

# EL FUTURO DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE...

# ...ES CREATIVO

La cultura y la creatividad se instalan hoy como potenciales motores de crecimiento y desarrollo.

10

En una época en que América Latina y el Caribe sienten la presión por crecer más rápido, muchos se preguntan si existe un sector que pueda ayudar a una estrategia de crecimiento económico, inclusivo y sostenible a largo plazo. Aunque no es fácil, la respuesta podría estar frente a nosotros.

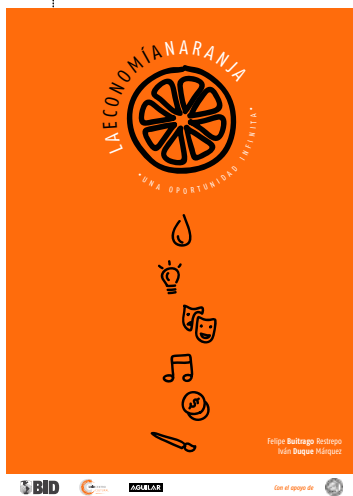
He vivido muchos años fuera de Colombia, pero siempre he mantenido una profunda conexión con mi país. Y desde afuera he podido observar como las grandes cosas que nos distinguen y que nos unen son nuestra cultura, nuestra identidad y nuestra creatividad. Son cosas de las que me siento orgulloso y de las cuales he podido disfrutar y compartir con personas de todas partes del mundo. Y esto que parecería pertenecer al ámbito artístico, o de la diploma-



**LUIS ALBERTO MORENO**  
PRESIDENTE BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

cia cultural, tan ajeno al trabajo que hacemos en el Banco Interamericano de Desarrollo, donde por décadas nos hemos concentrado en temas de infraestructura, educación o salud, se ha transformado en un asunto de interés en el cual el BID está invirtiendo y concentrando esfuerzos. La cultura y la creatividad se instalan hoy como potenciales motores de crecimiento y desarrollo.

Y no es que la cultura no haya ocupado en el pasado un papel en el trabajo del BID. Lo que ha cambiado es cómo percibimos su valor: de considerarla sólo como un bien público a apreciarlo como un motor de desarrollo económico. Hoy la concebimos como un eje relevante en proyectos de recuperación del patrimonio histórico, como por ejemplo los centros históricos de Quito o Car-



En 2013, Felipe Buitrago e Iván Duque escribieron desde el BID el libro *La Economía Naranja, una oportunidad infinita*.

La cultura se usa como una herramienta para la inclusión y el cambio social para jóvenes vulnerables, como es el ejemplo del Sistema de Orquestas Infantiles y Juveniles de Venezuela



tagena, o en programas que utilizan la cultura como una herramienta para la inclusión y el cambio social, en especial para jóvenes vulnerables, como el Sistema de Orquestas Infantiles y Juveniles de Venezuela o Galpão Aplauso en Brasil, iniciativas que dotan a sus participantes no solo de destrezas artísticas sino también de habilidades para la vida como la comunicación, el respeto al prójimo y el trabajo en equipo.

El año 2007 marcó un parteaguas para las industrias culturales y creativas (ICC) en el BID con el inicio de una serie de estudios que fueron la base del libro *La economía naranja, una oportunidad infinita* de Felipe Buitrago e Iván Duque. Publicado en el 2013, se transformó en el libro más exitoso de la historia del BID. Con más de 430 mil descargas al día de hoy, esta publicación acuñó el término Economía Naranja, que ya está instalado en gran parte de la región. Su mayor logro fue posicionar y visibilizar un sector de la economía que hasta ese momento no era considerado a la hora de pensar en políticas de desarrollo. La gran demanda por este libro fue para el BID una llamada a la acción. Los economistas y especialistas en desarrollo no estábamos prestando la debida atención a un capital que tenemos en abundancia en la región y que es inagotable: la cultura y la creatividad.

Y es que la economía naranja, el sector basado en el conjunto de actividades que permiten que las ideas se transformen en bienes y



**La economía mundial, pasó de un paradigma basado en las manufacturas a una economía del conocimiento y la información, en la cual la creatividad, la innovación y la colaboración son cruciales.**

servicios, y cuyo valor puede estar fundado en la propiedad intelectual, tiene un gran potencial para generar empleo, riqueza y para mejorar la calidad de vida <sup>1</sup>.

