualquier otra actividad realizada dentro de la misma unidad de producción.

(CAB. 2015)

Actividad económica secundaria

Una actividad secundaria es la que se desarrolla dentro de una misma unidad de producción además de la actividad principal, y cuya producción, al igual que la de la actividad principal, tiene que ser apta para ser suministrada fuera de la unidad de producción.

(CAB. 2015)

Activo

Un activo es un depósito de valor que genera un beneficio o una serie de beneficios para su propietario económico al ser poseído o utilizado durante un período. Es un medio que permite transferir valor de un período contable a otro.

(CAB. 2015)

Campo cultural

Conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos.

(CAB. 2009)



Cuenta Satélite de Cultura (CSC)

“es un sistema de información económica que muestra la dimensión económica del quehacer cultural y productos culturales durante cinco etapas del ciclo cultural, en correspondencia con la propuesta del MEC de la Unesco. Estos son: creación, producción, difusión, exhibición-recepción-transmisión, consumo y apropiación”.

(CAB. 2015)

Demanda laboral

Número de empleos primer y segundo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional.

(CAB. 2015)

Derechos de autor

En la terminología jurídica, la expresión “derecho de autor” se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que se prestan a la protección por derecho de autor van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos.

<http://www.wipo.int/copyright/es/>

Educación No Formal

“es la que se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar, en aspectos académicos o laborales sin sujeción al sistema de niveles y grados establecidos en el artículo 11 de esta ley.

(Ley 115, 1994)

Encuesta

“Son herramientas que tienen por objeto obtener información estadística definida”.

(DANE)

Entidades sin ánimo de lucro

Son personas jurídicas que se constituyen por la voluntad de asociación o creación de una o más personas (naturales o jurídicas) para realizar actividades en beneficio de asociados, terceras personas o comunidad en general. Las ESALES no persiguen el reparto de utilidades entre sus miembros.

(CCB)



Industrias Culturales y Creativas

Para la UNESCO las industrias culturales y creativas son: “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. Este enfoque pone un énfasis no sólo en los productos propios de la creatividad humana que son reproducidos industrialmente, sino que da relevancia a la cadena productiva y a las funciones particulares que realiza cada sector para hacer llegar sus creaciones al público. Así, esta definición incluye a actividades relacionadas como la publicidad y el diseño gráfico, que contribuyen decisivamente en este proceso.

Debido a la brecha existente entre las industrias culturales del norte y el sur del mundo, el desafío está en reforzar las capacidades locales, mejorar el acceso a los mercados mundiales a través de nuevas asociaciones, fomentar la ayuda de expertos, la lucha contra la piratería y la defensa de la propiedad intelectual.

(<http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>)

Muestra

Subconjunto de la población que es representativo de la misma en la característica objeto de estudio.

(Moreno, 2018)

Muestreo Aleatorio Simple

Resulta de aplicar un método por el cual todas las muestras posibles de un determinado tamaño tengan la misma probabilidad de ser elegidas.

(Webster, 1998)

Muestreo estratificado

Se trata de asegurar que todos los estratos de interés [sectores] queden correctamente recogidos y, por tanto, representados en la partición. Cada estrato funciona independientemente de los demás. Por tanto, se elegirán muestras aleatorias simples para cada uno de los estratos.

(Universitat de Barcelona, s.f.)

Oferta laboral

Número de personas ocupadas primer y segundo empleo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional.

(CAB. 2015)

Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa

Generar un entorno propicio para el desarrollo cultural, social y económico de la ciudad, a través del fomento, promoción e incentivo de la Economía Cultural y Creativa, en el marco del reconocimiento, respeto y promoción de los derechos y libertades culturales, y de la Agenda Bogotá Cultural 2038.

(SCRD, 2018)



Producción

Actividad económica en donde interviene una unidad institucional que utiliza “insumos de mano de obra, capital y bienes y servicios para obtener otros bienes y servicios”.

(SCN, 2008).

Propiedad intelectual

La propiedad intelectual (P.I.) se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.

La legislación protege la P.I., por ejemplo, mediante las patentes, el derecho de autor y las marcas, que permiten obtener reconocimiento o ganancias por las invenciones o creaciones. Al equilibrar el interés de los innovadores y el interés público, el sistema de P.I. procura fomentar un entorno propicio para que prosperen la creatividad y la innovación.

<http://www.wipo.int/about-ip/es/>

Puestos de Trabajo Equivalente a Tiempo Completo (TETC)

“Número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo. Mide la intensidad del factor trabajo utilizado en un proceso productivo y es expresado en términos de la jornada normativa. Se calcula dividiendo el total de horas efectivamente trabajadas por el promedio anual de horas legalmente trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo (48 horas semanales para Colombia)”.

(DANE, 2018)

BIBLIOGRAFÍA

Bello, C. A. (2015). Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. Recuperado de: <https://bit.ly/2GEEiib>

Bello, C. A. (2009). Cuentas Satélite de Cultura: manual metodológico para su implementación en Latinoamérica.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (s.f.). Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales. Glosario Cuentas Nacionales Anuales. Obtenido de <https://bit.ly/2UWZNI6>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales. Boletín técnico. Cuenta Satélite de Cultura. Obtenido de <https://bit.ly/2AIVTq9>

Ley General de Educación. Ley 115. (1994). Bogotá.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (s.f.). Preguntas frecuentes. Obtenido de <https://bit.ly/2N1fzpg>

Moreno, J. (s.f.). Universidad Externado de Colombia. Obtenido de <https://bit.ly/2UTfkPN>

Webster, A. (1998). Estadística aplicada a la Empresa y a la Economía, 2ª. ed., Ed. McGraw-Hill, México.

Comisión de las Comunidades Europeas, Fondo Monetario Internacional, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, Naciones Unidas y el Banco Mundial (2008).

Sistema de Cuentas Nacionales 2008. Obtenido de <https://bit.ly/2SxlNU5>

Premio del Fondo Internacional para la Diversidad Cultural de la UNESCO



Premio del Fondo Internacional
para la Diversidad Cultural de la UNESCO



@culturaenbta



@CulturaenBta



@CulturaenBogota

www.culturarecreacionydeporte.gov.co



@camaracomercibog



@camaracomerbog



@camaracomerbog

www.ccb.org.co

