



La economía creativa en el Perú:

Análisis conceptual y
recomendaciones de política
para su desarrollo



Diciembre 2020



NIUBOX es la firma pionera del Perú que ofrece asesoría legal y regulatoria en tecnología y negocios digitales, consultoría estratégica de asuntos públicos e innovación legal. Niubox ha sido reconocida internacionalmente en el ranking de telecomunicaciones, medios y tecnología de Chambers & Partners y en el ranking de protección de datos personales y ciberseguridad de Leaders League como única firma líder peruana.

Niubox cuenta con el respaldo de un equipo con más de 15 años de experiencia profesional y un portafolio diverso de clientes en distintos sectores entre los que destacan empresas globales de tecnología de la lista Fortune 500 y empresas que se encuentran en procesos de transformación digital.

La firma brinda soporte a sus clientes diseñando estrategias regulatorias a través de un profundo conocimiento y comprensión del ecosistema digital, el marco legal y sus principales stakeholders. Asimismo, **Niubox** cuenta con amplia experiencia en el desarrollo de estudios, investigaciones y documentos de política pública que abordan diversos temas de interés vinculados a los desafíos impuestos por las plataformas digitales, el comercio electrónico, la protección al consumidor, competencia y propiedad intelectual, entre otros.

Participó en la elaboración de esta investigación el equipo de asuntos públicos y regulatorios de Niubox conformado por:



Oscar Montezuma Panez

Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) con maestría en The George Washington University. Cuenta con quince años de experiencia en el sector de telecomunicaciones, tecnología y negocios digitales. Oscar es Director Ejecutivo de Niubox para Perú y Ecuador.



Paola Gálvez Callirgos

Abogada por la Universidad de Lima con más de cinco años de experiencia en el sector de tecnología y negocios digitales. Elegida Internet Society IGF Youth Ambassador Berlin 2019 y Open Internet Leader 2020 – 2021. Paola es Líder de Asuntos Públicos y Regulatorios de Niubox.



Milagros Bedregal Viza

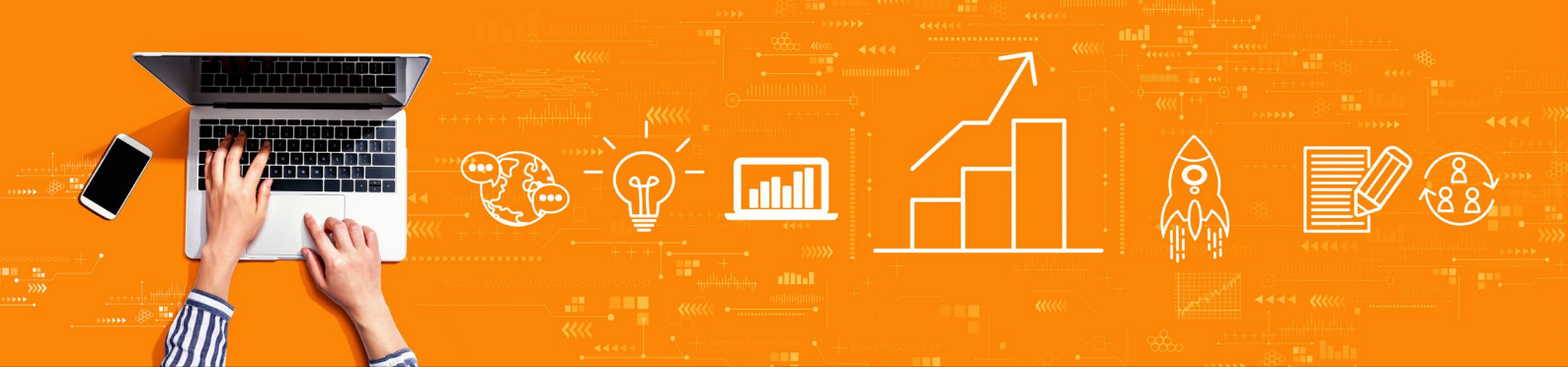
Bachiller en derecho con mención en gestión pública por la Universidad Católica San Pablo, con experiencia en el sector corporativo. Milagros es practicante profesional de Asuntos Públicos y Regulatorios en Niubox.



Sofía Fernandez Bonaudi

Politóloga por la Universidad de Buenos Aires, candidata a maestría en Gobierno y Políticas Públicas por la Escuela de Gobierno de la Universidad Católica del Perú (PUCP). Sofía es Analista de Asuntos Públicos y Regulatorios en Niubox.

Este documento fue elaborado por Niubox, a
solicitud de DIRECTV.
Está prohibida su reproducción no autorizada,
de forma parcial o completa.



La economía creativa en el Perú: análisis conceptual y recomendaciones de política para su desarrollo

Diciembre 2020

The background is a solid yellow color. It features several faint, stylized musical notes and treble clefs scattered across the page. There are also larger, more abstract yellow brushstrokes or splatters, particularly in the top right and bottom right corners, adding a creative and artistic feel to the design.

Capítulo 1

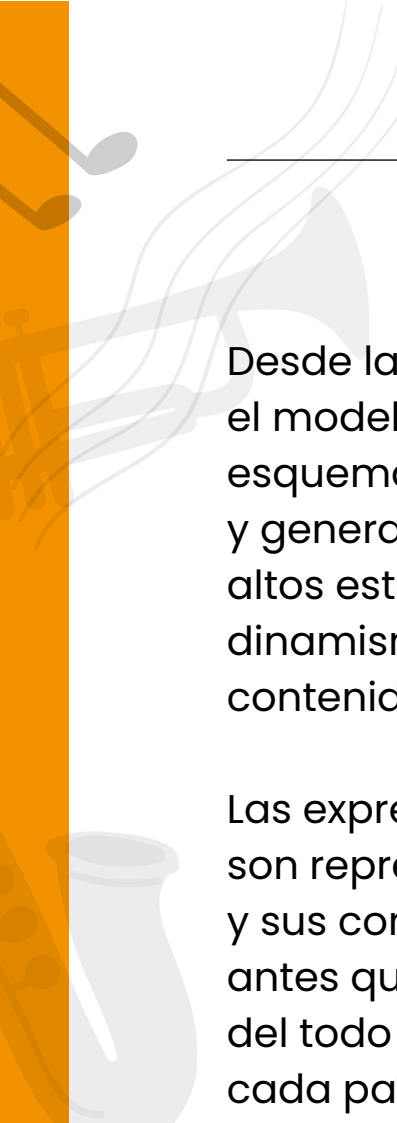
Definiciones base y experiencias internacionales de desarrollo de economía creativa

Introducción

Reconocer la importancia y valor de los sectores culturales y creativos como motores de desarrollo sostenible e integrador, es una exigencia planteada por mercados cada día más competitivos e innovadores.



En este escenario, la dinámica de las industrias creativas influenciadas por el fenómeno de la globalización y tendencias de digitalización, adquieren importancia para gobiernos, organizaciones multilaterales internacionales, actores de la sociedad civil y ciudadanía en general, por representar el talento, valor cultural, propiedad intelectual y riqueza de una región o país determinado.



Desde las distintas áreas creativas, el modelo promete diversificar los esquemas tradicionales de negocio y generar una industria cultural con altos estándares de especialización y dinamismo mediante la creación de contenido con valor económico.

Las expresiones de la economía creativa son representaciones sociales amplias y sus conceptos, complementarios antes que contradictorios, no están aún del todo delimitados. En esa línea, en cada país de la región su impulso es diferente¹, pero se comparte un común denominador que se percibe en la falta de entendimiento sobre qué son las industrias creativas, cómo aportan a las economías ya desarrolladas o cómo impulsan a las emergentes que dependen de otros sectores o de sus recursos naturales, cuál es el impacto laboral que acarrea al frenar cifras de desempleo, y cuál es la relación social y de protección de derechos de propiedad intelectual que necesitan, entre otros.



¹ Morales y otros, 2009. Contribución Económica de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú, Lima.

La economía creativa es una alternativa real de desarrollo, y más allá de desconocer su importancia, debe reconocerse el impacto directo que genera al ser uno de los motores sostenibles de innovación para el resto de la economía². Este impacto reconoce al emprendedor cultural y creativo como catalizador de esa economía.



2 Peña Ríos y Forero Garzón, M. La era de la economía naranja. Perspectivas, 2018. Recuperado de <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/1701>

En Perú, el desarrollo de las industrias creativas es fuertemente disparejo y registra singulares características acordes al quehacer cultural

peruano, que es amplio y no ha podido canalizar un dinamismo o movimiento artístico unificado.

Siguiendo a Antonio Zapata³, “el cultivo de la tradición no es opuesto a la globalización”,

por lo que el **impulso de sectores** como la **industria cinematográfica**, contenido **audiovisual y sectores artísticos que se acompañan de recursos y medios tecnológicos para su difusión**, deben ser promovidos y colocados en la discusión a fin de saber cuáles son las dinámicas de las expresiones, industrias y disciplinas artísticas en el Perú.



³ Zapata, A. Las industrias culturales peruanas frente al acuerdo de promoción comercial Perú-EE.UU. ESAN. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/sRoca/PI/completo/11-Zapata.pdf>

La idea expuesta se refuerza en tiempos de crisis, como el suscitado con la Covid-19 donde la industria cultural se vio fuertemente afectada en todo lo referente a producción y acceso a bienes, servicios y manifestaciones creativas.



A pesar de esta situación y, según el documento “La pandemia pone a prueba a la economía creativa” del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), aún siendo uno de los primeros sectores en verse afectados por la cancelación de eventos, festivales y otras actividades creativas grupales, ha sido también de los primeros que idearon e impulsaron nuevos mecanismos de apoyo para resistir y reestructurarse⁴

Por lo que es preciso que una vez que salgamos de la emergencia sanitaria mundial –más temprano que tarde– debe priorizarse una estrategia de desarrollo alternativa en la agenda nacional y en otros organismos de integración para redefinir el futuro de las diversas regiones.



⁴ Majlis. M y Ruy (Septiembre 23, 2020.), Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/unidos-por-la-reactivacion-de-las-industrias-creativas-y-culturales/>

Para esto, el contenido del presente documento aborda la economía creativa en Perú, y se estructura de la siguiente manera:

Capítulo 1

Compuesto por las definiciones base y experiencias internacionales de desarrollo de economía creativa. En este primer apartado se presentará el marco conceptual que sistematiza y expone los conceptos y teorías fundamentales para el desarrollo de la consultoría sobre economía creativa. Un segundo acápite dirigido a conceptualizar y unificar términos que se utilizan a lo largo del estudio mediante el glosario de términos. Posteriormente, se desarrolla de manera descriptiva las políticas comparadas implementadas, disgregando la experiencia internacional de cuatro países: Colombia, Chile, México y Reino Unido.

Capítulo 2

Se compone de las posturas y actores relevantes que lideran la discusión sobre el tema, a fin de ser tomados como referencia para el desarrollo de la economía creativa en el Perú, disgregando la experiencia internacional de 6 países: Colombia, Chile, México, Reino Unido, Italia y Francia.

Capítulo 3

Presenta el estado normativo de la industria creativa en el Perú, se analizan los estímulos económicos e incentivos tributarios y/o financieros disponibles y se recomiendan medidas de política pública en favor del desarrollo de las industrias creativas en base a objetivos de corto y mediano plazo, sobre un período temporal de 5 años.

Marco conceptual

“El fomento del bienestar y las libertades que buscamos en el desarrollo no puede sino incluir el enriquecimiento de las vidas humanas a través de la literatura, la música, las bellas artes y otras formas de expresión y práctica cultural, que tenemos razones para valorar (...) Tener un alto PIB per cápita pero poca música, arte, literatura, etc., no equivaldría a un gran éxito en el desarrollo. De una forma u otra, la cultura envuelve nuestras vidas, nuestros deseos, nuestras frustraciones, nuestras ambiciones y las libertades que buscamos. La libertad y la oportunidad para las actividades culturales se encuentran entre las libertades básicas cuya mejora puede considerarse constitutiva del desarrollo.”⁵

Amartya Sen,
Premio Nobel de Economía.

5 Sen, Amartya (2004) "How Does Culture Matter?" En Culture and Public Action, Vijayendra Rao and Michael Walton. Stanford, California

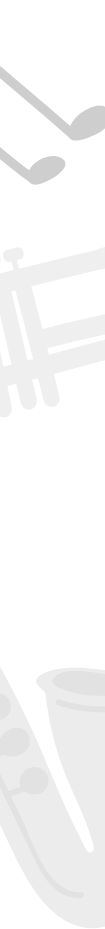
El interactuar del ser humano dentro del entorno socio-político de una nación se desarrolla siempre bajo espacios en constante flujo de creatividad, en donde las ideas propuestas por diversas personas que desarrollan actividades enteramente creativas pueden encontrar soporte en **productos, servicios y actividades** respaldados por la propiedad intelectual.

Este **conjunto de actividades** encadenadas que permiten que una idea se transforme en un **bien o servicio creativo**, ha sido definido por diversas voces relevantes a nivel mundial como “**economía creativa**”. Su evolución y su impacto han permitido que se empiecen a pensar los esfuerzos que deben implementarse de manera conjunta para promover una normatividad defensora y propulsora. Citando a Peña Ríos en el paper “**La era de la economía naranja**”⁶:



“(...) Lo interesante de este tipo de economía es la cadena de valor que genera. Un sinnúmero de posibilidades para la explotación y aprovechamiento de la capacidad del ser humano. Adicionalmente, este tipo de capital, como todo sistema, necesita estar acompañado por políticas, estrategias de educación, concentración social e inversión. (2018)”.

6 Peña Ríos, Y. & Ferrero Garzón, M. (2018), La era de la economía naranja, Recuperado de: <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/1701/1611>



Com
país
de la
acel
la in

El de
pote
con
part
grup

La economía creativa

A conceptual illustration featuring a stylized grey head silhouette at the bottom with a blue beard. From the top of the head, several vertical lines connect to a central white circle containing a lightbulb with gears inside. Radiating from this central point are multiple lines connecting to various circular icons on an orange background. These icons include: a lightbulb, a dollar sign inside a cloud, two theatrical masks (one smiling, one frowning), a microphone, a person holding a glowing starburst, a film clapperboard, a nuclear symbol, a video game controller, a hand holding a glowing orb, a lightbulb, a person wearing glasses, a person with a lightbulb above their head, a person with a gear inside their head, and a person with a lightbulb above their head. The overall theme is innovation, technology, and creative thinking.

Las **industrias creativas** tienen su origen en **habilidades y talentos individuales** que surgen con todo el potencial para crear riqueza y empleo de manera transversal en lo largo del proceso de creación.

7 Castañeda-Rivera, E & Garduño-Bello, B (2017). Mapa de las industrias creativas en México. Proyección para CENTRO. Economía Creativa, núm 07, mayo-octubre, pp.118-166. ISSN: 2395-8200 - Recuperado de: https://static.squarespace.com/static/5c96759a755be272d450c6b0f/t/5dc058bd35c2700065de0a6f/1572886721180/CNC_Mapa+de+las+industrias+creativas+en+M%C3%A9xico.+Proyecci%C3%B3n+para+CENTRO+.pdf

John Anthony Howkins⁸, creador del concepto de la **economía creativa** el año 2001, promueve desde su experiencia que esta se basa en nuevas formas de pensar y hacer.

Siguiendo una entrevista realizada por el diario **El Tiempo** en 2019⁹, **Howkins** al ser consultado por el concepto menciona que:



La creatividad es usar ideas para tener nuevas ideas. La economía creativa consiste en utilizar nuevas ideas en productos y servicios que se pueden vender. Por lo tanto, abarca desde el arte y la cultura hasta el uso de ideas en el diseño y la marca. La economía creativa es un concepto de nivel superior, aunque muchas personas simplemente hablan de arte, diseño, entretenimiento, medios de comunicación, entre otros. Todo es creativo.(2019).

