

MAPEO DEL SECTOR CREATIVO Y CULTURAL ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA

2 0 1 9

MIC

MAPEO
INDUSTRIAS
CREATIVAS Y
CULTURALES
BUCARAMANGA Y ÁREA
METROPOLITANA



MAPEO DEL SECTOR CREATIVO Y CULTURAL

ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA



Juan Carlos Rodríguez Marín

Yudy Adriana Gamboa Vesga

Dairo Rubiel Ortiz Isarra

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

2 0 1 9



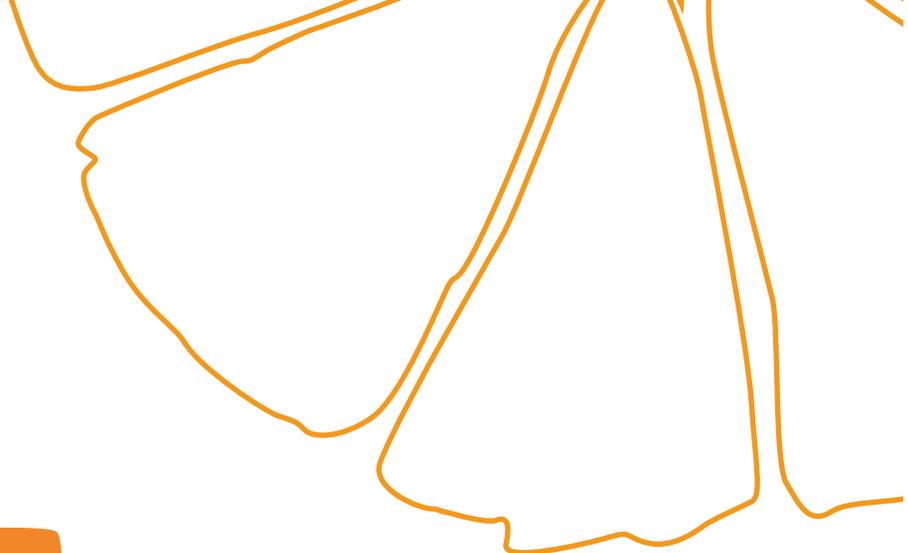


TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	CONTEXTUALIZACIÓN	4
2.1	Panorama socioeconómico del departamento y del área metropolitana de Bucaramanga	4
2.2	Panorama del ecosistema cultural a nivel departamental	6
2.3	Panorama de TIC a nivel departamental: infraestructura, uso y apropiación	8
2.4	Marco normativo, políticas y programas de fomento a la actividad cultural a nivel departamental y municipal	9
2.5	Identificación de fuentes de financiación para la actividad cultural a nivel departamental y municipal	12
3.	RESULTADOS DEL MAPEO	13
3.1	Resultados de la encuesta de caracterización	13
3.2	Mapeo por sector	22
3.3	Talleres participativos	23
4.	REFERENCIAS	28
5.	ANEXO	29

1.

INTRODUCCIÓN

Según el “Creative Economy Report” (Reporte de la Economía Creativa) (2010) se define la economía de la cultura como la aplicación del análisis económico a las artes, el patrimonio y las industrias culturales sin importar si son públicas o privadas. Su objeto de estudio es la organización económica del sector cultural, y con el comportamiento de productores, consumidores, y entidades gubernamentales en este sector. (Lado B). Según la conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2010), se entiende este tipo de economía como un concepto basado en activos creativos que potencialmente generan crecimiento y desarrollo económico. La economía creativa incluye aspectos económicos, culturales y sociales que interactúan con la tecnología, propiedad intelectual y objetivos turísticos. Estas actividades interactúan de forma transversal con toda la economía, desarrollando la generación de ingresos, empleo, inclusión social, diversidad cultural y desarrollo humano.

Por otra parte, el término mapeo cultural proviene del inglés “*cultural mapping*”. Este puede entenderse en un sentido amplio como el estado de la cuestión de la cultura en un lugar específico, como un inventario o informe cultural, o como una cartografía cultural (Arcila y López 2011). Un modelo de información territorial, que tiene como finalidad principal la identificación y comprensión de los sistemas culturales en un área geográfica concreta con el propósito de su planificación y gestión. Según la Guía de Mapeos Regionales de Industrias Creativas (2005) del Ministerio de Cultura, los mapeos son estudios orientados a diagnosticar una situación dada, identificando sus elementos constitutivos, las relaciones entre éstos y los resultados de dicha interacción.

La industria creativa y cultural se define como el “conjunto de actividades económicas que tienen su origen en la creatividad individual, la habilidad y el talento y que tienen potencial de riqueza y generación de empleo”. Entre los principales sectores que hacen parte de esta industria se pueden enumerar: publicidad, arquitectura, diseño, arte,

artesánías, cine y video, música, *software*, edición, televisión y radio, entre otros.

Ante este contexto, el Ministerio de Cultura y la Financiera de Desarrollo Territorial (Findeter), suscribieron un acuerdo con el objetivo de “construir una estrategia y una ruta para hacer el mapeo del sector creativo y cultural de los territorios de Colombia, y la formulación de los respectivos planes maestros del sector (...)”. A partir de ello, Findeter eligió a los departamentos de Atlántico, Caldas y Santander para realizar el proyecto piloto y contrató a la firma consultora, Lado B, como la empresa encargada de realizar la transferencia de metodología y el acompañamiento a las regiones para el desarrollo del proyecto.

En ese mismo orden de ideas, la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Unab) fue invitada a llevar a cabo el proyecto de mapeo en Santander, específicamente en el área metropolitana de Bucaramanga (AMB); no sólo por su experiencia investigativa, sino también por el aporte que hacen varias de sus facultades al sector creativo y cultural. El desarrollo del proyecto tiene el acompañamiento y financiación de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB), como entidad privada comprometida con el desarrollo de proyectos que impulsen el crecimiento del sector creativo y cultural en la región.

Es así como, el principal objetivo del presente trabajo es realizar un mapeo del sector creativo y cultural del área metropolitana de Bucaramanga, que permita reconocer las cadenas productivas de valor y las necesidades y potencialidades del sector, que impulsen al área como un territorio creativo y promotor del desarrollo económico sostenible de la región.

Para el cumplimiento del objetivo se procede a realizar dos actividades principalmente. Primero, identificar las empresas, empresarios, emprendedores y emprendimientos del sector creativo y cultural, así como los demás actores relacionados con las industrias creativas y culturales, y las

cadena de valor que configuren la economía creativa en el territorio. Para ello se aplica una encuesta de caracterización, cuyos parámetros y metodología de aplicación fueron dados por la empresa consultora Lado B. Paralelamente, y como segundo elemento, se diagnostica a los actores y factores identificados en cada municipio desde una visión tanto cuantitativa como cualitativa, así como la situación del sector creativo y cultural, sus relaciones, sus problemáticas asociadas, sus restricciones y oportunidades, la incidencia en aspectos sociales, económicos y ambientales de los municipios.

En este sentido, el presente trabajo se organiza en dos partes principales. Inicialmente, se presenta la contextualización del sector creativo y cultural del AMB. En el segundo capítulo, se presenta el resultado del mapeo, que contienen el análisis de la encuesta de caracterización, los resultados de los talleres participativos de diagnóstico y los resultados de la evaluación de las variables de impacto del sector.

2.

CONTEXTUALIZACIÓN

2.1 Panorama socioeconómico del departamento y del área metropolitana de Bucaramanga.

Santander es uno de los 32 departamentos que conforman la República de Colombia. Pertenece a la región Centro Oriente, junto con Cundinamarca, Boyacá y Norte de Santander. Limita al sur con Boyacá, al oriente con Norte de Santander, al norte con Cesar y Norte de Santander y al occidente con Antioquia y Bolívar; su extensión territorial es de 30.537 kms², participando con el 2,6% de la extensión territorial nacional y presenta dos ecosistemas perfectamente diferenciados. El valle del Magdalena Medio y la Zona Andina, correspondiente a la cordillera oriental, del sistema de los Andes (Plan de Desarrollo de Santander, 2016).

Está conformado por 87 municipios, los cuales tradicionalmente han estado organizados en seis regiones

provinciales que representan la realidad cultural y recursos de las identidades inmediatas de los santandereanos. Estas regiones son: Comunera, García Rovira, Guanentá, Mares, Vélez y Soto. En el año 2005, a través del Decreto 0304, se crearon los Núcleos de Desarrollo Provincial como instrumentos de planificación y gestión que permitan aprovechar las identidades regionales, las ventajas competitivas, el conocimiento, el conocimiento endógeno y el capital social, de la siguiente forma: Guanentá, García Rovira, Comuneros, Mares, Metropolitano, Vélez, Carare-Opón, Soto Norte y Metropolitano. Este último compuesto por los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón, Piedecuesta, Lebrija, Los Santos y Rionegro (Gobernación de Santander, 2014).

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2017), la participación de Santander en el total del Producto Interno Bruto (PIB) del país en el año 2016 fue de 7,5%, ubicándose en el cuarto departamento con mayor participación después de Bogotá D.C. con el 25,7%, Valle con 9,8% y Antioquia con el 14%.

De acuerdo al boletín técnico del DANE sobre cuentas departamentales – CD, Producto Interno Bruto 2016 preliminar de junio de 2017, se afirma que: “Los incrementos en la participación dentro del total nacional en 2016 en Bogotá D.C., Antioquia y Santander se explicaron principalmente por el comportamiento de los establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas. En los departamentos de Cundinamarca y Valle del Cauca el aumento en la participación se debió a la Construcción”. (DANE, 2017, p. 3)

En cuanto al PIB per cápita por departamento, Santander tiene el tercer PIB per cápita más alto de \$31.164.897 por habitante, seguido de Casanare y Meta; sustentado en mayor medida por la actividad productiva de la refinería de Ecopetrol en Barrancabermeja, más que por un ejercicio productivo homogéneo (DANE, 2018b).

El AMB, conformada por los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta, fue creada el 15 de diciembre de 1981 mediante ordenanza N°. 020, compuesta por los municipios de Bucaramanga (como ciudad núcleo), Floridablanca y Girón. Posteriormente, en 1984, la Asamblea de Santander expidió la Ordenanza N°. 048 por lo cual se autoriza al gobernador de turno para formalizar la anexión de Piedecuesta. El AMB se ubica sobre el Valle del Río de Oro y en ella se distingue dos sectores de diferente conformación física: uno formado por la meseta y otro por el valle (AMB, 2018).

De acuerdo con los datos del DANE, la estimación de población proyectada para Santander al 2017 es de 2.080.938 y los municipios que conforman el AMB es de 1.141.671 habitantes, lo que equivale al 54,8 % de la población del departamento. La distribución dentro del AMB está compuesta por: Bucaramanga con 528.497 habitantes (46,3 %), Floridablanca con 266.617 habitantes (23,3 %), Girón con 190.350 habitantes (16,7 %) y Piedecuesta con 156.207 habitantes (13,7 %) (DANE, 2018).

Bucaramanga tiene una superficie de 154 Km² y una densidad poblacional aproximada de 3.432 habitantes por km² (DNP, 2018a). En cuanto al porcentaje del valor agregado del municipio, por grandes ramas de actividad económica, para 2016 se tiene que el 22,97 % de participación corresponde a los establecimientos financieros, seguros y otros servicios; el 18,53 % corresponde al sector de la construcción; comercio, restaurantes y hoteles representan el 17,7 %; la industria manufacturera participa con un 16,92 %; las actividades

de servicios sociales y personales se encuentran en quinto lugar con 14,13 % y los servicios de transporte, almacenamiento y comunicaciones tienen un 8,54 % del porcentaje de participación. (DNP, 2018)

Respecto a las dinámicas socio económicas, se puede resaltar un comportamiento muy peculiar. La tasa de desempleo de Bucaramanga y su área metropolitana, que para el año 2017 fue del 8,5 %, superior al que presentó en promedio el departamento (6,8 %), se ubica como la tercera más baja del país. Por sexo, son las mujeres el rango más alto de población desempleada con el 9,5 % frente al 7,6 % de los hombres. Por rango de formación se evidencia que a medida que aumenta el nivel educativo aumenta la tasa de desempleo; mientras que la tasa para la población con formación hasta básica primaria era del 5,8 %, pasa al 6,7 % con básica secundaria, 9,1 % con educación media y llega al 10,2 % con formación superior universitaria (Ministerio del Trabajo, 2018).

