

# **Estrategia para el desarrollo sustentable del ecosistema de emprendimiento cultural y creativo**

---

Strategy for the Sustainable Development of the  
Cultural and Creative Entrepreneurship Ecosystem

# 2



## Resumen

Este capítulo busca adelantar la discusión de políticas culturales para la economía creativa más allá de los ejercicios iniciales de promoción y creación de conciencia, para poner énfasis en un enfoque de futuro que permita tomar las acciones necesarias para un desarrollo sostenible en estos sectores con gran potencial de impacto económico, social y cultural. Al tratarse de un estudio exploratorio, a partir del análisis de contenidos y estudios de caso, se reconocen las limitaciones en su alcance, sin embargo, se plantea como punto de partida para una agenda de investigación amplia y diversa para el tema en los países latinoamericanos; ya sea en el plano local, regional o nacional. A partir de tres modelos internacionales y los estudios de caso de Puerto Rico, Chile y Colombia, el capítulo propone los elementos que debe tener una estrategia para el desarrollo de las industrias culturales y creativas en un territorio, incluyendo su alcance, objetivos generales y específicos e indicadores para analizar su desempeño.

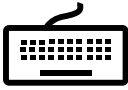
*Palabras clave:* industrias culturales y creativas, estrategia, desarrollo local, desarrollo sostenible



## Abstract

This chapter seeks to further discuss cultural policies for the creative economy beyond the initial exercises of promotion and awareness creation. The paper emphasizes on an approach to the future that allows taking the necessary actions for sustainable development in these sectors with great potential for economic, social and cultural impact. As an exploratory study, from the analysis of contents and case studies, it recognizes the limitations of its scope, however, it is proposed as a starting point for a broad and diverse research agenda for the issue in Latin American countries, whether in the local, regional or national level. Based on three international models and the case studies of Puerto Rico, Chile, and Colombia, the chapter proposes the elements that a strategy must have for the development of cultural and creative industries in a territory, including its scope, general and specific objectives, and indicators to analyze its performance.

*Keywords:* cultural and creative industries, strategy, local development, sustainable development.



### **Sobre el autor** | About the autor

**Javier J. Hernández Acosta** [javierj.hernandez@sagrado.edu]

PhD en Desarrollo Empresarial y Gerencial por la Universidad Interamericana de Puerto Rico, Máster en Negocios internacionales y profesional en Mercadeo por la Universidad de Puerto Rico, recinto de Río Piedras. Sus líneas de investigación incluyen emprendimiento cultural y creativo, políticas culturales, administración de las artes. Director del Departamento de Administración de Empresas, Universidad del Sagrado Corazón, Puerto Rico



### **Cómo citar en APA** | How to cite in APA

Hernández Acosta, J. (2018). Estrategia para el desarrollo sustentable del ecosistema de emprendimiento cultural y creativo. En. J. Hernández Acosta, A. C. Redondo Méndez y O. Ospina Martínez (eds.) *Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica. Desarrollo económico y social en la región* (pp. 71-101). Bogotá: Editorial Uniagustiniana.

## Introducción

Las industrias culturales y creativas han sido reconocidas como una alternativa real de desarrollo para los países de Latinoamérica. A nivel global, gran parte de los principales organismos internacionales como la UNCTAD, UNESCO, BID y la OMPI han publicado informes sobre el tema y han adoptado esfuerzos o estrategias para promover la economía creativa desde sus discursos y contextos. En el plano de los países, la última década ha representado el desarrollo de estrategias y planes nacionales en distintos puntos de la región latinoamericana. Esto incluye la medición de impacto, incentivos para el emprendimiento y otras políticas públicas relacionadas.

En términos generales, se ha establecido que estos sectores aportan entre 4-6% del PIB mundial y entre 3-5% del empleo total (UNCTAD, 2013). A pesar de los múltiples informes de países y organismos internacionales, la tendencia parece mantenerse en los últimos años. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en su informe sobre La economía naranja, las industrias creativas generaban cerca de \$4.29 billones en la producción global, \$646 mil millones en el comercio internacional y 144 millones de trabajadores (Buitrago y Duque, 2016). Adicional a esto, su impacto se evidencia en múltiples externalidades como la innovación, el turismo, la internacionalización de los países y la educación, entre otras. Sin embargo, más allá de las externalidades, la economía creativa se fundamenta en contenidos simbólicos que parten del patrimonio cultural, material e inmaterial, que podría representar la principal materia prima de nuestros países. Esa actividad cultural, es a su vez una fuente importante de fortalecimiento de las identidades, la diversidad, la cohesión social, la conservación del patrimonio y la promoción del acceso y participación en la vida cultural de un país.

Sin embargo, es importante destacar que el discurso de la economía creativa no se ha desarrollado en un entorno de consenso. Existen múltiples debates en torno a las definiciones y lo que constituye o no

una industria creativa. Por ejemplo, Gaëtan Tremblay (citado en Bus-tamante [ed.], 2011) destaca el peligro de incluir sectores tecnológicos como la programación de computadoras, ya que desvían la atención del producto cultural y podrían presentar un cuadro económico mucho mayor que la realidad del sector. Siguiendo este planteamiento, los datos de impacto económico, mayormente concentrado en los grandes conglomerados, podrían disfrazar la realidad de precariedad laboral que permea en el sector cultural y creativo (Banks, 2017). Finalmente, toda la teoría sobre el rol de la actividad cultural y creativa en el desarrollo urbano y las ciudades ha sido altamente cuestionado, destacando los efectos de gentrificación, centralización y desplazamiento (Pratt & Hutton, 2013; Miles, 2015).