8 Howkins,J (2002) "La Economía Creativa: Cómo las Personas Hacen Dinero de las ideas", The Penguin Press, Londres.

9 El Tiempo,(17 de septiembre 2019) Un país que se aleje de la creatividad se volverá menos rico: Howkins. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/entrevista-john-howkins-acerca-de-la-economia-creativa-413330>

Su actual definición se complementa con un análisis que comprende que en este sector se reconoce el valor de los bienes y servicios que encuentran un fundamento único en la defensa de la propiedad intelectual de sus creaciones. Según Howkins, hacer valer los derechos de propiedad es fundamental para crear una ventaja competitiva a nivel global y hacer que las ideas creativas logren importancia en los derechos de propiedad intelectual (2001)¹⁰.

Por otro lado, la **economía creativa** también es definida como

- “(...) **El fenómeno que representa el conjunto de actividades o productos** donde las personas desarrollan ideas y con presencia en el sector servicios. (2018)”. Toda esta dinámica es amparada bajo la **propiedad intelectual** que hace visible a las cuatro grandes líneas que enriquecen la economía creativa propuestas por el libro cumbre del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con autoría de Iván Duque y Buitrago (2016)¹¹:



¹⁰ Howkins, J. “La Economía Creativa: Cómo las Personas Hacen Dinero de las ideas”, The Penguin Press, Londres.

¹¹ Buitrago y Duque I., (2013) La economía naranja, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Washington DC.

- **El Banco Interamericano de Desarrollo (BID)** al hacer referencia a la economía creativa lo hace señalando que: “(...) Es el conjunto de actividades que permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales con un valor determinado dado su contenido de propiedad intelectual” (2007).
- Y por su parte, **UNESCO** define a la industria creativa como un conjunto amplio de actividades económicas en el que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo substancial (2006).

La literatura existente pone especial atención sobre el qué debe contener las actividades referentes a industrias creativas, y describe que al menos han de considerarse los siguientes elementos: **actividades basadas en el conocimiento, generación y explotación de la propiedad intelectual y habilidad de combinar piezas** del conocimiento en diferentes formas y que puedan tener un **valor económico** (UNCTAD/UNDP, 2010).



Es sabido que la **economía creativa** comprende una **gama amplia de actividades** artísticas e industrias desde las **artes escénicas y espectáculos** hasta producciones de **contenido digital**. Serán entonces aquellos sectores como el **diseño, música, cine** los que cada vez se profesionalizan más y ocupan un impacto más fuerte en el tema de las economías en Latinoamérica.



Según estadísticas del
**Banco Interamericano
de Desarrollo**



La economía naranja
ocupa el

4.5%

del PBI mundial,

y si representase todo un país sería el
cuarto más económicamente estable
a nivel mundial

CONCEPTOS DE LA ECONOMÍA CREATIVA



A fin de esclarecer cuáles son los principales conceptos que se desarrollan alrededor de la economía creativa, la siguiente sección del documento presenta definiciones base que permitan construir de manera clara la idea que promueven las industrias creativas.



01

Propiedad intelectual.

En línea a lo establecido por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la propiedad intelectual...

se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio¹². Esta se dividirá en dos categorías:

- **Propiedad industrial.**
- **Derecho de autor.**

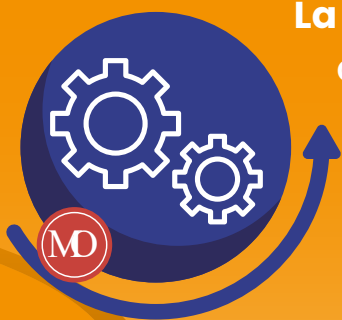


¹² Buitrago y Duque I., (2013) La economía naranja, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Washington DC.

La relevancia de promover la **protección de los derechos** de propiedad intelectual de los creadores dentro de la **economía creativa**, radica en **dos esferas**.



La **primera** de ellas involucra la contribución al desarrollo económico y bienestar social, en tanto se equilibran intereses de los innovadores con el interés público que cataliza el potencial de creación de manera **eficaz y equitativa**.



La **segunda**, involucra el plano de mejora de **calidad de vida**, **generación de nuevos empleos e industrias** y aporte a la **capacidad de crear e inventar** nuevas obras que surjan desde la **tecnología, innovación y cultura**.





02

Emprendimiento de base cultural y creativa.

En línea al libro “Emprendimiento creativo”¹³, es un modelo empresarial que promueve la creatividad artística.

Un emprendimiento cultural tendrá que ver con: “Todo aquello que la mente humana puede crear y que es un intangible, que se posiciona y se expresa en un gran grupo humano y perdura en el tiempo”¹⁴, según lo

expresa el Podcast de PQS.



¹³ Emprendimiento Creativo es una publicación que provee herramientas para la creación de empresas culturales y creativas. Está fundamentado en un modelo que incluye dimensiones económicas, sociales y culturales. Escrito por Javier Hernández Acosta. El libro completo en: <http://www.emprendimientocreativo.com/>

¹⁴ ¿Qué es emprendimiento cultural y cómo iniciar uno? Recuperado de: <https://www.pqs.pe/emprendimiento/que-es-emprendimiento-cultural-como-iniciar-uno#:~:text=Lector%20un%20emprendimiento%20cultural%20es,que%20promueve%20la%20creatividad%20art%C3%ADstica.>

Los emprendedores creativos generan dinámicas transversales de valor cultural y económico entre organizaciones culturales, empresas creativas y entidades de gobierno para sobrevivir, con dinámicas referentes a la creatividad, la tecnología y la innovación.



“(...) En el panorama de la cooperación creativa se exige una co-creación de conocimiento, funciones innovadoras por parte de los organismos gubernamentales y empresas corporativas”.

**Giep Hagoort, Profesor
emérito en creatividad de
la Universidad de Utrecht/
HKU, Holanda,**



03

Industria cinematográfica

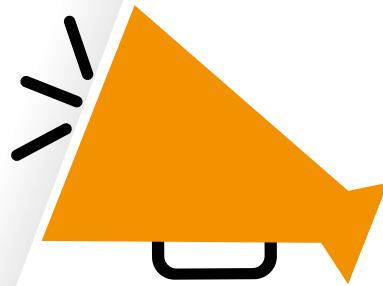
Su origen en EE.UU. forjó su amplio desarrollo desde el ámbito empresarial y productivo. En el análisis **“El cine: Arte o industria”**¹⁵, se destaca que:

“Al contrario que en muchas otras formas de arte, en el cine son vitales las funciones de producción, distribución y exhibición, que determinan el sentido empresarial e industrial de la obra cinematográfica”.

15 PQS, (15 de junio de 2020), ¿Qué es el emprendimiento cultural y cómo iniciar uno? Recuperado de: <http://webs.ucm.es/BUCM/revcul/e-learning-innova/124/art1798.pdf>

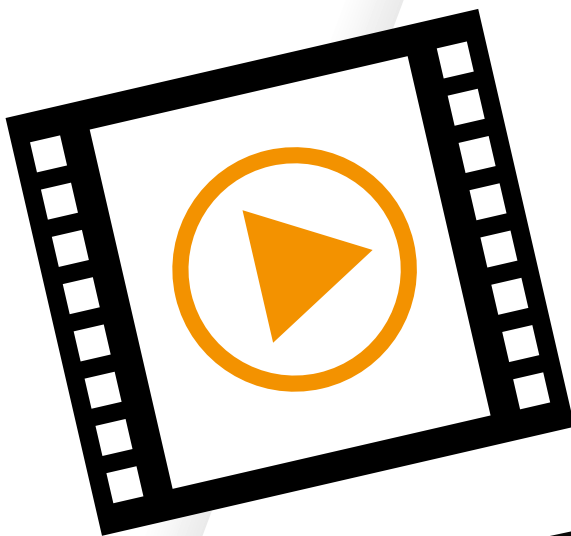


La cinematografía se referirá a la creación de secuencias de imágenes que simulan movimiento, incluyendo el uso de película o secuencias de imágenes digitales, normalmente producidas con una cámara de vídeo.



El fortalecimiento de la industria

debe incluir un combate frontal y de política pública contra la falsificación y piratería, una revolución tecnológica y la participación de esforzados agentes que sepan evolucionar con su producto de manera más innovadora.





04

Piratería y piratería digital

Según el Instituto Nacional de
Propiedad Industrial de Chile (INAPI),
la piratería se

**refiere a
determinados actos
de utilización que no
han sido autorizados
por el titular de
derechos de autor o
de derechos conexos,**



ni están contemplados en alguna excepción establecida expresamente por la Ley respectiva ¹⁶. **Este uso y explotación ilegítima de una propiedad intelectual genera perjuicios a los autores, artistas y en general a las industrias creativas** pues son afectados diversos sectores, tales como la literatura, música, programas computacionales, contenidos audiovisuales y de radiodifusión, entre otros.

Al referirnos a las **tendencias actuales de la piratería** se encuentra aquella que utiliza soportes virtuales para su realización y que a su vez, analiza el perfil del consumo de medios y bienes culturales de la población y su acceso a Internet.

Los efectos de las **tecnologías digitales e Internet** en las industrias culturales han modificado el intercambio entre individuos y empresas, al interior de las empresas y la interacción entre consumidores culturales.



¹⁶ Instituto Nacional de la Propiedad Industrial INAPI Chile, Piratería y Falsificación, <https://www.inapi.cl/protege-tu-idea/pirateria-y-falsificacion>

Algunas de las causas principales de la piratería digital según el informe

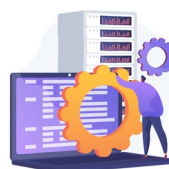
“Piratería: Tendencias actual y medidas no legislativas”¹⁷, son:



La **facilidad** para llevar a cabo las **conductas piratas**.



El **costo cercano a cero** de la reproducción y distribución.



El **desarrollo del hardware** y su **democratización**. Por ejemplo, los computadores personales.



El **crecimiento de la banda ancha**, que proporciona mayor rapidez a menor costo, mejorando la calidad y capacidad de tráfico.

17 Villaroel, Luis (2010). Piratería: Tendencias actuales y medidas no legislativas. XIV Reunión del Comité Intergubernamental de Derecho de Autor, UNESCO. Paris. Recuperado de: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000187965>



05

Contenido audiovisual y contenido multimedia.

Ambos contenidos difieren en sus definiciones y en sus resultados.

Según la **Real Academia de la Lengua**, el **audiovisual** es aquello que:

“Se refiere conjuntamente al oído y a la vista o los emplea a la vez”.




Mientras que **multimedia**, palabra de origen inglés, es definido como:

“Aquello que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de información”.



Por lo tanto y siguiendo estas dos definiciones, estas dos categorías de contenidos son distintas aunque los dos participen de la imagen y el sonido.



Hoy en día no se concibe un medio de difusión de información sin la presencia del audiovisual, pues lo que transmite es información y sensaciones.

Además también genera vertientes de impedimentos técnicos y económicos, como los derechos de reproducción que hacen difícil la inclusión de los contenidos en Internet¹⁸.

¹⁸ Universidad de Alicante, Jornadas de posicionamiento.



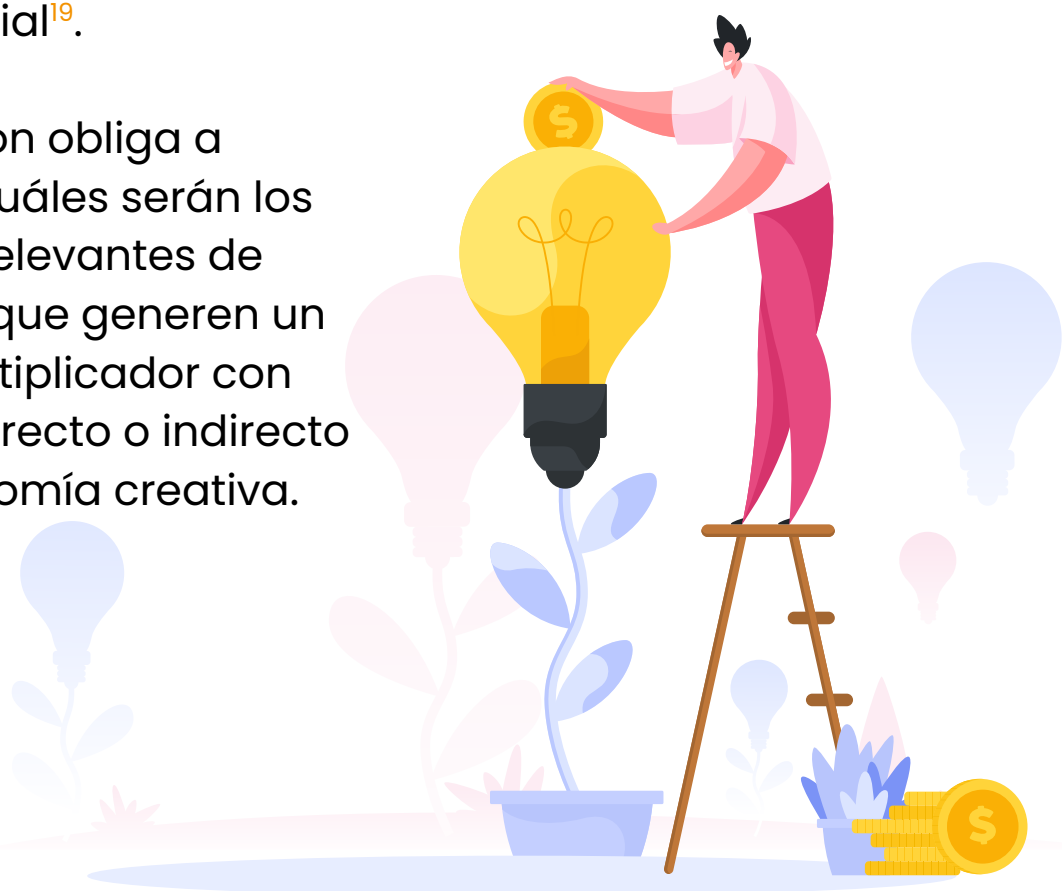
06

Impacto económico multiplicador.


Término que describe cuando una persona, un gobierno o una empresa actúan bajo un modo que influye en la economía.

Esto podrá producirse bajo un efecto de cadena sobre otras personas y empresas, permitiendo una influencia mucho mayor que la que se provocó directamente con la acción inicial¹⁹.

La definición obliga a construir cuáles serán los patrones relevantes de conducta que generen un efecto multiplicador con impacto directo o indirecto en la economía creativa.



¹⁹ W&K Financial Education, (15 de julio de 2019) ¿Qué es el efecto multiplicador keynesiano? Recuperado de: <https://wkfinancialeducation.com/que-es-el-efecto-multiplicador-keynesiano/>

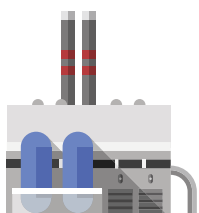


Por otro lado, otros influenciadores que permiten potenciar la cadena de creación, parten del financiamiento y estímulos económicos culturales.