En paralelo a la dinámica de una tasa de desempleo baja, el área metropolitana se enfrenta a un alto porcentaje de población ocupada en la informalidad. Según el DANE (2018), para el trimestre comprendido entre octubre y diciembre del 2017, la tasa de informalidad en Bucaramanga y su área metropolitana fue del 57,8 %, es decir, del total de población ocupada más de la mitad se desempeña en labores informales. Según cifras del Ministerio de Trabajo, el nivel de trabajadores informales mujeres para el 2017 era del 50,1 % mientras que de los hombres era del 44 %. Si se analiza por nivel educativo, a menor nivel educativo la tasa de informalidad es mayor; en la población ocupada con niveles de formación hasta primaria la tasa de informalidad era del 69,8 %, con formación hasta secundaria del 68,5 %, con formación media del 46,8 % y con educación superior universitaria del 23,7 %; esto indica que si bien en la ciudad es más difícil encontrar trabajo a mayor nivel educativo, las opciones que este sea un trabajo formal es mucho mayor que si no se tuviera formación.

Por ramas productivas se encuentra que en el sector comercio, restaurantes y hoteles el 56,4 % trabaja en la informalidad, seguido del sector construcción con el 56,4 %, la industria manufacturera con un 54,1 %, los servicios de transporte, almacenamiento y comunicaciones con un 31,9 % y las actividades de servicios sociales y personales con el 31,9 % (Ministerio del Trabajo, 2018).

De acuerdo con las cifras de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB, 2018), la actividad empresarial del departamento de Santander se compone en promedio de 84.029 empresas en 2017 (no se contabilizan los datos de las empresas de Barrancabermeja), concentradas en los sectores de comercio, manufactura, alojamiento y servicios de restaurantes, actividades profesionales y construcción. Según su tamaño, cerca del 95 % del total de las empresas registradas corresponden a microempresas. En cuanto a las actividades artísticas, entretenimiento y

recreación, se contaba con 1.242 empresas constituidas en el departamento, de las cuales el 97,2 % correspondía a microempresas (CCB, 2018b). Entre 2016 y 2017, se constituyeron un total de 14.640 nuevas empresas, un 99,7 % de tipo microempresarial. De

estas nuevas empresas, 326 pertenecen a actividades artísticas, entretenimiento y recreación, en su gran mayoría constituida por personas naturales, destacándose un incremento del 46,2 % en este período (CCB, 2018c).

2.2 Panorama del ecosistema cultural a nivel departamental.

El área metropolitana de Bucaramanga plantea un ecosistema cultural muy amplio y diverso. A pesar de ello, en los hallazgos de la presente investigación, se resalta la desarticulación de las entidades públicas y privadas para la realización de procesos artísticos en la ciudad. A nivel público, entre las principales instituciones con que cuenta el sector cultural para la construcción y formulación de política pública en el área se encuentran la Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Santander, el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Bucaramanga (Imct), la Casa de la Cultura Piedra del Sol del Floridablanca, la Secretaría de Cultura y Turismo del municipio de Girón y la Secretaría de Desarrollo del municipio de Piedecuesta.

Para el adecuado funcionamiento del ecosistema cultural es importante la integración de diversos factores que permita la creación, innovación y difusión; uno de ellos son los espacios e infraestructura necesarios para el desarrollo de las diversas actividades y presentaciones artísticas. En 2016 el Ministerio de Cultura, a través del grupo de emprendimiento cultural, realizó un estudio en siete ciudades del país donde opera la estrategia de nodos de emprendimiento cultural: Barranquilla, Bucaramanga, Buenaventura, Cartagena, Ibagué, Manizales y Pasto. El estudio da como resultado el documento titulado “Dimensiones del sector creativo en Colombia: diagnóstico y análisis de la actividad cultural en las siete ciudades del país en que opera la estrategia de nodos de emprendimiento cultural”. En él se dimensiona el alcance de la infraestructura disponible en Bucaramanga, presentando la disponibilidad de infraestructura por subsectores creativos: artes plásticas y visuales, música, cine, audiovisuales, artes escénicas y patrimonio material.

En el desarrollo del presente trabajo se identificó la infraestructura existente en el área metropolitana de Bucaramanga, la cual no presenta mayores cambios con relación a la identificada en el documento de nodos. El programa Salas Abiertas sigue siendo un impulsor de la generación y exposición de los trabajos de artes plásticas, logrando la integración interinstitucional público y privado

para el uso de diversos espacios, con la finalidad de mostrar a la ciudadanía las propuestas creativas de artistas santandereanos que permita generar en la ciudad una diversa programación artística y una formación de públicos. En el programa se vinculan instituciones como: la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB), el Centro Colombo Americano (CCA), la Universidad Industrial de Santander (UIS) en la Sede Bucarica, la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Unab) en las instalaciones de su sede La Casona, la Casa del Libro Total, el Instituto Municipal de Cultura y Turismo (Imcut), el Museo de Arte Moderno (MAM), la Fundación Cecton, la Casa Cultural Custodio García Rovira, la Casa Bolívar, y el Centro Cultural El Solar.

En cuanto a las expresiones musicales, existen espacios públicos para la realización de actividades musicales y/o culturales como: Cenfer, Neomundo, Plazoleta Luis Carlos Galán, la plaza de toros Señor de los Milagros, el Coliseo Edmundo Luna Santos, el parque de las Mejoras Públicas. A pesar de esta existencia, se identifican algunos grandes obstáculos para la adecuada generación de espectáculos y propuestas artístico musicales. Por otra parte, existen obstáculos legislativos y burocráticos a los que se enfrentan los artistas debido a su desconocimiento jurídico frente a la Ley 1493 de 2011 de Espectáculos Públicos, así como el desconocimiento de las entidades sobre el funcionamiento del Portal Único de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas (PULEP). Esta situación también ha sido referenciada en el documento de Nodos (Ministerio de Cultura, 2016). Otro obstáculo son los legales-financieros (certificados, permisos y pólizas) necesarios para la realización de estos espectáculos, lo cual genera que solo grandes maquinarias de propuestas musicales masivas, sean las únicas en capacidad logística y económica para la producción de eventos, presentaciones o conciertos. Un tercer obstáculo es el bajo público para las propuestas culturales independientes en relación con las presentaciones de artistas comerciales.

A pesar de la difícil situación, existen propuestas privadas autofinanciadas que permite la realización de espectáculos

culturales musicales independientes y presentación de artistas regionales y nacionales de diversos géneros que diversifican la oferta musical y la construcción de público como: Bonobo, Municipal, Opus 27, Matamba, la madeja de gente, por nombrar algunos.

Para los productos cinematográficos, audiovisuales y las artes escénicas, en general se identifica una variedad de auditorios y salas con el acondicionamiento adecuado para su utilización, pero su carácter administrativo, en su mayoría privado, o las condiciones, requerimientos y costos generan una barrera para su utilización para difusión y/o presentación de espectáculos independientes, producciones locales o montajes con presupuestos más ajustados. Los principales espacios de infraestructura identificados son: el Teatro Santander, el cual se encuentra en restauración; el Teatro Corfescu; el Auditorio Luis A. Calvo, el Ágora, y la Gallera, instalaciones de la Universidad Industrial de Santander; el auditorio Pedro Gómez Valderrama del Instituto Municipal de Cultura y Turismo; el auditorio Gonzalo Prada Mantilla del Centro Cultural de Piedecuesta; o infraestructura privada como el Auditorio Mayor de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Unab), el auditorio Reynaldo Rodríguez Rosillo de la Caja de Compensación Familiar de Santander (Cajasan), el auditorio Leonardo Angulo Prada de la caja de compensación familiar Comfenalco, entre otros.

En relación a la infraestructura del patrimonio inmaterial, el área cuenta con un importante número de bibliotecas, como la Biblioteca Pública Municipal Gabriel Turbay, las bibliotecas satélites como la biblioteca María Isabel Parra en el barrio Mutis, la biblioteca David Martínez Collazos en el barrio la Joya, en el parque San Pío, en la estación de transferencia de Metrolínea de Provenza, la biblioteca en el Colegio Las Américas en el barrio Álvarez, biblioteca ubicada en Padres Somascos en el barrio Regaderos, en el barrio los Colorados en el Megacolegio, la biblioteca del Colegio Inem, y los parques Romero y Las Cigarras. Además de las bibliotecas de las universidades de la región, en las que en algunas se permite la consulta pública dentro de sus instalaciones.

En Floridablanca se ubica la Biblioteca Pública Municipal Ciudad Valencia, en Girón la Biblioteca Pública Monseñor Isaías Duarte Cancino, la futura biblioteca de la ciudadela Nuevo Girón; en Piedecuesta la Biblioteca Municipal Eloy Valenzuela.

En materia de museos, se cuenta con el Museo de Arte Moderno, el museo de la UIS, el Museo de Historia Natural, el Museo Casa Bolívar y el Museo Guane de Floridablanca.

En cuanto a los festivales y actividades culturales existen expresiones culturales tradicionales como: el Festival Internacional de Piano de Santander organizado por la UIS, la Feria del Libro de Bucaramanga – Ulibro organizado por la UNAB, el Festival Internacional de Cine de Santander, la Semana Nacional del Tiple, el Festival de Teatro Santander en Escena, el Festival Infantil de Música y Danza Maestro Guillermo Laguna, el Festival Municipal de Música Campesina de Floridablanca, el Festival Internacional de Coros y Música Sacra, la Semana Santa con la Corporación Semana Santa y el Festival La Tigra, estos tres últimos en Piedecuesta. Además, las ferias de los municipios: Feria Bonita y Festival Gastronómico de Colonias (Bucaramanga), Feria Dulce (Floridablanca), Feria Tabacalera (Girón) y Feria de Piedecuesta.

Existen otros escenarios culturales en la región que permiten la concentración y realización de actividades y presentaciones de diversos tipos como el Centro Cultural del Oriente, la Alianza Francesa de Bucaramanga, el Banco de la República, La Casa del Libro Total, también se cuenta con la Casa Cultural Kussi-Huayra en Piedecuesta, la Casa de la Cultura de Floridablanca, la Casa El Solar, Matamba, Artemisia, Espacio Poderoso, Bonobo, y las escuelas de danza Danzazul y Duncan. (Ministerio de Cultura, 2016)

Es importante resaltar la diversidad de colectivos culturales presentes en el área metropolitana de Bucaramanga dentro de los cuales se destacan: Coprouis, Festival La Tigra, Mentas Curiosas, Arte 623, Casa Cultural Opus 27, Organización Red Olímpica, Asociación Escuela de Artes Mario González, Feidearte, Empalabras, Devergente Lab, Laboratorio 20 Colectivo, Muros con sentidos, Matamba Cumbanaue, Nueva Imagen Cultural, Ingenios Asociados, A los Pies del Maestro Ministerio de Danza, Corporación Cultural Red Teatral de Piedecuesta, Corporación Artística y Cultural Totem, Corporación Galería La Mutante, Corporación Ensamble, Corporación Grupo Ventana Teatro, Escuela Campesina de Artes y Oficios El Colibrí, Estudio 5 y el Instituto Arte A Tiempo.

Otro elemento fundamental dentro de un adecuado ecosistema cultural es la formación. El diagnóstico de la actividad cultural y los resultados de la presente investigación describen el escenario de oferta formativa en la región. A nivel de formación profesional artística de pregrado existe oferta formativa diversa, pero no sucede lo mismo a nivel de posgrados. Existen algunos cursos y talleres de formación con el inconveniente que no ofrecen certificación formal.

En cuanto a la educación formal se encuentran carreras como:

- Diseño industrial, ingeniería de sistemas y licenciatura en música en la Universidad Industrial de Santander.
- Artes audiovisuales, artes plásticas, gastronomía, comunicación social, literatura, música e ingeniería de sistemas en la Universidad Autónoma de Bucaramanga.
- Ingeniería de telecomunicaciones y arquitectura – Universidad Santo Tomás.
- Arquitectura, comunicación social y periodismo, diseño gráfico, diseño industrial, diseño de vestuario, estudios literarios, ingeniería de sistemas e informática, ingeniería en diseño de entretenimiento digital y publicidad en la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB).
- Diseño industrial y diseño gráfico en la Universidad de Investigación y Desarrollo (UDI).
- Diseño de modas en la Universidad Manuela Beltrán (UMB).
- Tecnología en gestión de moda, profesional en diseño de moda, tecnología en desarrollo de sistemas informáticos e ingeniería de sistema en las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS).
- Comunicaciones, artes audiovisuales y tecnología en producción de audio en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Unad).

- Tecnología en producción de radio y medios audiovisuales en el Instituto Técnico de Administración y Economía (Itae).

- El Sena ha ofertado por muchos años programas formativos en gastronomía a nivel de técnico de cocina, diseño y decoración de espacios interiores y tecnología gastronómica.