Desde los primeros estudios sobre el impacto económico de las ICC en los años '80, se demostró con claridad que estas industrias crecen más rápido que la economía en su conjunto. Muchas de ellas incluso crecen a tasas de dos dígitos. Más aún: son intensivas en generación de empleo, en especial para jóvenes. Este sector de la economía demostró además ser más resiliente a las crisis económicas, como quedó claro tras la crisis del 2008, ya que esas industrias sufrieron menos y se recuperaron más rápido, colaborando con la reactivación económica de los países.

En la última década el crecimiento de la economía naranja se potenció con la revolución digital, que produjo una notable expansión de las industrias culturales y creativas. Y esto concuerda con los cambios experimentados por la economía mundial, qué pasó de un paradigma basado en las manufacturas a una economía del conocimiento y la información, en la cual la creatividad, la innovación y la colaboración desempeñan papeles cruciales. En el BID vemos ese cambio como una oportunidad: una puerta abierta para promover y alentar a las industrias culturales y creativas como fuente de desarrollo económico y como vehículo para impulsar el bienestar social.

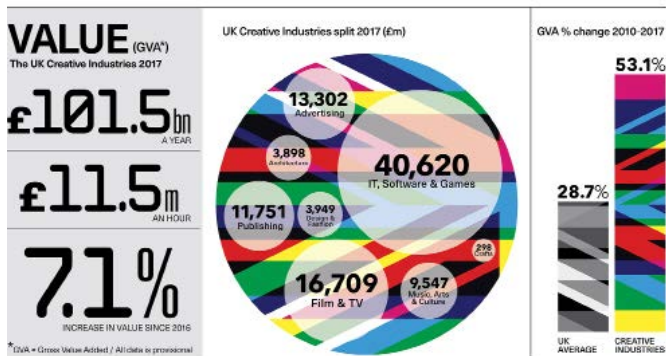


Galpão Aplauso en Brasil, es un ejemplo de iniciativa que dota a sus participantes no solo de destrezas artísticas sino también de habilidades para la vida como la comunicación, el respeto al prójimo y el trabajo en equipo.





## The UK Creative Industries



Las industrias culturales y creativas se reconocen cada vez más como un importante motor del desarrollo económico, y contribuyen directamente al progreso de los países en términos de valor agregado, exportaciones, empleo, inversiones y aumento de la productividad<sup>2</sup>. Algunas estimaciones recientes muestran que las ICC generan ingresos por unos US\$2.25 billones y dan empleo a unas 29,5 millones de personas a nivel mundial, aproximadamente 1% de la población activa, con altos índices de innovación y productividad<sup>3</sup>.

América Latina y el Caribe viven un momento creativo fascinante. El talento, el ingenio y la imaginación –arraigados profundamente en la identidad de sus pueblos– son importantes impulsores de las industrias culturales y creativas, con un impacto directo en la generación de empleo, el comercio y el crecimiento productivo en la región. Se estima que en el 2015 las ICC equivalían a 3% del PIB de América Latina y el Caribe, emplearon a 1,9 millones de trabajadores y que su impacto económico fue de US\$124.000 millones de dólares, equivalentes a 6% del mercado global de las ICC<sup>4</sup>.



**Si el petróleo fue el principal combustible de la economía del siglo XX, la creatividad lo es para el siglo XXI, dijo el inglés John Newbigin, quien fue parte del desarrollo de las primeras políticas públicas para las industrias creativas en el Reino Unido.**

## La creatividad como un activo

La revolución digital, el advenimiento de la economía del conocimiento y la cuarta revolución industrial han puesto a los creativos en un lugar central. En esta nueva economía, los aportes de la creatividad se extienden más allá del sector donde se producen y sus efectos cruzan fronteras entre actividades y disciplinas. Estas impactan áreas tradicionales de la economía como la educación, la salud o incluso la infraestructura, que se han visto beneficiadas por las contribuciones de las industrias culturales y creativas, mejorando sus procesos y sus productos, y en muchos casos, ofreciendo soluciones a retos que no se habían podido resolver con métodos tradicionales.

Esto último es particularmente relevante cuando se crean sinergias entre el pensamiento creativo, la innovación y la actividad empresarial. La colaboración intersectorial ha permitido a los emprendedores creativos romper patrones y moverse en un universo de innovación multisectorial para cumplir sus objetivos.