Estos últimos definidos por el **Ministerio de Cultura** como:

“(...) Parte de la política de financiamiento a proyectos cinematográficos y audiovisuales, así como de las artes escénicas, artes visuales, la música, el libro y fomento de la lectura con la finalidad de promover una amplia diversidad de expresiones culturales”²⁰

²⁰ Ministerio de Cultura, Gobierno del Perú (2019) Estímulos económicos para la cultura. Recuperado de: <https://estimuloseconomicos.cultura.gob.pe/>



07

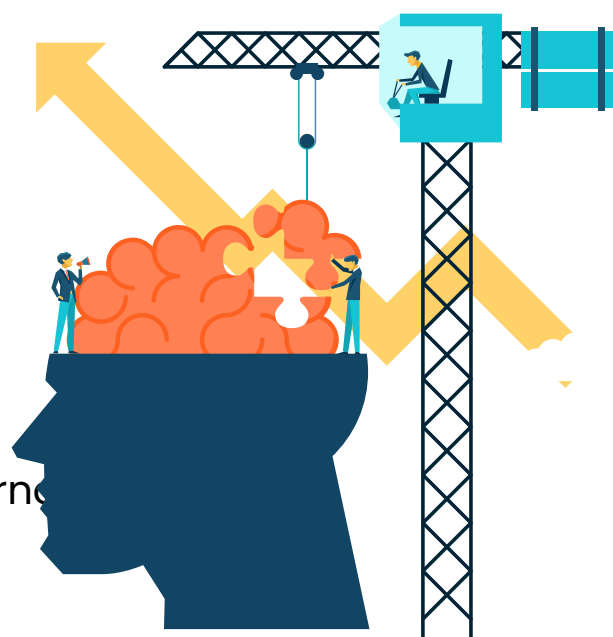
Cuarta revolución industrial

Lo digital como **“revolución industrial”** está moldeando al mundo.

Quien acuña el concepto es Klaus Schwab²¹, fundador del Foro Económico Mundial y autor del libro The Fourth Industrial Revolution.

Según el economista, **las nuevas tecnologías impulsan un cambio profundo en la economía y la estructura de la sociedad.**

En la nueva etapa de la industria se apuesta por una mayor automatización, conectividad y globalización. Los esfuerzos iniciados en el gobierno



21 Biografía recuperada de: <https://www.weforum.org/about/klaus-schwab/>

Experiencias internacionales

Considerar el aporte de los diversos subsectores de las industrias culturales como solución y respuesta a un escenario de crecimiento económico sostenido, no es una práctica ajena en el contexto internacional.

Las diversas políticas implementadas para el fomento económico, social y de trabajo consensuado que permita lograr la continuidad y articulación de sectores clave, deben ser consideradas desde una perspectiva de análisis comparado para poder ser adecuadas como mejores prácticas a implementar bajo un análisis de la realidad peruana.

Para esto, se presenta en el siguiente apartado el análisis focalizado del estado de las industrias creativas en los siguientes países que lideran desde lo regulatorio su avance: **Colombia, Chile, México, Reino Unido Francia e Italia.**



Iván Duque²² para impulsar y desarrollar el sector de la economía creativa en el país, han contemplado diversos vértices y políticas efectivas para que logren concretarse.

El impulso gubernamental, no solo buscó definirse desde el aspecto académico sino también, concertó con diferentes actores para establecer de manera taxativa aquellas actividades económicas que hacen parte de la composición de la economía creativa en el país.

Todavía se **construye una política** que vincule la producción de bienes y servicios que tienen propiedad intelectual con la vocación económica de la región, y, a la vez, con las aspiraciones personales de la gente.

Por tanto, la financiación de



22 El 17 de junio de 2018, Iván Duque fue elegido Presidente de Colombia para el periodo constitucional 2018 – 2022. Es autor de los libros IndignAcción, ideas para la Colombia del Futuro; Pecados Monetarios; Maquiavelo en Colombia; Efecto Naranja; El Futuro Está en el Centro; Arqueología de mi Padre, y El Humanismo Importa. Así mismo, es coautor, junto con Felipe Buitrago, del libro La Economía Naranja.

los emprendimientos, que es un punto clave dentro del proceso, también afronta procesos de mejora.

Según el **Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE,**



El sector de la economía creativa le aportó

3.2%

del PBI el 2018,

equivalentes a cerca de

\$30 billones

de los cuales la gran mayoría provinieron de las creaciones funcionales (medios digitales, software de contenidos, diseño y publicidad),

\$7,9 billones

a artes y patrimonio y



otros **\$6,3 billones**
las industrias culturales convencionales²³.

23 Gobierno de Colombia (2019) Primer reporte sobre economía naranja, DANE, Bogotá. Extraído de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf

POLÍTICAS PÚBLICAS O LINEAMIENTO DE FOMENTO

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

ACTORES INVOLUCRADOS

Decreto 1935 de 2018 por el que se crea y reglamenta el funcionamiento del Consejo Nacional de la Economía Naranja.

El 2018 se persigue poder tener una base interministerial que formule lineamientos generales de política y que coordine las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa.

El Ministerio de Cultura lidera la formulación de la normativa y se encarga de conformar el Consejo con viceministros, vicepresidentes o subdirectores de las siguientes entidades: Ministerio del Interior, Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Ministerio del Trabajo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, Dirección Nacional de Planeación (DNP), Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), Financiera de Desarrollo Territorial (FINDETER).

Esta lista de códigos de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU).

Entre octubre de 2018 y mayo de 2019, se elaboró una lista que enuncia qué actividades económicas componen el universo de la economía creativa en Colombia. Esta lista incluye 101 actividades: 32 actividades de inclusión total y 69 de inclusión parcial (es decir, aquellas en las que solamente se tienen en cuenta algunos productos).

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), que tendrá a su cargo medir el crecimiento del sector y ofrecerá los insumos técnicos para plantear políticas públicas.

Circular N° 020 - Línea de apoyo al crecimiento de la economía naranja - Exprimiendo la naranja.

Bajo el objetivo de abordar el acceso a la financiación, el 2018 se definen los códigos CIIU de las actividades susceptibles de ser beneficiarias de la línea de crédito por parte de entidades financieras. Esta lista aún tiene oportunidades de mejora y actualización que le permita crear mecanismos de financiación para emprendimientos creativos y el acceso efectivo de las pymes a este.

Bancóldex es un establecimiento de crédito bancario cuyo objeto principal es el de financiar las necesidades de capital de trabajo y activos fijos de proyectos o empresas viables de todos los tamaños y todos los sectores de la economía colombiana. Pretende ser la principal fuente de financiación de las industrias creativas.

Ley Naranja (Ley 1834 de 2017)

A fin de tener claridad sobre cuáles son las entidades públicas que están encargadas de administrar la política pública del sector, la normativa ofrece los pilares generales sobre los cuales se va a edificar la Política Integral de Economía Creativa y, en términos concretos, señala los diversos actores que intervendrán en el diseño y ejecución de esta Política. Es la primera de este tipo en Latinoamérica y la tercera en el mundo.

Presidencia de la República de Colombia y Gobierno Nacional. Congreso de Colombia.

Art. No. 10 de la Ley Naranja: Educación para la economía creativa.

Para asegurar el talento humano, se busca trabajar para promover la formación para el progreso cultural y creativo desde los establecimientos educativos, y así a la par de implementar jornadas de capacitación, se estaría reforzando la percepción y conocimiento sobre lo que involucra. Otra de las brechas con las que se pretende trabajar es la falta de bilingüismo, que genera barreras que afectan la relación creativa comercial local con el resto del mundo.

Ministerio de Educación Nacional (MEN) Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Ministerio de Cultura. Ministerio de las TIC:

Ley 1556 de 2012 por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas.

El desarrollo de una industria cinematográfica propia es la que es perseguida bajo el objeto de esta normativa. Colombia ha convertido a la industria cultural del cine en una política pública diseñada para el desarrollo del sector cinematográfico, asociado a los fines esenciales del Estado. Se busca promover el patrimonio cultural, la actividad turística y la promoción de la imagen del país, enfrentando la brecha de talento y generando nuevas demandas por profesionales audiovisuales capacitados.

Congreso de Colombia. Fondo Filmico de Colombia (FFC) como una cuenta especial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Proexport. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. Representantes de amplia trayectoria en el sector cinematográfico.



La Encuesta Nacional de Uso de Tiempo 2019²⁴ (ENUT) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) brinda información útil para hacedores de política pública, academia, organizaciones y usuarios en general sobre el consumo de medios y bienes culturales de la población mexicana y su acceso a Internet -mucho más avanzado a comparación del resto de América Latina.

Se logra visualizar que el país posee un marco promotor regulatorio de protección a algunas de las expresiones culturales de las industrias culturales como a la artesanía y patrimonio cultural vivo bajo enfoques de preservación, sincretismo y transformación.



A su vez, en colaboración con diversas instituciones culturales, se realiza y actualiza la medición de la contribución de las actividades culturales y **creativas al Producto Interno Bruto (PIB) de México bajo el comando de INEG**. Todos estos avances aún abren espacios en los cuales diseñar nuevas aristas de estudio enfocado al potencial y aporte de los otros sectores creativos en el ámbito nacional.

El sector económico creativo impulsado por la tecnología y las redes sociales es utilizado por muchos de los **“creadores”** que utilizan internet como medio difusor. Según BBVA Research, la importancia del desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los países, responde a un fuerte potencial para transformar las sociedades y las economías.

24 INEGI: Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT) 2019. Presentación de resultados. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enut/2019/doc/enut_2019_presentacion_resultados.pdf

Este tipo de tecnologías han logrado que en México, se reduzcan los costes de información y de transacciones, se creen nuevos modelos de colaboración, nuevos tipos de empleo de trabajador y se innove mejorando el acceso a servicios básicos.

De acuerdo con la UNCTAD (2010)
México se encuentra en una posición privilegiada como exportador de servicios creativos, ocupando el décimo octavo lugar en el mundo y el primero en Latinoamérica, reportando ingresos *que rebasan los*

5 billones de dólares
con tendencias de crecimiento.

El país está desarrollando mapas de ruta de industrias creativas digitales para identificar y diseñar políticas públicas para el desarrollo cultural y fomento de la economía creativa que acompañe los otros sectores que aportan a su economía diversificada.



POLÍTICAS PÚBLICAS O LINEAMIENTO DE FOMENTO

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

ACTORES INVOLUCRADOS

Cuentas satélites de la cultura, del Sistema de Cuentas Nacionales de México. Portal web "Políticas culturales.com"

Es una operación estadística de periodicidad anual cuyo objetivo esencial es proporcionar un sistema de información económica relacionado con la cultura, estimando su impacto sobre el conjunto de la economía mexicana.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Secretaría de Cultura. Instituto Nacional de Antropología e Historia. Instituto Nacional de Bellas Artes.

Portal web "Políticas culturales.com"

Espacio web dedicado al análisis y la reflexión que permitan definir los alcances en los distintos ámbitos de intervención de las políticas culturales, orientadas a grupos colectivos y comunidades del país. Espacio de diálogo entre actores bajo conceptos de: participación democrática; derechos y libertades; equidad en la distribución de bienes y servicios culturales y, construcción de ciudadanía.

Secretaría de Cultura de los Estados Unidos Mexicanos.

Circular N° 020 - Línea de apoyo al crecimiento de la economía naranja - Exprimiendo la naranja.

Bancóldex es un establecimiento de crédito bancario cuyo objeto principal es el de financiar las necesidades de capital de trabajo y activos fijos de proyectos o empresas viables de todos los tamaños y todos los sectores de la economía colombiana. Pretende ser la principal fuente de financiación de las industrias creativas.

Creación del Sistema Nacional de Clasificación de Ocupaciones el año 2011.

Esta clasificación incluye a todas las profesiones en diferentes niveles dependiendo de las actividades que desarrollan. De acuerdo con el mapeo realizado, las industrias creativas se ubican en dos niveles principales:

- 1) Funcionarios, directores y jefes
- 2) Profesionistas y técnicos.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Convenio de Andrés Bello (CAB) de 1999.

Junto al compromiso de 13 países en América Latina, se ha desarrollado un enfoque orientado hacia el análisis y cuantificación del sector económico de la cultura, favoreciendo el fortalecimiento de los procesos de integración y el desarrollo de un espacio cultural común.

Países iberoamericanos: Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela.

Proyecto "Mapa de ruta para las industrias creativas digitales"

Es un documento que se desprende de la Agenda digital de cultura y que se fundamenta en el fomento de las industrias creativas digitales a partir de su análisis, reconocimiento y la búsqueda de mecanismos para su fomento.

Dirección General de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de la Secretaría de Cultura.

Documento "México creativo: mapeando las industrias creativas en México" del 2019

Base en la cual expone algunos datos referentes a las condiciones de los sectores de las industrias creativas en el país. Y se programa una política cultural basada en el paradigma creativo, tal y como ha sucedido en otros países de Latinoamérica.

Centro de Cultura Digital

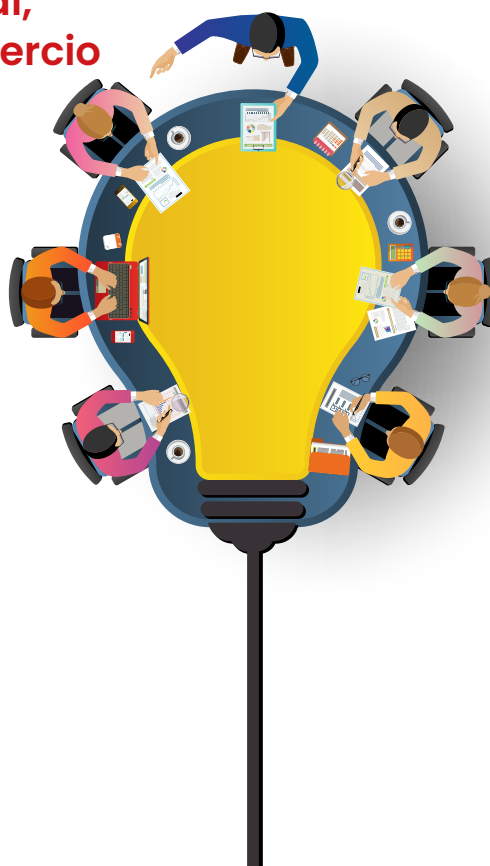


El año 2014 Chile realizó un mapeo y diagnóstico de las industrias creativas desde el El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. **Este instrumento complementa su Plan Nacional al año 2022.**

Para el país, incluir de manera progresiva políticas de desarrollo cultural que integren el conocimiento, identidad y talento presente en el país de Chile, ha representado un gran desafío político y de consenso generador de una oportunidad para considerar al arte y la creatividad desde una mirada de política pública que potencia sus efectos en las audiencias y en el estímulo social y económico.

La **dimensión económica** de la industria presente incluye datos cuantitativos asociados a formalidad **empresarial, empleo, ocupación creativa, y comercio exterior.**

Por otro lado, las estrategias de financiamiento de las industrias creativas, dimensionan el aporte destinado hoy en día a las industrias creativas en el país, y desde la mirada cualitativa, buscan entender las lógicas de fomento existentes detrás de cada instrumento.



Según cifras oficiales, se estima que en la actualidad la



**industria creativa chilena
representa cerca del,**

1,6% del

producto bruto interno
nacional

una cifra baja si se compara con otros países.

Las cifras hacen que Chile fomente la exportación de bienes y servicios creativos nacionales, como películas, documentales, libros, espectáculos, diseño, entre otros, y que aproveche la oportunidad de creación de mercados que han emergido gracias a las nuevas tecnologías digitales.

A su vez, existe una tendencia a fortalecer el capital humano y gestionar el conocimiento con miras de fomentar la innovación y difundir los avances tecnológicos locales.

POLÍTICAS PÚBLICAS O LINEAMIENTO DE FOMENTO

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

ACTORES INVOLUCRADOS

Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa

Brinda principios, políticas y estándares generales al modelo de gestión que se quiere instaurar sobre las industrias creativas, involucrando la revisión y sistematización de anteriores diagnósticos realizados por instituciones públicas y privadas. La misión que persigue el documento es hacer que la economía creativa sea un motor de desarrollo social, cultural y económico para el país y convertirse hacia el 2022 en un promotor de la diversidad cultural, inclusión social y el desarrollo humano del territorio.

El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
Comité Interministerial de fomento a la economía creativa que será conformado por ministros representantes de los sectores de (i) Economía, Fomento y Turismo, (ii) Relaciones Exteriores, (iii) Educación, (iv) Desarrollo Social, (v) Trabajo y previsión social, (vi) Hacienda y (vii) Agricultura.

Ley Nº 19.891 del 4 de junio de 2003, que crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Hoy es el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, creado por la ley 21.045.