Si bien la discusión internacional de la última década ha estado enfocada en establecer la importancia del sector creativo en los indicadores de impacto económico, es importante reflexionar sobre los adelantos y aprendizajes con el fin de proponer nuevas estrategias de desarrollo para las industrias culturales y creativas. Este capítulo tiene como objetivo analizar los esfuerzos nacionales para promover las industrias culturales y creativas en los países de Chile, Colombia y Puerto Rico. El análisis busca identificar lineamientos comunes, así como fortalezas y debilidades de los procesos establecidos. Sobre estos hallazgos, se propone un modelo base para el desarrollo y fortalecimiento del ecosistema cultural y creativo que incluye el rol de los distintos agentes del sector, que no se limitan gobierno y que contemplan el rol de la academia, la empresa privada, el tercer sector y los emprendedores.

Este capítulo busca adelantar la discusión de políticas culturales para la economía creativa más allá de las cifras que buscan fomentar el interés de los gobiernos en el potencial económico de la cultura. El capítulo está estructurado a través de una metodología de estudio de caso y análisis de contenido. El estudio recopila la información disponible a través de fuentes secundarias que incluyen informes oficiales, leyes, objetivos, indicadores, justificación y lineamientos de

política pública para cada uno de los países. La selección de los países se realizó considerando distintas etapas en el desarrollo de las políticas públicas para las industrias creativas, así como por la diversidad de la institucionalidad pública. Para servir como marco de análisis, se identificaron tres componentes de convergencia entre los modelos analizados por David Throsby, UNESCO y la Unión Europea. A partir del análisis de los estudios de caso con el marco propuesto, el autor propone objetivos para cada uno de los componentes, sugiriendo una estructura similar a la que se recomienda a los países al momento de desarrollar estrategias formales para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Al tratarse de un estudio exploratorio, a partir del análisis estudios de caso, se reconocen las limitaciones en su alcance. Sin embargo, ante la ausencia de una literatura mucho más orientado al desarrollo estratégico en el fomento del sector, se plantea como punto de partida para una agenda de investigación mucho más amplia y diversa en los países latinoamericanos ya sea en el plano local, regional o nacional.

## **La economía cultural y creativa**

Las artes, la cultura y la creatividad pasaron a tener un rol protagónico en la agenda pública en las últimas décadas. Más allá de los primeros enfoques que destacaban los peligros de adoptar los procesos de industrialización en la actividad cultural según planteados por Adorno y Horkheimer (1994), muchos países han ido reconociendo el potencial de la cultura e integrando políticas públicas con distintos propósitos y alcances. Algunos recurrieron al concepto de industrias creativas como estrategia para allegar mayores recursos para los ministerios de arte y cultura, como fue el caso de Australia en 1994 bajo el gobierno del Primer Ministro Paul Keating. En aquel momento, por primera vez se diseñó una política cultural formal que a su vez ampliaba el concepto de cultura para incluir la televisión, el cine y la radio, entre otros. Se estableció que la cultura aportaba cerca de 13.000 millones de dólares anualmente y empleaba a 336.000 personas.

Posteriormente, países como el Reino Unido, a través del Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS, por sus siglas en inglés), delimitaron el campo de acción para la economía creativa y establecieron investigación y políticas públicas para desarrollar estos sectores. A partir de la difusión que ha tenido la experiencia británica, otros países de Europa se adentraron en el tema, desarrollando programas de formación, apoyo empresarial, financiamiento, investigación y otras políticas públicas. En el caso de Latinoamérica, países como Argentina, Chile, Colombia, México y Brasil han desarrollado esfuerzos sostenibles para llevar la agenda de la economía creativa a ser una prioridad en las estrategias de desarrollo económico de los países.

## **Estrategias para la economía creativa**

Existen múltiples marcos de análisis desde los cuales la administración pública puede atender el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Este capítulo propone tres modelos complementarios. Como primer ejercicio, se propone el modelo que presenta el economista australiano David Throsby (2012) en su libro *The Economics of Cultural Policy*. Luego, se propone el documento de *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas* publicado por la UNESCO en el año 2010 y el documento titulado “*Policy Handbook on: How to strategically use the EU support programmes, including structural funds, to foster the potential of culture for local, regional and national development and spill-over effects on the wider economy?*”, publicado por la Unión Europea en el año 2012.

Se observa un nivel de complementariedad entre los tres modelos. El estudio de Throsby presenta un marco conceptual importante sobre la dimensión económica de la actividad cultural, mientras que el documento de la UNESCO pone énfasis en campos de acción específicos con una dimensión de desarrollo de un sector o industria. Finalmen-



te, el documento de la Unión Europea pone su énfasis en el impacto directo e indirecto de las industrias culturales y creativas en los países. El análisis a partir de estos modelos permitirá profundizar en los tres estudios de caso en Latinoamérica como base para establecer una hoja de ruta mucho más contextualizada a la región.

## **La dimensión económica de las políticas culturales**

David Throsby plantea el proceso de elaboración de las políticas públicas desde seis pasos principales:

- Definir objetivos
- Adjudicar responsabilidades
- Coordinación entre los agentes relacionados
- Selección de instrumentos de política pública
- Implementación de políticas
- Monitoreo y evaluación

Para la definición de objetivos, Throsby presenta dos componentes principales: objetivos económicos y objetivos artísticos. Dentro de los objetivos económicos se plantean la *eficiencia* (la maximización de recursos para la producción agregada), la *equidad* (distribución de la riqueza creada en el sector), *crecimiento económico*, *empleo pleno*, *estabilidad de los precios* (control de la inflación en el sector) y la *balanza exterior* (importaciones y exportaciones). Por otro lado, los objetivos artísticos y culturales incluyen la *producción* y *el consumo* (excelencia, innovación y acceso), la *identidad cultural* (local, nacional o regional), la *celebración de la diversidad* y la *sustentabilidad* (patrimonio y educación).

Sin embargo, Throsby (2012) no se limita a enumerar los objetivos sino que establece los instrumentos a disposición del gobierno para adelantarlos, que incluyen: *política fiscal* (provisión directa de bienes y servicios, subsidios a la producción, beneficios contributivos o asistencia a los consumidores), *políticas regulatorias* (propiedad

intelectual, derechos culturales, políticas de medios y sobre patrimonio), *política industrial* (emprendimiento, estrategias industriales, clústers), *mercado laboral* (intervenciones, salud y seguridad ocupacional, adiestramiento y formación vocacional) y *política de comercio* (promoción de exportaciones y/o controles a la importación).