De acuerdo con Ministerio de Cultura y el nodo, algunas de las instituciones que ofertan formación no formal en la región son:

“La Escuela Municipal de Artes del Imcut, las escuelas de danza enfocadas a niñas, niños y adolescentes como Duncan y Danzazul (en donde se enseña clásica, contemporánea y danza terapia), las Escuelas de Formación en Música Folclórica, el Semillero de Circo, el programa de teatro Incubaxion, la academia AMUS de arte y música, el Centro de Educación Musical (CEM), la academia y las salas de ensayo Beats y la empresa de entretenimiento AMP23, que ofrece programas de formación específicamente para música en vivo. Es importante resaltar el impacto de la Escuela de Artes para niños Kussi-Huayra y el proceso desarrollado en Piedecuesta, que cuenta con apoyo del Ministerio de Cultura; así como los procesos de formación en artes plásticas y visuales que ofrecen los espacios culturales”. (Ministerio de Cultura, 2016)

2.3 Panorama de TIC a nivel departamental: infraestructura, uso y apropiación.

El desarrollo de las mesas de trabajo con los grupos de expertos permitió identificar la carencia general en el uso e implementación de nuevas tecnologías en el desarrollo de los proyectos creativos y culturales. Una de las principales razones está relacionada con los costos que implica la innovación, el desarrollo y el mantenimiento de los mismos. Estos altos costos contrastan con los ajustados presupuestos e incentivos al momento de generar los montajes, las plataformas de difusión o presentaciones, por presentar algunas áreas.

Las políticas que el departamento planea en relación al uso de nuevas tecnologías, para impulsar la creatividad, las

artes y las industrias creativas se enmarcan dentro del programa de generación de condiciones para el desarrollo de la creatividad artística. La implementación de acciones de formación se planea con un aprovechamiento total de las TIC, de tal forma que permita llegar a todas las poblaciones de las provincias del departamento con programas de formación y capacitación, según el caso, 100 % *online*. Igualmente, se plantea el uso de nuevas tecnologías para el aprovechamiento y uso de los contenidos bibliográficos para la población de la región (Gobernación de Santander, 2016).

2.4 Marco normativo, políticas y programas de fomento a la actividad cultural a nivel departamental y municipal.

La generación de una robusta y amplia línea base de información para la generación de políticas públicas encaminadas a la construcción, desarrollo, fortalecimiento e integración del sector creativo y cultural de Colombia, es uno de los principales objetivos del presente estudio.

Con miras a la consecución de este objetivo es fundamental la participación de todos los agentes que componen tan amplio ecosistema. Ochoa Gautier (2003) define la política cultural como “la movilización de la cultura llevada a cabo por diferentes tipos de agentes -el Estado, los movimientos sociales, las industrias culturales,

instituciones tales como museos u organizaciones turísticas, asociaciones de artistas y otros- con fines de transformación estética, organizacional, política, económica y/o social” (p. 20).

A continuación, se presenta la estructura normativa que el sector creativo y cultural posee a nivel nacional, departamental y municipal, siguiendo la guía del direccionamiento de la cultura en Colombia y de Santander, planteada en el Plan estratégico de Cultura de Santander 2016-2026.

2.4.1 Nacional.

2.4.1.1 Ley General de Cultura de Colombia

Con la ley 397 de 1997, se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias (Congreso de Colombia, 1997).

Se reconoce la cultura como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y

creencias. Establece el papel del Estado como generador de políticas que impulsen y estimulen los proyectos y actividades en las diferentes áreas culturales. También como una institución respetuosa y que no censurará las expresiones artísticas en su forma y contenido ideológico. Además, establece la normativa que garantiza la difusión y conservación del patrimonio cultural y su clasificación. Se crea el Ministerio de Cultura, con las facultades y funciones, con el fin de darle a la cultura un papel más representativo en el país (Gobernación de Santander, 2016).

2.4.1.2 Documento CONPES 3659 de abril de 2010 “Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia”

El objetivo central de esta política es aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales y alcanzar elevados niveles de productividad.

La política se estructura en cinco líneas estratégicas:

1. Promoción de la circulación de bienes y servicios.
2. Incremento del acceso a los mecanismos de financiamiento.

3. Apoyo a las iniciativas locales para el desarrollo de industrias culturales.

4. Ampliación de la oferta de formación especializada.

5. Fomento del uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio de las industrias culturales.

Además se propone reducir la concentración regional de las industrias culturales, mediante el aprovechamiento del potencial local y de experiencias piloto (CONPES 3659, 2010).

2.4.1.3 *Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018 “Todos por un nuevo país”*

El Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno de Juan Manuel Santos (2010 – 2018) plantea el apoyo a procesos y actividades del sector cultural a través de:

Impulsar la política cinematográfica del país, la implementación de los planes nacionales para las artes y la danza, los procesos de comunicación y territorio, los procesos culturales con enfoque diferencial y acción sin daño y los procesos de recuperación y preservación de la memoria que desarrollan de manera articulada el Museo Nacional de Colombia, la Biblioteca Nacional, el Archivo General de la Nación (AGN) y el Instituto Colombiano de

Antropología e Historia (Icanh) (Presidencia de la República de Colombia, 2014, p.156).

Estos procesos, acciones y proyectos se desarrollarán a través de las convocatorias de los programas nacionales de concertación y estímulos del Ministerio de Cultura.

Además, garantizar la articulación Nación-Territorio, acompañado de un proceso de fortalecimiento de las capacidades de gestión cultural en lo local, a través de la consolidación del Sistema Nacional de Cultura (Presidencia de la República de Colombia, 2014).

2.4.1.4 *Ley 1834 de 2017 – Ley del fomento a la Economía Creativa o Ley Naranja.*

La ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, entendidas como aquellas industrias que se fundamentan en la propiedad intelectual. Se destaca la generación de estrategia para la gestión pública efectiva de la ley, las cuales se conocen como las 7i. Estas son: Levantamiento de la información de los sectores de la economía creativa, institucionalidad, formalización y adecuación de la industria, desarrollo de infraestructura física y virtual, integración y accesibilidad a

mercados internacionales, inclusión e inspiración de la cultura participativa.

Además, plantea la constitución del Concejo Nacional de Economía Creativa, conformado por profesionales idóneos y conocedores del sector; fuentes de financiación con tasas compensadas y proyectos de infraestructura cultural dinámicos y productivos. (Congreso de la República de Colombia, 2017)

2.4.2 Departamental.

2.4.2.1 *Plan Estratégico de Cultura “Santander Crea 2009 – 2019”*

El direccionamiento de la cultura de Santander se encuentra plasmado en el Plan estratégico de Cultura de Santander “Santander Crea 2009 – 2019”, el cual tiene como objetivos:

1) La conservación del patrimonio cultural con el fin de salvaguardar la identidad santandereana para las próximas generaciones por medio del fortalecimiento del sistema departamental de cultura, apoyando los consejos departamentales y municipales de cultura y las asociaciones de gestores culturales; mejorando así los procesos de planeación y direccionamiento del sector.

2) El reconocimiento de los gestores culturales apoyando la promoción y difusión de las manifestaciones artísticas; esto por medio del sistema departamental de información y memoria cultural. En este último proceso se otorgarán estímulos y premios culturales.

3) El mejoramiento de la infraestructura cultural ya existente como bibliotecas, teatros, museos, casas de la cultura y centros de memoria.

4) El apoyo a la formación artística y cultural y a los eventos culturales (Gobernación de Santander, 2016).

2.4.2.2 Plan de Desarrollo de Santander 2016 – 2019 “Santander Nos Une”.

Las estrategias para el desarrollo cultural del departamento se basan en la recuperación del orgullo, la nobleza, la unidad y la solidaridad de toda la santandereanidad a través de la creación de espacios de intercambio de cultura, costumbres, saberes y sabores entre todas las provincias, con el fin de convertir al departamento en territorio de paz.

Los objetivos estratégicos planteados en el Plan de Desarrollo Departamental (2016-2019) para el desarrollo cultural son:

1) Lograr la apropiación social del patrimonio cultural a través del aprovechamiento eficiente de los espacios urbanos, naturales y culturales.

2) Estructurar un sector dinámico y articulado fortaleciendo los procesos culturales, que garanticen la

diversidad en todas sus expresiones y el efectivo ejercicio de los derechos culturales de creadores y gestores del departamento.

3) Salvaguardar, proteger, recuperar, conservar, asegurar la sostenibilidad y divulgación del patrimonio cultural santandereano para que contribuya en la construcción de la identidad cultural y del legado para las generaciones futuras.

4) Promover la apropiación y articulación de las diferentes provincias del departamento en sus costumbres, gastronomía, folclor y saberes ancestrales del territorio.

Para la Gobernación de Santander, la revitalización de los valores e identidad cultural es fundamental para garantizar la generación de entornos sostenibles que faciliten escenarios de paz y reconciliación (Plan de Desarrollo de Santander, 2016-2019. p. 175).

2.4.3 Municipales

2.4.3.1 Plan de acción – Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Bucaramanga (Imct)

Dentro del plan se organizan cinco líneas estratégicas enfocadas al desarrollo de la industria creativa y cultural. En este componente estratégico se plantean los nueve programas: Lectura, Escritura y Oralidad (LEO); procesos de formación en arte; formato de la producción artística; la cultura a la calle; recuperación y conservación del

patrimonio; proceso de fortalecimiento de los oficios; fomento del turismo (observar y ser observados); intervención social del espacio público y ampliación de mercados internacionales (Instituto Municipal de Cultura y Turismo, 2016).

2.4.3.2 Plan de Desarrollo 2016-2019 Municipio de Girón

El plan de desarrollo para el sector cultural en Girón, se compone de dos elementos. Por un parte se encuentra el componente diagnóstico, titulado “Una mirada a nuestro territorio”. En éste se hace mención al componente de arte y cultura, para identificar las actividades y eventos culturales desarrollados y los programas y actividades culturales orientadas al beneficio de la población, cursos de formación musical, artes escénicas y artes plásticas y el programa de bandas y artesanías.

En el segundo elemento se definen la línea estratégica titulada “Somos tejido social para el arte, la cultura y el turismo”, la cual se compone de tres programas: a)

Educación artística y cultural “Mi territorio en cultura”, en la cual se busca la implementación de programas de formación artística, la creación de la Academia Municipal de Arte (AMA); b) El programa de competitividad cultural y artística, que tiene por objetivo diseñar e implementar la agenda cultural, el programa de promoción de clúster creativos, empleo y emprendimiento cultural y de una estrategia de competitividad y c) El programa de competitividad, promoción e infraestructura turística para la paz (Alcaldía de Girón, 2016).

2.4.3.3 Plan de Desarrollo 2016-2019 Municipio de Piedecuesta

En el plan, para el sector cultural, se presenta como elemento de diagnóstico, la creación y puesta en funcionamiento del Concejo Municipal de Cultura desde el año 2013, el Instituto de Bellas Artes, el Centro cultural Daniel Mantilla Obregozo y el inventario del patrimonio histórico cultural del municipio. Así mismo, en las líneas

estratégicas se presentan dos programas que resumen las metas planteadas para el sector cultural: la cultura proyecto de todos en Piedecuesta y el desarrollo cultural y artístico para los Piedecuestanos (Alcaldía de Piedecuesta, 2016).

2.5 Identificación de fuentes de financiación para la actividad cultural a nivel departamental y municipal.

A nivel departamental se identifica, entre las principales fuentes de financiamiento, las Becas Bicentenario, que tienen el objetivo de promover el mejoramiento de las condiciones de producción artística en el departamento de Santander. Estas becas se otorgan para la creación y producción de obras artísticas en las áreas y modalidades de: teatro, para crear y producir obras de teatro de sala, teatro callejero, títeres y narración oral escénica; danza, para creación y producción de espectáculos de danza folclórica, danza contemporánea y danzas urbanas; música, para la creación y producción de conciertos para banda de vientos, música tradicional, música urbana, música de cámara y coros; artes visuales, generación de exposiciones de escultura, pintura, fotografía y nuevas formas visuales; artes audiovisuales, producción de documentales para televisión y cortometraje y literatura, para la publicación de obras literarias en novela, cuento, poesía, ensayo histórico y dramaturgia.

Otra modalidad de financiamiento es el Programa Departamental de Concertación Cultural de Santander, cuyo objetivo es impulsar, estimular y apoyar los procesos, proyectos y actividades culturales de interés común, que permitan el acceso de la población y las instituciones a los bienes, servicios y manifestaciones culturales a través del apoyo financiero. Estos incentivos se encaminan en nueve líneas creativas y culturales:

- Línea 1: lectura y escritura. Proyectos que fomenten la lectura (tertulias literarias, fiestas del libro, lectura en voz alta, clubes de lectura) para personas en situación de discapacidad; conservación y digitalización de los archivos de las bibliotecas públicas, fomento a la escritura (talleres de narrativa, de adivinanzas) entre otros.
- Línea 2: actividades artísticas y culturales de duración limitada. Comprende proyectos como festivales de las artes representativas, de las letras, el audiovisual y el cine,

carnavales, ferias y fiestas tradicionales, recitales y conciertos, encuentros académicos de saberes artísticos y culturales.