Se focalizaron 12 áreas creativas prioritarias: Artesanía. Artes visuales. Fotografía. Teatro. Danza. Artes circenses. Editorial. Música. Audiovisual. Arquitectura. Diseño. Medios informáticos. Pero luego de investigar a los diferentes tipos de consumidores de las áreas creativas se han actualizado las políticas públicas.

Congreso Nacional de Chile
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
Poder Ejecutivo de Chile

Portal web "Chile creativo.com"

Es un proyecto que transforma la economía creativa impulsado por el sector privado. Son una alianza público-privada que busca fomentar las industrias creativas de Chile no tradicionales. Su priorización apunta a cuatro subsectores: música, editorial, diseño y audiovisual.

Corfo - Corporación de Fomento de la Producción
Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio
Banco Interamericano de Desarrollo
Cámara de Comercio de Santiago
Representantes de la industria audiovisual, editorial, musical, del diseño y el territorio

Programa Santiago Creativo

Proyecto que inició sus estudios en 2009 y que actualmente se centra en la exportación de bienes y servicios creativos. Uno de los principales íconos de la economía creativa en Chile.

Fundación para el Desarrollo de la Economía y la industria creativa
Observatorio de Políticas Públicas Culturales AECID



Lejos de ser **John Anthony Howkins** el inglés que acuñó el término de “economía creativa”, el **país ha desarrollado a lo largo del tiempo un paquete de políticas diverso para alentar y apoyar la economía creativa**. Es así, que en palabras de su Ministerio de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS):

“Las industrias creativas son aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual, y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual.”

Debe también resaltarse que los factores propios de la cultura británica y su clases política, influyen en la delimitación de políticas de fomento de diversos sectores que se dan a conocer y aprovechan sus recursos al máximo.

En esa línea, se encuentra que para que un entorno sea adecuado para hacer negocios y comercios en la industria creativa, es fundamental que para la expansión en otros países se aseguren políticas que promoverán el crecimiento sostenido del sector.

Por ejemplo, **UK Now** es un programa que busca expandir los horizontes de las artes e industrias culturales y creativas de Reino Unido alrededor del mundo. Su enfoque no es tradicional y fomenta el arte contemporáneo como las ramas conexas.

La publicidad de Reino Unido generalmente ha reunido una serie de disciplinas **creativas, incluyendo filmación, performance, escritura, música, artes visuales y diseño**. Siempre ampliando la industria.

Para el Reino Unido la industria creativa representó en el 2018, aproximadamente entre un **5% y 6% de su PIB.**

Siendo que las industrias creativas están valoradas en

76.900 millones de libras esterlinas al año, siendo una contribución fuerte al conjunto de países británicos.



POLÍTICAS PÚBLICAS O LINEAMIENTO DE FOMENTO

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

ACTORES INVOLUCRADOS

Arts Council of Great Britain creado desde el año de 1944. Actualmente es el Art Council England.

Organismo financiado por el gobierno que se dedica a promover las artes escénicas, visuales y literarias. Responsable de distribuir los fondos de la lotería, de transformar el parque de edificios de las organizaciones artísticas y a crear mucha más actividad artística de alta calidad. Administra también al Consejo de Museos, Bibliotecas y Archivos.

Departamento de Cultura, Medios y Deporte
Consejo de Industrias Creativas

Creative Industry Finance (CIF, por sus siglas en inglés) iniciado el año 2012.

El principal objetivo del CIF es proveer acceso al financiamiento a las ICC y asesorarlas para que sean más efectivas en su trabajo. Su programa piloto abarcó todas las regiones y se brindó soporte a 400 empresas, (entre 5.000 y 25.000 libras esterlinas) y se impartieron 2.000 horas de enseñanza acerca de negocios. El éxito del programa radica en el financiamiento acompañado de asesorías para la sostenibilidad del emprendimiento.

Arts Council of England.
Ministerio de asuntos económicos y transformación digital. Parlamento Británico.

Programa internacional UK Now

Programa que nació tras el éxito de China Now 2008, en el que se celebraba a la cultura china como gran telón de los Juegos Olímpicos en Beijing. Se tuvo como objetivo el fortalecer a las industrias creativas, además de fortalecer y expandir las relaciones culturales entre ambos países.

Ministerio de Relaciones Exteriores.
Centro Cultural de la República Popular de China

Informe Creative Industries Mapping Document

Estudio que fomenta, desde la base de información confiable, políticas públicas destinadas a fortalecer el campo cultural. Se buscó ganar visibilidad pública y posicionamiento político en los gobiernos nacionales a través de los datos y la comparativa por países.

Departamento de Cultura, Medios y Deporte



Francia tiene como uno de sus puntos de excelencia la promoción de las industrias culturales y creativas bajo la premisa de que difunden la creación francesa y apoyan a las empresas culturales del país.

Según el **Ministerio para Europa y de Asuntos Exteriores**²⁵, en el 2018 las industrias culturales y creativas francesas (ICC) representaron aproximadamente un

2% de la
economía francesa

y



cerca de
600,000
empleos.

²⁵ Industrias culturales y creativas, Ministerio para Europa y de Asuntos Exteriores, 2018. Extraído de: <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/diplomacia-economica/sostener-las-empresas-francesas-en-el-mercado-exterior/apoyo-a-los-sectores-estrategicos/article/industrias-culturales-y-creativas>

En el 2017, Repensadores publicó²⁶ datos que mencionan que la contribución de la industria era de un

7,9% del PBI
y
un **6,3** del empleo.



A nivel internacional también se reconoció que el volumen de negocios en exportaciones culturales en **Francia** era de

32,100
millones de
euros



En **Francia**, tomó fuerza la idea sobre la promoción e importancia de la cultura para la calidad de vida por lo que se desarrollaron políticas y programas acordes a ello.

²⁶ ¿Qué podemos aprender de otros países en industria cultural y creativa?, Repensadores, 2017. Extraído de: <http://repensadores.es/podemos-aprender-otros-paises-industria-cultural-creativa/>

En este sentido, se cree firmemente en el acceso universal a la cultura, que se ha traducido en el fortalecimiento de las redes, la organización de actividades y, más recientemente, en la articulación de alianzas con distintos sectores.

La articulación de las políticas culturales estatales en Francia reposa en una arquitectura compleja, en la que participan distintos ministerios y organismos especializados, formándose una colaboración interministerial de gran peso para la formulación de políticas culturales desde el principio de los años 70.

Algunos sectores de la industria cultural francesa ocupan un lugar predominante en el panorama internacional. Según el Ministerio para Europa y de Asuntos Exteriores, en el 2018 el cine francés se situó en el segundo lugar del mercado cinematográfico internacional detrás del de Estados Unidos, mientras que el libro francés representó la primera industria cultural francesa en exportaciones. Asimismo, es preciso mencionar el éxito internacional de las producciones francesas en el ámbito de la música, la animación y las series de televisión. El apoyo a la exportación de las industrias creativas es un poderoso vector de la diplomacia de influencia y constituye una prioridad del Ministerio para Europa y de Asuntos Exteriores.



POLÍTICAS PÚBLICAS O LINEAMIENTO DE FOMENTO

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

ACTORES INVOLUCRADOS

Carta para el Desarrollo del Mecenazgo, renovada en 2010

La legislación vigente permite que las aportaciones de empresas privadas a organismos de interés general (administraciones y equipamientos públicos, municipios, fundaciones, asociaciones sin ánimo de lucro, etc.) puedan beneficiarse de una desgravación equivalente al 60% de su valor. Según los últimos datos disponibles, en 2014 el mecenazgo privado aportó 364 millones de euros a la financiación de la cultura en Francia.

Ministerio de Cultura y Comunicación
Asamblea de Cámaras de Comercio e Industria de Francia

Legislación relativa al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)

Se establece un tipo intermedio del 7% que se aplica al cine y a las festividades, así como a las entradas a museos, monumentos, exposiciones y sitios del patrimonio; y un tipo reducido del 5% que se aplica a los libros en todos los soportes y a las entradas de artes escénicas y música, así como un tipo superreducido (2,1%) que se aplica, entre otros, a la prensa, al canon audiovisual y a las entradas de las 140 primeras representaciones teatrales de obras de nueva creación o puesta en escena.

Ministerio de Cultura y Comunicación
Ministerio de la Ciudad, Juventud y Deporte
Ministerio de Economía, Finanzas e Industria

La acción cultural en el extranjero a favor de la francofonía y de la influencia cultural.

Se traduce en la presencia de una red cultural francesa en el extranjero: los servicios culturales de las embajadas, los 151 institutos franceses y centros culturales, los 283 centros de la Alianza Francesa. La creación de la cadena francesa de información internacional, France 24, y la participación francesa en el proyecto de biblioteca digital europea forman parte de los proyectos que se proponen consolidar la atraktividad de Francia.

Ministerio de Asuntos Exteriores
Ministerio de Cultura
Agencia Cultures France

Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, 18 de marzo de 2007.

Francia ha reafirmado recientemente su compromiso a favor de la diversidad cultural al ratificarlo frente a la UNESCO.

Ministerio para Europa y Asuntos Exteriores.
Gobierno de la República Francesa.

Forum d'Avignon

Asociación sin fines de lucro creada tras la ratificación de la Convención de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural y apoyado desde el principio por el Ministerio de Cultura y Comunicación, es un espacio que profundiza los vínculos entre el mundo de la cultura y la economía ofreciendo espacios de reflexión a nivel internacional, europeo y local. Como think tank especializado en cultura y economía, pidió a Europa una mayor uniformidad en cuanto a impuestos sobre cultura. Al ser un lugar de encuentro y diálogo para los sectores culturales y creativos promueve intercambios con los campos económico y digital.

Forum d'Avignon Bilbao.
Forum d'Avignon Ruhr.
Sociedad civil.
Ministerio de Cultura y Comunicación.

La Oficina Internacional de la Edición Francesa para el Libro (Bureau international de l'édition française pour le livre)

Asociación constituida en 1873 que se encarga de la promoción internacional del libro y el pensamiento francés. Promueve la conservación de los derechos de autor, diversidad cultural y reparto de ganancias.

Ministerios de Cultura y Comunicación y de Asuntos Exteriores
Organización Internacional de la Francofonía (OIF)
Federaciones y empresas del sector de la edición.

Instituto para la Financiación del Cine y las Industrias Culturales (IFCIC)

Creado en 1983 y que funciona como entidad pública de crédito con un capital compartido que facilita el acceso al crédito por parte de las empresas y agentes culturales. Este ejemplo ha sido destacado en distintas ocasiones como una buena práctica en el contexto europeo, que podría inspirar medidas similares en otros países²⁷.

Ministerios de Cultura y Comunicación y de Economía y Finanzas
Los principales bancos franceses, las entidades de crédito Estado.



De acuerdo a la segunda edición del informe **“Italia creativa”** presentada el 2015 por la Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE) y la consultora Ernst & Young (EY), el valor de la

industria creativa en Italia fue de aproximadamente

47,9

millones de euros en dicho año.



El país reconoce la diversificación económica, entendiendo que el crecimiento de la economía viene de las industrias tradicionales pero que a su vez se encuentra un amplio margen de potencial económico en el conocimiento y la creatividad, por lo que se promueve un crecimiento normativo sostenible y adecuado de las industrias creativas y culturales.



Según el informe de Creative Entrepreneurs publicado en 2019

“Por una Europa en continuo cambio”²⁸,

no existe una definición oficial de industrias culturales en Italia, lo que se suele entender habitualmente con dicho término son los bienes y servicios culturales que pueden reproducirse técnicamente (**Walter Benjamin**), o producirse industrialmente y venderse comercialmente (**Edgar Morin**):



libros, prensa, radio, televisión, cine, grabación musical y los nuevos medios de comunicación.



²⁸ Características de las industrias creativas en los 3 países y en los 28 países de la UE (2019), Erasmus, Unión Europea y Creative Entrepreneurs. Recuperado de: https://www.madrid.es/Unidades-Descentralizadas/AgenciaParaElEmpleo/Noticias%20y%20publicaciones/ProyectosEuropeos/Creative/Caracter%C3%ADsticas%20de%20la%20Industria%20Creativa%20en%20Europa_2018.pdf

Tal característica de amplitud en la conceptualización de las industrias culturales, permite sean consideradas empresas culturales que parten de iniciativas vinculadas al patrimonio histórico y artístico, la industria de contenidos, información y comunicaciones y la cultura material, como la moda y el diseño. Todas estas protegidas por las directivas sobre derechos de autor y propiedad intelectual.

La entidad de gestión italiana SIAE, por su parte, entiende que con el empuje del gobierno italiano y con la perspectiva de una nueva directiva europea sobre derechos de autor se podría establecer una línea actualizada de crecimiento y los ingresos no solo se repartirán mayoritariamente por los intermediarios sino que los autores recibirán unos ingresos adecuados en relación a su gran labor de creación.



El marco jurídico fue modificado por la Unión Europea a fin de acomodar los derechos de autor al entorno digital actual y sentar un camino de la industria hacia un auténtico mercado único digital.

En la Directiva se abordan diversas cuestiones que pueden agruparse en tres grandes categorías:

- (i) Adaptación de las excepciones y limitaciones de los derechos de autor al entorno digital y transfronterizo
- (ii) Mejora de las prácticas de concesión de licencias a fin de garantizar un mayor acceso a los contenidos creativos.
- (ii) El correcto funcionamiento del mercado de los derechos de autor²⁹.



²⁹ Para mayor información sobre la normativa de derechos de autor en la UE revisar: Comunicado de prensa: La UE adapta la normativa sobre derechos de autor a la era digital (2019) Consejo de la Unión Europea.
<https://www.consilium.europa.eu/es/press/press-releases/2019/04/15/eu-adjusts-copyright-rules-to-the-digital-age/#>

POLÍTICAS PÚBLICAS O LINEAMIENTO DE FOMENTO

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

ACTORES INVOLUCRADOS

Declaración de Florencia³⁰, 2 de octubre de 2014, UNESCO

Propuso como documento macroregional medios eficaces para integrar la cultura en la agenda de desarrollo post-2015 para debatirse en la Asamblea General de Naciones Unidas. Se examinaba el papel de la cultura para construir un futuro sostenible estimulando el empleo, el crecimiento y la innovación.

Ministerio de bienes y actividades culturales
UNESCO: Foro mundial sobre la cultura y las industrias culturales
Ministerio de Cultura

Programa europeo 2014-2020 Europa creativa

Fomenta que las organizaciones y empresas culturales italianas sean más eficaces en la explotación de las oportunidades que ofrecen los programas europeos, tanto directos (Europa creativa.) como indirectos (Fondo regional, Fondo social) que apoyan el sector cultural. El trabajo del comité está formado de manera intersectorial para aumentar el crecimiento, impulsando la creatividad y la innovación, también por medio de los programas culturales europeos.

Estado italiano Autoridades regionales Sector privado

Informe "Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo", editado por el economista cultural Walter Santagata

Análisis exhaustivo sobre el asunto de las «industrias culturales» en Italia, completada con propuestas de acción, publicado en 2009. Fue una Comisión de Estudios ad hoc que escribiría sobre el asunto de la creatividad y la producción cultural en Italia³¹.

Ministerio de Patrimonio
Fondazione Symbola / Unioncamere
Ministerio de los Bienes y las Actividades Culturales y del Turismo

Ley Ronchey, n.4 del 14 de enero de 1993

Se introduce el concepto de Cultura-Empresa con el que se activan servicios adicionales dentro de las estructuras culturales: cafeterías, librerías y otros servicios con pago.