A partir de este marco de referencia, se propone el documento publicado por la UNESCO en agosto de 2010 bajo el título de *Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Este documento se presenta como una herramienta directa para los responsables de política pública en los distintos países, reconociendo la importancia de acciones estratégicas que parten del potencial de las industrias creativas. La UNESCO propone atender desde la planificación hasta la implementación. Por ejemplo, en el componente de planificación, sugieren seguir un proceso de *informar, diagnosticar, priorizar y planificar*.

Esta etapa propone identificar los recursos disponibles, en todos los ámbitos, y delimitar el campo de acción, para lo cual se recomienda entender la cadena de valor de las industrias culturales y creativas. Finalmente, se propone la construcción de legitimidad política como un ejercicio clave de esta etapa. En términos del diagnóstico, se propone analizar su potencial de impacto, la estructura del sector, los eslabonamientos, la cadena productiva, los clústers y la demanda y el consumo de los bienes o servicios culturales.

La UNESCO propone ocho medidas como componentes claves en la etapa de implementación. Esto incluye un marco normativo (a través de legislación en distintos niveles, con especial énfasis en la propiedad intelectual), el desarrollo de recursos humanos (para emprendedores y trabajadores culturales), la financiación (directa e indirecta) y las infraestructuras e inversiones (como instrumentos de apoyo a la gestión de las industrias creativas). Finalmente, proponen estrategias orientadas a promover la competitividad e innovación, apertura de mercados y creación de públicos, coordinación de esfuerzos y la

gestión de la continuidad. La guía de la UNESCO propone una hoja de ruta directa sobre cómo los países o territorios pueden desarrollar estrategias de mediano y largo plazo que logren resultados concretos de impacto económico y cultural.

Si bien la propuesta de Throsby (2012) presenta un marco teórico y el documento de la UNESCO supone una guía estratégica, es necesario establecer indicadores de evaluación específicos que definan y midan el impacto de las industrias culturales y creativas. Para propósitos de este análisis, se propone el estudio realizado por la Unión Europea en 2012. Este estudio propone tres áreas principales: la creación de precondiciones (atención, políticas, alianzas e investigación), el fortalecimiento del sector cultural y creativo (clústers, acceso a financiamiento, incubación de empresas, infraestructura física y desarrollo de capacidades) y las externalidades (identificadas en innovación y productividad, educación, innovación social y bienestar, turismo e identidad de marca, desarrollo regional y sustentabilidad ambiental). Este último componente propone de forma puntual la naturaleza transversal de las industrias culturales y creativas y la importancia de crear un marco para entender su impacto amplio en la economía y la sociedad.

## Tres estudios de caso

### Puerto Rico

El tema de las industrias culturales y creativas estuvo de forma muy conservadora en la discusión pública hasta el año 2013. Previo a esta fecha, se realizaron algunos estudios sobre el impacto económico de la actividad cultural, principalmente asociado al turismo. Mientras, algunas investigaciones de gobierno planteaban el potencial económico de la cultura entre sus recomendaciones. En el año 2013, algunas entidades de la sociedad civil como Inversión Cultural comenzaron a traer a la agenda el tema, incluyendo la publicación de *El Perfil*

de la Economía Creativa en Puerto Rico, que por primera vez cuantificó el impacto económico directo de estos sectores.

A mediados de 2013 se dieron dos procesos importantes de forma paralela. A nivel legislativo, se radicó un proyecto de *Ley para fomentar las industrias creativas* de la autoría del senador Ramón Luis Nieves. Al mismo tiempo, el Gobernador de turno ordenó la creación de una Comisión para el Desarrollo Cultural (Codecu), que entre sus encomiendas debía presentar recomendaciones para potenciar el emprendimiento cultural y creativo. El proyecto radicado se convirtió en la Ley 173, mientras que la Comisión publicó en el año 2015 el informe *Hilando Voluntades: Cultura para la equidad, la diversidad y el emprendimiento*, cuyo tercer capítulo está dedicado a una estrategia para las industrias culturales y creativas. Esta estrategia se fundamentó en los siguientes lineamientos: desarrollo de empresas culturales, acceso a financiamiento, acceso a mercados locales e internacionales y el desarrollo de un sistema de información cultural. Como base, se propone un énfasis en el desarrollo de todos los componentes de la cadena de valor y en la pirámide del ecosistema creativo que reconoce distintos perfiles en las empresas culturales y creativas (Codecu, 2015b).

A partir de esta fecha, los esfuerzos de promoción de las industrias culturales y creativas en Puerto Rico ha ido en aumento. Organizaciones sin fines de lucro han desarrollado proyectos de capacitación, las universidades han incorporado eventos y cursos y el gobierno ha desarrollado un programa de apoyo a través de incentivos, formación y acceso a financiamiento. La Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico (CCE), agencia pública encargada de implantar estrategias de desarrollo económico, principalmente para Pymes, ha creado algunos programas por sectores para apoyar a los emprendedores. Estos programas se han organizado a través de convocatorias para premios a las mejores propuestas de negocios y se han especializado en sectores como el diseño digital, la moda, videojuegos y aplicaciones móviles, entre otras. De igual forma, se han llevado a cabo

convocatorias de conexión entre creativos y empresas tradicionales, conocidas como el *Matchmaking Creativo*. Finalmente, se comenzó a celebrar el mes de mayo como el mes de las industrias creativas con actividades de divulgación sobre el sector. En términos del tercer sector, la *Fundación Comunitaria de Puerto Rico* creó el FICre (Fondo para las Industrias Creativas) que se encuentra en etapa de desarrollo y tiene el fin de proveer financiamiento para el sector cultural y creativo. Paralelo a estos esfuerzos, el Instituto de Cultura Puertorriqueña (ICP), principal responsable de la política cultural, ya comenzó a implantar programas para las industrias culturales y creativas, con énfasis en los sectores de arte.