La creatividad no sólo es una de las pocas habilidades que las máquinas aún no pueden reemplazar, sino que es, según el Foro Económico Mundial, la tercera habilidad más requerida para el futuro del trabajo. Según Nesta, la agencia de innovación del Reino Unido, los empleos creativos se encuentran mejor posicionados que los tradicionales frente a la amenaza de la destrucción de empleos por la robotización. En su publicación *'Creativity vs. Robots'* argumenta que el sector creativo es, hasta cierto punto, inmune a esta amenaza, ya que 86% de empleos 'altamente creativos' en los Estados Unidos y 87% en el Reino Unido no corren riesgo o sólo tienen bajo riesgo de ser desplazado por la automatización<sup>5</sup>.

La creatividad es un eje clave de la economía naranja y un activo para la economía en general. Según el inglés John Newbigin, quien fue parte del desarrollo de las primeras políticas públicas para las industrias creativas en los años 90 en el Reino Unido, si el petróleo fue el principal combustible de la economía del siglo XX, la creatividad lo es para el siglo XXI. Así, de la misma manera que la política energética y el acceso a la energía fueron determinantes en la geopolítica a lo largo del siglo XX, Newbigin sostiene que las políticas para promover y proteger la creatividad pue-

den ser los determinantes cruciales del éxito en el siglo XXI. Si eso es cierto, concluye, es necesario repensar la forma en que se organizan los gobiernos, la forma en que se planifican las ciudades, la forma en que se imparte la educación y la forma en que los ciudadanos interactúan con sus comunidades<sup>6</sup>.

El BID lleva décadas trabajando para diversificar la matriz productiva de la región. ¿Quién hubiese dicho que parte de esa estrategia iba a venir de la mano de los creativos?

Las industrias creativas son una opción real para diversificar nuestras fuentes de crecimiento. Aparte de explotar nuestra riqueza cultural y nuestra diversidad, sirven para entender mejor los desafíos que trae la revolución tecnológica y promover el emprendimiento. Si bien la economía creativa y la economía digital no son iguales, en conjunto se encuentran entre los principales impulsores de la innovación en la economía global y en la sociedad.

Uno de los sectores transversales de la economía naranja es el emprendimiento, pues se caracteriza por estar compuesta mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas o negocios, que emplean mayoritariamente a jóvenes. Hemos visto surgir con cada vez más fuerza a una nueva generación de emprendedores que le han dado a la creatividad un valor central en sus actividades productivas y comerciales. Ellos han redefinido sus funciones y desafiado los mitos que rodean a la creatividad como fenómeno. Los emprendedores creativos han sabido adaptarse y transformarse, construyendo equipos multidisciplinarios que conjugan las habilidades atípicas que les permiten innovar en sectores donde hace 10 años era impensable<sup>7</sup>.

Las industrias culturales y creativas se caracterizan también por su impacto social, por ejemplo, en el fortalecimiento de la identidad, de la imagen de las comunidades y de los países. Estas industrias, cuyos insumos son el talento, la creatividad, el patrimonio histórico y cultural de nuestros países, en un mundo globalizado pueden ayudarnos a desarrollar economías diversificadas, que también nos distinguen de otras economías. Parece una paradoja que sean justamente estas industrias, las que han surgido en medio del proceso de globalización del que tanto se dice que tiende a borrar las identidades de los pueblos.

**LAS ICC GENERAN  
INGRESOS  
POR UNOS**

**US\$  
2,25  
billones**

**Y DAN EMPLEO  
A UNAS 29,5  
MILLONES DE  
PERSONAS A NIVEL  
MUNDIAL.**

**Los desafíos**

Si bien la literatura y las experiencias en distintas partes del mundo, incluyendo América latina y el Caribe, son elocuentes sobre el potencial económico y de desarrollo de las ICC, las inmensas posibilidades que las acompañan tienen aún un largo camino por recorrer, obstáculos por remover y oportunidades por explorar para lograr que el valor generado por el ecosistema creativo alcance su máximo potencial. Entre las acciones más urgentes se encuentran el diseño de nuevos mecanismos de identificación y medición de la economía naranja, el impulso de más herramientas para la conectividad que cierren las brechas en infraestructura, incentivos fiscales para las PYME creativas y programas educativos y de divulgación. Y por qué no, posicionar a la región como un circuito integrado o *hub* de creatividad con alcance y en escala global: una región naranja<sup>8</sup>.