Ministerio de la Instrucción
Ministerio de Patrimonio
Parlamento de la República Italiana

Inversión económica por país en industrias culturales y creativas

01 COLOMBIA

Acorde al Gobierno de Colombia, el sector cultura recibirá un gran impulso en los próximos dos años con la inversión de recursos por 2,16 billones de pesos, dentro del nuevo "Compromiso por el Futuro de Colombia"³². Para la reactivación del sector cultura se prevé la inversión de 881 mil millones de pesos, que se ejecutarán en el segundo semestre de 2020, y 1,27 billones a partir de 2021. Según el Compromiso, con los recursos para lo que resta de este año se apalanca la inversión extranjera directa audiovisual con 261 mil millones de pesos, y se financia la inversión en economía creativa con 300 mil millones.

02 CHILE

El año 2019 representó un retroceso en la asignación de presupuesto al sector cultural. Tal es así, que no alcanza a representar ni el 0,4% del gasto público de la nación. El presupuesto que debería ir en aumento año tras año, sigue una tendencia de crecimiento casi vegetativo, con algunos años diferenciadores, como en 2014 donde se registró un aumento de un 35%. En Chile funciona un modelo mixto en el que el Estado invierte y el privado gestiona en algunas de las industrias.

03 MÉXICO

La asignación de recursos públicos para el sector de las industrias creativas le corresponde a la Secretaría de la Cultura. Para el ejercicio 2019, se dio un aumento en la inversión de 1.9%, siendo el monto total de 677.9 millones de pesos³³. Por otro lado, la industria cultural representa el 18.92% de las Inversiones Extranjeras Directas (IED) en México, lo cual equivale a 88% de los ingresos generados por el turismo internacional.

04 REINO UNIDO

Según el Consejo de las Artes de Inglaterra, se destina un equivalente a 750 millones de dólares al año (600 millones de libras) para la promoción de la cultura y las artes a través de un fondo mixto conformado por recursos públicos y de la Lotería Nacional. Los recursos son asignados a través del Consejo para apoyar actividades en museos, galerías y bibliotecas. A su vez, está destinada al fomento del teatro, arte digital, literatura, danza, música y artes decorativas, entre otras actividades. Del mismo modo, el Reino Unido ha fomentado las inversiones de capital privado de dos maneras: (i) a través de regímenes tributarios que permiten la reducción de los impuestos a los ingresos, y (ii) mediante fondos de capital de riesgo con apoyo público del Departamento de Industria, Energía y Estrategia Industria.

05 FRANCIA

Desde el Ministerio de Cultura y Comunicación, se tiene que los años 2015 y 2016 surgió una atención prioritaria a los apartados presupuestales de difusión del conocimiento y democratización de la cultura (33% del total), así como a patrimonio (25%) y a creación (22%), que en global representan el 80% del presupuesto total del ministerio. En Francia, la cultura siempre ha recibido financiación pública. El Presupuesto dedicado a la cultura representa el 1% de los Presupuestos del Estado. Una parte importante de dichos créditos nacionales se transfiere a las entidades locales, que otorgan créditos que representan más del doble del presupuesto total del Ministerio de Cultura. Además de esta financiación pública, el Estado fomenta el mecenazgo privado de particulares y empresas (Ley 2003-709 de 2003)³⁴

06 ITALIA

El país ya depende de las instituciones europeas para mantener sus costos de endeudamiento bajo control, aún así, el gobierno italiano apuntó a que la inversión estatal aumente por encima de 3% del PBI en los próximos cuatro años, desde 2,3% en el 2019. El 2016 se invirtió 1.000 millones de euros (unos 1.150 millones dólares) en el mantenimiento y renovación del patrimonio cultural del país. Si se analiza el rango de años 2007-2014, se tiene que su gasto cultural se redujo en un 32,03% y un 24,48% respectivamente.

³² Compromiso por el futuro de Colombia, Gobierno de Colombia, 2020. Plataforma web habilitada: <https://compromisoporcolombia.gov.co/>

³³ Presupuesto Público Federal para la Función Cultura, Deporte y Asuntos Religiosos, 2018-2019, Cámara de Diputados - Subdirección de Análisis Económico. Recuperado de: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/se/SAE-1SS-11-19.pdf>

³⁴ La France à la loupe: Politique culturelle de la France, abril, 2007. Ministère des Affaires étrangères. Recuperado de: https://es.ambafrance.org/IMG/pdf/politica_cultural-2.pdf?1603/017d39ed34edb7d49b581a7f048ee26_ee4c5c0fc

Capítulo 2

Posturas y actores relevantes que las lideran como referencia para el desarrollo de la economía creativa en el Perú

De manera complementaria al análisis de las experiencias y buenas prácticas internacionales en fomento del desarrollo de la economía creativa a nivel global y regional, el presente estudio busca analizar las diversas posturas que lideran la discusión cultural y político regulatoria en materia de desarrollo de este importante sector de la economía. Analizar las diversas posturas presentes en la agenda internacional sobre la materia nos permitirá conocer los aspectos relevantes a tener en cuenta para el desarrollo de políticas y marcos normativos de fomento de la economía creativa en el país.

Varias de las definiciones de la economía creativa mencionadas anteriormente adoptan conceptos como creatividad y creación de valor, no existe una definición universalmente reconocida, ni el conjunto de sectores que la aluden, lo que dificulta las comparaciones y estimaciones.

Sin embargo, diversos, organismos multilaterales han desarrollado teorías y posturas en torno al sector.



En esta línea, a continuación se presentan algunas

posturas y relevantes al respecto y las instituciones creativa en el Perú que las lideran:

2.1 Banco Interamericano de Desarrollo: El ecosistema creativo e indicadores de medición.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) propone abordar la economía creativa a través del lente del ecosistema creativo, entendido como el conjunto de entidades y normas que regulan la producción, difusión y consumo de bienes y servicios creativos³⁵.

Para esto, introduce la analogía entre el ecosistema creativo y un sistema nacional de innovación, en la medida en que los productos creativos son generalmente el resultado de la interacción entre actores múltiples, a menudo muy heterogéneos. En sintonía con lo planteado por la UNESCO, el BID sostiene que pensar este sector de

³⁵ Benavente y Grazzi, Políticas Públicas para la creatividad y la innovación, BID, 2017. De: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

la economía creativa como un ecosistema permite comprender la diversidad, la interdependencia y la colaboración entre los diferentes actores que lo conforman, y de esta manera, conformar mejores estrategias de desarrollo para las industrias.

En este sentido, en el informe **“Políticas Públicas para la creatividad y la innovación”**, el BID plantea una clasificación de los actores del ecosistema, en las siguientes categorías según el rol que desempeñan:

- (i) De oferta (aquellos que producen bienes y servicios creativos).
- (ii) De demanda (consumidores finales o usuarios de insumos creativos para su proceso de producción).
- (iii) Instituciones orientadas a la formación de capital humano y producción de conocimiento.
- (iv) Instituciones de gobernanza que regulan y promueven las relaciones entre los actores.

Así, el ecosistema creativo combina el sector privado (agentes particulares y corporativos), la academia, el gobierno (a nivel local, regional y nacional), la sociedad civil organizada y los consumidores.

Adicionalmente, el BID analiza los principales desafíos de la región para el desarrollo de las industrias creativas, los que se basan en desafíos de definición, en línea con lo que señalan los diversos autores y organismos referentes, y desafíos de medición. Sobre este último, el BID señala que la región presenta aún grandes dificultades para medir la contribución económica de la economía creativa. Según el estudio, en América Latina y el Caribe las estimaciones recientes muestran que las

**industrias creativas
generaban en 2015 ingresos de**

US\$124

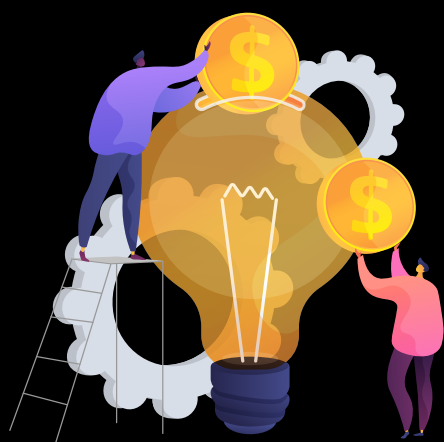
mil millones

0

aproximadamente el

2,2%

del PIB regional (BID, 2017).



A pesar de los desafíos, el BID reconoce la importancia de establecer políticas públicas en la economía creativa y categoriza estas políticas por tipos, de la siguiente manera:

	Políticas Horizontales	Políticas Verticales
Insumos públicos	<ul style="list-style-type: none"> - Formación de capital humano y programas de capacitación en STEAM - Marcos regulatorios (por ejemplo, propiedad intelectual, derecho de la competencia y derecho contractual) - Infraestructura y patrimonio cultural - Festivales, eventos nacionales o regionales - Aceleradoras e incubadoras - Infraestructura de investigación - Formación empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de capacitación específicos del sector - Centros de investigación en las industrias creativas (por ejemplo, marketing, diseño, audiovisual) - Servicios de información e inteligencia de mercado para los sectores creativos - Premios y concursos

	Políticas Horizontales	Políticas Verticales
Intervención del mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Subvenciones y subsidios para las actividades culturales y creativas - Incentivos fiscales - Medidas financieras (por ejemplo, garantías para valores intangibles e inversiones en tecnología) - Financiamiento público de capital semilla, ángel o de riesgo, de forma directa o indirecta a través de fondos de capital privados 	<ul style="list-style-type: none"> - Subvenciones y subsidios para un sector determinado - Cupones (vouchers) de innovación - Incentivos tributarios para un sector determinado - Contratación pública - Incentivos de demanda (por ejemplo, vouchers culturales y creativos)

Fuente: Cuadro extraído de Benavente y Grazzi, Políticas Públicas para la creatividad y la innovación, BID, 2017

De manera complementaria, el BID señala que el apoyo indirecto al crecimiento de las industrias creativas puede destinarse a los derechos de autor para los productos creativos, ya que la titularidad del derecho de autor es una de las barreras más comunes para ingresar a las industrias creativas. (BID, 2017).

Asimismo, y a modo de conclusión, el organismo señala que la industria creativa también contribuye al desempeño innovador de una sociedad, especialmente al aumentar la demanda de tecnología y masificar el uso de herramientas digitales. Las actividades creativas que generan propiedad intelectual también constituyen una fuente importante de conocimiento e ideas externas que facilitan otras actividades de innovación en los sectores tradicionales.

Otro de los estudios de referencia para el sector que ha sido producido por el BID es el libro desarrollado por el actual presidente de Colombia, **Ivan Duque Márques**, junto con el consultor internacional en asuntos culturales, Felipe Buitrago Restrepo, denominado **“La economía naranja, una oportunidad infinita”**³⁶, donde se desarrollan las oportunidades que



³⁶ Duque Márques y Buitrago Restrepo (2013). La economía naranja, una oportunidad infinita. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, DC.

representa la economía creativa para el mundo y para América Latina de manera especial. Asimismo, el libro acuña un concepto innovador para definir a este sector, bautizándolo como **“economía naranja”**.

El libro considera que América Latina y el Caribe pueden emplear sus enormes recursos de talento creativo y de patrimonio cultural para generar una interesante ventaja comparativa ante el mercado internacional. Según su tesis, la gran riqueza cultural de la región legado de la herencia histórica y la gran disponibilidad y formación del talento humano convierten al continente en una enorme fuente de riqueza con altas potencialidades de exploración y generación de valor. En este sentido, el análisis planteado presenta la hipótesis de que la economía creativa tiene la capacidad de generar un contrapeso al actual y predominante modelo de desarrollo en la región, el modelo extractivista basado en la dependencia de los precios de las materias primas no renovables. (Duque,Buitrago, 2013), lo que constituye al sector en un modelo alternativo con enormes potencialidades económicas, sociales y ambientales

Así, el análisis de los autores insta a desarrollar herramientas y mecanismos para fomentar el impulso de la economía creativa, donde resaltan en especial dos elementos, la importancia de aumentar los niveles de conectividad en la región y aprovechar los beneficios que trae la 4ta revolución industrial y el uso

de las nuevas tecnologías para impulsar el mercado regional de las industrias culturales

Al respecto, el análisis presenta la necesidad de **conectar a los artistas y creativos a la experimentación e innovación con las nuevas formas de comunicación** (internet móvil); **las nuevas formas de diferenciación** (internet de las cosas); **nuevas formas de intercambio y acumulación** (tecnologías en la nube); **nuevas formas de portabilidad; nuevas formas de hacer** (impresión 3D); con los nuevos materiales avanzados y en general con los nuevos modelos de negocio que buscan agregar valor a la economías. **(Duque, Buitrago, 2013).**

Según los autores, con el desarrollo de la transformación digital, los contenidos culturales están llamados a jugar un papel central en esta transformación, y emplear de manera masiva los recursos y el talento creativo y de patrimonio cultural para generar una interesante ventaja comparativa.

Ivan Duque Márques y
Felipe Buitrago Restrepo

De esta manera se plantea la relación entre la transformación digital con el desarrollo de la economía creativa, pues el estudio considera que este es uno de los frentes de trabajo para aprovechar la revolución digital. En esta línea, esta postura considera prioritario desarrollar el sector de la economía creativa para evitar así quedar rezagados, y anticiparnos a que otros países y mercados más osados desarrollen los modelos de negocio que integran estas nuevas tecnologías al consumo de contenidos, y en todo caso, intentar imitar estos modelos para estar a la vanguardia del desarrollo global en la industria de contenidos culturales. Un mercado de casi 600 millones de personas que conforman la región nos transforma en un escenario interesante. Para esto, es de suma importancia registrar el tema en el radar de los economistas, y con esto, de los hacedores de política.

Según la hipótesis planteada, América Latina deberá así impulsar la economía creativa, pues es una enorme alternativa para impulsar el desarrollo, frente al hecho de que los niveles de industrialización y urbanización de la región ya son relativamente altos y ofrecen poco margen de crecimiento, y que es poco viable competir con el costo de la mano de obra en otros continentes como el asiático.



Al respecto, para captar la atención pública se plantea la necesidad de:

1. **Delimitar la concepción** de que se entiende por **economía creativa**.



2. Establecer la **relación ventajosa** entre **economía y cultura**.



3. Avanzar en la **cuantificación económica** de las **actividades culturales y creativas**.



4. **Recolectar y publicar** información al respecto de **manera sistémica**.



5. Establecer **marcos prácticos** para el **diseño de políticas**.



6. **Sumar más actores** al debate sobre las **oportunidades del sector**.



7. **Desarrollar clusters y hubs creativos** en las principales ciudades de la región.



Los autores consideran prioritario lograr trasladar a los agentes culturales las virtudes de informar decisiones basadas en análisis costo beneficio y otras herramientas por la que existe hoy una fuerte resistencia en el sector creativo tradicional. Es clave lograr esta interconexión entre economía y cultura para posicionar al sector en la agenda pública, y a la vez lograr desarmar algunas prácticas y herramientas tradicionalmente implementadas en el sector que dificultan su desarrollo.

posturas y relevantes al respecto y las instituciones creativa en el Perú que las lideran:

2.2 UNESCO: Desarrollo de políticas para la creatividad

En su estudio “Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de la industrias culturales y creativas”³⁷, la UNESCO sostiene que, si bien existen diferentes concepciones sobre qué se entiende por industrias creativas, todos los conceptos y enfoques comparten un núcleo común: la creatividad que da origen a los bienes y servicios de estas industrias. Todas las definiciones realizan esfuerzos de vincular dimensiones abstractas como la cultura y el arte, con otras más “duras” y concretas como la industria, la economía o el mercado, y las articulan con la propiedad intelectual y en especial, con el derecho de autor. Es un espacio donde confluyen lo cultural, lo económico y el derecho.

Dada la diversidad de enfoques, el organismo considera importante, a la hora de definir políticas y favorecer la



37 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2010, Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Argentina. Recuperado de: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCOculturalandCreativeindustriesguide_01.pdf

medición de las mismas, adoptar una definición que aterrice en las industrias que la contemplan y a la vez, sea lo suficientemente amplia para abarcarlas. En este esfuerzo, plantean la siguiente concepción para las industrias culturales:

“ 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”.

