

La Comisión Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Valle del Cauca (CRC), en un trabajo conjunto con actores de los sectores público, privado y académico, desarrolló en 2015 la Narrativa Estratégica de Competitividad del Valle del Cauca. Este ejercicio nace del análisis de la realidad económica del Departamento, su estructura productiva, la percepción de los colombianos sobre las potencialidades de la región, y de la visión de líderes de la esfera pública y empresarial.

Esta Narrativa denominada “Un Valle que se Atreve” tiene como objetivo principal dotar a la región con una visión de futuro sobre las posibilidades de desarrollo económico del Departamento, teniendo en cuentas sus fortalezas.

Como resultado de este ejercicio, se identificaron cinco fortalezas del Valle del Cauca: la fortaleza “Un Valle a la Conquista” resalta la oportunidad del Departamento para alcanzar la sofisticación productiva con miras a la conquista de mercados más exigentes.

La fortaleza “Un Valle sin Distancias”, está enfocada en las posibilidades de atracción y retención de inversiones en diversos sectores productivos.

Por su parte, la fortaleza “Un Valle de Bionegocios” se centra en el potencial regional de desarrollo de modelos de negocio relacionados con el aprovechamiento de los recursos naturales.

La fortaleza “Un Valle de Ciudades” tiene como premisa que el desarrollo económico regional está apalancado tanto en la capital Departamental como en los demás municipios con potencial competitivo.

Así mismo, se identificó la fortaleza “Un Valle de Gente Creativa” la cual resalta el fomento y la consolidación de las industrias creativas modernas en el Departamento.

Este informe presenta las características de la fortaleza “Un Valle De Gente Creativa”. Aquí se

describe específicamente la dinámica de la economía creativa en el mundo, en Colombia y en el Valle del Cauca. Por último, se presentan los principales retos para dinamizar la economía creativa en el Departamento.

Se entiende por economía creativa el conjunto de conceptos e ideas materializados en productos y servicios, que son susceptibles de ser protegidos por derechos de propiedad intelectual, patentes y/o derechos de autor.

De esta manera, las actividades que hacen parte de la economía creativa incluyen desde arte, música, festivales culturales y literatura, hasta producción audiovisual, arquitectura, diseño, moda y desarrollos tecnológicos e informáticos.

PERSPECTIVA INTERNACIONAL

La economía creativa es una parte importante de la economía mundial. Según EY¹, en 2013 la economía creativa aportó 3% del PIB mundial y empleó cerca de 29 millones de personas. Así mismo, en 2016 este sector de la economía exportó aproximadamente USD 3.4 billones correspondientes al 21% de las exportaciones totales del mundo.

Analizando la dinámica de distintos segmentos de negocio de la economía creativa mundial, se encontraron distintas fortalezas en cinco regiones del mundo. Según EY, la región Asia – Pacífica ha sido la mayor productora de video juegos en el mundo, contribuyendo con 82% del crecimiento del mercado mundial en 2014.

En el caso de Europa, su liderazgo en la industria creativa se ha soportado en un fuerte apoyo público a través de compras, incentivos fiscales y financieros, subsidios y contratación pública, lo que representó un gasto en servicios culturales de USD 68,8 mil millones en 2013.

Por su parte, la región de Norteamérica es líder del mercado audiovisual en el mundo, con ventas de contenidos de televisión y películas

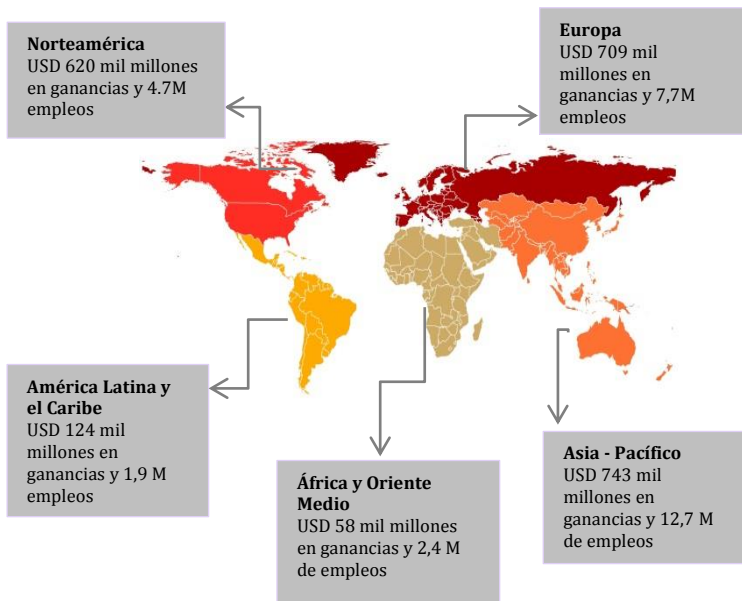
¹ EY (2015). *Cultural Times. The first global map of cultural and creative industries.*