Con respecto a la medición de las industrias creativas, el hecho de ser un sector relativamente nuevo y no convencional de la economía ha sido un obstáculo por la falta de datos confiables y no comparables entre países. A sistemas de clasificación inadecuados se suma el alto nivel de informalidad de la eco-

La cultura es un eje relevante en proyectos de recuperación del patrimonio histórico, como por ejemplo los centros históricos de Quito o Cartagena.





nomía creativa. Esto hace que muchos de sus sectores estén subrepresentados en los sistemas de cuentas nacionales. Esta debilidad en conocer el verdadero impacto de aporte de la cultura y la creatividad a la economía afecta a la hora de tomar decisiones que puedan apoyar su desarrollo.

Aunque estas industrias no son exclusivamente tecnológicas o requieren de la tecnología para su desarrollo, esta última juega un rol fundamental en el florecimiento de las mismas a nivel regional. La inversión en infraestructura y conectividad ayudará a cerrar las brechas entre países y sectores. Para dar un salto en el desarrollo de las ICC, el componente tecnológico debe ser aplicado al máximo. Existen muchas oportunidades por explorar y espacios para innovar en la intersección entre la ciencia, la tecnología, el arte y la creatividad. Las innovaciones que surjan de este cruce crearán productos para competir en el mercado con usos y funcionalidades que irán más allá de nuestra imaginación.<sup>9</sup>

Aprovechar y acondicionar nuestras ciudades para acoger a los ciudadanos creativos, como lo llama Richard Florida, es otra de las tareas que debemos abordar. Pues a pesar de la creciente dependencia de las tecnologías de la información y la comunicación, la proximidad sigue siendo una de las claves del desarrollo y éxito de las industrias creativas, pues son producto de la colaboración y la co-creación. La existencia de *clusters* al interior de las ciudades, la proximidad y concentración geográfica fomenta la colaboración, la innovación y la productividad de emprendimientos y empresas, las que tienen mejor acceso a trabajadores, conocimientos y tecnologías.

En la región hemos visto aparecer ciudades y distritos creativos, caracterizados por una alta densidad de profesionales calificados y

Hay ejemplos emblemáticos como Porto Digital en Recife, Brasil; la Ciudad Digital Creativa de Guadalajara, en México; los polos de industrias creativas en Buenos Aires y en Mendoza, Argentina.

En 2015  
las industrias  
creativas y culturales,  
equivalían a  
**3%**  
del PIB  
DE AMÉRICA  
LATINA  
Y EL CARIBE

diversos. Hay ejemplos emblemáticos como Porto Digital en Recife, Brasil; la Ciudad Digital Creativa de Guadalajara, en México; y los polos de industrias creativas en Buenos Aires<sup>10</sup>, Argentina que son reflejo de esfuerzos conjuntos que impulsan el espíritu creativo empresarial, el conocimiento multidisciplinario y la innovación con el fin de convertir desafíos en oportunidades y renovar entornos.

Superar estos obstáculos es especialmente relevante en países como los nuestros, donde invertir en las industrias creativas puede ayudar a una población joven, que necesita encontrar salidas de trabajo que aprovechen todo su potencial y creatividad. Creemos que estas son las industrias que pueden hacerlo.

En nuestra región este sector contribuye con más de US\$175.000 millones de dólares en valor agregado al año, y puede seguir creciendo si se propicia la instrumentación pública apropiada para resolver obstáculos como falta de apropiabilidad, estructura de costo, información asimétrica y fallas de coordinación.

#### Políticas públicas para el fomento de la economía creativa

Un estudio del BID sobre las políticas públicas para el sector indica que las diversas fallas de mercado que lo caracterizan justifican una intervención activa del sector público. Sin embargo, el diseño e implementación de esa intervención no es algo sencillo. Los gobiernos necesitan adoptar un enfoque sistémico, para lo cual deben incorporar todos los componentes del ecosistema creativo (sector público, sector privado, academia, sociedad civil)<sup>11</sup>.

En el caso de la economía naranja, existe la tendencia a esperar que su desarrollo dependa exclusivamente de la iniciativa y de los recursos públicos. Sin embargo, las dimensiones

y características de este sector no se corresponden con los recursos que normalmente se asignan en el presupuesto a un ministerio o a una secretaría de cultura. Esto plantea dos retos. El primero es que, por tratarse de un sector transversal, la solución no pasa por aumentar el presupuesto para la cultura sino que debe ir de la mano de otros dos cambios estructurales. El primero es que desde el sector público debe establecerse una aproximación integral.