- Línea 3: fortalecimiento de espacios culturales. Comprende proyectos de difusión, investigación, divulgación, programación y conservación.
- Línea 4: programas de formación artística y cultural.
- Línea 5: emprendimiento cultural. En esta línea se financian proyectos de industrias culturales relacionadas con los sectores del cine, radio y televisión comunitarias, la música, las artes escénicas (danza, teatro, circo, títeres), el sector editorial (libros, revistas), el comic, las artes visuales, animación y videojuegos y nuevos medios digitales y cocinas tradicionales.
- Línea 6: circulación artística a escala nacional. Comprende proyectos que fomenten, promocionen y divulguen las manifestaciones del arte y la cultura, la circulación y la participación de los artistas departamentales en el territorio colombiano.
- Línea 7: fortalecimiento cultural a contextos poblacionales específicos. Proyectos que incluyan creación, memoria, formación, procesos de recuperación, transmisión de saberes y prácticas culturales.
- Línea 8: igualdad de oportunidades culturales para la población en situación de discapacidad.
- Línea 9: dotación de centros culturales y casas de la cultura municipales. (Gobernación de Santander, 2015)

A nivel municipal, el Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Bucaramanga cuenta con varios programas de becas y estímulos, entre ellos: Bucaramanga Cree en Tu

Talento, que brinda reconocimientos a la creación artística de la ciudad a través de reconocimientos para apoyar los actos individuales o colectivos que permiten a las personas innovar y recrear la cultura y adaptarse a situaciones nuevas de la realidad. Estos se plantean en 7 categorías que buscan exaltar las diferentes manifestaciones artísticas: artes visuales, danza, literatura, primera infancia, infancia y adolescencia, música, teatro y cinematografía (Instituto Municipal de Cultura y Turismo, 2018).

Entre las convocatorias para estímulos más recientes, se encuentran:

- Los fondos de itinerancia y circulación, los cuales buscan estimular la participación de los artistas, creadores y gestores culturales de Bucaramanga, en diversos eventos que potencializarían del desarrollo artístico y cultural en todo el territorio nacional o internacional u otros tipos de representaciones en eventos en calidad de artistas, ponentes, conferencistas, solistas.

- Cultura a la calle, convocatoria que en palabras textuales del Imct busca: “propiciar encuentros en familia y comunidad en general, en espacios de inclusión y participación social alrededor del arte y la cultura, en lugares no convencionales como parques, salones comunales y canchas, con presentaciones de artistas locales, regionales y nacionales, apoyando así los procesos de circulación de las prácticas artísticas y culturales en sus diferentes manifestaciones” (Instituto Municipal de Cultura y Turismo, 2018).

- Convocatoria para docentes de la Escuela Municipal de Artes y oficios de Bucaramanga, en las áreas de artes plásticas y visuales, música y teatro, que contribuyan al propósito de generar semilleros artísticos que promuevan el ejercicio de las artes, y de generaciones de creadores en el municipio de Bucaramanga.

3.

RESULTADOS DEL MAPEO

El mapeo del sector creativo y cultural del área metropolitana de Bucaramanga, que comprende los municipios de Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta, se desarrolló a partir de tres elementos metodológicos que permitieron diagnosticar y caracterizar al sector: 1) aplicación de una encuesta de caracterización, basados en el modelo propuesto por la consultora Lado B;

2) talleres de diagnóstico sectorial con la participación de diversos agentes representativos, para el análisis de variables de impacto del sector, y 3) mapa por subsector en el que se consigna visualmente la información recopilada de los agentes culturales. Los resultados de estas tres metodologías se describen a continuación.

3.1 Resultados de la encuesta de caracterización.

Con la asesoría de la consultora LADO B, se aplicaron 300 encuestas personalizadas a los diversos agentes representativos de los diversos sectores que hacen parte de la industria creativa y cultural. Para la selección de los agentes o muestreo se utilizó la metodología de bola de nieve, donde agentes encuestados refieren al encuestador

a otros agentes; esto con el fin de identificar redes de trabajo.

En la figura 1 se puede evidenciar la participación porcentual de cada uno de los municipios con respecto a los agentes encuestados. Se observa que el municipio de

Bucaramanga representa el 49 % de participación, seguido de Piedecuesta, Floridablanca y Girón. Es importante recalcar la importancia que tiene Piedecuesta quien, a pesar de ocupar el cuarto lugar con relación al tamaño de población, ocupa el segundo lugar en cuanto a representatividad de agentes culturales, convirtiéndose en un nicho muy importante para el desarrollo del sector.



Figura 1: clasificación de encuestados por municipios.

Con referencia al género, el masculino representó en la encuesta un 60 % y el género femenino un 40 % (ver figura 2). Por grupos etarios, la mayor representatividad se encuentra entre las edades de 25 a 45 años; acompañado de una muy buena representación de jóvenes entre los 18 y 25 años en los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta (ver figura 3).

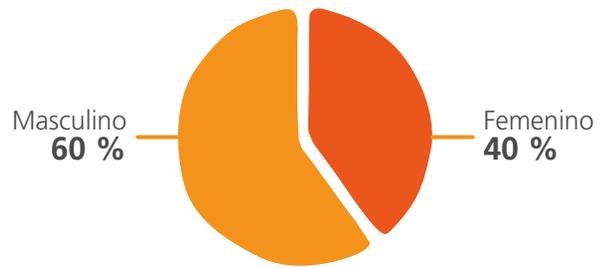


Figura 2: clasificación encuestados por género.

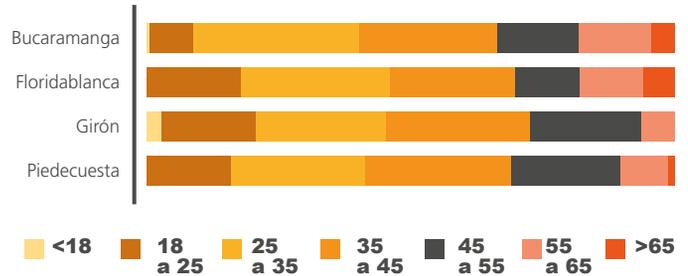


Figura 3: clasificación por edades y municipios.

A continuación, se analiza la información de acuerdo a elementos que permiten asociar diferentes variables y caracterizar de una manera adecuada a los agentes de la industria creativa y cultural.

3.1.1 Formación

Es destacable que el 57 % de los encuestados afirman tener un nivel de educación superior, 38 % a nivel universitario y 19 % a nivel de posgrado. El 24 % posee un nivel de educación técnica o tecnológica y sólo el 2 % afirma tener educación primaria. Estos resultados demuestran un alto nivel educativo en el sector, lo cual induce a pensar en la existencia de un buen capital humano para el desarrollo de actividades creativas y culturales (ver figura 4).



Figura 4: formación académica de los encuestados.

En cuanto a la forma como han adquirido los conocimientos sobre temas culturales, la mayoría afirma que ésta se ha dado a través de métodos autodidactas, estudios universitarios y talleres. En menor medida los conocimientos se han adquirido a través del trabajo con maestros o transmisión local (ver figura 5).



Figura 5: formas de adquirir conocimiento para el desarrollo de actividades culturales.

A nivel de los sectores, la gestión cultural y el sector de formación son quienes presentan una mayor proporción en cuanto a nivel de educación superior. Se destaca igualmente los sectores de servicios creativos, patrimonio material y medios audiovisuales y editoriales, donde la participación de profesionales con posgrado es alta con

relación a los demás sectores. Sin embargo, como ya se mencionó antes, es destacable el alto nivel educativo de todos los sectores. El sector de Artesanías es donde el nivel de educación técnica presenta la mayor participación y los sectores de patrimonio natural e inmaterial presenta mayor participación los bachilleres (ver figura 6).

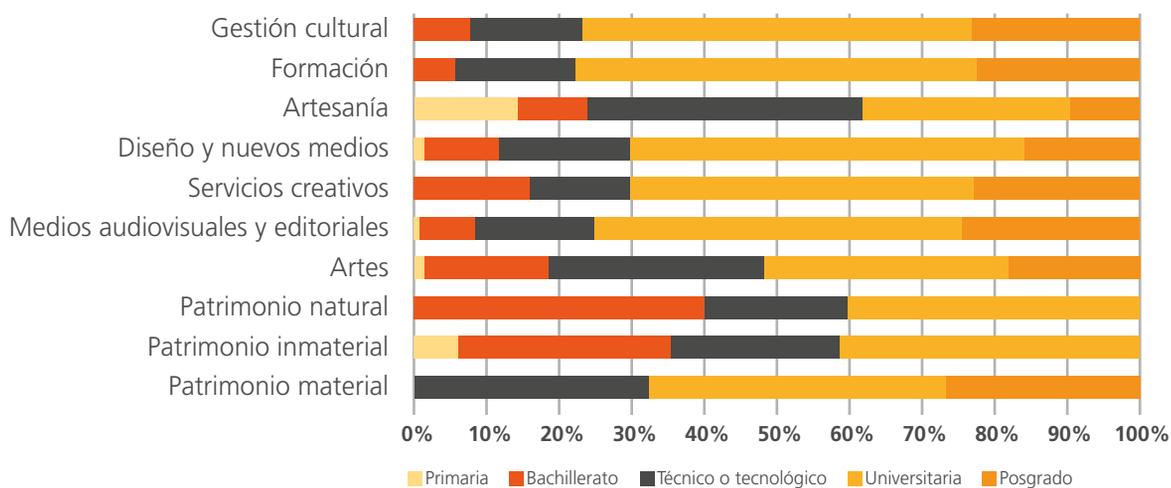


Figura 6: formación académica por sectores creativos y culturales.

Muy relacionada con el tema de la formación es la evaluación que hicieron los encuestados con respecto a la formación y las capacidades de los agentes del sector cultural de la región. Ellos evaluaron cuatro aspectos en una escala de 1 a 4, donde 1 es total desacuerdo y 4 es totalmente de acuerdo. Los resultados muestran un nivel inferior a 3, evidenciando problemas en los aspectos

cuestionados. El mejor calificado, con un promedio de 2,7, es el ítem que indica que hay suficientes creativos con una sólida formación artística. La menor evaluación estuvo relacionada con la afirmación de que hay suficientes programas de formación para hacer frente a las necesidades del sector cultural, con un promedio de 2,0.

3.1.2 Sostenibilidad

Una de las preguntas más importantes en la aplicación de la encuesta estuvo relacionada con lograr determinar la forma de financiación de las actividades creativas y culturales, pues es uno de los elementos más críticos en el desarrollo de actividades económicas. Al cuestionar si desempeñaba una actividad económica diferente a la actividad cultural o artística, el 59 % de los encuestados afirmaron que no realizaban otra actividad, lo que induce a afirmar que existe una presencia importante de agentes

dedicados exclusivamente al sector (ver figura 7). A quienes afirmaron que sí ejercían otra actividad, se les cuestionó acerca de cuál de las actividades les generaba más ingresos, obteniendo que el 49 % indican que la otra actividad generaba mayores ingresos que la actividad cultural y un 29 % que les generaba el mismo nivel de ingresos. Tan sólo el 22 % afirman que la actividad cultural genera más ingresos.

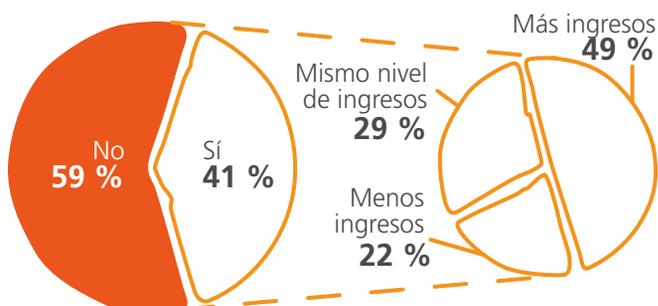


Figura 7: desempeño en actividades diferentes a las culturales y niveles de ingresos.



Figura 8: otras actividades desempeñadas por los encuestados.

Un elemento muy importante, y relacionado con la sostenibilidad, son los años de experiencia de las agentes o empresas en el sector. Los resultados de la encuesta indican que el 46 % de los agentes manifestaron tener menos de 10 años en el mercado, el 24 % manifiesta menos de 5 años. Esto indica la existencia de agentes y empresas muy jóvenes que pueden tener un potencial muy alto, pero que están en una etapa crítica de posicionamiento en el mercado. Sin embargo, es destacable la participación de agentes entre los 10 y 30 años (43 %), lo que también evidencia un alto nivel de supervivencia de las actividades en el área (ver figura 9)



Figura 9: años de experiencia.

Al hacer énfasis en el desempeño de las actividades culturales, se indagó sobre el tipo de naturaleza económica en que se encuentra el agente cultural. Los resultados a esta pregunta se encuentran en la figura 10, donde se destaca que el 80% afirma ser personas naturales, es decir, que desempeñan de manera individual

su actividad. El 13 % afirma tener personería jurídica y el 7 % pertenece a colectivos sin personería jurídica. Se destaca que el 79 % de quienes afirmaron tener personería jurídica, desempeñan sus actividades sin fines de lucro.