## **Colombia**

Colombia representa uno de los países con mayores avances en el tema de las industrias culturales y creativas. En el año 2008, con la creación del Grupo de Emprendimiento Cultural bajo el Ministerio de Cultura, se comenzó a trabajar en unos lineamientos de política pública que finalmente fueron publicadas a través del CONPES 3659. Este documento parte de un diagnóstico de la situación de las industrias culturales y creativas y propone unos ejes estratégicos para su desarrollo. Este diagnóstico estableció cinco ejes problemáticos que incluyen la circulación y distribución de bienes y servicios de las industrias culturales, el bajo acceso a financiamiento, el escaso desarrollo local de las industrias creativas, la insuficiente oferta educativa especializada y el incipiente uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio. El documento presenta una estrategia para cada uno de estos ejes problemáticos. En términos de su implantación, ha sido el Grupo de Emprendimiento Cultural (GEC) del Ministerio de Cultura, quien ha tenido el rol más importante en el desarrollo de las iniciativas con un programa que se enfoca en los ejes de investigación, formación, financiación, articulación y circulación.

En el año 2016, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) publicó el informe “La economía naranja”. Este informe presentaría una nueva mirada a los sectores culturales y creativos, y, sobre todo, una nueva identidad de marca para su desarrollo en Latinoamérica. Siguiendo el interés que tuvo el informe, uno de sus autores y posteriormente senador, Iván Duque, promovió la Ley Naranja, finalmente aprobada el 23 de mayo de 2017. La nueva ley se fundamenta en las 7i que se presentan en el libro como ejes de desarrollo para la economía creativa. Estas son: información, instituciones, industria, infraestructura, integración, inclusión e inspiración. Para operacionalizar cada uno de los componentes, la ley recurre a los organismos existentes y les ordena implantar las iniciativas relacionadas. Para su coordinación, se crea el Consejo Nacional de la Economía Naranja. La ley enfatiza en el desarrollo de estadísticas, financiamiento, fomento y promoción, educación y exportación, entre otros.

Recientemente, se han implantado algunas iniciativas de apoyo directo a las industrias creativas mediante la coordinación entre los Ministerios de Cultura y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Juntos crearon el proyecto Aldea Cultural, una convocatoria que busca acompañar a los creativos de todos los sectores culturales y creativos en el proceso de emprendimiento. El proyecto se compone de cuatro etapas secuenciales bajo los nombres de *Conozcámonos*, *Conversa con expertos*, *Conéctate con asesores* y *Levantemos capital*.

Es importante destacar que además de la institucionalidad cultural y de desarrollo económico, existen múltiples iniciativas de formación en las universidades públicas y privadas e iniciativas regionales a través de departamentos y ciudades como ha sido el caso de Cali, Medellín y Cartagena, entre otros. Estas iniciativas han trabajado procesos para el desarrollo del ecosistema cultural y creativo en sus regiones. De igual forma, cabe destacar el trabajo realizado por el Grupo de Emprendimiento Cultural (GEC) en la formación de emprendedores en distintas comunidades, iniciativa que incluyó la creación de contenidos educativos en múltiples modalidades que incluyen un fuerte

énfasis en la cultura para el desarrollo local y el impacto social. Finalmente, se destacan los esfuerzos para articular el emprendimiento cultural en los entornos locales a través del proyecto de *Nodos de Emprendimiento Cultural*. Con esta iniciativa, el GEC articula diversas instituciones, agentes, organizaciones y empresas culturales para fomentar la promoción de las industrias culturales y creativas.

Otros componentes dentro del campo de acción de la institucionalidad cultural en Colombia con respecto a las industrias creativas incluyen la financiación y el acceso a mercados. En temas de financiación, el GEC ha establecido, mediante colaboración con otras instituciones, acceso a líneas de crédito exclusivas para las empresas culturales y acceso a fondos de garantías contra préstamos. En términos de acceso a mercados, el GEC ha apoyado la participación de emprendedores en diversos mercados internacionales como WOMEX y el MICSUR, mientras que ha apoyado la creación de mercados locales para la música, teatro y otras manifestaciones culturales y creativas como estrategia para fortalecer la circulación de bienes y servicios culturales en el país, región y a nivel global.

## Chile

El caso de Chile podría representar un adelanto y aprendizajes distintos a los demás países analizados. Ya en el año 2011 algunas entidades públicas habían organizado el proyecto *Santiago Creativo*, iniciativa que implantó muchas de las primeras estrategias para atender el tema. De igual forma, para el año 2014, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) publicó un *Mapeo de las industrias creativas en Chile* como ejercicio base para su entendimiento y desarrollo. En el año 2015, bajo la coordinación de Felipe Mujica Cominetti, se publica el informe *Diagnóstico y caracterización de la economía creativa*, el cual analiza sectores como el audiovisual, el editorial, la música y el diseño. El informe recomienda atender los componentes de acuerdos de colaboración, autoaprendizaje, desarrollo de incubadoras y

aceleradoras de negocio, los concursos y el desarrollo de un sello identitario nacional como principales potenciadores del desarrollo de las industrias creativas. De igual forma, plantea que la formación de audiencias, información y métricas, herramientas de emprendimiento y digitalización y canales de distribución y venta son los principales retos del sector (Mujica, 2015).