(UNESCO, 2010)

Partiendo de esta definición, la UNESCO desarrolla una serie de argumentos en favor de la acción pública para fomentar y fortalecer las industrias culturales y creativas. La organización separa los argumentos en económicos y culturales, y se presentan de la siguiente manera:

Argumentos económicos	Argumentos culturales
<p>Aporta un gran valor agregado. Genera empleo directo e indirecto.</p> <p>Se vislumbra gran potencial de crecimiento en los próximos años.</p> <p>Facilita la introducción de otros tipos de productos en los mercados externos.</p> <p>Contribuye a equilibrar la balanza de exportaciones.</p> <p>Contribuye al desarrollo de la confianza social.</p> <p>Permite una revalorización de marcas y productos.</p> <p>Atrae turismo y facilita la movilidad.</p> <p>Genera recursos sustentables a largo plazo. Transforma y regenera espacios urbanos.</p>	<p>Contribuye a la cohesión social.</p> <p>Facilita la expresión de comunidades y pueblos.</p> <p>Aumenta el empoderamiento personal.</p>

Fuente: Unesco.

importancia de situar la cultura en la agenda internacional de desarrollo, para lo que es clave primero planificar la implementación de políticas. Como antecedente, la Cumbre Mundial sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio de 2010, dejó claro en su documento final la relevancia de desarrollar este sector económico, y preparar el terreno para la intervención pública sobre el mismo.

Las políticas del siglo XXI deberán buscar las medidas de promoción como de proyección de la diversidad de las expresiones culturales, redoblando esfuerzos para establecer un delicado equilibrio entre ambos objetivos. Esto será clave para que los responsables del sector cultural y creativo adecúen la gestión de las inmensas oportunidades de enriquecimiento cultural que ofrece la globalización, y al mismo tiempo, de los desafíos que esta genera en términos de capacidad creativa, acceso y diversidad (UNESCO, 2010).

La **UNESCO** considera que este contexto exige de los países emergentes una actitud proactiva y capaz de convertir la dinámica generada por la globalización en una herramienta participativa y de desarrollo productivo que permita impulsar valores de cada cultura local. Para esto, señala la necesidad prioritaria de diseñar una nueva arquitectura de política pública, capaz de comprender y aprovechar “comportamientos atípicos del comercio de intangibles y de los productos de la creatividad” (UNESCO, 2019).



Tal como se identificó en el **capítulo 1**, algunos países latinoamericanos han sabido reconocer a tiempo el papel protagónico de las industrias culturales y creativas, y lo mismo ha sucedido con los organismos de integración regional y las organizaciones de desarrollo. Estas instituciones han elaborado, a lo largo de los últimos diez años, un amplio abanico de políticas y estrategias de fortalecimiento y crecimiento de los sectores de audiovisual, música, edición, artesanías y diseño, entre otros.

Para profundizar en esta búsqueda, la UNESCO recomienda conocer las lógicas de funcionamiento que rigen el comportamiento de los distintos actores que intervienen en el sector. En este sentido, sugiere empezar a conocer el campo de acción mediante la confección de un mapa que identifique los actores y los ubique dentro de la cadena productiva, lo que servirá para establecer la importancia que tiene cada uno, las características de las relaciones que mantienen entre sí y con los poderes públicos.

Así, para el desarrollo de los marcos normativos que impulsen la economía creativa, la UNESCO sostiene que los actores identificados podrán formar parte de ámbitos de negociación con cada uno de los actores involucrados, ya sea de manera individual o colectiva, en los cuales sea posible debatir la problemática de un modo libre y abierto. Se debe procurar obtener así el apoyo necesario para alcanzar una norma consensuada.

posturas y relevantes al respecto y las instituciones creativa en el Perú que las lideran:

2.3 UNCTAD: *Creative Economy Programme and Network*: Las redes de economía creativa

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo es un órgano subsidiario que informa al Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. Desde el programa de Economía Creativa que lidera, ha logrado generar información económica que promueve a la economía creativa como fuente de crecimiento. Su comprensión mundial de la economía creativa ha sido impulsada desde el 2004 y ha logrado elevarla a la agenda de desarrollo mundial. Según su propia definición,

“el enfoque principal del programa es el comercio de bienes y servicios creativos que sustentan la actividad de las industrias creativas”³⁸.

Al tratar de conceptualizar el término, no encuentra una definición única de “economía creativa”, pues considera que es la suma de todas las partes y procesos de la industria creativa, en donde se incluye el trabajo, el comercio y la producción.

Todas aquellas **actividades económicas basadas en el conocimiento** son parte del **catálogo de esta industria que interactúa entre la creatividad, las ideas, la propiedad intelectual y la tecnología.**

El trabajo creativo promueve derechos fundamentales, como el respeto a la dignidad humana, la igualdad y la democracia, todos los cuales son esenciales para fomentar una convivencia pacífica.



38 Creative Economy Programme: Trade analysis. Recuperado de: <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>

39 UNCTADSTAT: United Nations Conference on Trade and Development, Geneva. Recuperado de: <https://unctadstat.unctad.org/EN/index.html>

Como programa internacional, una de sus más grandes iniciativas es la Red de Economía Creativa creada como plataforma para aquellos interesados en desarrollar las economías creativas de todas las naciones sin restricción territorial. A través de esta se ha facilitado de manera proactiva el intercambio de conocimientos y mejores prácticas entre naciones, forjándose alianzas estratégicas entre gobiernos, creadores, la comunidad empresarial y la sociedad civil.

Por otro lado, a través de la plataforma de difusión “**UNCTADstat**³⁹”, bajo una perspectiva armonizada y una metodología clara respaldada por un potente sistema de exploración de datos, brinda acceso a indicadores básicos y derivados de las estadísticas de la economía creativa. Recopilando, validando y procesando una amplia gama de datos de fuentes nacionales e internacionales.



39 UNCTADSTAT: United Nations Conference on Trade and Development, Geneva. Recuperado de: <https://unctadstat.unctad.org/EN/Index.html>

Según **Andy Pratt**, profesor de economía cultural en la ciudad de la Universidad de Londres, las estadísticas demuestran que son tres las áreas principales que merecen particularmente la atención de los países en desarrollo:

1. Asimetrías comerciales emergentes que pueden ser profundizadas por la difusión de contenido en las plataformas digitales.
2. La naturaleza del trabajo en las industrias culturales y creativas.
3. Problemas ambientales y sostenibilidad.

Es a través de UNCTAD que en la 74va sesión de la Asamblea General de la ONU, el 2021 fue declarado como el **“Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible”**. La propuesta reconoce la necesidad de promover un crecimiento económico sostenido e inclusivo, fomentando la innovación, empoderamiento, beneficios y el respeto de todos los derechos humanos. Se reconoce la necesidad constante de ubicar a los países en desarrollo y con economías en transición a fin de que diversifiquen su producción y dependencia hacia las exportaciones alineándose al carácter de **sostenibilidad promovido por la Agenda 2030**, especialmente los Objetivos de **Desarrollo Sostenible (ODS) 4, 5, 8, 9, 10, 11 y 16**. Su potencial para hacer una contribución significativa al logro de los **objetivos de desarrollo sostenible** sigue ganando reconocimiento y apoyo internacional.

UNCTAD, ha llevado a cabo un trabajo pionero identificando nuevas oportunidades de comercio y de crecimiento para los países en vías de desarrollo en comercio, finanzas y distribución de industrias creativas.

posturas y relevantes al respecto y las instituciones creativa en el Perú que las lideran:

2.4 OMPI: Propiedad intelectual y derechos de autor

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es el **foro mundial encargado de liderar la iniciativa de un sistema internacional en lo referente a propiedad intelectual**. Al abordar servicios, políticas, cooperación e información referente permite que se generen espacios de innovación y creatividad.

La OMPI señala que la economía creativa se compone de tres conceptos principales.

Según el **primer concepto**, son actividades tradicionales y artísticas aquellas que **“consisten en esfuerzos relacionados a la preservación y transmisión del patrimonio cultural material e inmaterial de una sociedad”**. Se incluiría en

el componente a las artes visuales y las artes escénicas.

El **segundo concepto** se compone de **“actividades comerciales en donde el valor del resultado final se debe principalmente al contenido creativo”**. Se compone de las actividades fuertemente asociadas a las industrias culturales y a las creaciones funcionales. Y por último

El **tercer concepto** parte de reconocer **“actividades parte de las cadenas de valor de otras industrias”**. El resultado de esa actividad creativa no es necesariamente creativo en sí mismo pero la utiliza como un insumo intermedio del proceso de producción de un bien o servicio cultural.

Esta referencia permite entender que utilizar de manera eficiente el sistema de propiedad intelectual puede fomentar el crecimiento económico, cultural y social en los países.



Al abordar la relevancia de la gestión de las empresas creativas, desarrolla que el potencial de creación de riqueza y puestos de trabajo debe considerar los siguientes criterios:

- (i) La importancia de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación para potenciar los productos.
- (ii) El conocer la importancia del componente intelectual en la producción de los bienes. Así al ser un producto del intelecto, el producto creativo tiene una dimensión intangible fundamental.

Debe su valor a los talentos artísticos y humanos incorporados al mismo en diferentes etapas: **diseño, ejecución y, en algunos casos, reproducción**. En esa línea, no es posible comprender la promoción de nuevas empresas, sectores o regiones desde la industria creativa sin concretar un abordaje sistémico.

Al ser productos en su mayoría intangibles, arraigados al territorio y resultado de la constante interacción entre los diferentes actores del sistema se promueve un proceso evolutivo permanente que involucre a todos los actores. Siendo que muchos de los

creadores recurren en menor o mayor grado a considerar la protección del derecho de autor como núcleo de su negocio. Es así, que en palabras de Benavente⁴⁰:

“En algunos países, hay varias sociedades de gestión colectiva, mientras que en otros solamente existe una organización autorizada por el Estado, que gestiona los derechos de autor. En ALC, hay sociedades de gestión colectiva en distintos sectores, aunque suelen ser monopolios (monopolios naturales, principalmente en respuesta al tamaño restringido de los mercados en dichos países)”.⁴¹



40 Benavente, José Miguel. Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe / José Miguel Benavente, Matteo Grazzi. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

41 Véase Towse (2008) para un análisis más detallado de la regulación de las sociedades de gestión colectiva.

La metodología de la OMPI distingue entre cuatro grupos diferentes de industrias basadas en el derecho de autor según el nivel de dependencia que tienen con él:

- (i) Principales.
- (ii) Interdependientes.
- (iii) Parciales.
- (iv) De apoyo no dedicadas.



Desde 2002, “la **OMPI** ha publicado información sobre la relevancia económica de la **economía creativa** definida como las industrias basadas en el derecho autor. Información recabada de 2002 a 2013 muestra que el sector creativo realizaba una significativa contribución al PIB, con un promedio mundial del **5,20%**.

Es interesante observar que en aquellos países que han experimentado un rápido crecimiento económico, la **porción del PIB atribuida a las industrias basadas en el derecho de autor** típicamente supera el promedio. Sin embargo, las estimaciones de la contribución de la economía creativa varían según su definición. De hecho, otras estimaciones que se basan en definiciones más restrictivas muestran cifras que van del **1,5% al 4,8%** (UNESCO, 2013), lo que es consistente con las últimas estimaciones realizadas por Ernst & Young (2015) del **3% para 2013**⁴².

42 Ídem. p.20

OMPI considera que los países con un ecosistema emergente deberían, en primer lugar, consolidar su núcleo, centrándose en la oferta de los bienes y servicios creativos y a la vez priorizar los programas que promuevan la formación de capital humano creativo con las habilidades requeridas para dichas industrias, fomentándose la conformación de clusters creativos. Solo promoviendo esta integración pueden desarrollarse adecuadas políticas sistémicas que mejoren la productividad en general de la economía.

La OMPI ha emprendido recientemente la tarea de incorporar la dimensión de desarrollo en todas sus actividades (Programa de Desarrollo de la OMPI), lo que supone un acercamiento al sistema de la propiedad intelectual desde una perspectiva de desarrollo.



The background is a solid yellow color. It features several faint, stylized musical notes and treble clefs scattered across the page. There are also larger, abstract brushstroke-like shapes in a slightly darker shade of yellow, primarily located in the top and bottom corners.

Capítulo 3

Contexto peruano, recomendaciones y propuestas regulatorias o de política pública

3.1. Análisis del contexto peruano.

Según Antonio Zapata, las industrias culturales en el Perú han tardado en ser reconocidas como tales⁴³. Aún con este contexto, bajo su apreciación:

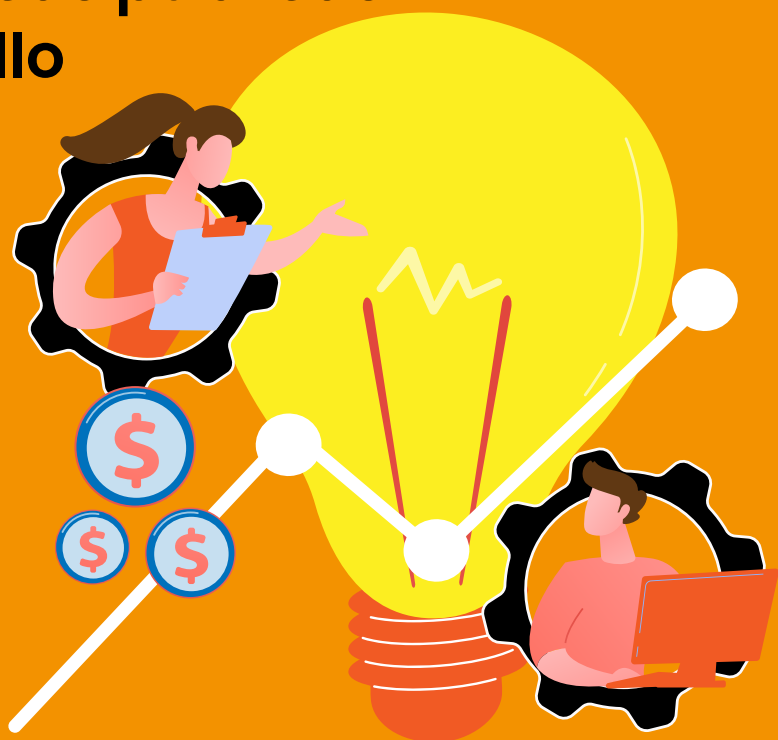
“(...) Basta una mirada apenas más profunda para encontrar sectores del quehacer cultural que generan gran dinamismo y movimiento, incluyendo el económico. Asimismo, puede observarse a simple vista que estas manifestaciones culturales son masivas, que generan su propio público y crean a sus consumidores”.

La dinámica de reconocimiento y fomento cultural aún mantiene de manera pronunciada un tono nostálgico al referirse al término cultura, que no reconoce de manera completa el actual lugar que ocupa dentro de la economía y el consumo local.



43 Zapata, A. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/sRoca/PI/completo/11-Zapata.pdf>

Siguiendo esta línea, el marco normativo regulador de la industria en el país no es lo suficientemente amplio como para configurar un rol de promoción de la economía creativa desde distintos sectores ni desde miradas plurirregionales. Tan es así, que siguiendo la comparativa y propuesta internacional previamente presentada, el Perú aún no ha logrado consolidar el diseño de políticas públicas para el desarrollo cultural y fomento de la economía creativa en el país.



En los siguientes apartados presentamos el avance institucional y normativo peruano referente a diferentes temáticas y elementos de la economía creativa. La estructura propuesta desarrolla de manera descriptiva las acciones que se han llevado a cabo para la consolidación de la industria creativa en el país desde los siguientes ejes:

- (i) Entidades competentes del fomento de la “industria creativa”, de manera que que la posicione como bien de primera necesidad.
- (ii) Los estímulos económicos e incentivos tributarios y/o financieros, si hubieran, otorgados por colaboración público-privada como inversión para el desarrollo.