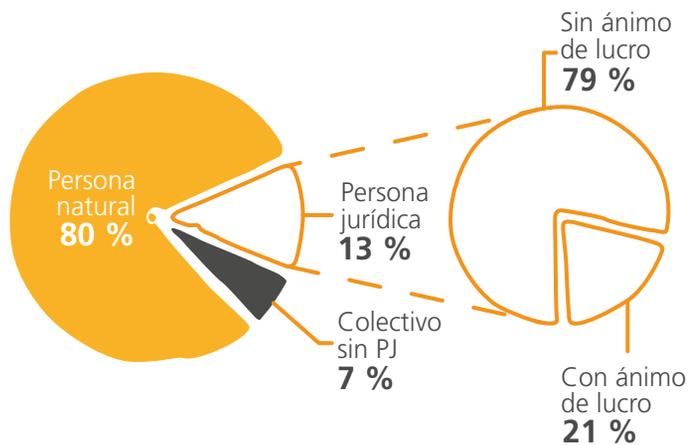


Figura 10: naturaleza económica.

Tanto a los agentes representantes de una organización con personería jurídica como a los colectivos, se le indagó a profundidad sobre el nivel de ingresos generados en el año 2016. En su mayoría, afirman que sus ingresos se encuentran por debajo de los 60 millones (ver figura 11). Al comparar este resultado con la pregunta que relaciona los ingresos contra los gastos, se encuentra que sólo el 11% afirma que sus ingresos son superiores a sus gastos, lo cual evidencia una baja rentabilidad en las actividades valoradas (ver figura 12).

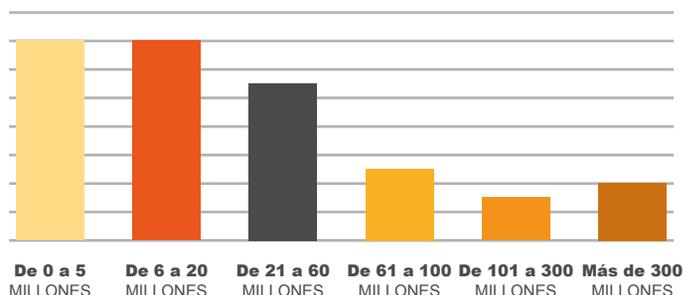


Figura 11: nivel de ingresos.

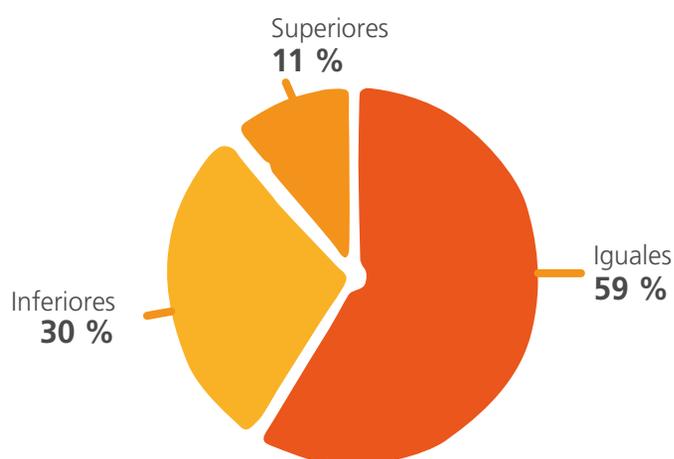


Figura 12: ingresos versus gastos.

Se indagó acerca del uso de diferentes fuentes de recursos a través de una escala de valoración de 0 a 4, siendo 0 si la fuente no es utilizada y 4 si la fuente la utiliza en mayor medida. Los resultados muestran que las principales fuentes de ingresos se asocian con recursos propios y recursos generados de la actividad cultural, con un promedio de valoración de 2,57 y 2,54, respectivamente.

La menor fuente proviene de recursos de cooperación internacional. Los recursos provenientes del sector público se encuentran en un nivel intermedio, con una valoración de 1,12 (ver figura 13).

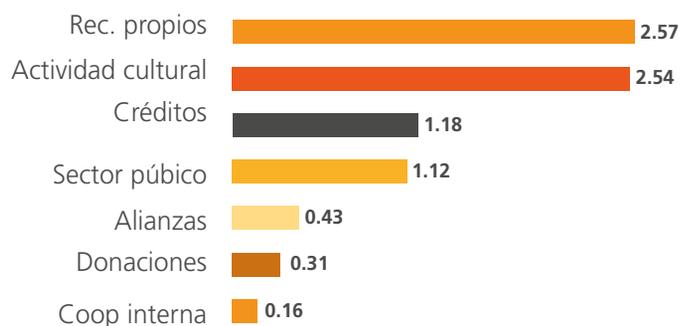


Figura 13: fuentes de financiación del sector creativo y cultural.

Si se relacionan las fuentes de financiación con la naturaleza jurídica, se pueden encontrar notables diferencias con respecto al municipio de residencia del agente. Se encuentra, por ejemplo, que en Bucaramanga se tiene la mayor participación de financiación con recursos propios, utilizados esencialmente por las personas naturales; siendo esta última la más representativa en todos los municipios. Floridablanca y Piedecuesta tienen un comportamiento similar en cuanto al uso de recursos propios y Girón es el municipio que reporta menos participación en esta fuente (ver figura 14).



Figura 14: distribución de la financiación con recursos propios por municipios y naturaleza jurídica.

Para el caso de la financiación con recursos de la actividad cultural, se observa un leve cambio a nivel de municipios, donde Bucaramanga disminuye su participación a favor del municipio de Piedecuesta (ver figura 15).



Figura 15: distribución de la financiación con recursos de la actividad cultural por municipios y naturaleza jurídica.

Por su parte, en relación a la financiación con recursos públicos, se puede observar en la figura 16, que los agentes del municipio de Girón confieren gran

importancia en esta fuente de recursos, desplazando en participación al municipio de Floridablanca.



Figura 16: distribución de la financiación con recursos públicos por municipios y naturaleza jurídica.

3.1.3 Características de la oferta

La oferta de bienes y servicios del sector creativo y cultural se ha agrupado en 10 sectores representativos. Los resultados de la encuesta evidencian que el sector de Artes es el más representativo (ver figura 17). En este sector, la actividad más representativa es la Música, seguida de la pintura y la fotografía (ver figura 18).



Figura 17: representación de sectores creativos y culturales en el AMB.

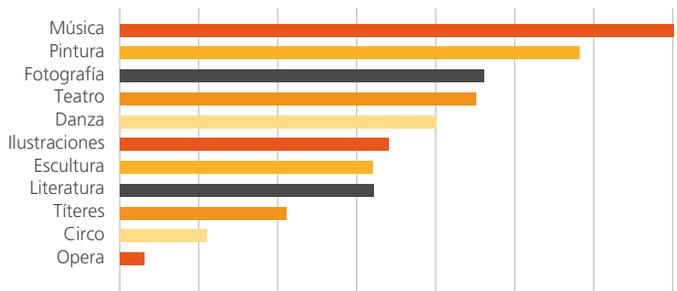


Figura 18: principales actividades del sector de Artes en el AMB.

En el segundo sector en importancia se encuentran las actividades relacionadas con Medios Audiovisuales y Editoriales, en el que se destacan las publicaciones digitales, televisión y cine (ver figura 19).

La mayor parte de los productos y/o servicios ofrecidos son destinados al mercado local o regional. Seguidamente se encuentra el mercado nacional y suramericano; lo cual pone de manifiesto, la relación directa de la cercanía geográfica con el destino de los productos (ver figura 23).

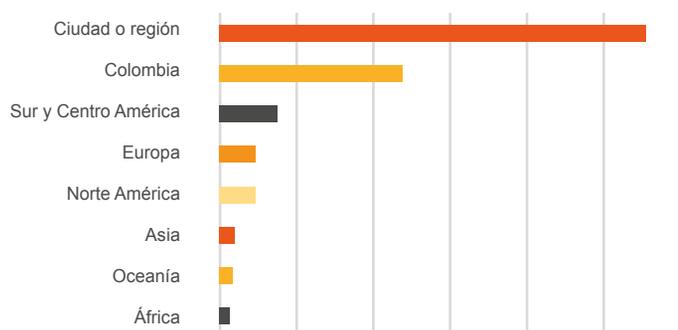


Figura 23: destino de los productos y/o servicios.

Con relación a las actividades que desempeñan los diferentes agentes encuestados, se puede observar que, aunque hay representación en todos los eslabones de la cadena productiva de los sectores analizados, la mayor participación se centra en la producción de bienes y servicios y en los procesos de formación y transmisión de saberes. Las menores participaciones se encuentran en actividades relacionadas con los servicios de soporte a la producción, circulación y consumo y en el intercambio comercial (ver figura 24).

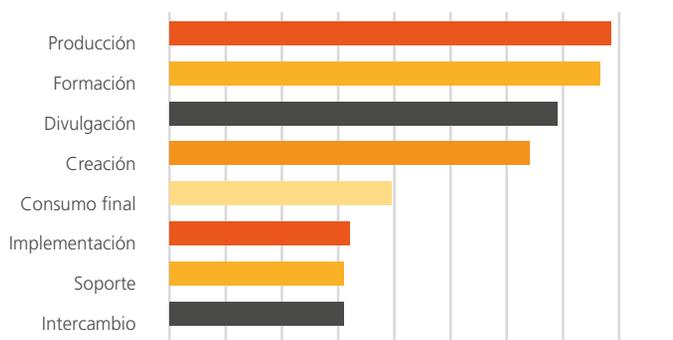


Figura 24: principales labores desempeñadas por los agentes.

Muy relacionado con la evidencia anterior, se cuestionó acerca de la participación del agente en toda la gestión del producto, desde la creación hasta la entrega final al consumidor. Los resultados, a nivel municipal, muestran que en el caso de Bucaramanga es mayor la participación de otros agentes en todo el proceso que la autogestión. Caso contrario sucede en Piedecuesta, donde la autogestión es mayor que la participación de agentes diferentes en la producción y comercialización de un producto o servicio. En Floridablanca y Girón los dos modelos son muy similares (ver figura 25).

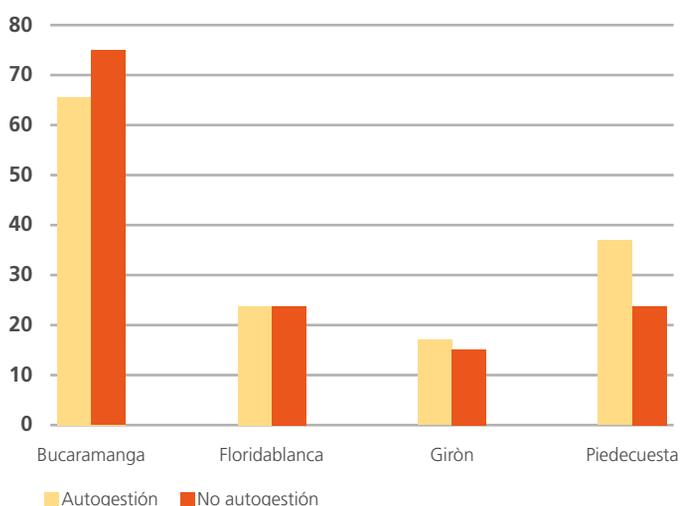


Figura 25: gestión de productos y/o servicios.

A los encuestados que respondieron afirmativamente sobre la participación de otros agentes en la gestión de productos y/o servicios, se les pidió que evaluaran de una escala de 0 a 4, donde 0 es que no tiene ningún tipo de relación y 4 que indica que se relaciona en mayor medida, con cuál de los perfiles se relacionaban principalmente en la gestión de la actividad cultural. Los resultados muestran que, aunque sí tiene una relación muy importante con todos los perfiles, la mayor relación se encuentra con los agentes que ayudan en la etapa de producción y con los agentes o plataformas que ponen sus productos y/o servicios a disposición del consumidor final. La menor ponderación se encuentra en relación con las instituciones públicas (ver figura 26).

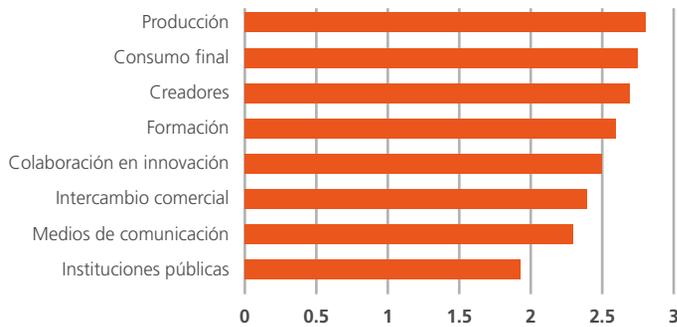


Figura 26: relación con otros agentes.

Quienes afirmaron que no tenían relación con ningún otro agente, aseguraron que esto obedecía a que no les parece relevante para el desarrollo de su actividad, o que les parece relevante pero no han buscado, o que sería algo muy costoso para el proceso de producción.