En marzo de 2015 se creó el *Comité Interministerial de Fomento a la Economía Creativa*, cuya principal responsabilidad sería el desarrollo de un plan nacional. Este comité incluyó representantes de los Ministerios de Economía, Fomento y Turismo, Hacienda, Relaciones Exteriores, Educación, Trabajo y Previsión Social, Agricultura y Desarrollo Social. Finalmente, el *Plan Nacional para el Fomento de la Economía Creativa* fue presentado por la Presidencia de la Nación en mayo de 2017. El plan contempla un marco de acción de cinco años (2017-2022). El documento plantea tres lineamientos principales que incluyen el *fomento para el desarrollo sostenible, la profesionalización y promoción de la asociatividad y el fomento al conocimiento sobre la economía creativa*. De igual forma, se presentan dos ejes transversales que son el tema territorial y la articulación interinstitucional. A partir de este marco se presentan metas específicas para el año 2022 y se elaboran acciones a corto y mediano plazo para los cuales se asignan a las entidades responsables.

En términos de legislación, el 2 de agosto de 2016 se aprobó la ley para la creación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, consolidando la institucionalidad cultural del País. La propia ley ordena la creación de la Subsecretaría de las Artes, Industrias Culturales y Culturas Populares y le delega el diseño, ejecución y evaluación de planes y programas para el desarrollo de la economía creativa. Esta ley entró en vigor en 2018.

Además del rol de las instituciones culturales públicas y privadas en el desarrollo de las industrias culturales y creativas, el componente de desarrollo económico también ha tenido parte en el proceso,



principalmente a través de la Corporación para el Fomento de la Producción (CORFO). Esta entidad tiene bajo su programa las siguientes iniciativas: Emprendimiento, Innovación, Desarrollo Pyme, Inversión y Financiamiento, Chile Transforma y Capacidades Tecnológicas.

## Fortalezas y debilidades de estas experiencias

Los casos de Puerto Rico, Colombia y Chile presentan una oportunidad para entender el desarrollo estratégico de las industrias culturales y creativas en Latinoamérica. En los tres casos, se observan intervenciones desde la sociedad civil, gobierno y universidades, entre otras. Se observa un balance entre las iniciativas de base que luego inciden en las políticas públicas, pero también las iniciativas que desde el gobierno comienzan a llegar a los niveles locales. De igual forma, los periodos de implantación demuestran los retos de aceptación de una mirada relativamente nueva a la actividad cultural y la importancia de los esfuerzos para dar a conocer su marco conceptual, impacto y principales debates.

A continuación, se discuten los hallazgos más importantes de estos casos, con el fin de utilizarlo de base para un modelo de intervención en el tema de las industrias culturales y creativas en entornos locales, nacionales o regionales:

- **Transversalidad.** Un aspecto importante de todos los procesos relacionados a las industrias culturales y creativas en los estudios de caso está en su alcance transversal. La relación entre economía y cultura, que por naturaleza tiene implicaciones en temas de educación, impacto social y territorial, entre otros, se traduce en debates sobre qué instituciones lideran o intervienen en su desarrollo. Aunque son los ministerios de cultura los que suelen tener mayor inherencia en estos procesos, su responsabilidad se comparte con los ministerios de economía. El debate radica en cuál de las instituciones entiende mejor las

dinámicas de producción de la actividad cultural y creativa. En ocasiones, los componentes de desarrollo económico utilizan metodologías de desarrollo empresarial similares a industrias tradicionales que no tienen el efecto esperado. De igual forma, los componentes de cultura no necesariamente tienen los aprendizajes y experiencias en el fortalecimiento de un ecosistema empresarial. Por otro lado, mas allá de estos dos componentes, existe la necesidad de integrar la economía creativa a las estrategias e instituciones vinculadas al turismo, la educación, el bienestar social y el desarrollo urbano, entre otros. En el caso de Puerto Rico, esta vinculación aun se encuentra en una etapa muy preliminar, contrario al caso de Colombia, donde proyectos colaborativos como Aldea Cultural presentan un escenario positivo. Sin embargo, es en el caso de Chile, con el Comité Interministerial, donde se puede observar con mayor formalidad la vinculación transversal que necesita el desarrollo de la economía creativa.

- **Diversidad de actores.** En los tres estudios de caso se ha observado la presencia de una diversidad de actores que incluyen la sociedad civil, la comunidad creativa, la academia y el gobierno. En cada uno de los casos, se observa una intervención de distintas magnitudes en distintas etapas del proceso. Se identifica que organizaciones no gubernamentales suelen ser los pioneros en las etapas tempranas de desarrollo, fomentando el interés del sector público de asumir un rol más importante. De igual forma, las universidades han ido adoptando la agenda a través de la creación de cursos, diplomados, talleres, programas académicos e investigación. En los tres casos, se observa la complementariedad de los distintos actores, algo que resulta importante entender para evitar la duplicidad de esfuerzos y una mejor coordinación entre ellos.
- **Investigación.** Una agenda de investigación robusta, periódica y amplia es una de las herramientas base para el desarrollo

de las industrias culturales y creativas. En los tres casos, la investigación sobre impacto económico resultó ser una herramienta importante de promoción y validación del potencial de la economía creativa. A pesar de la diversidad que requiere esta agenda de investigación, en la mayoría de los casos los primeros esfuerzos están dirigidos a determinar el impacto económico directo en términos de producción y empleo, indicadores que tienen comparables a nivel internacional y cuya información está más accesible a través de las cuentas nacionales. Sin embargo, es de gran importancia complementar esta investigación con elementos al nivel de los sectores, específicamente en las dinámicas de producción y consumo. Como en el caso de Chile, los mapeos de actividad cultural y creativa, el consumo cultural, los análisis de cadena de valor y el perfil de las empresas culturales y creativas, son otros aspectos claves que considerar para apoyar la toma de decisiones de política pública.

- **Dimensiones de impacto.** Probablemente una debilidad importante de los procesos que se han llevado en los tres países analizados está en la falta de objetivos e indicadores claros y diversos. Con excepción de los objetivos específicos que se presentan en el Plan Nacional de Economía Creativa de Chile, la mayoría de los proyectos aun no puede establecer un impacto claro de los esfuerzos realizados. Esto representa una oportunidad de establecer indicadores comunes. Por supuesto, esto debe reconocer la propia transversalidad de la economía creativa. Por lo tanto los indicadores deben incluir temas de educación artística y creativa, importancia de la cultura en la economía del visitante, condición y justicia laboral para los trabajadores y emprendedores creativos, acceso y participación en la vida cultural del país, diversidad de la oferta cultural y creativa y una balanza comercial que garantice la diversidad cultural antes los grandes retos de la importación de bienes y servicios creativos.

