



ANIVERSARIO

Revista Venezolana de Gerencia



COMO CITAR: Peña Lapeira, C. J., y Vargas Puentes, L. (2021). Economía creativa: influencia de la inversión extranjera en el crecimiento de Bogotá-Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(Especial 6), 301-317. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.18>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 26 No. Especial 6 2021, 301-317
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Economía creativa: influencia de la inversión extranjera en el crecimiento de Bogotá-Colombia

Peña Lapeira, Camilo José*
Vargas Puentes, Liliana**

Resumen

En Colombia las industrias creativas y culturales se encuentran agrupadas dentro de un sector denominado Economía Creativa o Naranja, el cual congrega a las industrias relacionadas con la cultura y las Tecnologías de Información y Comunicación (TICS). Estas empresas están siendo impulsadas gracias a leyes que favorecen su crecimiento y expansión. El objetivo del presente trabajo es establecer la relación entre el capital extranjero y el crecimiento de la Economía Naranja en la ciudad de Bogotá. La metodología consistió en el análisis documental y estadístico. Los resultados evidencian que el impacto de las empresas creativas en el PIB aún es bajo y no avanza al mismo ritmo que lo hace el Producto Interno Bruto (PIB). Se concluye que no solo la inversión es necesaria, sino que el capital humano, las políticas empresariales y el seguimiento constante al proceso de innovación acompañan su desarrollo.

Palabras clave: Inversión extranjera; crecimiento económico; industria creativa; PIB.

Recibido: 13.7.2021 Aceptado: 10.9.2021

* Docente Líder de Investigación Unidad de Ciencias Administrativas y Contables Facultad de Ciencias Empresariales Rectoría Virtual y Distancia, Sede San Camilo. Corporación Universitaria Minuto de Dios-Colombia. Mágister en educación y especialista en Gerencia de Proyectos. cipena@uniminuto.edu, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3082-9461>

** Docente Investigadora Programa de Administración en Seguridad y Salud en el Trabajo Facultad de Ciencias Empresariales Corporación Universitaria Minuto de Dios- Colombia. Mágister en Sistemas Integrados de Gestión, Mágister en Gestión y Administración Ambiental. Liliana.vargas@uniminuto.edu, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2338-4516>

The creative economy and the influence of foreign investment: Bogotá-Colombia Case

Abstract

In Colombia the creative and cultural industries are grouped within a sector called Creative Economy or Orange, which brings together industries related to culture and Information and Communication Technologies (ICTs). These companies are being promoted thanks to laws that favor their growth and expansion. The objective of this work is to establish the relationship between foreign capital and the growth of the orange economy in the city of Bogotá. The methodology consisted of documentary and statistical analysis. The results show that the impact of creative companies on GDP is still low and is not advancing at the same rate as GDP. It is concluded that not only investment is necessary, but that human capital, business policies and constant monitoring of the innovation process accompany its development.

Key Words: Foreign investment; economic growth; creative industry; GDP.

1. Introducción

Son múltiples las definiciones que se pueden encontrar acerca de las industrias creativas y culturales, el enfoque de cada una de ellas estará dado por las intencionalidades de quien la defina. No obstante, en términos generales, dichas definiciones son dadas por entidades públicas o privadas que alrededor del mundo trabajan sobre la temática (Castro, 2016).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] las define como “aquellos sectores de actividad organizada que tienen por objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural,

artístico o patrimonial” (UNESCO, 2010: 17).

Desde un marco histórico, el término industrias creativas y culturales ha ido cambiando conforme a la evolución que, desde la economía, la visión de los países y gobiernos se ha planteado. Desde los años ochenta y noventa en Europa se ha hablado de este concepto, y fue el gobierno británico quien impulsó los primeros acercamientos a la consideración de este tipo de industrias como parte del nicho económico que aporta al PIB (Castro, 2016). Es por eso que el Departamento de Cultura, Medios y Deporte Británico describió a las industrias creativas como “industrias que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales, que presentan un potencial para la creación de riquezas y empleo

por medio de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (Department for Digital, Culture, Media & Sport [DCMS], 1998: 3).

Ante la necesidad de superar la crisis, la atracción de capital extranjero para la inversión en este tipo de negocios se ha convertido en una estrategia para poder propiciar este crecimiento, apuntando principalmente al mejoramiento del entorno social y los negocios.

El objetivo de esta investigación es establecer la relación existente entre el aporte de capital extranjero e inversionista en el desarrollo de la Economía Creativa en Bogotá; para ello se parte de la hipótesis que el aporte del capital extranjero de inversión es el que ha hecho en gran medida posible el crecimiento de la Economía Creativa, en particular en sectores que cada vez son más atractivos por sus bajos costos de operación, novedad, creatividad y servicios que hacen una notoria diferencia con los que se encuentran en el mercado.