Las intervenciones pueden hacerse en la política de oferta, en la de demanda, en la de oferta de capital humano y en políticas sistémicas. En la primera se busca remediar temas de incertidumbre y estructura de costos fijos y hundidos. Los riesgos asociados a invertir en empresas creativas son altos y difíciles de predefinir antes de que el proceso comience. En ese caso, se insta al sector público a facilitar y complementar el financiamiento privado. Con apoyo directo (subvenciones, subsidios, asistencia financiera), por ejemplo, a través de fondos por concurso. O también con apoyo indirecto: como regímenes tributarios especiales o exenciones tributarias, estimulación de donaciones privadas (ley de mecenazgo) o regímenes tributarios preferenciales para determinadas empresas. Al intervenir en la política de demanda, se busca incentivar el consumo en especial en sectores desfavorecidos de la población para hacer frente al tema de acceso, por ejemplo, a través de instrumentos como los *vouchers* de cultura. La formación de capital humano es otra de las áreas en las que se debe actuar, en especial por la cambiante realidad de las destrezas que requiere la industria. Es importante pensar en la adaptación de los sistemas educativos y programas de educación formales para responder a la falla de coordinación entre la demanda de habilidades de la economía creativa y los proveedores de capacitación. Por último, las políticas sistémicas, que apuntan a las fallas de coordinación entre los actores del ecosistema creativo. Aquí el sector público ocupa un rol fundamental al apoyar el fortalecimiento de los vínculos entre los actores, asegurando la gobernanza y los temas de infraestructura regulatoria, en especial en lo referente a la ley de derecho de autor y propiedad intelectual.

En el BID ya estamos trabajando con distintos gobiernos de la región, implementando

Un impacto económico de US\$124.000 equivalentes a 6% del mercado global y

1,9

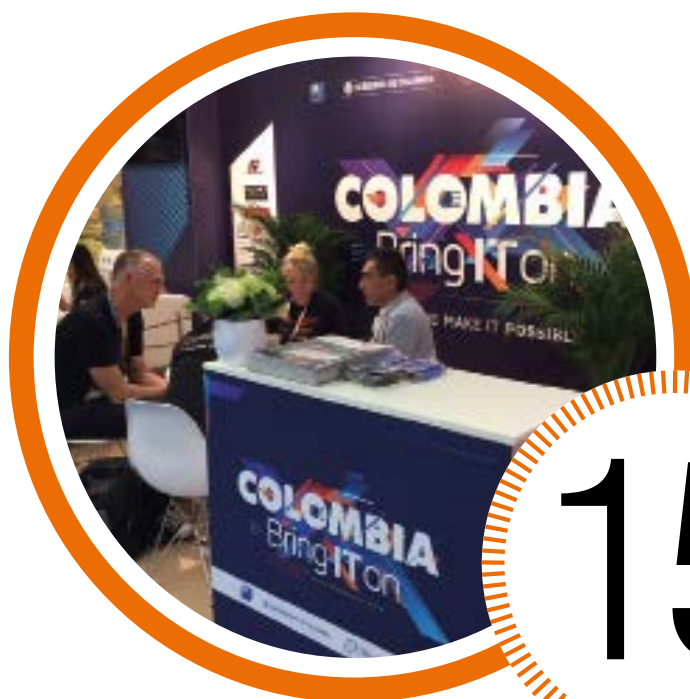
millones de trabajadores empleados son resultado de las ICC en América Latina en 2015.

préstamos, cooperaciones técnicas, pilotos e iniciativas. Por ejemplo, en Panamá, con un préstamo que incluye componentes de industrias creativas en la revitalización y puesta en valor de patrimonio cultural y natural acompañada de una cooperación técnica sobre el uso de las industrias creativas en proyectos de revitalización urbana; un proyecto para la promoción de la Economía Creativa en Paraguay; o el Polo Audiovisual de Mendoza. Asimismo, estamos promoviendo productos innovadores como los *vouchers* de innovación para el desarrollo de las industrias creativas en Uruguay, o el apoyo que dimos a la emisión del primer bono naranja en Colombia, por nombrar algunos.