en 2013 por valor de USD 182 mil millones y USD 28 mil millones, respectivamente. Así mismo, el sector de la industria musical en esta región aportó 36% de las ventas mundiales en 2013.

En el caso particular de EE.UU, la industria de las artes escénicas registró ingresos por USD 16 mil millones en 2015. Solo el show en Broadway, en la temporada 2014-2015, tuvo ingresos por USD 1,3 billones y una audiencia de 13 millones de personas, siendo las más alta registrada desde la temporada 2009-2010.

La televisión es la industria cultural y creativa más dinámica de la región de Latinoamérica y el Caribe, con ganancias de USD 42 mil millones y 1,9 millones de trabajadores en 2013 (Gráfico 1).

Gráfico 1. Ganancias y empleos en CCI*, 2013



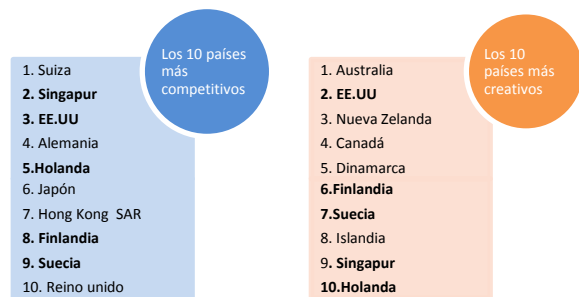
Fuente: EY (2015). Elaboración CRC.
*Cultural and Creative Industries

Finalmente, la región de África y el Medio Oriente presenta un comportamiento diferente a las demás regiones. Allí, la noción de cultura está normalmente desconectada de la dimensión económica, pues los artistas confían en mecanismos de financiación como el

patrocinio, fomentando así la libre reproducción de bienes y servicios culturales. Esto, sumado a deficiencias en el acceso a herramientas como el internet, ha incrementado la informalidad del sector. En 2013, esta economía informal generó USD 4 mil millones en ingresos y al menos 350.000 empleos.

Es de destacar además que según el Índice Global de Competitividad (GCI por sus siglas en inglés) y el Foro Económico Mundial, cinco de los diez países más competitivos hacen parte de los diez países más creativos en 2015 (Gráfico 2).

Gráfico 2. 10 Países más creativos vs 10 países más competitivos, 2015



Fuente: Martin Property Institute y Foro Económico Mundial, 2015. Elaboración CRC.

ECONOMÍA CREATIVA EN COLOMBIA

Según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)², diez proyectos de innovación de Colombia fueron elegidos dentro de las 50 innovaciones más destacadas de América Latina y el Caribe en 2017. El País tuvo la mayor participación, junto con México que tuvo igual número de proyectos elegidos.

De las 10 innovaciones colombianas, cuatro están relacionadas con desarrollo de software y plataformas digitales, una con servicios

² Economía Naranja: innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. BID (2017). Disponible en: <http://info.iadb.org/economia-naranja>

creativos, una con arquitectura, una con artesanías, una con diseño y dos con medios.

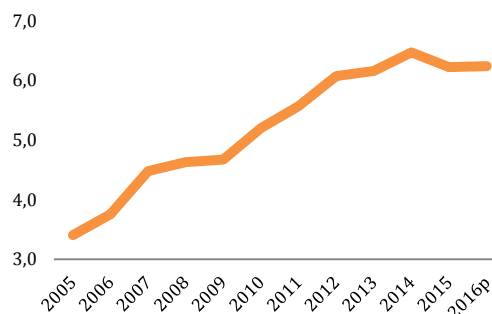
Figura 1. Participación en las 50 innovaciones más destacadas de América Latina y El Caribe, 2017



Fuente: BID, 2017. Elaboración CRC.