Desde lo metodológico se puede considerar que es un estudio descriptivo/comparativo de corte transversal que comprende el periodo 2013 al 2019 tomando en cuenta cifras del PIB, la inversión extranjera en Colombia y el aporte de las industrias creativas al PIB tanto en Colombia como en Bogotá. Por otro lado, se tienen en cuenta los datos del Departamento Administrativo de Estadística [DANE] en relación a la cuenta de seguimiento a la Economía Naranja para Bogotá, datos publicados por el Banco de la República en cuanto a las cifras referentes a inversión extranjera, mercado cambiario y Economía Creativa, y el análisis literario de trabajos relacionados con el tema como punto de referencia para esta

investigación.

Se emplea el método histórico-lógico para la recopilación bibliográfica y el análisis documental sobre el impacto de la Economía Creativa desde los diferentes sectores que esta comprende en la economía del país. Se dirige desde el enfoque de categoría mixta, sustentados en Rodríguez & Valldeoriola (2007), quienes afirman que este tipo de investigaciones educativas están moldeadas en tres elementos: la conceptualización y operativización de las variables; el grado de intervención o aplicación por parte del investigador, y la naturaleza de los objetivos (contrastar, describir, valorar, mejorar).

Desde la dimensión cuantitativa, se muestran en los documentos analizados tales como valores de consumo, porcentaje de aporte al PIB, grados de inversión, calificaciones de riesgo, entre otras; consideradas para poder llegar a los resultados esperados. Desde el ámbito cualitativo se tratan los conceptos relacionados con la creatividad que permiten hacer una correcta caracterización del entorno empresarial.

2. La industria creativa en el contexto colombiano

Según el DANE (2019), en Colombia, las industrias creativas hacen parte de un sector denominado Economía Naranja, el cual representa cerca del 3,3 % del Producto Interno Bruto [PIB] siendo el país latinoamericano en donde este sector más aporta al PIB, generando de paso cerca de 1,1 millones de empleos. El 74 % de las empresas de industrias creativas del país se encuentran registradas en Bogotá, estas representan unos USD 1.200 M en ingresos.

Se debe entonces considerar los valores sociales y culturales consolidados por las industrias culturales y creativas destacándose la originalidad, la creatividad, el cambio y la innovación, además de una mayor valorización de los principios post-materialistas de orden estético, simbólico e intelectual (Bendassolli, citado por Gomes, 2018). Tales procesos creativos se encuentran entonces íntimamente ligados con los procesos de innovación a través de estrategias pedagógicas apoyadas por las TICS, que buscan la generación de nuevos productos, nuevos procesos o productos significativamente mejorados, que se traducen en el aumento de la competitividad del país (Guerrero & Molero, 2020), (Ravina, Villena & Gutiérrez, 2017), visto al mismo tiempo como una estrategia fundamental y necesaria en el mejoramiento continuo incluso de la sociedad, dando cabida a que este sistema sea heterogéneo, abierto y dinámico, caracterizado por la escalabilidad y la retroalimentación efectiva (Zambrano et al, 2018).

Puede considerarse que en virtud de lo que percibe este tipo de economía, propicia espacios que permiten llegar a cerrar las brechas sociales existentes, tratando de acercar a quienes se encuentran en condiciones menos favorecidas con aquellos que son considerados privilegiados en torno a un propósito común que es la integración social, teniendo siempre como base el sistema educativo, que aporta desde el fortalecimiento de los diferentes procesos creativos como los que se dan desde temprana edad (González, 2020).

A esto debe sumarse el fuerte trabajo que debe hacerse en torno a la gestión del conocimiento, vista como el proceso mediante el cual se gestiona la información de tal forma que se pueda

asegurar y proteger a los diferentes procesos creativos, permitiendo aportar a la cadena de valor que conduce finalmente al fortalecimiento de la innovación (Zúñiga & Martínez, 2021). Según Figueroa (2016: 43) “el gestionar adecuadamente el conocimiento es la clave para que las instituciones y los países mejoren su competitividad y se puedan mover al ritmo de la globalización de la economía” ya que en la medida que este sea dirigido hacia la producción de innovaciones, se puede llegar a un mayor desarrollo tecnológico.

Esta condición multidisciplinaria de la Economía Creativa es lo que hace que este tipo de industria se encuentre en ascenso y represente una oportunidad para ser utilizada dentro de las estrategias de desarrollo de países emergentes. Uno de los caminos que más se sigue en este tipo de empresas es la de la vinculación de múltiples colectivos en asociaciones con miras a mostrar su emprendimiento como una unidad sólida y organizada que permita ser explotada a modo de una alternativa seria de negocio que pueda generar rendimientos y atraer inversión.

El apoyo estatal se ve reflejado en la Ley 1834 sancionada en el 2017 más conocida como la Ley Naranja. Esta ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, en donde estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual. La ley permite adoptar las medidas necesarias para que las industrias creativas nacionales sean reconocidas partiendo del hecho que es un sector generador de empleo de calidad, motor de desarrollo, y que fomenta el tejido social y humano, así como la identidad y equidad.

En el artículo 5 de dicha ley se definen estrategias de gestión pública que se implementarán para darle efectiva aplicación, tales como: información, instituciones, industria, infraestructura, integración, inclusión e inspiración.