I. Entidades competentes del fomento de la industria creativa peruana como bien de primera necesidad.

Viceministerio de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales del Perú.

La industria creativa, en la que se encuentran los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficas, de diseño, artes escénicas, digitales, entre otros, tienen un desarrollo todavía insuficiente y desigual en el Perú.

Pese al gran potencial en una población peruana diversa y pluricultural, lo anterior se debe a diversos factores de la sociedad tales como

un mercado informal, una legislación poco vanguardista, falta de incentivos educativos y escaso apoyo del Estado.

El Despacho Viceministerial de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales dependiente del Ministerio de Cultura, actualmente dirigido por el ministro Alejandro Neyra, integra dentro de su estructura orgánica a la Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

La Dirección General de Industrias Culturales y Artes, es un órgano estratégico que se encarga de abordar las políticas, estrategias y acciones orientadas a estimular la creación artística. Desde la cual se trabaja para fortalecer las industrias culturales y creativas, buscando que sean más sustentables, económica y socialmente, en tanto, es la encargada de fomentar la actividad artística en los más diversos campos, así como

promover la productividad y competitividad de las industrias culturales dotándolas de más recursos y posibilidades de mercado, y desarrollo de sus actividades, a nivel local, regional, nacional e internacional.



La Organización de los Estados Americanos (OEA) al realizar el seguimiento de los compromisos establecidos por los países en la Cumbre de las Américas del 2012⁴⁴, reconoce el cumplimiento progresivo por parte del Ministerio de Cultura por fortalecer las industrias culturales y creativas.



Asimismo, celebra los esfuerzos por que la cultura se encuentre al alcance de la población, tanto en la creación como el disfrute, convirtiéndose en un elemento de inclusión y transformación social, además de educativo y formador de valores humanos y estéticos.

En esa línea, la Dirección tiene una mirada rectora en ampliar las actividades que se puedan amparar en legislaciones vigentes que busquen promover diversos sectores de las industrias creativas.

Durante los últimos años, desde la Dirección General de Industrias Culturales y Artes y sus direcciones de línea, se produjeron las Mesas de Gestión de la Información en Industrias Culturales y Creativas que

44 <http://www.oas.org/summit/sisca/countriesdetails.aspx?lang=es&country=per&theme=29>

buscaban estimular la generación de estudios o investigaciones en materia de cultura, fomentar los espacios de reflexión y de discusión respecto al sector, y contribuir al desarrollo de mayor evidencia para el diseño de las políticas culturales.

Hasta el momento, fueron tres las ediciones anuales realizadas y lideradas por el Ministerio de Cultura, siendo el 2019 el último año de presentación en el que la dinámica giró en torno al estado del consumo del sector audiovisual en el Perú. Dichas mesas fueron pensadas bajo el objetivo de presentar la información identificada y sistematizada para hacer de conocimiento, tanto del sector especializado como de la sociedad civil involucrada las fuentes, hallazgos, datos cualitativos y cuantitativos que involucran a los diferentes sectores que componen a las industrias culturales y creativas.

Cada edición buscó estimular la generación de estudios o investigaciones en materia de cultura, fomentar los espacios de reflexión y de discusión respecto al sector, y contribuir al desarrollo de mayor evidencia para el diseño de las políticas culturales; no obstante, careció de relevancia en la agenda pública y no tuvo el arraigo esperado.



Por otro lado, una dirección de línea de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes es la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO), la cual es la unidad orgánica encargada de diseñar, proponer, promover y ejecutar las políticas, planes, estrategias y normas para el desarrollo y promoción de la industria audiovisual, fonográfica y de los nuevos medios en el Perú⁴⁵. Dentro del ámbito de su competencia tiene como principales objetivos:

- **Fortalecer las capacidades y la articulación de los emprendedores, profesionales y gestores nacionales.**
- **Fomentar la producción audiovisual, favoreciendo su descentralización.**
- **Promover el acceso de la ciudadanía a la producción nacional de forma descentralizada.**
- **Promover la internacionalización de la producción nacional.**
- **Preservar el patrimonio audiovisual y fonográfico de la nación.**

45 <http://dafo.cultura.pe/>

La DAFO colabora con las bases, directivas y convocatoria anual de los Estímulos Económicos de las Industrias Creativas para su rubro creativo, convocando también a otros fondos, festivales y talleres a lo largo del año.

Política Nacional de Cultura al 2030⁴⁶.

El 21 de julio de 2020, el Ministerio de Cultura del Perú presentó la Política Nacional de Cultura al 2030 (PNC) con la finalidad de publicar las políticas de Perú en materia de cultura hasta el año 2030, y respecto de las cuales, asumió su rectoría.

Para su redacción, el gobierno realizó seis mesas descentralizadas con organizaciones culturales y otros actores culturales relacionados al sector, a fin de recoger aportes y comentarios a la propuesta de PNC en junio de 2019.

La PNC presentada este año articula con los mandatos de las políticas de Estado del Acuerdo Nacional, con los ejes y lineamientos de la Política General de Gobierno al 2021, y con las demás Políticas Nacionales, constituyéndose como un instrumento de obligatorio cumplimiento para todos los niveles de gobierno.

46 https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1025961/PNC_VERSI%C3%93N_FINAL_2.pdf

Dicha política tiene por objetivo reconocer como un problema público, las limitaciones que tienen los ciudadanos y ciudadanas para ejercer plenamente sus derechos culturales, para a partir de esto presentar datos cualitativos y cuantitativos sobre la magnitud del problema.

En cuanto a la creación cultural, la PNC reconoce que las y los artistas, emprendedores y gestores culturales vienen accediendo a una oferta pública de incentivos y facilidades para el desarrollo de sus procesos creativos. Sin embargo, se ha evidenciado también limitadas condiciones en el desarrollo del ecosistema creativo para la creación, producción y distribución sostenible de las artes e industrias culturales.

Es por ello que la PNC reconoce la necesidad de políticas e instrumentos regulatorios para el fomento de las industrias culturales, la promoción de la internacionalización, la mejora de las condiciones laborales, la circulación de bienes y servicios, y el fortalecimiento de capacidades.

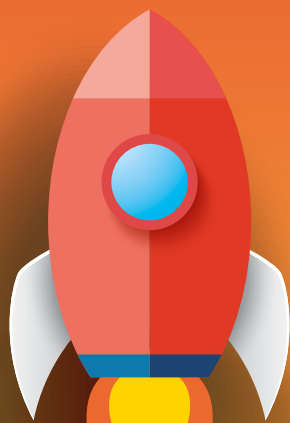


Por otro lado, reconoce los efectos directos e indirectos que los derechos culturales puedan tener sobre las esferas del desarrollo sostenible alineando la posición de un estado que fomenta acciones con dos marcos mayores: a nivel nacional, con la visión del Perú al 2050, y a nivel internacional con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Particularmente, los objetivos prioritarios que se establecen en la PNC son:

- I) Fortalecer la valoración de la diversidad cultural.
- II) incrementar la participación de las expresiones artístico-culturales.
- III) Fortalecer el desarrollo sostenible de las artes e industrias culturales y creativas.
- IV) Fortalecer la valoración del patrimonio cultural.
- V) fortalecer la protección y salvaguardia del patrimonio cultural para su uso social.
- VI) Garantizar la sostenibilidad de la gobernanza cultural.

Para fines del presente documento, profundizaremos en el **objetivo prioritario No. 3**, el cual se refiere a **fortalecer el desarrollo sostenible de las artes e industrias culturales y creativas**; para lo cual, se consideraron los siguientes lineamientos de acción:



01

Brindar incentivos económicos y no económicos a agentes culturales, negocios y proyectos culturales: en este caso, se describe el otorgamiento de subsidios económicos e incentivos al desarrollo creativo mediante el reconocimiento de trayectorias y obras artísticas en favor de agentes culturales, negocios y proyectos culturales.

Implementar programas para el fortalecimiento de las capacidades de los agentes de las artes e industrias culturales: para atender el citado lineamiento la PNC plantea desplegar el servicio de formación de capacidades para gestores, emprendedores y creadores de las industrias culturales y las artes.

02

03

Desarrollar mecanismos para la circulación comercial y no comercial y el equilibrio del flujo nacional e internacional de bienes, servicios y actividades culturales: la consecución del presente lineamiento conlleva el desarrollo de ferias, festivales, mercados y/o espacios de circulación de bienes, servicios y actividades culturales.

04

Asegurar la implementación de acciones orientadas a la movilización y posicionamiento en el exterior de la producción artística peruana: el gobierno propone para tal fin la organización y/o participación en eventos internacionales para el posicionamiento de las industrias culturales y artes peruanas en el exterior, así como la promoción de la producción artístico cultural nacional en el exterior.

05

Asegurar la sostenibilidad de las organizaciones culturales con incidencia comunitaria: siguiendo con la iniciativa del lineamiento anterior, se estipula la promoción de organizaciones con incidencia comunitaria.

Al ser el primer instrumento nacional en la historia del Perú que orientará e integrará durante los próximos diez años la intervención del Estado en materia cultural, se prevé que su aplicación sea progresiva. Actualmente se encuentra en su primera fase, en la que la implementación implica la actualización y alineamiento de los planes estratégicos de las entidades públicas del sector cultural. Y, de manera desconcentrada, se están formulando instrumentos de política regional y local considerando las necesidades y prioridades de cada territorio. Se apunta a trascender en función de una política continua y sostenible que dote de institucionalidad cultural a la industria, pero aún la implementación es lenta.

II. Estímulos económicos e incentivos tributarios y/o financieros.

Entre las principales medidas promotoras del Ministerio de Cultura que incluyen estímulos económicos **se encuentran:**

- (i) El Decreto de Urgencia No. 022-2019 que promueve la actividad cinematográfica y audiovisual en el Perú para el fortalecimiento de la industria mediante la aprobación del Plan Anual para el fomento de la Cinematografía y del Audiovisual, así como de estímulos económicos para producciones a nivel regional, incentivos fiscales, entre otros.**

-
- (ii) El Decreto de Urgencia No. 024-2019 que prorroga la vigencia de beneficios y exoneraciones tributarias, incluyendo la exoneración del IGV para espectáculos públicos culturales no deportivos.
 - (iii) La Ley No. 30641, Ley que fomenta la exportación de servicios y el turismo, la cual exonera del IGV a la exportación de servicios, entre estos en las industrias culturales y conexas.

Resulta importante mencionar que, de acuerdo a la PNC, en el 2018,

el Estado peruano destinó

USD 7, 373,454

para estímulos concursables en el sector cultural. Cantidad bastante menor a la de otros países como **Chile o Colombia**, que

destinaron

USD 60, 000,000 y

USD 36, 648,940

respectivamente

Esto muestra la gran brecha que tiene el Perú respecto a otros países de la región, en relación a la cantidad de recursos financieros que el Estado asigna a fondos concursables.



En consecuencia, se manifiesta la limitada oferta de mecanismos para el fortalecimiento de capacidades de los actores involucrados en el desarrollo de bienes, servicios y actividades culturales, en temas vinculados a gestión cultural, derechos de autor, capacidades comerciales o estrategias de negocio, así como la ausencia de incentivos financieros. Escenario de importante consideración en la medida que los creadores, emprendedores y gestores culturales requieren de facilidades para desarrollar sus procesos creativos de manera sostenible, pues su ausencia inhibe su crecimiento, desacelera su desarrollo y dificulta su subsistencia.

Estímulos Económicos para la Cultura.

Según Pierre Emile Vandoorne Romero, director de la DAFO, "(...) el aumento de los fondos económicos culturales ha empezado de forma más sostenida desde la creación del Ministerio de Cultura. Con los años, se ha podido abrir ciertas líneas de financiamiento para tratar de ayudar no solamente a mejorar las condiciones de producción sino todo el resto de la cadena de valor del cine y el audiovisual"⁴⁷.

⁴⁷ <https://www.latamcinema.com/entrevistas/pierre-emile-vandoorne-romero-director-de-la-direccion-del-audiovisual-la-fonografia-y-los-nuevos-medios-de-peru/>

Siguiendo esa línea, el Ministerio de Cultura cuenta con una política de financiamiento para proyectos relacionados con áreas que promuevan una amplia diversidad de expresiones culturales, lanzando concursos anuales que van dirigidos a todos los gestores y artistas del sector cultural. Son tres las direcciones que se enfocan en seleccionar a aquellos proyectos artísticos o personas naturales ganadoras:

- (i) Dirección de Artes.**
- (ii) Dirección del Libro y la Lectura.**
- (iii) Dirección del Audiovisual, Fonografía y Nuevos Medios.**

Los concursos que se dirigen a financiar respectivamente son:

- Estímulos económicos para las artes escénicas, las artes visuales y la música.
- Estímulos económicos para el libro y el fomento de la lectura.
- Estímulos económicos para la actividad cinematográfica y audiovisual.



Cuenta Satélite de Cultura.

A través del Informe No. D000021-2019-OGETIC/MC, la Oficina General de Estadística y Tecnologías de la Información y Comunicaciones del Ministerio de Cultura señaló que la **Cuenta Satélite de Cultura (CSC)** es un instrumento de medición económica de cultura, desarrollado sobre la base de un sistema de información estadística en el marco de las Cuentas Nacionales, que coadyuva a la toma de decisiones del sector

La CSC está diseñada para evaluar en detalle el aporte económico de la cultura, midiendo su impacto en la economía a través del PBI cultural, consumo cultural y empleo cultural, lo cual contribuirá en el mejoramiento y fortalecimiento de las estadísticas de cultura para la construcción de un conjunto de indicadores.

La CSC es una herramienta usada internacionalmente, como en Argentina, Guatemala y Chile que aborda el impacto económico de las industrias culturales al desarrollo nacional, buscando mejorar la contribución al Producto Bruto Interno.



En ese sentido, en junio de 2019 se aprobó la conformación de un grupo de trabajo sectorial, que tuvo como objeto la elaboración de la propuesta de la **Cuenta Satélite de Cultura**, teniendo presente la metodología de organización del Convenio Andrés Bello, del cual Perú es un país miembro.

Los bienes y servicios que se acordaron medir fueron artes escénicas, espectáculos artísticos, artes plásticas y visuales, música, audiovisual y radio, libros y publicaciones, patrimonio material, patrimonio inmaterial y lengua, entre otros, a fin de visibilizar los aportes que generan en la economía peruana. Sin embargo, a la fecha no se han hecho públicos los resultados del mencionado grupo de trabajo.

Es aún una tarea pendiente del **Ministerio de Cultura** contar con un instrumento de medición económica directa actualizado que permita conocer el impacto de la cultura en la estructura productiva del país, y que contribuya a la formulación, seguimiento y evaluación de las políticas públicas del sector.

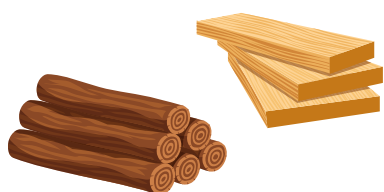
En esa línea, la actualización debe tomar referencias internacionales como el primer paso para la consolidación de una política. Por ejemplo, la OMPI en el 2012, realizó un estudio sobre la contribución de las industrias de derechos de autor al PBI de los países, demostrando que, en

Perú, el promedio es de 5.20%, considerando a su vez datos desgregados por industria y el aporte al nivel de empleo nacional nacional⁴⁸.

Por su parte, el Banco Interamericano de Desarrollo publicó en el 2018 mediciones de la economía creativa en América Latina y el Caribe⁴⁹, para el cual tomó como base el documento elaborado por el Ministerio de Cultura, **“22 Indicadores de la Cultura para el Desarrollo en Perú”** publicado en el 2015. Donde, en base a investigación y procesamiento de datos, se concluyó que la contribución de las actividades culturales al PBI del Perú fue de **1,58%**.

La mencionada cifra es significativa si se la compara referencialmente con otras industrias importantes tales como la

industria de madera y muebles



que ocupaban el
0,9% del PBI,

o las actividades del **sector de**
la pesca y acuicultura
con 0,7%.