En cuanto a la medición de la producción cultural en Colombia, el DANE ha construido la Cuenta Satélite de Cultura. Dentro de esta cuenta se consideran las mediciones de artes escénicas, artes visuales, audiovisual (filmes y videos), creación (literaria, musical, teatral y audiovisual), diseño publicitario, libros y publicaciones, educación cultural, juegos y juguetes, y música. En el período comprendido entre 2005 y 2016, la producción cultural en el País creció en 83,4%, alcanzando un valor de COP 6,2 billones en 2016 (Gráfico 3).

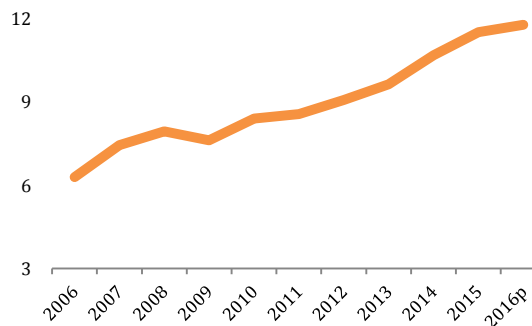
Gráfico 3. Valor de la producción cultural en Colombia (COP billones*) (2005 - 2016)



Fuente: DANE
*A precios constantes de 2005

La Cuenta Satélite de Cultura también mide el financiamiento de la producción cultural en el País. Dentro de los actores que el DANE contabiliza como aportantes al sector, se encuentran los hogares (como compradores), el Gobierno (central, regional y local), las Instituciones Privadas sin Fines de Lucro que sirven a los hogares (IPSFLH), los demás agentes residentes y el resto del mundo. El financiamiento creció en 87% entre 2006 y 2016 en Colombia, con un valor de COP 12 billones en 2016 (Gráfico 4).

Gráfico 4. Valor del financiamiento de la producción cultural en Colombia (COP billones*), 2006 - 2016.

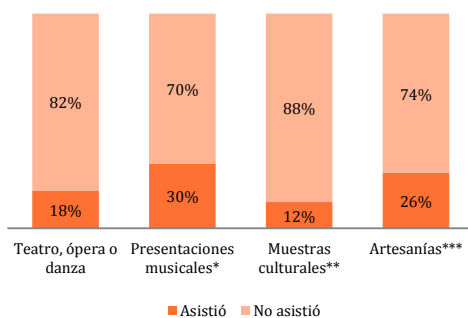


Fuente: DANE
*A precios constantes de 2005

Este comportamiento creciente de la financiación del sector cultural en Colombia, está relacionado, en buena parte, con la creación de nuevas fuentes de financiación para los emprendedores. Es el caso del *Fondo Emprender* del SENA, que contiene una línea específica de capital semilla no reembolsable para emprendedores culturales. Así mismo, fueron constituidos la línea de crédito blando Bancoldex - MinCultura y el programa “Emprende Cultura: Cultura para la Prosperidad”.

Por otra parte, según la encuesta de consumo cultural realizada por el DANE, 82,4% de los colombianos dijo no haber asistido a teatro, ópera o danza durante 2016 (Gráfico 5). Así mismo, los colombianos tuvieron una baja asistencia a espacios culturales donde 91,7% dijo no haber visitado monumentos históricos y 90,2% no haber asistido a centros culturales (Gráfico 6).

Gráfico 5. Asistencia (%) a presentaciones y espectáculos culturales en Colombia, 2016



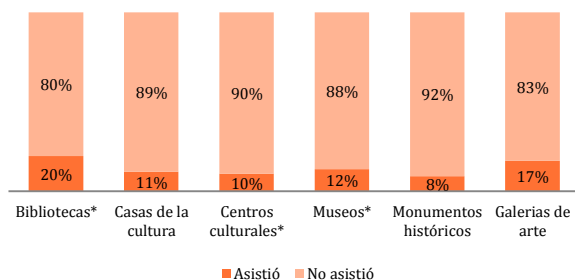
Fuente: DANE - Elaboración CRC.

*Incluye Conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos o cerrados en vivo

**Incluye Exposiciones, ferias o muestras de fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura o artes gráficas

***Contempla ferias o exposiciones artesanales.

Gráfico 6. Asistencia (%) a espacios culturales en Colombia, 2016

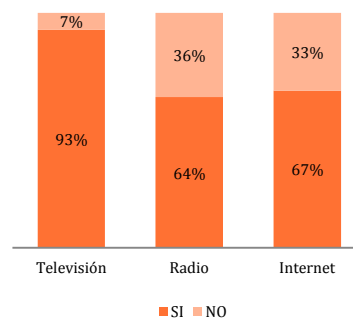


Fuente: DANE - Elaboración CRC.