La Ley 1834 en su artículo 11 toca el tema de la financiación, estableciendo que el gobierno nacional promoverá la adecuada financiación que permita desarrollar la Economía Creativa. Esto se hace por intermedio del Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior [Bancoldex], encargado de crear mecanismos de financiación para emprendimientos creativos a través de los instrumentos y vehículos que dicha entidad determine según su objeto y competencia. El mismo artículo promueve también la disponibilidad de capital semilla y capital emprendedor para emprendimientos creativos mediante procesos concursales rigurosos de acuerdo con la ley.

Otro acto legislativo es el Decreto 1204 promulgado en el 2020 un Decreto Reglamentario del Sector Cultura. La norma contiene los elementos que permiten adoptar la política pública integral de la Economía Creativa denominada Política Integral Naranja. Otros actos de carácter administrativo complementan toda la estructura destinada al apoyo estatal, tales como la designación de entidades de apoyo, asistencia, asesoría y seguimiento a la gestión pública, pero no a la gestión de financiación externa diferente al apoyo estatal por lo que es un tema pendiente desde el poder legislativo.

En el caso colombiano, dentro del ámbito de las industrias creativas, se han definido trece sectores específicos, los cuales son: publicidad, arquitectura, artes y antigüedades, artesanía, diseño, moda, cine, software interactivo o de

ocio, música, artes escénicas, edición, servicios de software y hardware, y radio y televisión (Araujo citado por Garay, 2018).

Se identifican también como parte de esta economía a las entidades con y sin ánimo de lucro, empresas sociales y cooperativas, comunidad y empresas del sector público, cada una de estas desde el propósito o rol que desempeñen pueden trabajar en aspectos tales como motivaciones sociales y medioambientales, misionalidad, relaciones humanas, sostenibilidad local y participación ciudadana, lo anterior permite tener algunos elementos de entrada para la formulación de políticas públicas que favorezcan a las comunidades (Cañigual, 2016).

Para su estudio económico, los sectores empresariales han sido agrupados en tres sectores económicos, Artes y Patrimonio, Industrias Culturales y Creaciones Funcionales. Cada uno de estos grupos son registrados en cuentas para su seguimiento en valores de producción y consumo intermedio para llegar al cálculo del Valor Agregado Bruto. Los sectores incluidos en las cuentas se describen a continuación:

- Grupo de Artes y Patrimonio: actividades de artes visuales, actividades de artes escénicas (teatrales, espectáculos de todo tipo, musicales en vivo), actividades de patrimonio (bibliotecas, museos, zoológicos, parques temáticos, I+D), actividades manufactureras de la Economía Naranja (fabricación, confección, corte, tallado, forja, estampado, laminado, comercio al por mayor y por menor), educación cultural y creativa, actividades asociativas y de regulación.
- Grupo de Industrias Culturales: actividades editoriales (libros,

revistas, edición, impresión, comercialización), actividades fonográficas (grabación, edición, creación, producción), actividades audiovisuales (producción, postproducción, exhibición, de películas cinematográficas, vídeos, programas, anuncios, comerciales), agencias de noticias y otros servicios de información.

- Grupo de Creaciones Funcionales: medios digitales y software (programas informáticos, actividades de consultoría informática, portales web, comercio de computadores y equipos, comercio electrónico y telecomunicaciones), actividades de diseño (arquitectura, ingeniería, joyas, bisutería, fabricación de instrumentos musicales, juegos, juguetes, rompecabezas), publicidad (DANE, 2019).

En el caso de Bogotá, diferentes sectores y negocios pertenecientes a este nuevo tipo de economía están intentando afianzarse en localidades como Kennedy, Rafael Uribe Uribe, Antonio Nariño y Tunjuelito en la ciudad de Bogotá desde el concepto de Economía Creativa y que, además, pueden aportar a una caracterización empírica de la Economía Naranja para nuestro país. Ello considerando derechos de propiedad, propiedad intelectual, cultura y elementos tecnológicos.

Para González, Huertas & Lugo (2020) en Colombia las Industrias creativas han venido resaltando como resultado de la apropiación del concepto universal de investigación y política el cual es utilizado para la promoción del desarrollo económico de ciudades, regiones y países. Sin embargo, estas aún deben avanzar debido a que se evidencia el desconocimiento de muchas de las leyes y normas vigentes

por parte de quienes están al frente de las industrias creativas.

3. Un antecedente de investigación: El ejemplo español

Uno de los casos más significativos de cómo este tipo de economía puede ayudar a mejorar las condiciones económicas al punto de impactar de manera positiva y significativa el PIB es España. Ante momentos de crisis vivida recientemente este país logró comprender que la economía de la cultura era una vía para salir de la crisis, lo cual llevó a la consecución de muchos otros objetivos sociales como la lucha contra el fracaso escolar, la inclusión de colectivos en riesgo o la integración digna de colectivos de inmigrantes, el empoderamiento de mujeres de mediana edad con bajos niveles de formación, la inserción de población reclusa, la mejora en enfermedades degenerativas de población mayor, entre otros factores que de una u otra forma contribuyeron al aumento del desarrollo emprendedor (Rausell-Köster, 2013).