Así mismo, se indagó a quienes manifestaron tener relación con otros agentes relacionados con la creación o colaboración en la etapa de creación /innovación, sobre el sector a qué pertenecen esos agentes. En su mayoría respondieron que estaban relacionados con agentes del sector de artes visuales, música, diseño, servicios creativos y audiovisual.

3.1.4 Política pública

Una de las variables más importantes a tener en cuenta, en aras de analizar la importancia del sector creativo y cultural en el contexto regional, es la incidencia del sector público, específicamente de las políticas públicas en el desarrollo del sector. Para ello se les indagó a los agentes si han sido beneficiarios de políticas públicas a nivel local, regional y nacional. Los resultados demuestran que, en cualquiera de los tres contextos, existe un nivel muy bajo de agentes beneficiados. En la figura 27 se puede evidenciar que sólo el 32 % de los encuestados afirmaron ser beneficiarios de políticas públicas a nivel local o municipal. Cuando se van ampliando el espectro, se evidencia que el número de beneficiarios va disminuyendo.

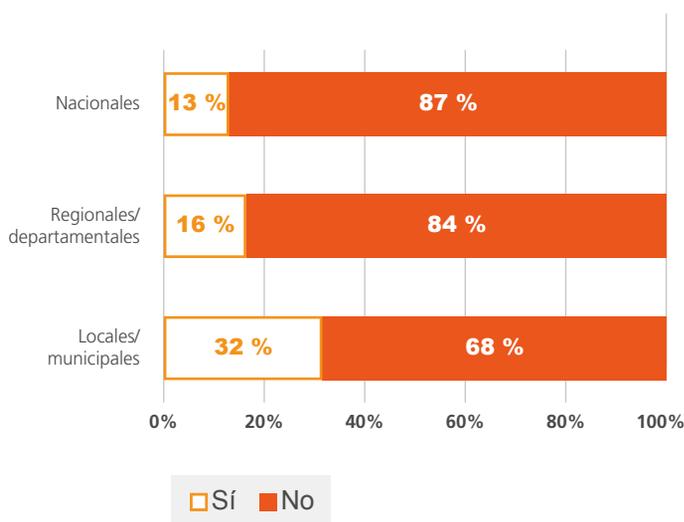


Figura 27: ¿Es beneficiario de políticas públicas?

Posteriormente, se les solicitó evaluar la prioridad de diversas políticas culturales que fueran estratégicas para el desarrollo del sector cultural y creativo de la región. Para la evaluación se utiliza una escala de 1 a 4, donde 1 indica que no es una política prioritaria y 4 es una política prioritaria. Los resultados se muestran en la figura 28. Allí se evidencia que todas las políticas fueron evaluadas a nivel superior a 3, demostrando la importancia de todas ellas para el desarrollo del sector. Facilitar el acceso de la comunidad a bienes culturales (bibliotecas, festivales, etc.) y fortalecer y actualizar los programas de formación artística y creativa o en oficios técnicos, son las políticas mejor valoradas por los agentes consultados. La política menor evaluada, aunque no significa que no sea prioritaria, fue la relacionada con la generación de una ruta exportadora para la oferta cultural local.

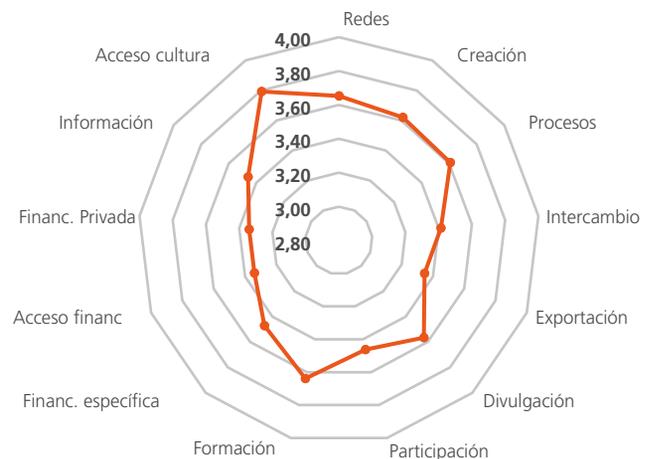


Figura 28: prioridad de políticas públicas.

3.1.5 Incidencia nuevas tecnologías

El uso de nuevas tecnologías por parte de los agentes culturales se evaluó a través de la valoración de éstas en el desarrollo de diferentes actividades. Con una escala de 1 a 4, donde 1 es no se utiliza y 4 se utiliza mucho, los encuestados afirmaron que el uso de nuevas tecnologías está más relacionado con mejorar la visibilidad, difusión y promoción de proyectos, productos y servicios y facilitar las comunicaciones con clientes, proveedores, entre otros. En menor medida, las nuevas tecnologías son utilizadas para aumentar los ingresos, disminuir los costos y la venta de productos y servicios (ver figura 29).

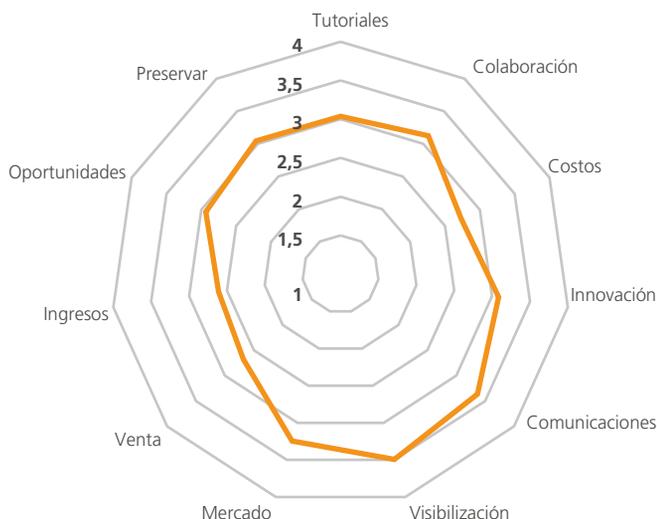


Figura 29: uso de nuevas tecnologías.

3.2 Mapeo por sector.

A continuación, se presenta la georreferenciación de los sectores creativos y culturales del AMB más representativos. En los mapas se incluyen las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

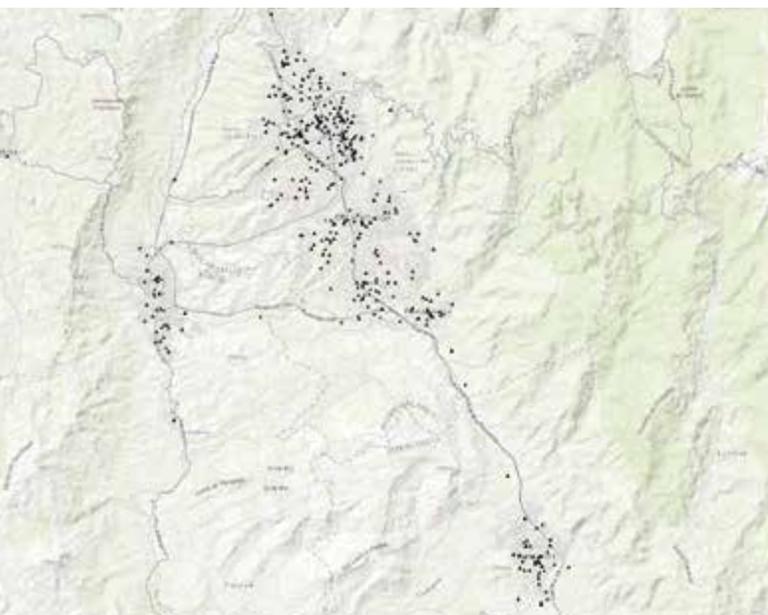


Figura 30: sector de artes.

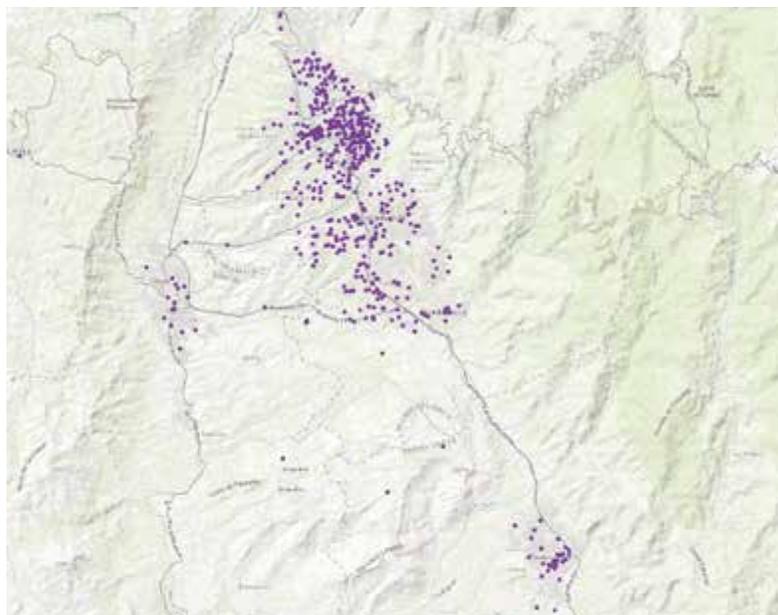


Figura 31: sector diseño y nuevos medios.

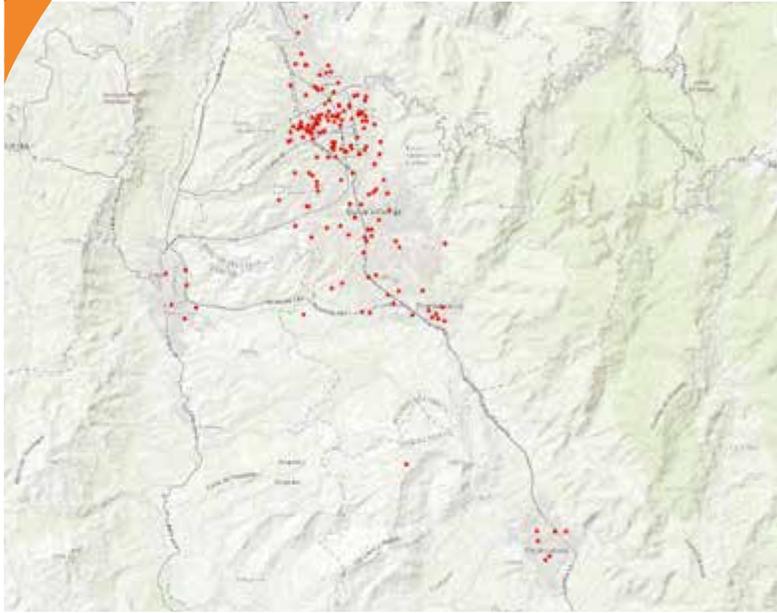


Figura 32: sector medios audiovisuales y editoriales.

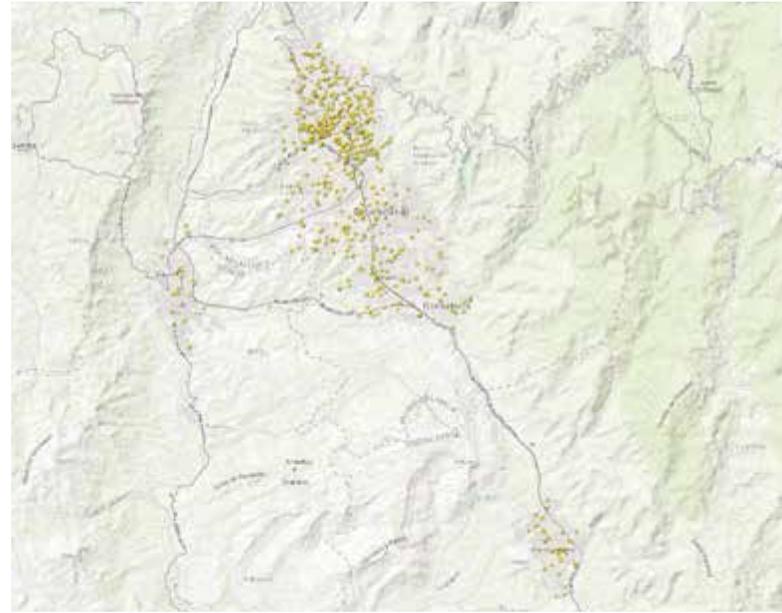


Figura 33: sector servicios creativos.

3.3 Talleres participativos.

3.3.1 Diagnóstico del sector

Este apartado se basa principalmente en los resultados obtenidos en el taller de diagnóstico realizado con 32 participantes de los siguientes subsectores: música, editorial, audiovisuales y cine, artes escénicas y educativo, así como agentes institucionales y de espacios interdisciplinarios. El análisis gira en torno a seis dimensiones básicas: Formación, Sostenibilidad del Sector

Cultural, Incidencia de las Nuevas Tecnologías, Política Pública, Infraestructura y Georreferenciación. Estos componentes, definidos en la metodología del mapeo, son fundamentales para identificar las principales necesidades del sector y propiciar la articulación entre el sector público y privado.