* Concepto técnico: Contiene datos no representativos estadísticamente.

En el caso de la Televisión, el internet y la radio, más de la mitad de los colombianos dijo haber consumido alguno de estos servicios en 2016 (Gráfico 7).

Gráfico 7. Consumo (%) de televisión, radio e internet en Colombia, 2016



Fuente: DANE - Elaboración CRC.

Es de resaltar que en Colombia se ha desarrollado un fuerte componente legislativo alrededor del sector cultural. Las siguientes son algunas de las normas vigentes en el País:

Decretos

- Decreto 358 de 2000 (reglamenta parcialmente la Ley general de cultura

y se dictan normas sobre cinematografía nacional)

- Decreto 460 de 1995 (por el cual se reglamenta el registro nacional del derecho de autor y se regula el depósito legal)

Leyes

- Ley 44 de 1993 (por la cual se modifica y adiciona la ley sobre derechos de autor y se modifica la ley en la cual se dictan disposiciones de prensa)
- Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura)
- Ley 814 de 2003 (Ley de Cine)
- Ley 1185 de 2008 (modifica y adiciona la Ley general de cultura y se dictan otras disposiciones)
- Ley 1556 de 2012 (por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas)
- Ley 1834 de 2017 (por la cual se fomenta la economía creativa)

Esta última Ley, la Ley 1834 del 23 de mayo de 2017, conocida como la “Ley Naranja”, entiende las industrias creativas como “aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual” (artículo 1). Esta es la primera ley de este tipo en América Latina y la tercera en el mundo, dirigida a desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas.

Para lograr sus objetivos, esta Ley plantea como mecanismos de promoción y fomento, la estructuración de líneas de crédito y cooperación técnica, así como la construcción de agencias de “municipios, ciudades y regiones creativas” en todo el País a través del Ministerio de Cultura. A su vez, recalca la implementación de proyectos de ciencia y tecnología de impacto regional por medio de

los Órganos Colegiados de Administración y Decisión (OCAD). También busca impulsar proyectos para el fortalecimiento de la infraestructura urbana que estimule el sector (Museos, bibliotecas, teatros, entre otros). Adicionalmente, con esta Ley se pretende incentivar y aumentar las exportaciones del sector creativo a través de programas liderados por el Consejo de la Economía Naranja cuya conformación igualmente está propuesta por esta Ley.

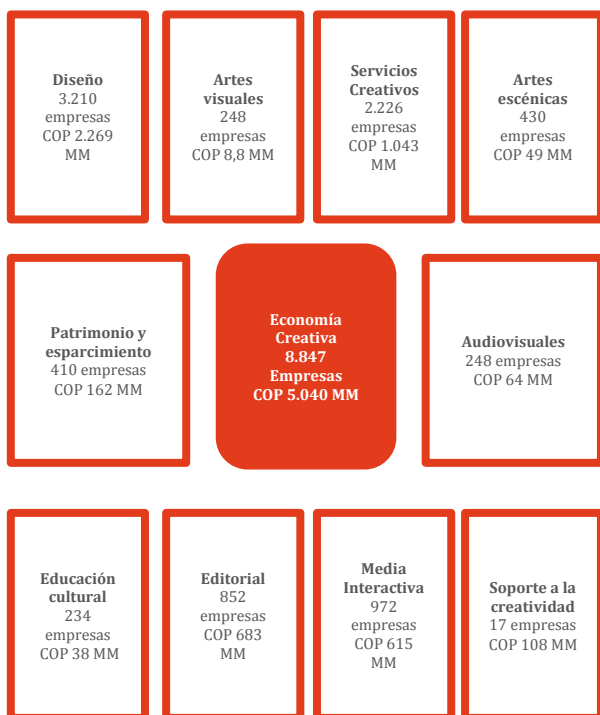
También dentro de este grupo de normas se encuentran el Plan Decenal de Cultura 2001 – 2010 y los diferentes CONPES como el 3659 de 2010 dirigido a la “Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia.” Adicionalmente, a nivel de Gobierno Nacional se han consolidado rutas de trabajo para la economía creativa del País como lo son el Compendio de Políticas Culturales de 2010, la Política para el Conocimiento, la Salvaguardia y el Fomento de la Alimentación y las Cocinas Tradicionales de Colombia, y la Política para la Protección del Patrimonio Cultural Mueble.