48 https://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/econ_contribution_cr_pe.pdf
7<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-creativa-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Mediciones-y-desaf%C3%ADos.pdf>

49 <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-creativa-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Mediciones-y-desaf%C3%ADos.pdf>

Asimismo, el documento preparado por el Ministerio de Cultura logró aterrizar números en lo referente a: economía, educación, gobernanza, participación social, igualdad de género, comunicación y patrimonio cultural⁵⁰. Las distintas actividades como artes escénicas, espectáculos artísticos, artes plásticas, cine y libros, entre otros, son comparadas como estadísticas con los resultados de otras instituciones iberoamericanas y eso brinda visibilidad al aporte generado en la economía peruana.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

En el marco de la presentación del documento Mediciones Culturales: **Resultados del Proyecto Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de Cultura en los países del Área Andina** realizado el pasado 27 de julio del 2017, el Instituto Nacional de Estadística e Informática determinó que el empleo de los cuatro segmentos culturales (Audiovisual, Libros y Publicaciones, Artes Escénicas y Música) representaron el 0,4% del empleo a nivel nacional⁵¹.



50 <http://www.infoartes.pe/wp-content/uploads/2014/12/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

51 <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/cuatro-segmentos-culturales-aportaron-el-087-del-producto-bruto-interno-9891/>

Siendo una actividad que es fundamentalmente asalariada. Del mismo modo se resalta que la productividad laboral de las industrias culturales es más del doble del promedio de la productividad laboral del país, explicado principalmente por la mayor incorporación de las tecnologías de la información en estas industrias.

Otro de los números y estadísticas que manejó en este contexto el INEI es referente a otros cuatro segmentos culturales como Diseño, Formación Cultural, Artes Plásticas y Visuales, así como Juegos y Juguetería haciendo un total de 8 segmentos culturales que representaron el 1,2% del PBI



Desde la fecha, la data compartida no ha sido actualizada por lo que precisa de refrescarse para poder emitir mejores disposiciones económicas y de fomento.

Escenario tributario.

La cultura, como sector con dimensión económica, tiene una innegable aportación al PBI y por ello conlleva efectos en la actividad económica y en el empleo. Esta realidad necesita de un conjunto de medidas fiscales que fomenten y estimulen la creación artística y apoyen al conjunto de industrias culturales como cualquier otro sector.



Según Juan David De La Torre en su obra *Tributación de la cultura*⁵²,

“(...) Desde la perspectiva de los recursos de la Hacienda Pública, entre los instrumentos que en el orden tributario se arbitran con finalidades de estímulo, sin duda el incentivo indirecto más relevante es el de los beneficios fiscales cuyo significado, por contraposición al de las subvenciones, es que no se produce un desembolso efectivo de dinero público sino una minoración de los ingresos, puesto que hay una pérdida de recaudación pública, pero que indirectamente se puede reinterpretar como un gasto”.

⁵² [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/ADE6208ABEDAB32B0525826B006C2E9A/\\$FILE/PdfServlet.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/ADE6208ABEDAB32B0525826B006C2E9A/$FILE/PdfServlet.pdf)

Siguiendo este análisis el actual sistema fiscal y tributario peruano, no establece disposiciones actualizadas referentes de la promoción económica de la industria, a pesar de haberse discutido iniciativas legislativas afín de cubrir este vacío regulatorio

Como es el caso de la propuesta presentada en el 2010 conocida como la **“Ley del Mecenazgo”**, que buscaba que el sector privado financie proyectos culturales a cambio de beneficios tributarios, aportando al Programa de Apoyo a la Construcción del Espacio Escénico Iberoamericano (IBERESCENA) para desarrollar los proyectos. La propuesta involucraba a actores como SUNAT, MEF, Ministerio de Cultura y Congreso de la República, pero no obtuvo mayor avance sino más bien una posición contraria del Poder Ejecutivo

El Perú tampoco sigue las tendencias de diferentes países que optan por la liberación total del comercio electrónico de bienes culturales, o por la exoneración del IGV al comercio de bienes culturales y la exoneración del pago del impuesto a la renta para los creadores hasta determinado nivel de ingresos.



3.2 Diseño de políticas de fomento de la economía creativa en el Perú.

Luego de analizar el contexto regulatorio peruano aplicable a la materia vigente actualmente, puede concluirse que dadas las potencialidades para el desarrollo **económico, social y cultural que representan las industrias creativas**, resulta recomendable trabajar de manera creativa por el diseño de un marco que facilite el fomento para el desarrollo sustentable de los emprendimientos creativos, en colaboración con el sector privado y la sociedad civil, trabajando sobre la normativa hoy vigente y en particular tomando como **base el objetivo prioritario No. 3 de la PNC**, fortalecer el desarrollo sostenible de las artes e industrias culturales y creativas.

Para esto, es importante incluir el desarrollo de estas industrias dentro de la agenda pública y definir los actores intervinientes, así como determinar el liderazgo del ente institucional con competencias sobre el sector, como lo es en el caso peruano, el Ministerio de Cultura de la Nación

En este sentido, tomando como referencia las experiencias internacionales desarrolladas en el capítulo 1, se **recomienda que el Perú diseñe un**

plan nacional de fomento con objetivos generales y estratégicos para el impulso de la industria creativa e incorpore en su propuesta de intervención los diversos aspectos y aristas a perfeccionar y desarrollar para potenciarla.

El desarrollo de un plan de fomento brindará los principios, políticas y estándares generales al modelo de gestión que se quiere instaurar sobre las industrias creativas, involucrando la revisión y sistematización de definiciones y diagnósticos.

La misión que guía el desarrollo de un plan de fomento es hacer que la industria creativa sea un motor de desarrollo social, cultural y económico para el país y logre convertirse en promotora de la diversidad cultural y la inclusión social.

Con esta finalidad, el diseño de políticas de fomento de la economía creativa involucra también la necesidad de contar con modelos que no solo consideren, sino que valoren apropiadamente factores esenciales para la creatividad y el conocimiento como lo son la propiedad intelectual y el derecho de autor, y diseñen correctos procedimientos para

su gestión. Revisar los marcos regulatorios vigentes sobre propiedad intelectual y lucha contra la piratería es parte también esencial de una política de fomento de las industrias creativas en el país.

Asimismo, teniendo en cuenta que el avance del sector en el país se encuentra en un estadio incipiente en comparación con las experiencias mapeadas, **es necesario realizar un trabajo retrospectivo inicial** que implique una actualización de las normativas aplicables vigentes; un esfuerzo de definición y focalización de las industrias a incorporar en el ámbito de aplicación del plan de fomento; **un diagnóstico del desarrollo actual**, lo que incluye la culminación de la implementación de la cuenta satélite de cultura del Perú, el **diseño de mecanismos de medición** para el desarrollo futuro, y el establecimiento de mecanismos de incentivo y fomento para el crecimiento económico sostenido de la economía creativa en el Perú.

El plan de fomento podrá establecerse en base a objetivos de corto y mediano plazo, por lo que se recomienda su diseño de intervención en un período temporal de 5 años (2021-2025), que proyecte el desarrollo de los objetivos por etapas, de modo que pueda realizarse una evaluación integral de los avances a 5 años de cumplir el plazo otorgado para el PNC. En esta línea, se presentan a continuación aspectos de política a considerar en el diseño del plan nacional de fomento:



Objetivo general del plan: Impulsar el diseño e implementación de medidas de política pública que favorezcan el desarrollo de las industrias creativas en el Perú.

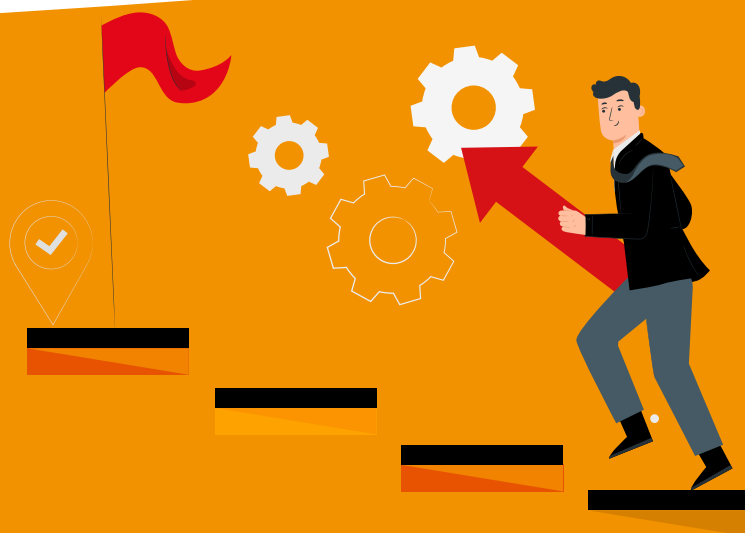
3.2.1 Objetivos estratégicos y elementos a considerar en el diseño de un plan de fomento:

I. Conceptualización y diagnóstico:

Determinar el significado del término “economía creativa” en el escenario local, identificar brechas y definir las prioridades:

- **Delimitar** el listado de las industrias culturales que componen el universo de la economía creativa en el país y diagnosticar su nivel de desarrollo y relevancia en la economía local.
- **Delimitar** el ecosistema creativo y sus componentes, a fin de comprender la diversidad, la interdependencia y la colaboración entre los diferentes actores que lo conforman.
- **Identificar** las entidades públicas con competencias sobre la materia que intervendrán en el diseño del plan de fomento (Ministerio de Cultura, Ministerio de Economía, Ministerio de la Producción, Indecopi, Concytec, SEGDI).

- **Determinar** el ámbito de aplicación del plan de fomento en base a una priorización de industrias que dirija el esfuerzo de fomento hacia actividades focalizadas (por ejemplo, la industria cinematográfica, contenido audiovisual y sectores artísticos determinados).
- **Avanzar** en la cuantificación económica de las actividades culturales y creativas, para lograr la interconexión entre economía y cultura.
- **Incorporar** al sector dentro de las mediciones macroeconómicas con la finalidad de medir su contribución al PBI nacional y al empleo, y diseñar indicadores de medición de su desarrollo. Estos esfuerzos estadísticos deberán diseñarse con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Este esfuerzo puede partir de implementar un Sistema de Información Cultural con el respaldo INEI, para disponer de información completa que permita diseñar políticas más eficaces y focalizadas en el área.



II. Adaptación de la regulación vigente.

Actualización y mejora de políticas públicas transversales que favorezcan la promoción y adaptación progresiva de un ecosistema creativo multisectorial.

- Actualizar los marcos regulatorios sobre derechos conexos a la actividad creativa: derecho de propiedad intelectual, derecho de la competencia, derecho de autor, políticas anti piratería digital, y productividad y competitividad.
- Adopción y promoción de inversiones en tecnología que digitalicen la creciente y acelerada oferta de bienes y servicios culturales en línea, de la mano de un plan acelerado de expansión de los niveles de conectividad en el país.
- Aseguramiento de recursos mediante la asignación a mediano o largo plazo de presupuesto destinado a la implementación continua de los objetivos de política.



III. Estímulos y beneficios para el crecimiento del sector.

Establecer estímulos económicos e incentivos tributarios para la colaboración público-privada en materia de inversión en desarrollo de las industrias culturales, lo que implica favorecer el ecosistema de fuentes de financiamiento e instancias de mercado, apuntalando un desarrollo sostenible de los emprendimientos creativos:

- Diseñar incentivos tributarios para emprendimiento culturales e industrias creativas.
- Crear fondos y subvenciones para proteger la existencia de organizaciones y centros culturales para fomentar la producción de nuevos contenidos culturales y creativos.
- Diseño de estímulos económicos a través de beneficios crediticios por parte de entidades financieras, acompañado de asesorías para la sostenibilidad del emprendimiento empresarial.

De manera complementaria, se sugiere la incorporación de dos elementos transversales a considerar en el diseño del plan y las políticas de intervención que lo componen, los cuales son:

- (i) La incorporación de un enfoque territorial que diseñe los elementos de política en base a una comprensión de la realidad regional y local y las potencialidades que el desarrollo del sector implica para las mismas. Este enfoque deberá incluir un elemento descentralizador de las decisiones de políticas locales en torno a la economía creativa que permita incorporar toda la riqueza cultural y creativa de las diferentes regiones del territorio en el desarrollo de las industrias culturales en el país, desde una concepción plurirregional y multicultural.
- (ii) La inclusión de los actores involucrados dentro de la discusión y diseño del plan y las políticas de intervención. En esta línea, tal como propone el BID⁵³, se necesita abordar la economía creativa a través del lente del ecosistema creativo, resultado de la interacción entre actores múltiples y heterogéneos en constante colaboración. Este enfoque permite incorporar en las discusiones de política tanto a sector privado, academia, sector público y sociedad civil, y de esta manera, conformar mejores estrategias de desarrollo para las industrias creativas.

53 Benavente y Grazi, Políticas Públicas para la creatividad y la innovación, Banco Interamericano de Desarrollo, 2017, Washington DC. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>

3.2.2 Propuestas complementarias

Se presentan a continuación dos elementos complementarios a considerar junto con el desarrollo de un plan nacional de fomento.

I. Formación educativa y capacitaciones.

Desarrollar capacitaciones en materia de gestión y administración dirigidas al sector creativo y facilitar espacios de difusión para la economía creativa

El diseño de capacitaciones específicas para el sector podrá contemplar programas, cursos, asesorías, y diversas iniciativas o acciones que tienen como finalidad transferir conocimiento, capacidades y entrenamiento sobre contenidos relevantes para el sector, dirigidos a su vez a aumentar la tasa de formalización del sector, instancias de aprendizaje o formación, generación de perfiles para la certificación de competencias.



A su vez, se sugiere contemplar la implementación de programas de capacitación en torno a acceso a instrumentos de financiamiento para generación/ sofisticación de la oferta creativa nacional, así como desarrollar capacitaciones sobre propiedad industrial y derecho de autor.

II. Desarrollo de hubs urbanos de innovación y emprendimiento.

Como recomienda el BID con los autores Duque y Buitrago (2013), las políticas de desarrollo de la economía creativa en la región deben ir de la mano de diseñar clusters y hubs creativos en las principales ciudades de la región, con la finalidad de enriquecer material y espiritualmente a sus comunidades, e integrar ideas, contenidos, comunidades, bienes y servicios creativos alrededor de un proyecto común de desarrollo social y económicamente sostenible.” (BID. Duque y Buitrago, 2013).

Las ciudades, hoy globales y cosmopolíticas, dialogan a su vez con elementos culturales propios que resultan en una fuente de riqueza inagotable para el desarrollo del sector creativo.

El desarrollo de un entorno favorable para la innovación en el sector requiere del diálogo entre los diversos actores públicos y privados que componen la comunidad, para darle forma al concepto de “ciudad creativa”.

Los clústeres o hubs funcionan, así como centros de investigación en las industrias creativas, organizadores de premios y concursos, aceleradoras, etc.

Tomar referencias internacionales exitosas como el programa Barcelona Activa⁵⁴ de la ciudad de Barcelona o el Centro Metropolitano de Diseño en Buenos Aires⁵⁵ son ejemplos que brindan ideas interesantes para permitirnos pensar el diseño de un proyecto urbano similar para la ciudad de Lima, u otras ciudades con grandes potencialidades como lo son Cusco y Arequipa.

Existen una multiplicidad de iniciativas a nivel global implementadas con la finalidad de impulsar el desarrollo de la economía creativa. En virtud de la propia naturaleza, la creatividad inherente al sector abre espacio a enormes posibilidades de fomento por lo que los gobiernos y el diseño de las políticas públicas deben ser lo suficientemente flexibles e innovadoras para no limitar su desarrollo.

54 <https://www.barcelonactiva.cat/>

55 <https://www.buenosaires.gob.ar/cmd>