En estudio realizado en 2013 para el área metropolitana de Sevilla y Andalucía, permitió establecer que, de acuerdo a las características poblacionales, las industrias creativas generan tendencias para su generación y crecimiento. Por ejemplo, en el sector de Sevilla predominan la industria editorial y las actividades de creación artística, éstas últimas asociadas a las condiciones económicas y el tipo de población que allí habita, mientras que en el sector de Andalucía las industrias que se relacionan con la Economía Creativa y que se convierten en fuentes generadoras de empleo son aquellas

relacionadas con el diseño y fotografía, cine, televisión y música, creación artística y espectáculos (Caravana et al, 2013). Lo que confirma que el territorio y sus condiciones socioeconómicas propician en mayor o menor grado su desarrollo y su tipo.

Se tiene el concepto que la creatividad tiene mucha relación con el desarrollo empresarial en este tipo de industria. Un ejemplo de ello es el caso de la investigación desarrollada en la ciudad de Madrid (Prada, 2015), en donde se discute sobre el concepto de creatividad analizando el caso del Mercado San Fernando el cual bajo la crisis económica del año 2008, fue cerrando muchos de sus negocios y tras varios intentos por parte de entidades gubernamentales y privadas, se logró la recuperación y modernización de este espacio, surgiendo la reflexión de que aunque este tipo de negocio no se enmarca entre las categorías de la industria creativa, fue posible a través de la creatividad implantar escenarios que no solo conservaran la esencia del mercado, sino que permitieran incorporar espacios para la entretenimiento y el ocio.

El estudio concluye que la industria cultural y creativa continuará sufriendo modificaciones en su definición y tipificación general, en la medida que la creatividad asociada al emprendimiento se convierta en motor de crecimiento económico para la sociedad.

Para el año 2012 el 5,7% de la producción española tenía su origen en las industrias creativas y el 22% de la población española ocupada formaba parte de la llamada clase creativa, lo que conllevó a ubicar a España para ese momento en el quinto país europeo con mayor producción en industrias

creativas, después de Alemania, Reino Unido, Francia e Italia; esto a su vez coincide con el hecho que las industrias creativas estaban muy concentradas en España sustancialmente más que en otros países, evidenciado por el índice de concentración de Gini, el cual mostró para ese momento un valor de 0,91 (sobre un máximo de 1) lo que da muestra de esta extrema concentración (Domenech y Lazzeretti, 2012).

Así mismo es importante considerar que en los países en vías de desarrollo, las industrias creativas deben sortear un sinnúmero de situaciones asociadas a la falta de inversión, infraestructura precaria, poca preparación en materia de gestión y organización del negocio, habilidades profesionales deficientes, desconocimiento sobre el funcionamiento de los mercados culturales contemporáneos (nacionales e internacionales), poca financiación estatal e insuficiente incentivo político (PNUD citado por Gomes, 2018), lo cual debe ser evaluado por los gobiernos en procura de mejorar sus políticas y apoyos al sector.

4. Inversión extranjera y crecimiento de la Economía Creativa

La cuenta de producción de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja – CSCEN, permite medir el valor agregado generado en el proceso productivo de las actividades económicas asociadas a cada uno de los sectores económicos en los que son agrupados. En la Tabla 1, se encuentra un registro histórico de estas desde el año 2014 hasta el año 2019, medición oficial presentada por los entes gubernamentales de control y monitoreo.

Tabla 1
Resultado Cuenta de Producción según sector Economía Naranja
2014 - 2019

CUENTA / AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Artes y patrimonio	2010312	2167687	2284718	2299879	2357060	2527773
Industrias culturales	5956083	6129678	6405693	6644225	6737554	7446978
Creaciones funcionales	10147581	11639818	12258419	12554047	13519304	14635113
Total producción cultura y Economía Naranja	18113976	19937184	20948831	21498152	22613918	24609864

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2019), (2020).

Estos valores han sido irregulares ante el mercado internacional por la fluctuación del dólar, sin embargo, si estos valores se miran a nivel nacional en moneda local se han ido aumentando de manera constante año tras año, claro está en un porcentaje bastante bajo, cercano al 5% anual.

Los consumos intermedios consignados representan los valores de los bienes y servicios consumidos como

insumos en el proceso de producción de nuevos productos del sector, cuyos métodos son bastante particulares por el modelo de negocio, en donde se puede apreciar que las creaciones funcionales ocupan un valor cercano al 60% del total de los consumos, siendo este sector el que mayoritariamente atrae recursos por la generación de valor agregado en sus productos (Ver Tabla 2).

Tabla 2
Resultado Cuenta consumo intermedio según sector Economía Naranja 2014 - 2019

CUENTA / AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Artes y patrimonio	902421	1007343	1015897	1076563	1117099	1103022
Industrias culturales	2912361	3229379	3379612	3403858	3452256	4413399
Creaciones funcionales	4138278	5135445	5446932	5670971	6153055	6616994
Total consumo intermedio	7953060	9372166	9842440	10151391	10722410	12133415

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2019), (2020).

El Valor Agregado Bruto calculado a partir de la producción y del consumo infinito permite evaluar que la actividad

económica del sector no ha podido consolidarse de manera ascendente (Ver Tabla 3).