UN VALLE DE GENTE CREATIVA

El tejido empresarial de la economía creativa en el Valle del Cauca está conformado por 8.847 empresas registradas ante las Cámaras de Comercio. El tamaño de esta red creció 6,1% en 2016 y registró ventas por COP 5.040 miles de millones (Gráfico 8).

La actividad de esta red empresarial tiene dos particularidades: 1. Está concentrada en la capital del departamento (81% de las empresas realizaron su registro mercantil en Cali) y 2. Está compuesta en su mayoría por micro empresas (89%).

Gráfico 8. Red empresarial de la economía creativa en el Valle del Cauca, 2016

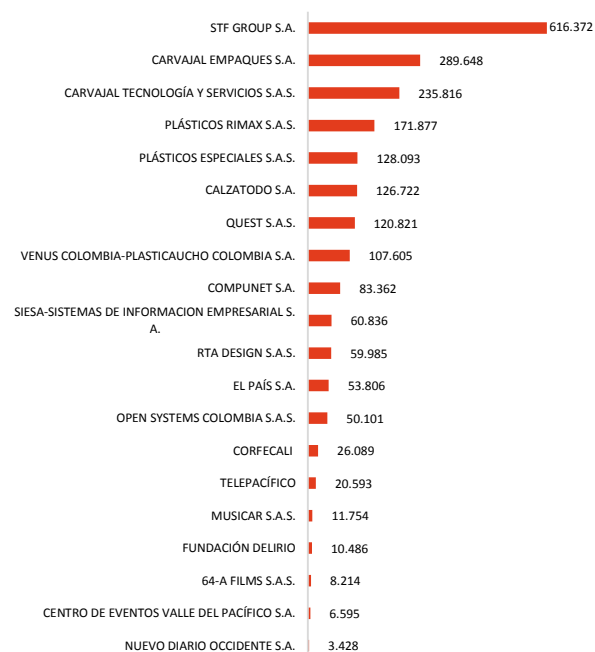


*Incluye ventas ESALES

Fuente: Asocámaras – Elaboración CRC.

Esta red empresarial tiene un impacto significativo en el crecimiento económico departamental. Entre las principales empresas creativas, *STF Group S.A* y *Carvajal empaques S.A* registraron los mayores ingresos: COP 616.372 y COP 289.648 millones respectivamente. Es de destacar además que, *64 A Films* a pesar de ocupar la posición 18 en este ranking, registró el mayor crecimiento (198,2%) en sus ventas (Gráfico 9).

Gráfico 9. Ventas (millones) de las 20 empresas más creativas del Valle del Cauca, 2016



Fuente: Asocámaras – Elaboración CRC.

Por otra parte, el Valle del Cauca ocupa la tercera posición dentro de los mayores exportadores de bienes de economía creativa del País, con una participación del 12,8% en 2016. En su mayoría, dichas exportaciones llegaron a los mercados de EE. UU (36,1%), México (13,5%), Ecuador (8,1%) y Panamá (5,8%).

En cuanto a la solicitud de patentes, según la Superintendencia de Industria y Comercio, el Valle del Cauca ocupó el cuarto lugar (luego de Bogotá, Antioquia y Santander) en el número de solicitudes de patentes de invención, registrando un total de 46 en 2016. A su vez, ocupó el tercer lugar tanto en solicitudes de patentes de modelos de utilidad con un total de 21 patentes, así como en solicitudes de patentes de diseños industriales con 15. Entre los mayores solicitantes y diseñadores industriales se encuentra la empresa

vallecaucana *Evacol S.A.S* (en el cuarto lugar) con un total de 10 solicitudes presentadas.

Con el objetivo de visibilizar y articular a los creativos caleños, potencializando sus capacidades, en 2017 se consolidó la plataforma *Cali Creativa*. A través de la presentación de artículos mensuales dirigidos a temas como el arte, la tecnología, las empresas y la vida de ciudad, *Cali Creativa* resalta no solo los diferentes eventos que se desarrollan en Cali, sino que además muestra los avances y producciones de los emprendedores creativos.