#### Colombia creativa

Y es así que como observador privilegiado he podido ver como Colombia durante los últimos 20 años ha sido líder en el desarrollo de políticas y programas innovadores en apoyo del sector cultural y creativo. Hoy estas industrias representan el 3,4% del PIB, y el país tiene condiciones para crecer aún más.

Se han dado pasos importantes como la instalación de la primera Cuenta Satélite de Cultura en el mundo, que ya ha sido replicada en varios países de la región. Colombia también ha sido pionera en instalar una política integral para abordar las ICC, con el CONPES 3659 de Fomento a las Industrias Culturales en el 2010, que articulaba, entre otras, al MINTIC,



15



al Mincomercio, a Colciencias y, por supuesto al Mincultura en el diseño de políticas públicas orientadas al desarrollo del sector. Y en el 2017, el Congreso promulgó la “Ley Naranja”, que dio pie para el nacimiento del Consejo Nacional de Economía Naranja encargado de formular los lineamientos generales de la política y de coordinar las acciones interinstitucionales para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa, tal como estatuye el decreto de su creación. Hoy el país cuenta con un viceministerio de Economía Naranja. Estos son esfuerzos por abordar la política de manera sistémica, tal como se requiere para el crecimiento de este sector.

El resultado de estas iniciativas, unidas a la inagotable creatividad del pueblo colombiano, a su diversidad y multiculturalidad, me permi-

**El grupo Chocquibtown y la memorable película *El abrazo de la serpiente* son ejemplo de la inagotable creatividad, diversidad y multiculturalidad de las ICC que están floreciendo en Colombia.**



ten ver hoy el florecimiento de un sinnúmero de industrias y sectores que se despliegan con una vitalidad y crecimiento impresionantes.

El caso de *El abrazo de la Serpiente*, esa memorable película del director Ciro Guerra, que en el 2016 se convirtió en la primera realización colombiana postulada a los premios Oscar en la categoría de Mejor Película Extranjera, es el resultado elocuente de lo que se puede lograr con un adecuado desarrollo institucional a través de las políticas de apoyo al cine. Existe un amplio consenso acerca de que la Ley de Cine del 2003 fue el eje que estructuró el gran cambio para esta industria. Combinando una serie de esfuerzos de fomento público-privados, abrió nuevos horizontes y oportunidades para los distintos actores del ecosistema audiovisual colombiano. Entre sus

## \* REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 Felipe Buitrago e Iván Duque, La economía naranja. Una oportunidad infinita. Banco Interamericano de Desarrollo, 2013, p.10. Estas industrias están compuestas por: 1) las actividades tradicionales y artísticas (a. visuales, artesanías, escénicas, editorial, audiovisual); 2) la industria creativa (diseño, software: videojuegos, publicidad, moda); 3) actividades de apoyo creativo que son parte de la cadena de valor de otras industrias (diseño de empaque, marketing)
- 2 José Miguel Benavente y Matteo Grazi, Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe, Banco Interamericano de Desarrollo, agosto 2017, p.10.
- 3 Ernst & Young, Cultural times. The first global map of cultural and creative industries, 2015, Disponible en: <https://go.ey.com/1lziiH8> . Consultado en mayo de 2018.
- 4 Ibid.
- 5 Hasan Bakhshi, Carl Benedikt Frey and Michael Osborne, Creativity vs Robots. The Creative Economy and the Future of Employment, Nesta, Londres, Abril 2015, p.6.
- 6 John Newbigin, “What is the creative economy?”, British Council, s/f, <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>
- 7 Alejandra Luzardo, Dayanis De Jesús y Michelle Pérez, Economía-naranja-Innovaciones-que-no-sabías-que-eran-de-América-Latina-y-el-Caribe, Banco Interamericano de Desarrollo, junio 2017, p.11.
- 8 Para conocer más y unirse a la iniciativa consultar <http://regionnaranja.org/>
- 9 Alejandra Luzardo, Dayanis De Jesús y Michelle Pérez, Economía-naranja-Innovaciones-que-no-sabías-que-eran-de-América-Latina-y-el-Caribe, p.20.

medidas más efectivas fue recaudar ingresos que provienen de la propia industria y reinvertirlos en el fomento y la producción nacional y los incentivos de exención de impuestos.<sup>12</sup> Estos recursos obtenidos al margen de presupuesto de la nación, en una cuenta parafiscal, dan estabilidad y aseguran un crecimiento sostenido. Así, los estrenos aumentaron de 8 en 2005 a 39 en 2018<sup>14</sup>.