Tabla 3
Resultado del Valor Agregado Bruto según el sector de la Economía Naranja 2014 – 2019

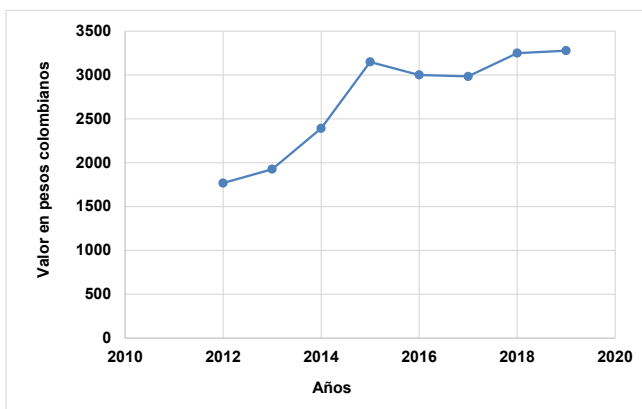
CUENTA / AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Artes y patrimonio	1107891	1160344	1268822	1223317	1239961	1424752
Industrias culturales	3043722	2900300	3026081	3240367	2962857	3033579
Creaciones funcionales	6009304	6504374	6811488	6883076	7366249	8018119
Total valor agregado cultura y Economía Naranja	10160917	10565018	11106391	11346761	11569067	12476450

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de DANE (2019), (2020)

Esto obedece en gran medida a la variación internacional del precio del dólar vs la moneda colombiana la cual alcanza cifras históricas de devaluación,

sumado a la inestabilidad de la misma industria muy sensible a aspectos relacionados con la inversión y los mercados, Gráfico 1.

Gráfico 1
Valor histórico del dólar en pesos colombiano entre 2012 – 2019

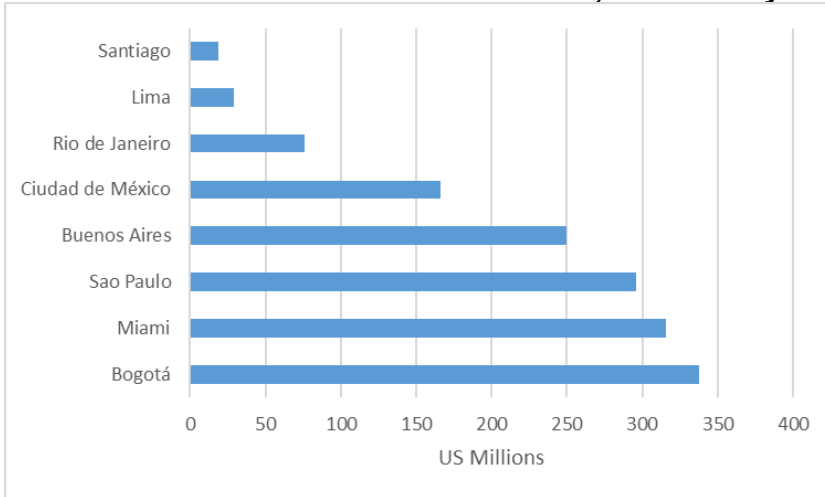


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Banco de la República (2020).

Según cifras del portal Invest in Bogotá (2019), la ciudad es una de las ciudades latinoamericanas que más inversión *greenfield*¹ ha atraído en industrias creativas, entre los años 2007

y 2018. La razón obedece principalmente a la confianza que ofrece el país a los inversionistas y al apoyo de las diferentes entidades gubernamentales a los procesos de inversión, Gráfico 2.

Gráfico 2
Inversión Greenfield en industrias creativas, entre 2007 y 2018



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Invest in Bogotá, (2019).

Para el 2018, el número total de recepción de Inversión Extranjera Directa (IED *greenfield*) en industrias creativas y culturales en Bogotá fue de USD 499 M. El año siguiente esta inversión creció en un valor cercano al 25% aproximándose a los USD 620 M, en donde países como EE. UU. y España lideraron los flujos

de inversión según datos del Banco de la República (2020) seguidos de otros países como Suiza, México, Canadá, Chile y Alemania, lo que va en creciente aumento teniendo en cuenta la recepción de los mismos a nivel nacional, ver Tabla 4.

1 La inversión Greenfield es una forma de inversión extranjera directa en el que la matriz de una empresa comienza un nuevo emprendimiento en un país extranjero, para lo cual construye nuevas instalaciones operacionales y también crea puestos de trabajo mediante la contratación de nuevos empleados (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020).

Tabla 4
Inversión extranjera directa en Colombia 2012 – 2019

Año	Miles de millones de USD
2012	69,8
2013	68,9
2014	65,8
2015	55,1
2016	64,4
2017	70,6
2018	68,7
2019	72,8


Fuente: Elaboración propia

Un ejemplo de su progreso evidencia que, en el primer trimestre del año 2019, la inversión extranjera directa, según la balanza cambiaria del Banco de la República alcanzó 2.255,8 millones de U\$. La inversión extranjera estuvo representada en sectores como construcción, electricidad, agua y gas; comercio electrónico y tradicional, restaurantes y hoteles; transporte y manufacturas, entre otros, como captadoras de gran parte de dicho capital.