- **Cadena de valor.** Un aspecto importante que se identifica en los tres casos analizados está en el enfoque de las estrategias de desarrollo. De alguna forma, muchas coinciden con acciones dirigidas a fortalecer la cadena de valor de las industrias creativas. Por ejemplo, se coincide en la creación de nuevas empresas y aspectos como la incubación, la aceleración y la formalización de las empresas existentes. También se identifica el acceso a mercados desde muchas vertientes que incluyen la exportación, la circulación interna y la distribución. Finalmente, la mayoría incluye el acceso a financiamiento como un componente clave de fortalecimiento de la producción.

Si revisamos los tres modelos propuestos como marco de análisis (Throsby, UNESCO y Unión Europea), encontramos un ejercicio complementario entre bases, amplitud y profundidad. Si bien Throsby (2008) presenta unos fundamentos sobre las formas de intervención en la cultura como sector industrial (base), el documento de la UNESCO presenta una gama amplia de posibles estrategias para potenciar el sector (amplitud). Finalmente, la Unión Europea propone un enfoque lineal de impacto que va desde las precondiciones, fortalecimiento y las externalidades como ejemplo de los distintos niveles de impacto posible de las industrias culturales y creativas (profundidad). El contraste de estos enfoques, sumado a las experiencias de los países analizados, demuestran ausencias que incluyen la articulación de las instituciones, la coordinación para evitar la duplicidad, la falta de indicadores amplios y complementarios que apoyen la toma de decisiones y la continuidad de los esfuerzos, entre otros.

## **Hacia un modelo de desarrollo sustentable para el ecosistema creativo**

Los casos de Puerto Rico, Colombia y Chile, donde ya existen esfuerzos sistemáticos e institucionales para desarrollar el tema de las industrias culturales y creativas desde la política pública y las enti-

dades relacionadas, demuestran que se trata de un proceso bastante orgánico de prueba y error. No existe una secuencia uniforme sobre si el ejercicio debe comenzar desde la legislación o planificación nacional o si esto representa una etapa luego de toda una estrategia de base desde las instituciones no gubernamentales.

Sin embargo, al utilizar el marco teórico discutido y las experiencias de estos tres países se propone un modelo base que sirva como marco estratégico para el desarrollo de un ecosistema cultural y creativo en el plano local, regional o nacional. Por ejemplo, muchos municipios o ciudades necesitan alinear sus procesos y estrategias a lo que ocurre a nivel nacional, sin embargo, esto tiene que darse desde el contexto local con las fortalezas y debilidades de cada territorio, las tendencias de la región y la información y recursos disponibles. De igual forma, todavía existen países en la región latinoamericana que aún están en etapas muy tempranas de desarrollo y que podrían beneficiarse de procesos estructurados y aprendizajes de otros contextos. Finalmente, estos procesos también podrían aplicar a sectores culturales específicos que requieran un enfoque estratégico más allá del enfoque general, como por ejemplo los sectores de la música, el audiovisual, las artes escénicas, los videojuegos, el diseño, etc.

Como primer ejercicio, proponemos una secuencia de tres grandes componentes organizados en orden de prioridad: pilares, estrategia y transversalidad.



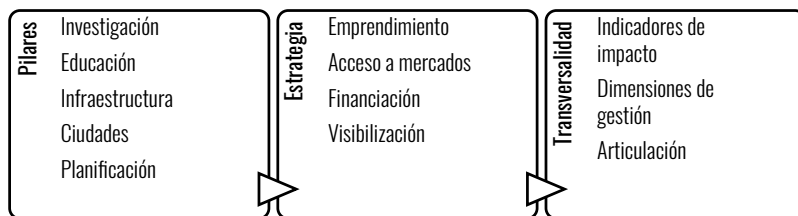
**Figura 1.** Componentes del modelo. Elaboración propia

- **Pilares.** Las actividades de este componente van dirigidas a crear las precondiciones para el desarrollo del ecosistema

creativo. Estas acciones y agenda de trabajo permitirán esfuerzos desde la base que luego facilitarán la intervención del ente público y entidades como fundaciones y organizaciones sin fines de lucro.

- **Estrategia.** Este componente busca de manera estructurada identificar los ejes estratégicos que requieren acción por parte del ecosistema. Debe tratarse de esfuerzos de mediano plazo cuyos objetivos puedan adelantarse con indicadores medibles. La etapa de estrategia requiere una colaboración mayor entre los distintos agentes (gobierno, academia, creativos, empresa privada y tercer sector) y requiere que cada cual asuma su responsabilidad en el proceso.
- **Transversalidad.** A pesar de que este componente está presente desde el principio, no es hasta que se logra una consolidación del ecosistema que las industrias culturales y creativas adquieren la relevancia a nivel de otras áreas de la política pública. Esto incluye la cultura como promotor para el turismo, de recurso de apoyo a la educación en todos los niveles, de herramienta para promover la salud y el bienestar social y como agente de innovación para el resto de la economía. En esta etapa, es importante reconocer esas relaciones, articularlas y medir su impacto.

El siguiente diagrama presenta los elementos recomendados a ser atendidos en cada uno de los elementos.