3.3.1.1 Formación

El área metropolitana de Bucaramanga cuenta con una oferta formativa de pregrado amplia y pertinente, la cual incluye programas académicos en artes audiovisuales, literatura, comunicación, música, diseño gráfico, diseño de modas y diseño industrial, entre otros. No obstante, se requiere mayor diversificación en la oferta de posgrados y programas de formación en habilidades técnicas y administrativas. Particularmente, no existen programas de formación orientados a la gestión y administración cultural, lo cual limita la generación de ingresos, la sostenibilidad financiera y en general, el desarrollo de una industria cultural y creativa fuerte.

Un elemento adicional es que, en el imaginario social, el

sector no es considerado económicamente rentable y la producción de bienes creativos y culturales constituye una ocupación secundaria para muchos agentes, quienes desarrollan una actividad económica diferente que constituye su principal fuente de ingresos. La baja capacidad adquisitiva que caracteriza a muchos de los emprendimientos del sector, junto con los altos costos de los programas de formación, hacen que sea necesario recurrir a subsidios para que los actores del sector accedan a la oferta formativa.

Los municipios se caracterizan también por contar con una oferta formativa informal bastante importante, dentro de la cual se destacan la Escuela Municipal de Artes del

Instituto Municipal de Cultura, escuelas de danza, escuelas de formación musical, academias de teatro y artes y salas de ensayo. La oferta de formación no formal es considerada un complemento a los programas formales, dado que permite especializarse y adquirir habilidades en áreas que no están cubiertas por la oferta formal. Además, ésta contribuye a mejorar y ampliar la oferta cultural al formar nuevos agentes y juega un papel importante en la creación de públicos. No obstante, se requiere regular y certificar este tipo de oferta con el fin de mejorar su calidad y agregar valor al conocimiento de las personas que demandan dichos programas de formación.

De acuerdo con los participantes en el taller de diagnóstico, la formación debería ser uno de los temas de que se ocupe la política pública, de manera que se suplan los vacíos identificados y se procure que ésta responda a las necesidades del sector. Igualmente, se requiere que la educación primaria incluya la formación cultural y que se propicie la creación de semilleros infantiles, buscando que en el largo plazo se genere una transformación en los hábitos de consumo cultural y en la percepción social sobre las actividades culturales y creativas.

3.3.1.2 Sostenibilidad del Sector Cultural

En el taller de diagnóstico se estableció que la sostenibilidad económica es uno de los grandes retos que tiene el sector. Como determinantes de esta problemática se identificaron la poca apropiación que tiene el público de la propuesta cultural de la región, la cual es poco conocida y valorada, así como el bajo reconocimiento del valor económico de los bienes culturales que se ofrecen. En consecuencia, se evidencia poca disposición a pagar por los productos culturales locales. Esto conlleva a que no exista un flujo de demanda estable, que se refleja por ejemplo en la venta de boletería para espectáculos y productos culturales no comerciales, la cual es fluctuante y con frecuencia, escasa. En contraste, los eventos y demás oferta de carácter comercial que se presenta en el área metropolitana, cuentan con un público amplio y una alta disposición a pagar.

Un elemento adicional que contribuye a esta problemática es que no existe suficiente información sobre el mercado que pueda orientar la oferta cultural hacia nichos de mercado más rentables. Se requiere por tanto información sobre las líneas culturales que existen en la región, las características del consumidor y sus gustos y preferencias, entre otros. A esto se suma que los agentes del sector no cuentan con capacidades comerciales y gerenciales que les permitan comercializar adecuadamente sus productos y/o buscar fuentes de financiación alternativas.

Como resultado de lo anterior, las entidades públicas se han convertido en una fuente de financiación importante del sector, principalmente el Instituto Municipal de Cultura y Turismo, la Gobernación de Santander y el Ministerio de Cultura. No obstante, esta financiación resulta insuficiente y presenta obstáculos como los trámites burocráticos y la exigencia de recursos de contrapartida en dinero -y no en

especie-, un requisito difícil de cumplir para las empresas del sector.

Frente a la financiación, se evidencia también que los requerimientos para acceder a ella son cada vez más complejos y demandan mayores capacidades gerenciales por parte de los emprendedores culturales, quienes con frecuencia no las tienen, como se mencionó anteriormente. Así mismo, no hay claridad sobre los mecanismos y criterios para otorgar financiamiento por parte de las entidades públicas, los cuales deberían ser claros, transparentes y basados en el mérito. Un inconveniente adicional es que, de los recursos otorgados, se descuentan costos administrativos como las estampillas, lo cual reduce considerablemente los recursos efectivamente disponibles para los emprendimientos culturales.

Finalmente, en el sector prevalece una lógica de proyectos, como lo han denominado los participantes en el taller de diagnóstico, en los cuales los emprendedores aportan su trabajo -muchas veces sin remuneración- gestionan donaciones e invierten recursos propios con el fin de lograr la materialización de una actividad o producto específico. Sin embargo, falta una visión de empresa, con un horizonte temporal mucho más largo, donde se defina claramente un portafolio de productos y se planeen proyectos menos riesgosos orientados a la rentabilidad y la sostenibilidad. Relacionado con lo anterior, los agentes del sector coinciden en afirmar que los proyectos y actividades culturales, en la mayoría de los casos, no generan rentabilidad ya sea debido a que los recursos financieros son limitados, porque es un rubro que no está contemplado en los mecanismos de financiación o por la falta de visión empresarial y habilidades gerenciales ya mencionada.

3.3.1.3 Incidencia de las Nuevas Tecnologías

En cuanto a la incidencia de las nuevas tecnologías, se identificó que existe potencial para el uso de TIC en el sector, pues a nivel global las nuevas tecnologías están permeando cada vez más el sector y son un instrumento que contribuye a la innovación en los productos culturales. No obstante, a nivel local las tecnologías de la información y la comunicación son utilizadas casi exclusivamente en la

divulgación de actividades culturales, desaprovechando su gran potencial. A esto se suma que el sector aún no cuenta con expertos o profesionales reconocidos en este tema. Finalmente, pese al potencial que pueden tener las TIC en el sector, el alto costo de las herramientas tecnológicas constituye un obstáculo para su incorporación en la generación de productos culturales.

3.3.1.4 Política Pública

El sector público juega un papel relevante en el desarrollo del sector creativo y cultural de los municipios del AMB, lo cual obedece a que una parte de los espacios para actividades culturales es pública y a que el sector público constituye una fuente importante de financiación para el sector. No obstante, el nivel de aprovechamiento de los espacios públicos disponibles es bajo y los recursos financieros provenientes de las entidades públicas resultan insuficientes. Estos son asignados a través de convocatorias de bajo impacto que benefician a un número reducido de agentes.

En general, los actores involucrados en el diagnóstico manifiestan desconocimiento de los lineamientos de política pública de orden local, regional y nacional relacionados con el sector. Aunque perciben cierta coordinación entre las políticas culturales locales y las del orden nacional, éstas son por lo general de corto plazo y dependen de las prioridades del gobierno de turno, de manera que se adolece de instrumentos de planeación de largo plazo que aseguren la continuidad de las políticas orientadas al sector.

Adicionalmente, la articulación y acompañamiento por parte de las instituciones públicas a los agentes del sector es escasa, lo cual se relaciona con la ausencia de

mecanismos de interlocución entre las entidades territoriales y el sector creativo y cultural. Si bien el sector privado ha sido convocado a algunos espacios de diálogo con el sector público, la participación de los agentes del sector normalmente se limita al diagnóstico de una problemática dada, sin ser tenido en cuenta en el diseño y materialización de iniciativas concretas de política pública. Se considera además que los funcionarios públicos en general desconocen las dinámicas y necesidades del sector, lo que limita su labor e impide que respondan adecuadamente a las demandas de los emprendimientos culturales en todos los subsectores comprendidos en la industria cultural y creativa.

Esta percepción frente a la política pública coincide con los hallazgos señalados en el diagnóstico desarrollado en el nodo de Emprendimiento Cultural Bucaramanga, en el cual se señala que la política pública local se enfoca principalmente al patrocinio de espectáculos, lejos de ser una herramienta compleja de apoyo y promoción a la actividad cultural. Una consecuencia de ello es la alta dependencia de los agentes del sector de los recursos públicos para la financiación de sus actividades (Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura y Lado B, 2016).

3.3.1.5 Infraestructura

El área metropolitana de Bucaramanga cuenta con una infraestructura física importante, de carácter tanto público como privado. Pese a ello, en la mayoría de los casos la dotación de los espacios físicos es deficiente en términos de luminotecnia, sonido, tramoya, escenografía, etc.

De acuerdo con los actores que participaron en el taller de diagnóstico, "existen los caparzones -infraestructura sólida-, que serían los espacios, pero la infraestructura blanda que corresponde a las capacidades de operación,

de programación, comunicación, gestión, tramitología, etc., es aún muy débil". Esta situación caracteriza principalmente a los espacios culturales convencionales, mientras que en los formatos alternativos o híbridos ocurre la situación inversa, es decir, se cuenta con "caparzones débiles" pero con gran infraestructura blanda.

Otra conclusión del taller de diagnóstico es que la infraestructura existente es con frecuencia

desaprovechada, ya que no se genera suficiente programación que cubra todos los espacios disponibles.

Aunque la oferta de productos de los espacios culturales y creativos no convencionales es mayor, éstos enfrentan la dificultad de no contar con una infraestructura de comunicación adecuada. Pese a que este problema afecta a todo el sector, para los espacios alternativos e independientes resulta aún más difícil acceder a canales de divulgación de la oferta cultural.

3.3.1.6 Valoración de problemáticas

La valoración de problemáticas se llevó a cabo utilizando una matriz de influencia o matriz de Vester. Esta herramienta, basada en un enfoque sistémico, permite analizar problemas que involucran múltiples factores, determinando la influencia de una variable sobre otras, para de esta manera identificar las variables críticas de una problemática, así como sus causas y consecuencias. A partir de una discusión cualitativa, se llega a una valoración cuantitativa de la influencia de cada variable sobre otra, de acuerdo con una escala de valoración que va de 0 a 3. Una puntuación de 0 indica que no hay influencia directa de la variable de interés (eje vertical) sobre la otra variable (eje horizontal); un valor de 1 refleja una influencia débil o indirecta de la variable de interés sobre la otra; una puntuación de 2 representa una influencia moderada de la variable analizada sobre la otra; mientras que 3 indica una influencia fuerte.

En la metodología, diseñada por Lado B, se describió la problemática a analizar como “la necesidad de incentivar el desarrollo de actividades culturales, fortalecer el ecosistema de generación de valor a su alrededor y las relaciones entre sectores y actores públicos y privados, así como involucrar a la comunidad en las expresiones culturales que se reconocen en el territorio” (Unión Temporal Lado B-CNC, 2017, p. 12), objetivos últimos del

De otra parte, la normatividad vigente plantea retos para el uso de los espacios culturales disponibles, especialmente por parte de las iniciativas culturales no convencionales, las cuales tienen dificultades para obtener permisos de operación, lo que a su vez limita la realización de actividades culturales. Al respecto, la clasificación tradicional de los espacios, que distingue entre espacios culturales y comerciales, es obsoleta y se requiere una nueva normatividad que contemple espacios híbridos.

mapeo y el Plan Maestro. De acuerdo con lo anterior, se identificaron 11 categorías de variables relevantes agrupadas según su naturaleza, las cuales son: formación, sostenibilidad, características de la oferta, política pública, infraestructura, consumo cultural, redes, información e investigación, nuevas tecnologías, patrimonio e innovación. Estas categorías abarcan en total 31 variables de interés.

La construcción de la matriz se realizó a través de talleres en los que participaron expertos del sector, provenientes de los segmentos institucional (Cámara de Comercio de Bucaramanga e Instituto Municipal de Cultura y Turismo de Bucaramanga), educativo, editorial, diseño gráfico, artes escénicas, música y espacios culturales interdisciplinarios. A partir de la puntuación obtenida en los talleres, se calcularon los índices de influencia (II) y de dependencia (ID) de cada variable, los cuales reflejan la importancia relativa de una variable sobre las demás y el grado de dependencia que tiene una variable de las demás, respectivamente.⁷ Posteriormente, se calculó el promedio de los índices de influencia (PII) y el promedio de los índices de dependencia (PID) de todas las variables, cuyo valor permitió clasificarlas en cuatro grupos: variables críticas, activas, reactivas e indiferentes, de acuerdo con los criterios descritos en la tabla 1.

Tabla 1: criterios de clasificación de las variables de interés.