Gran parte de la confianza del inversionista se debe a la evaluación favorable que tienen las centrales de riesgo de inversión para Colombia y en especial la evaluación para la ciudad de Bogotá. Desde el año 2012 esta ciudad presenta una calificación bastante favorable otorgada por empresas evaluadoras tanto a nivel nacional como a nivel internacional, tal y como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5
Registro histórico de calificaciones de riesgo 2002-2019

Concept	Years and rating						
	2002 -2015				2017	2018	2019
Internal							
Fitch Ratings Colombia S.A.	AAA				AAA	AAA	AAA
BRC Standard & Poor's -	AAA	AAA	N.A		AAA	AAA	AAA
External	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Standard and Poor's							
Foreign currency	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-
Legal currency	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-	BBB-
Fitch							
Foreign currency	BBB-	BBB	BBB-	BBB	BBB	BBB	BBB
Legal currency	BBB	BBB +	BBB	BBB	BBB	BBB	BBB
Moody's							
Foreign currency	Baa3	Baa2	Baa2	Baa2	Baa2	Baa2	Baa2
Legal currency	Baa3	Baa2	Baa2	Baa2	Baa2	Baa2	Baa2

 Improvement in grades

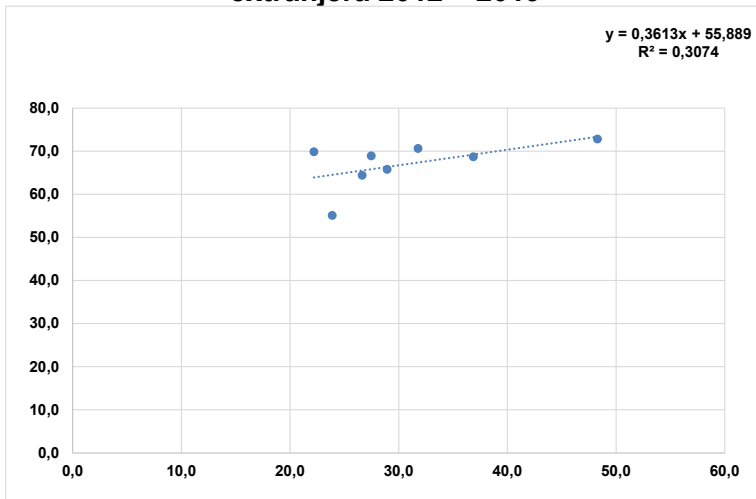
Fuente: Secretaría Distrital de Hacienda, (2020)

La ciudad de Bogotá es considerada como la 6ta más atractiva para invertir dentro de las ciudades capitales a nivel latinoamericano según el ranking que realiza la división de inteligencia de la Revista fDi del Financial Times de Londres, debido principalmente al tamaño del mercado (51 % de las empresas), la diversidad de su estructura productiva (36%) y la capacidad de compra de sus habitantes (36%). A esto se suma la imagen creciente de la ciudad como sede de importantes eventos de todo tipo, ferias y exposiciones con diferentes escenarios habilitados para hacerlo, que se incluyen dentro de los modelos de negocios de la Economía Naranja (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

Al analizar la relación existente

entre la evolución del capital extranjero de inversión en Colombia y teniendo en cuenta que más del 60% de este es destinado en empresas situadas en Bogotá y que a su vez más del 40% de estas inversiones se quedan en la industria creativa; se quiso corroborar parte de la hipótesis de investigación que afirmaba que el aumento de dicha inversión extranjera ha hecho que se desarrollen las empresas del sector de la Economía Naranja, para ello se tuvo en cuenta el aporte que esta hace al PIB Nacional vs el capital extranjero de Inversión directa entre los años 2012 y 2019, ya que anterior a dicho año no hay un reporte oficial sobre aporte de la industria creativa a la economía local ni un seguimiento sobre el avance de esta, ver Gráfico 3.

Gráfico 3
Contribución de la Economía Naranja al PIB vs inversión extranjera 2012 – 2019



Fuente: Elaboración propia

El coeficiente de correlación entre ambas variables es $\text{Corel}(X,Y)=0,554455861$, lo que indica que la correlación entre ambas variables es directa, pero no es lo suficientemente fuerte para poder llegar a ser concluyente con la afirmación que entre mayor capital extranjero que ha llegado al industria creativa, mayor ha sido el desarrollo de estas y por lo tanto mayor aporte al PIB. Sólo podría afirmarse que hay una influencia del aporte que hace el capital extranjero sobre dicho sector en su desarrollo, por lo que se

necesita entonces investigar sobre otros posibles factores que han propiciado su desarrollo.

El registro histórico de creación de nuevas empresas corrobora esta información, ya que a partir del apoyo legislativo inmerso la creación de la Ley 1834 se evidencia un aumento en la creación y registro de nuevas empresas para dichos años y el aumento en el porcentaje de aporte de nuevos emprendimientos a nivel nacional tal como se observa en la Tabla 6.