**Figura 2.** Campo de acción de los componentes. Elaboración propia

A continuación, se discuten algunos comentarios sobre cada uno de los elementos:

- **Pilares**

- *Investigación.* Uno de los primeros pasos de cualquier ecosistema de industrias culturales y creativas consiste en identificar fuentes de información, primarias y secundarias, en torno al nivel de producción, ventas, empleo, exportación/importación, perfil de las empresas y estadísticas sobre el consumo. Esto servirá de base para ampliar la discusión, allegar recursos y comenzar el desarrollo de sistemas de información cultural que apoye la toma de decisiones.
- *Educación.* Este elemento puede generarse desde distintas instituciones públicas o privadas que comiencen a compartir conocimiento sobre el potencial de las industrias culturales y creativas, casos de éxito y aprendizajes y capacitación en temas de emprendimiento y gerencia cultural y creativa. Esto incluye talleres, charlas, paneles, cursos, orientación y cualquier otra actividad que divulgue los principios de la economía creativa.
- *Infraestructura.* Es importante comenzar la identificación y evaluación de la infraestructura cultural, tangible e intangible, que fortalezca la cadena de valor de las industrias culturales y creativas. Esto incluye espacios de circulación, difusión, promoción, talleres de trabajo, espacios de oficina, etc. Los ejercicios de mapeo ayudan a determinar estas brechas que en muchas ocasiones son de infraestructura física, pero también tecnológica.
- *Ciudades.* Como se ha establecido, gran parte de la actividad cultural y creativa ocurre en función de los territorios. Por lo tanto, desde las primeras acciones

para el fortalecimiento del sector es importante tener presente esa dimensión geográfica. Ejercicios de articulación de posibles clústers, conexión entre agentes culturales y fomento de la colaboración son vitales en las primeras etapas.

- *Planificación.* Cuando se ha levantado suficiente información sobre las industrias culturales y creativas y se ha establecido alguna conexión con la comunidad creativa donde se haya fomentado la auto-identificación con el sector, es importante comenzar a promover esfuerzos formales de planificación estratégica para el ecosistema. Ya en esta etapa, el apoyo de los gobiernos locales o nacionales puede ser clave para lograrlo. Los planes realizados en Puerto Rico (Codecu), Chile (Plan Nacional) y Colombia (CONPES) son buenas referencias sobre su alcance y objetivos.

- **Estrategia**

- *Emprendimiento.* Es importante desarrollar una estrategia para la creación de nuevas empresas y la formalización de las empresas existentes. Esto debe pensarse en todos los niveles, desde el autoempleo en los artistas y creativos hasta las empresas de alto impacto que tengan potencial de exportación. Fomentar el emprendimiento requiere un componente de formación, pero también de estructuras legales y políticas públicas que faciliten su desarrollo. En esta etapa, es importante la presencia de incubadoras, aceleradoras y una oferta variada de programas de formación en emprendimiento.
- *Acceso a mercados.* Mientras se fortalece el lado de la oferta, es necesario asegurar que los emprendedores tengan acceso a una demanda sustentable. Esto requiere canales de circulación y difusión locales e internacionales. Por lo



tanto, es necesario conectar a los emprendedores con estas plataformas o empresarios y abrir las puertas de la internacionalización a través de ferias, mercados y otros eventos organizados para esos fines.

- *Financiación.* El acceso a financiamiento sigue siendo un reto para los emprendedores en todos los sectores. Sobre todo, el sector creativo siempre ha experimentado un reto mayor por la naturaleza de su producción. Para superar este reto, es importante identificar estrategias de financiamiento diversificado que incluyan capital semilla, donativos, premios, préstamos, líneas de crédito, garantías bancarias, capital de riesgo e inversionistas ángeles. Según la naturaleza del financiamiento será la responsabilidad del sector público o privado.
- *Visibilización.* La sensibilización sobre los procesos que se desarrollan en las industrias culturales y creativas es importante para mantener un respaldo amplio a las iniciativas, la continuidad desde el sector público y la mayor participación de la ciudadanía en el consumo cultural. Por lo tanto, es importante que se visibilice el trabajo de los emprendedores, que se comuniquen las iniciativas y también sus resultados y aprendizajes a través de distintos medios para los distintos grupos de interés dentro del ecosistema.

- **Transversalidad**

- *Dimensiones de gestión.* En esta etapa se deben comenzar a gestionar iniciativas concretas que maximicen la relación cultura y desarrollo. Como punto de partida, y dependiendo de las realidades de los territorios, las principales relaciones transversales están en el turismo, educación y bienestar e innovación. Una vez se establezcan los ejes transversales, hay que identificar

iniciativas concretas de conexión, continuidad y desarrollo a largo plazo.

- *Articulación.* Lograr el impacto transversal de la cultura y la creatividad requiere procesos formales interministeriales. El caso de Chile presenta un ejemplo de un comité, mientras que en Puerto Rico se propuso una red que integraba representación de los ministerios de educación, turismo, desarrollo económico, cultura y representación de los gobiernos municipales, aunque nunca se implementó. En esta etapa, es necesario identificar un mecanismo formal de colaboración que, aunque tiene prioridad en el sector público, debe estar presente en la academia, fundaciones y sector privado.
- *Indicadores de impacto.* Finalmente, es necesario un sistema de indicadores robusto y diverso que sirva para visibilizar y evaluar estos impactos. Por lo tanto, las estadísticas sobre economía creativa no pueden estar limitadas a su impacto macroeconómico, sino que requiere indicadores de diversidad, descentralización, condición laboral y consumo y participación, entre otros. De igual forma, es necesario, aunque complejo, desarrollar indicadores para su relación con el turismo, la educación, el bienestar social y la innovación en el resto de la economía, entre otros.