Otro ejemplo está en las ciudades creativas, que en Colombia destacan por su diversidad y multiculturalidad. Unesco reconoce a tres ciudades en su red de ciudades creativas. Mientras que Medellín y Bogotá fueron reconocidas en la categoría de música, Popayán resaltó por su gastronomía. Así, se unen a la lista de 180 ciudades alrededor del mundo que buscan posicionar sus expresiones creativas y culturales en el centro de los planes de desarrollo económico y social, y cooperar activamente a nivel internacional con este objetivo en común. Además de estas, muchas más están trabajando para activar sus economías e identidad desde la cultura.

Y, como a la mayoría de los colombianos, a mí también me mueve la música de mi país. Además de ser cuna de grandes estrellas como Carlos Vives, quien tiene el récord de nominaciones al Grammy Latino, y Shakira, que ha recibido más de 100 premios desde que comenzó su carrera, en los últimos años Colombia ha cultivado el potencial de muchos

**EN COLOMBIA LAS  
ICC REPRESENTAN**

**3,4%**  
**del PIB**

**Y EL PAÍS TIENE  
CONDICIONES  
PARA CRECER  
AÚN MÁS.**

músicos emergentes gracias a su capacidad de integración con las nuevas plataformas digitales de producción, promoción y distribución. Colombia se ubica en América Latina como el quinto país en generación de ingresos para artistas vía plataformas digitales. Tan solo en Bogotá a comienzos del 2018 había 1.765 empresas dedicadas a la música, generando 10.000 empleos directos y \$836.000 millones de pesos en ventas.<sup>15</sup> Esto sin incluir lo generado en los 3.158 conciertos realizados en esa misma ciudad de los más de 5.700 a nivel nacional.<sup>16</sup> La enorme diversidad de géneros musicales; que van desde ritmos tradicionales como la cumbia, el vallenato o el bullerengue, hasta géneros contemporáneos fusión, como los interpretados por el grupo chocquibtown por ejemplo, que en la última década se han convertido en un interesante fenómeno con gran aceptación en el mercado musical internacional.

El inventario es extenso. Podría detenerme en la moda, las artes visuales, el diseño, los videojuegos, por nombrar algunas, y en todas ellas encontraría los argumentos para sostener que en la creatividad de la región está parte de la respuesta para lograr ese ansiado crecimiento que no solo generará empleos y bienestar social a nuestra región, sino que la hará más innovadora y competitiva en los mercados globales.

En resumen, el futuro de América Latina y el Caribe es creativo. **EC**

<sup>10</sup> En Buenos Aires sus distritos creativos representaban en 2011 el 10% del empleo, y más del 10% del PIB de la ciudad. Datos obtenidos del Observatorio de Industrias Creativas de Buenos Aires. (2012). Anuario de Industrias Creativas Ciudad de Buenos Aires 2011. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Creativas. Consultado en: [http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/anuariooic2011\\_0.pdf](http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/anuariooic2011_0.pdf)

<sup>11</sup> Para profundizar en estas fallas de mercado y coordinación ver: José Miguel Benavente y Matteo Grazi, Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe, Banco Interamericano de Desarrollo, agosto 2017, pp.27 a 29, 43.

<sup>12</sup> Steve Sopot, Mecanismos Actuales de Financiación de Contenidos Audiovisuales en Latinoamérica 2. Latin American Training Center, Rio de Janeiro, 2015, p.90

<sup>13</sup> Las cifras del Fondo y del estímulo son elocuentes del éxito de la política pública. El Fondo que comenzó con US\$2,3 millones en 2006 y el año 2015 recaudó más de US\$8,7 millones. Entre 2006 y el 2015 se aprobaron 336 proyectos, que generaron 1.006 certificados de inversión y 27 de donación. Durante este periodo, el monto total que fue inyectado en la Industria Cinematográfica fue de US\$94,1 millones. (EGEDA, Colombia: una década de Cine (2006-2015), en Panorama Audiovisual 2016, p. 274)

<sup>14</sup> Estas generaron 5.563 millones de dólares en 2018 según cifras de ProimágenesColombia. [http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/cine\\_cifras\\_listado.php](http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/cine_cifras_listado.php)

<sup>15</sup> Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)

<sup>16</sup> Ibid.