Tabla 6
Creación y registro de nuevas empresas para Bogotá y Colombia 2013-2019 con apoyo de capital extranjero

Año	Número de empresas creadas en Bogotá	Número de empresas creadas en Colombia	Aporte Bogotá al total nacional (%)
2019	144.550	309.463	46,7
2018	126.957	328.237	38,7
2017	72.734	323.265	22,5
2016	70.913	299.632	23,7
2015	61.132	257.835	23,7
2014	70.301	296.510	23,7
2013	25.300	63.500	39,8

Fuente: Elaboración propia a partir de varias fuentes.

En el 2019, los segmentos culturales que más crecieron fueron la música (26,7 %) y las artes escénicas (22,6 %), mientras que los que presentaron la mayor caída fueron las actividades audiovisuales (-7,9 %) y los libros y publicaciones (-2,3 %). Por su parte, el área de la educación cultural creció apenas 0,3 % y el de la creación publicitaria disminuyó 1,8 % (Cortés, 2020).

5. Conclusiones

El análisis hecho sobre la inversión extranjera en Colombia, en especial sobre el sector de la Economía Naranja en la ciudad de Bogotá, permite concluir que si bien es cierto que la inversión extranjera está presente en los procesos de desarrollo y crecimiento de la industria creativa no ha sido un factor determinante y mayoritariamente influyente en este, lo que abre el espacio a otros escenarios

investigativos para indagar acerca de estos otros factores que hacen parte del proceso de crecimiento y sostenibilidad.

Además de lo anterior, se logró identificar que el incremento en la creación de nuevas empresas en Bogotá se debe a varios factores tales como:

- Aumento de la confianza inversionista debido a las buenas calificaciones de centrales de riesgo y evaluación de empresarios que ya han invertido en negocios de la ciudad.
- La infraestructura tecnológica y física; así como el personal capacitado hacen que los escenarios de creación de empresas sean bastante favorables.
- La legislación que protege a este tipo de industrias apoyando desde diferentes sectores los procesos de consolidación empresarial y aumentando la competitividad.
- La protección a la innovación y creación bases fundamentales de la industria creativa y cultural.

También es posible determinar que el impacto de las empresas creativas en el PIB aún es bajo y no avanza al mismo ritmo que lo hace el PIB. Esto se debe mayormente a las variaciones en comportamientos económicos como el dólar y a la puesta en marcha inicial de planes de apoyo a la Economía Naranja que aún están en fase de despegue. Sin embargo, sus expectativas de crecimiento en el futuro hacen pensar que dicho aporte irá en aumento constante en la medida que dichos planes trazados para su desarrollo se encuentren en etapas más avanzadas y puedan ser evaluados.

En gran parte, el futuro del avance de este tipo de economía en Colombia dependerá en mayor parte de lo que sucede en Bogotá, debido

al porcentaje que esta representa en el total nacional y al gran aporte que esta hace al PIB nacional, si esta no se potencializa entonces probablemente el país decaerá en los índices referentes a este sector de la economía. De igual manera, siendo Bogotá un referente a nivel latinoamericano de ciudad atractiva para la inversión, su ejemplo es tenido en cuenta para la continuidad de la tendencia en la región.

Desde los diferentes entes gubernamentales se deben determinar y reglamentar otros mecanismos alternativos de apalancamiento, comercialización y apoyo con el fin de promover en general los emprendimientos creativos, ya que si bien hay una parte de apoyo de la inversión extranjera y el apoyo estatal, se necesitan de otros sectores para no limitar su campo de acción, su crecimiento y la competitividad. Se debe garantizar entonces al mismo tiempo los recursos estatales que permitan mantener la diversidad en la oferta de este tipo de industrias en el caso que llegue a presentarse la disminución de capital extranjero, haciendo de esta una industria auto sostenible, que permita a futuro satisfacer no solo las necesidades del territorio si no también la demanda internacional, lo que permita entonces direccionar el actuar a otros campos como la educación y la capacitación, vistas como agentes de cambio sobre la cultura y los entornos sociales, que pueden ser verificados mediante procesos investigativos.

Referencias Bibliográficas

Banco de la República (2020). *En 2019, Colombia recibió US\$10.366 millones en Inversión Extranjera Directa, su mayor nivel desde 2015.*