Como último elemento de esta propuesta de modelo de gestión para el desarrollo y fortalecimiento del ecosistema creativo, proponemos algunos objetivos o indicadores generales que contribuyan a determinar el adelanto en cada uno de los tres componentes. Estos objetivos, sugieren la combinación entre varios elementos, a lo que correspondería desarrollar objetivos específicos y acciones concretas para adelantarlos:

- **Objetivos generales para el componente de Pilares:**
  - Estudios de impacto económico con indicadores de cuentas nacionales
  - Ejercicios de mapeo de activos culturales que incluyan infraestructura y agentes culturales en el territorio de interés (municipio, comunidad, región o país)
  - Agenda de actividades de promoción del tema de industrias culturales y creativas que incluyan a todos los grupos de interés (academia, gobierno, empresa privada, fundaciones, comunidad creativa, público general)
  - Propuesta y discusión de ejercicio de planificación a nivel que se está trabajando (nacional, local o regional)
- **Objetivos generales para el componente de Estrategia:**
  - Oferta de servicios de incubación y aceleración de empresas que suplan la necesidad de todos los componentes de sector cultural y creativo (autoempleo, empresas, artes, medios, servicios creativos, digital, etc.)
  - Oferta de servicios y eventos relacionadas a la circulación de bienes y servicios culturales y creativos a nivel interno y regional. Desarrollo de incentivos para participar en estos eventos y la producción de eventos a nivel local.
  - Mapeo de las alternativas de inversión existentes y la promoción y cabildeo de nuevas alternativas para conseguir apoyo y desarrollo de la empresa privada y la política pública.
  - Campañas de visibilización a través de medios diversos donde se comunique el trabajo del ecosistema de emprendimiento creativo y su potencial de crecimiento.

- **Objetivos generales para el componente de Transversalidad:**
  - Proponer y diseñar una agenda de investigación a través de un sistema de indicadores complementario y diverso a partir de la información disponible y aquella que requiere recopilación primaria.
  - Estrategia de articulación entre los entes relacionados a los ejes transversales para que los distintos ministerios entiendan su rol y asuman proyectos y colaboraciones relacionadas a la economía creativa.
  - Proponer un modelo de articulación interministerial a nivel del sector público y modelo de clúster para el sector privado para garantizar la formalización de las colaboraciones de los distintos sectores en el fomento de la economía creativa.

Estos objetivos se proponen como punto de partida para cada uno de los ejes del modelo, a partir del cual corresponde lograr su implementación final.

## **Conclusiones**

Este capítulo busca contribuir al marco de conocimiento sobre el desarrollo sustentable de los ecosistemas de emprendimiento cultural y creativo a nivel local, regional o nacional. Si bien la región ha adelantado mucho en las primeras fases de investigación sobre el perfil, impacto, tendencias y casos de éxito de las industrias culturales y creativas, algo que va desde el macro hasta el micro, se argumenta que aún existe un vacío en la discusión sobre cómo lograr los resultados esperados en un territorio. Por lo tanto, es necesario destacar ese nivel estratégico como parte de la agenda de investigación.

Los países analizados representan experiencias latinoamericanas donde se ha adelantado en temas de economía creativa. Colom-

bia ha desarrollado importantes estudios, documentos de política públicas, programas de formación y fortalecimiento y más recientemente, una ley para apoyar al sector. Chile por su parte, presenta un caso donde se realizó un plan de economía creativa como hoja de ruta hacia el futuro. Por supuesto, Puerto Rico ha generado experiencias de diseño participativo hacia una estrategia y política pública. Si se comparan los tres casos, se identifican puntos de partida distintos que de alguna manera se complementan. A partir de los modelos presentados por los estudios analizados, se propone un nuevo modelo para el desarrollo de estrategias de desarrollo para las industrias culturales y creativas en el contexto local. En términos generales, es importante que los territorios entiendan las distintas fases de una estrategia a largo plazo y el desarrollo de los objetivos generales y específicos para cada uno de los ejes propuestos: pilares, estrategia y transversalidad

La naturaleza exploratoria de este análisis presenta muchas limitaciones para establecer la relación de efectividad de las acciones de los distintos agentes que intervienen en el desarrollo de la economía creativa en un país o región. Sin embargo, se entiende que el análisis de estos tres casos es un buen punto de partida. De igual forma, este capítulo propone un modelo de desarrollo sustentable para el ecosistema de emprendimiento creativo a un nivel de especificidad que podría ser arriesgado. Sin embargo, se busca abrir la discusión y tener un marco de referencia desde el cual continuar la investigación sobre este nivel estratégico que podría tener un impacto en reducir la curva de aprendizaje de nuestros países y territorios y maximizar los recursos que destinan a estos propósitos.



## Referencias

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Ediciones Trotta, S.A.
- Banks, M. (2017). *Creative Justice. Cultural Industries, Work and Inequality*. London: Rowman & Littlefield
- Buitrago, F. y Duque, I. (2016). *La economía naranja*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo
- Bustamante, E. (Ed). (2011). *Industrias Creativas: Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona: Editorial Gedisa
- Consejo Nacional de Política Económica y Social (2010). *Documento CONPES 3659: Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia*. Bogotá: República de Colombia
- Comisión para el Desarrollo Cultural (2015a). *Estudio del ecosistema cultural en Puerto Rico*. San Juan de Puerto Rico: Codecu
- Comisión para el Desarrollo Cultural (2015b). *Hilando voluntades: Cultura para la equidad, la diversidad y el emprendimiento*. San Juan de Puerto Rico: Codecu
- Department of Culture, Media and Sport [DCMS]. (2001). *Creative Industries: Mapping Document 2001*. London: DCMS
- Hernández, J. (2013). *Perfil de la economía creativa en Puerto Rico*. San Juan de Puerto Rico: Inversión Cultural
- Holden, J. (2004). *Capturing Cultural Value: How culture has become a tool of government policy*. London: Demos
- Mujica Cominetti, F. (2015). *Diagnóstico y caracterización de la economía creativa*. Valdivia, CL: Gobierno Regional de los Ríos
- Miles, M. (2015). *Limits of Culture: Urban Regeneration Vs Dissident Art*. London: Pluto Press.
- Pratt, A.C. and Hutton, T. A. (2013). Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis. *Cities*, 33, 86-95.
- Throsby, D. (2012). *The Economic of Cultural Policy*. Massachusetts: Cambridge University Press

Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147-164.

UNCTAD. (2010). *Creative Economy: 2008 Report*. United Nations.

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de industrias culturales y creativas*. París: UNESCO.