	SI II < PII	SI II > PII
SI ID < PID	La variable tiene un impacto menor	La variable es activa
SI ID > PID	La variable es pasiva/reactiva	La variable es crítica

Fuente: unión Temporal Lado B-CNC, 2017.

⁷ Para una descripción detallada de la metodología para la construcción de la matriz de Vester véase Unión Temporal Lado B-CNC (2017), parámetros para la documentación de la estrategia de hoja de ruta.

Como resultado de este análisis se identificaron 10 variables críticas, 7 activas, 7 reactivas y 7 variables indiferentes, las cuales se ilustran en el Anexo A y la figura 34. Esta última presenta las variables en un plano cartesiano donde el eje X corresponde al promedio del índice de influencia y el eje Y al promedio del índice de

dependencia. Así, la ubicación de cada variable depende de la combinación de los resultados de su índice de influencia y de dependencia. Por consiguiente, en el primer cuadrante se encuentran las variables críticas, en el segundo las pasivas o reactivas, en el tercero las de menor relevancia o variables indiferentes y en el cuarto las variables activas.

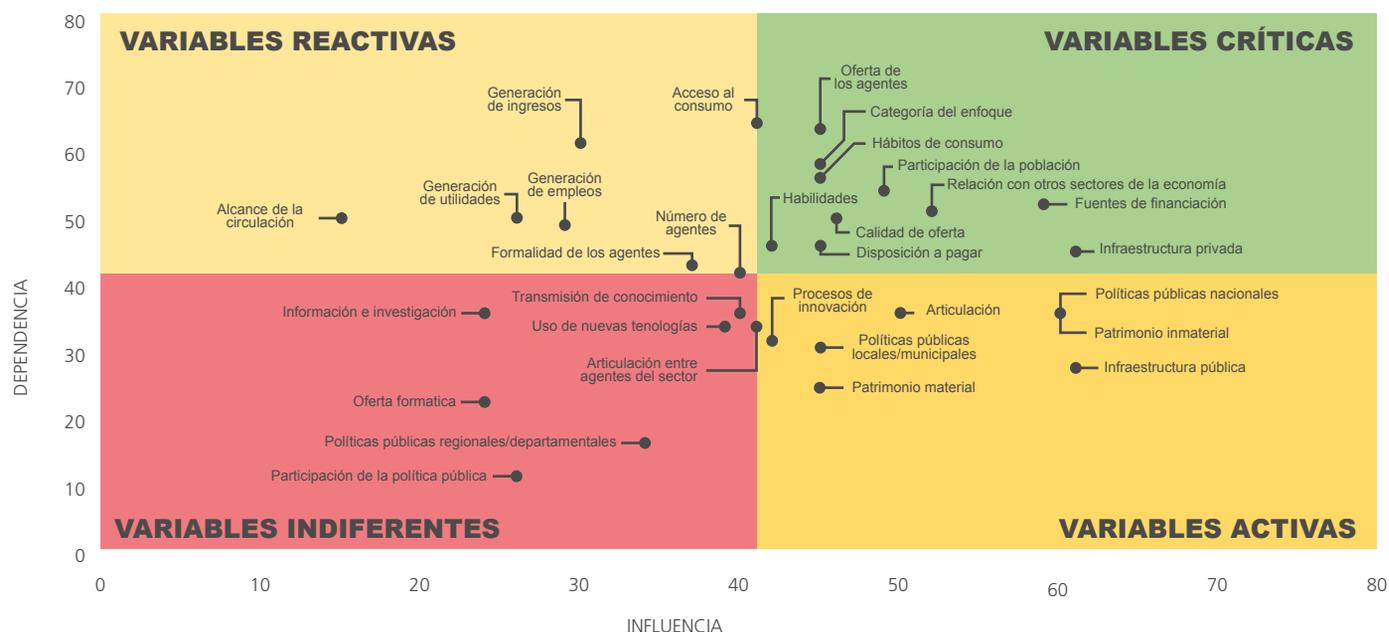


Figura 34: ubicación de las variables en el plano cartesiano.

Las variables críticas son aquellas que tienen una mayor influencia sobre las demás variables y a su vez dependen significativamente de otras y, por tanto, estas variables deberán ser priorizadas en el Plan Maestro. A saber, habilidades o capacidades de los agentes del sector, fuentes de financiación, categoría del enfoque de las actividades culturales, oferta de los agentes y calidad de la misma, existencia de infraestructura privada, hábitos de consumo, disposición a pagar, participación activa de la población en manifestaciones culturales y relación con otros sectores de la economía.

Los resultados obtenidos coinciden en gran medida con las conclusiones del taller de diagnóstico, en el cual se identificaron aspectos asociados al consumo cultural y el financiamiento como un obstáculo para la sostenibilidad del sector. Particularmente, se requieren estrategias para enfrentar la poca disposición del público a pagar por productos culturales locales, la preferencia por propuestas culturales comerciales sobre la oferta cultural local y alternativa, la dependencia de la financiación pública y las dificultades para diversificar y acceder a fuentes de financiación.

La relación con otros sectores de la economía es otra de las variables críticas que obtuvo índices de influencia y

dependencia superiores al promedio. Si bien en las discusiones se identificó que la relación de la industria cultural y creativa con otras actividades económicas no es todavía muy fuerte, los agentes reconocen un gran potencial de estrechar vínculos con el sector del turismo, dada la vocación turística de la región, la importancia que ha ganado este sector en los ejercicios de planeación del desarrollo realizados en los últimos años y la posibilidad de generar sinergias a partir de la integración de productos culturales a la oferta turística del departamento.

La amplia oferta de infraestructura privada en los municipios del AMB es considerada por los emprendedores culturales como un dinamizador del sector, lo cual se refleja en altos índices de dependencia, pero, sobre todo, influencia sobre otras variables. Al respecto, los esfuerzos en materia de infraestructura deberían orientarse a lograr una mayor articulación con los actores del sector público para conseguir un mejor aprovechamiento de la misma, mejorar la dotación de los espacios existentes y ajustar la regulación para facilitar el funcionamiento de los espacios culturales alternativos, de carácter privado.

De otra parte, las políticas públicas de orden nacional y local, la existencia de infraestructura pública, la articulación entre el sector público y privado, la presencia

de manifestaciones culturales asociadas al patrimonio inmaterial, la presencia de patrimonio material y los procesos de innovación, fueron clasificadas como activas, es decir son variables con gran influencia sobre otras, aunque con una menor dependencia del resto de variables y por tanto, se espera que también sean abordadas en las estrategias que contemple el Plan Maestro.

En el caso de las políticas públicas, éstas podrían jugar un papel crucial en el desarrollo del sector, siempre y cuando

sean de largo plazo y se construyan en un proceso participativo en la cual los agentes del sector no solo sean una fuente de información, sino que sean tenidos en cuenta en el diseño y la ejecución de las estrategias. Así mismo, vale la pena resaltar que las políticas de orden nacional tienen una influencia mucho mayor en el sector, que las de orden municipal y departamental, lo cual evidencia la necesidad de fortalecer el papel de los gobiernos locales y departamentales en la promoción del sector.

4.

REFERENCIAS

- Alcaldía de Girón (2016). Plan de Desarrollo 2016-2019 "Girón somos tejido social".
- Alcaldía de Piedecuesta (2016). Plan de Desarrollo 2016 – 2019 "Piedecuesta mi plan".
- Bureau Ejecutivo de Ciudades y Gobiernos Locales. (2010). La cultura es el cuarto pilar del desarrollo sostenible. Barcelona.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018a). FINANCIAL TIMES vuelve a destacar a Santander como una de las regiones del futuro.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2018b). Indicadores Económicos de Santander.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2018c). NUEVAS EMPRESAS, 2017.
- Congreso de República de Colombia (1997). Ley 397 de 1997. www.sinic.gov.co, 1997 (agosto 7), 32.
- Congreso de la República de Colombia (2017). Ley 1834 - Ley Naranja.
- DANE (2016). Cuentas Departamentales - Colombia Producto Interno Bruto (PIB) Comportamiento del PIB departamental año 2015, 17.
- DANE (2017). Cuentas Departamentales - Cd Producto Interno Bruto. Boletín Técnico, 1–14.
- DANE (2018a). Boletín técnico Medición de empleo informal y seguridad social Boletín técnico, 1–12.
- DANE (2018b). DANE Información estratégica.
- NP (2018a). Terridata.
- FDI Magazine. (2016). South American States of the Future. FDI Magazine, (May), 26–34.
- Gobernación de Santander. (2014). Ordenamiento Territorial del Departamento de Santander.
- Gobernación de Santander. (2015). Programa Departamental De Concertación Cultural.
- Gobernación de Santander. (2016). Plan Estratégico de Cultura de Santander 2016-2026.
- Gobernación de Santander. (2016). Plan de Desarrollo Departamental Santander Nos Une; 2016-2019, 419.
- Instituto Municipal de Cultura y Turismo, I. (2016). Alcaldía de Bucaramanga. Plan de desarrollo 2016-2019 "el gobierno de las ciudadanas y los ciudadanos" Plan de Acción - Instituto Municipal de Cultura y Turismo (Imct).
- Instituto Municipal de Cultura y Turismo, I. (2018).
- Instituto Municipal De Cultura y Turismo de Bucaramanga.
- Ministerio de Cultura (2001). Plan Nacional de Cultura 2001-2010. Bogotá.
- Ministerio de Cultura (2010). Compendio de políticas culturales. Bogotá: Industrias Gráficas Darbel.
- Ministerio de Cultura (2016). Dimensiones del sector creativo en Colombia: Diagnóstico y análisis de la actividad cultural de las siete ciudades del país en que opera la estrategia de nodos de emprendimiento cultural. Bogotá.
- Ministerio de Trabajo (2018). Filco, Fuente de información laboral de Colombia.
- Chochoa Gautier, A. M. (2003). Entre los deseos y los derechos: un ensayo crítico sobre políticas culturales. Bogotá.
- Presidencia de la República de Colombia. (2014). Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, Todos por un nuevo país. Colombia.

5.

ANEXO

	Variable	índice de influencia (ID)	índice de dependencia	Tipo de variable
Formación	Oferta formativa	24	23	INDIFERENTE
	Numero de agentes que desempeñan actividades culturales o artísticas	40	42	REACTIVA
	Habilidades o capacidades de los agentes que desempeñan actividades culturales o artísticas	42	46	CRÍTICA
Sostenibilidad	Generación de ingresos de los individuos por su actividad cultural	30	61	REACTIVA
	Generación de empleos vinculados a actividades culturales	29	49	REACTIVA
	Fuentes de financiación para el desarrollo de actividades culturales	59	52	CRÍTICA
	Generación de utilidades de los agentes por su actividad cultural	26	50	REACTIVA
	Formalidad de los agentes en la actividad cultural o creativa	37	43	REACTIVA
Características de la oferta	Categoría del enfoque (social, artístico, comercial etc.) de las actividades culturales	45	58	CRÍTICA
	Oferta de los agentes: productos, servicios, formación, desarrollo comunitario	45	63	CRÍTICA
	Alcance de la circulación de la oferta del territorio	15	50	REACTIVA
	Calidad de la oferta	46	50	CRÍTICA
Política pública	Políticas públicas locales/municipales	45	31	ACTIVA
	Políticas públicas regionales/departamentales	34	17	INDIFERENTE
	Políticas públicas nacionales	60	36	ACTIVA
	Espacios de participación de la política pública	26	12	INDIFERENTE
Infraestructura	Existencia de infraestructura pública (bibliotecas, teatros, etc.)	61	28	ACTIVA
	Existencia de infraestructura privada (librerías, galerías, etc.)	61	45	CRÍTICA
Consumo cultural	Hábitos de consumo de bienes culturales	45	56	CRÍTICA
	Disposición a pagar por bienes y servicios culturales	45	46	CRÍTICA
	Acceso al consumo de bienes y servicios culturales	41	64	REACTIVA
	Participación activa de la población en manifestaciones culturales	49	54	CRÍTICA
Redes	Articulación entre agentes del sector	41	34	INDIFERENTE
	Articulación entre el sector público y el sector privado	50	36	ACTIVA
	Relación con otros sectores de la economía (turismo)	52	51	CRÍTICA
Información e investigación	Información e investigación para el desarrollo del sector	24	36	INDIFERENTE
Nuevas tecnologías	Uso de nuevas tecnologías para el desarrollo del sector	39	34	INDIFERENTE
Patrimonio	Presencia de manifestaciones culturales asociadas al patrimonio inmaterial	60	36	ACTIVA
	Presencia de patrimonio material	45	25	ACTIVA
	Transmisión de conocimiento	40	36	INDIFERENTE
Innovación	Procesos de innovación	42	32	ACTIVA
Promedio		41,9	41,8	



**MAPEO DEL SECTOR
CREATIVO Y CULTURAL**
ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA

MIC

**MAPEO
INDUSTRIAS
CREATIVAS Y
CULTURALES**
BUCARAMANGA Y ÁREA
METROPOLITANA