El Departamento tiene un alto componente cultural que gira alrededor de la salsa y el cual está concentrado especialmente en la ciudad de Cali. *Delirio*, corresponde a un montaje artístico en el cual se fusionan la danza, la orquesta y el circo. Cuenta con bailarines de 4 escuelas de salsa de la ciudad y genera alrededor de 580 empleos entre directos e indirectos. Adicionalmente, desde Corfecali se desarrolla el *Salsódromo*, espectáculo declarado patrimonio inmaterial de la Nación, en el cual participan aproximadamente 1.150 bailarines profesionales. Así mismo, Cali es sede del *Mundial de Salsa*. En la fase de clasificación del 2016, acudieron 3.282 bailarines provenientes de 69 escuelas de Cali, 14 a nivel del Valle y 14 más del resto del país.

Una de las industrias culturales del departamento es el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, el cual tiene lugar en la capital del departamento. Con muestras de cocina tradicional, bebidas autóctonas, artesanías y moda afro, se consolida este proceso cultural anualmente, el cual durante 2017 contó con la participación de 70 exponentes culturales aproximadamente, así como 1500 personas en logística y al menos 100.000 espectadores.

En cuanto a la cadena productiva de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), el Valle del Cauca cuenta con una red empresarial de cerca de 710 empresas vinculadas a este sector y las cuales representan 7% del total nacional. Estas empresas registraron ventas estimadas de COP

965.702 millones en 2016. El 92% de las empresas del sector TIC del Valle del Cauca se encuentran ubicadas en Cali, Yumbo, Palmira y Jamundí.

PRINCIPALES RETOS PARA LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL VALLE DEL CAUCA

El Valle del Cauca se enfrenta a distintos retos en aras de fortalecer su economía creativa:

En primer lugar, es necesario incentivar y promover el consumo de bienes culturales. En los últimos años se han desarrollado diferentes mecanismos que han impulsado la oferta de las industrias culturales, lo cual se vería potencializado con estímulos paralelos a la demanda.

Por otro lado, es importante generar estrategias que permitan difundir las políticas culturales existentes, de manera que haya mayor acceso a programas y beneficios ofrecidos por distintos actores.

Así mismo, es necesario continuar dando visibilidad a los resultados de la creatividad y del talento del Valle del Cauca, para lograr que los diferentes actores se articulen y complementen entre sí.

En este sentido, se destacan un par de iniciativas cuyo lanzamiento se realizó en 2017: la plataforma “Cali Creativa” y la “Semana de la Creatividad”. Esta última tendrá lugar del 21 al 26 de noviembre de 2017 en Cali, y contará con la realización de dos eventos. Por una parte, se llevará a cabo el Movimiento de Empresarios Creativos (MEC), que busca el fortalecimiento y la articulación de las Industrias Creativas de la Región, mediante distintas actividades enfocadas en la música, el diseño, el cine, la moda y la tecnología. Por otra parte, durante esta semana se realizará el Encuentro de Políticas Culturales y Economía Creativa, cuyo objetivo es analizar las experiencias de distintos países³ en el diseño, implementación y ejecución de instrumentos normativos y consolidación de fuentes de

3 Colombia, Argentina, Chile, Puerto Rico, Costa Rica, México, Perú, Francia y Canadá

financiación para el desarrollo y fortalecimiento de las economías creativas.

Así mismo, es relevante focalizar esfuerzos que lleven a mejores prácticas en las distintas industrias creativas del Valle del Cauca. Para ello, es necesario distinguir los retos que tiene cada sector de la economía creativa, de tal manera que se puedan generar estrategias para afrontarlos y aumentar la competitividad empresarial.

Un ejemplo de ello es la cadena productiva “Mundo TIC”, la cual ha sido priorizada por el Comité Ejecutivo de la Comisión Regional de Competitividad del Valle del Cauca⁴, señalando que es necesario construir, de manera conjunta con los empresarios, un programa de desarrollo que permita establecer la hoja de ruta dirigida a alcanzar el potencial del Departamento en este sector de la economía.

Finalmente, el Departamento tiene como reto incentivar la conquista de nuevos mercados internacionales. Las industrias culturales y creativas del departamento han desarrollado un gran dinamismo en términos de sus exportaciones, lo que llama la atención de los emprendedores culturales del Valle del Cauca a dirigir sus apuestas hacia el mercado cultural internacional.

⁴ El Comité Ejecutivo de la Comisión Regional de Competitividad del Valle del Cauca está conformado por la Gobernación del Valle del Cauca, la Alcaldía de Cali y cuatro Alcaldías más (una por subregión), la Cámara de Comercio de Cali, Asocámaras, el Comité Intergremial y Empresarial del Valle y la Red de Universidades para la Innovación.