- Diario oficial. Presidencia. <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/En-2019-Colombia-recibio-US-10366-millones-en-Inversion-Extranjera-Directa-su-mayor-nivel-desde-2015-200110.aspx>
- Cámara de Comercio de Bogotá (2019). Cuenta satélite de cultura y Economía Naranja (CSCEN) Bogotá 2014-2018. CCB. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-bogota-2014-2018p>
- Cámara de Comercio de Bogotá, (2020). Productos de consumo y comunicaciones lideran la inversión extranjera. CCB. <https://www.ccb.org.co/observatorio/Economia/Economia-dinamica-incluyente-e-innovadora/Posicionamiento-competitivo/Productos-de-consumo-y-comunicaciones-lideran-la-inversion-extranjera>
- Cañigueral, A. (2016). Hacia una economía colaborativa «responsable». *Oikonomics: Revista de economía, empresa y sociedad*, (6), 16-27. <https://bit.ly/2ZG6f51>
- Caravaca Barroso, I., González Romero, G., Fernández Salinas, V., & García García, A. (2013). Economía creativa en la aglomeración metropolitana de Sevilla: agentes, redes locales de colaboración y principales actuaciones. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (63). <https://doi.org/10.21138/bage.1607>
- Castro, A. (2016). *Industrias culturales vs industrias creativas: un análisis crítico*. https://www.researchgate.net/publication/314840453_Industrias_culturales_vs_industrias_c_reativas_un_analisis_critico
- [un analisis critico](#)
- Congreso de Colombia. (2017). Ley 1834 de 2017, por medio de la cual se fomenta la Economía Creativa Ley Naranja. <https://bit.ly/2Zyn3ei>
- Cortés, J. (2020). La Economía Naranja, un sector que le deja a Bogotá 4 billones de pesos anuales. Alcaldía de Bogotá. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/desarrollo-economico/la-economia-naranja-en-bogota>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE (2019). Dane reveló que las industrias de la Economía Naranja en Bogotá crecieron 1,4% en 2018. DANE. <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/Dane-revelo-que-las-industrias-de-la-Economia-Naranja-en-Bogota-crecieron-1-4-en-2018-190926.aspx>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE (2020). Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN) Bogotá 2014-2019. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-y-economia-naranja-cscen-bogota-2014-2019pr#artes-y-patrimonio>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE (2019). Economía Naranja, 2019. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf
- Department for Digital, Culture, Media & Sport- DCMS (1998). Creative Industries Mapping Document 1998. DCMS Londres. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
- Domenech, R. B., & Lazzaretto, L.

- (2012). Las industrias creativas en España: una panorámica. *Investigaciones regionales: Journal of Regional Research*, (22), 181-206. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3911846>
- Figuroa, G. M. A. (2016). Gestión de la innovación tecnológica mediante el análisis de la información de patentes. *Negotium*, 11(33), 42-68. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78245566003.pdf>
- Garay, S. (2018). Economía naranja colombiana en tiempos modernos. *Ploutos*, 7(2), 34-41. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1873>
- Gomes, C. (2018). La Economía Creativa y las industrias culturales y creativas: ¿una alternativa pos-capitalista? *XV Coloquio Internacional de Geocrítica Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista Barcelona*, 7-12 de mayo de 2018. <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>
- González Vergara, M. E., Huertas Cardozo, N., & Lugo Hernández, E. A. (2020). Diagnóstico de las organizaciones solidarias del sector artístico-cultural en Córdoba y Sucre. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(89), 174-188. <https://doi.org/10.37960/revista.v25i89.31384>
- González, A. G. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(4), 450-464. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34673>
- Guerrero, S. I., & Molero, J. (2020). Proyectos tecnológicos y desempeño innovador de las regiones colombianas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(2), 409-430. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31501>
- Invest in Bogotá, (2019). Industrias Creativas. <https://es.investinbogota.org/sites/default/files/2018-07/FS-IndustriasCreativas-esp-2018.pdf>
- Prada, T. J. (2015). El debate de la creatividad y la economía en las ciudades actuales y el papel de los diferentes actores: algunas evidencias a partir del caso de estudio de Madrid. *Investigaciones geográficas. Boletín*, (87), 62-75. <https://dx.doi.org/10.14350/riig.40700>
- Presidencia de la República, (2017). Ley 1834 de 2017 Por medio de la cual se fomenta la Economía Creativa. Ley Naranja. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1834_2017.html
- Presidencia de la República, (2019). En el primer trimestre de 2019, la inversión extranjera creció 23,3%. Presidencia de la República. <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/190416-En-el-primer-trimestre-de-2019-la-inversion-extranjera-crecio-23-3.aspx>
- Rausell-Köster, P. (2013). Comprender la economía de la cultura como vía para salir de la crisis. *Profesional De La Información*, 22(4), 286–289. <https://doi.org/10.3145/epi.2013.jul.02>
- Ravina, R., Villena, F. & Gutiérrez, G. (2017). Una aproximación teórica para mejorar los resultados de innovación en las empresas desde la perspectiva del “Happiness Management”. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 7(14), 113-129. <https://doi.org/10.17163/ret.n14.2017.06>
- Rodríguez, D., & Valdeoriola, J. (2007). *Metodología de la investigación*. España: Universidad O.de Cataluña.
- Secretaría Distrital de Hacienda, (2020). Calificaciones de riesgo para Bogotá. Secretaría Distrital de

- Hacienda. <httpS://www.shd.gov.co/shd/calificaciones-de-riesgo>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization- UNESCO (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales, UNESCO 2010. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/images/UNESCOculturalandCreativeIndustriesguide_01.pdf
- Zambrano Valdivieso, O., Almeida Salinas, O., Rodríguez Serrano, K., Vargas Ramírez, I., & Silva Prada, D. (2018). Innovación disruptiva, estrategia de inclusión al emprendimiento social. *Inclusión Y Desarrollo*, 6(1), 33-46. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.inclusion.6.1.2019.33-46>
- Zúñiga, C. Q., & Martínez, W. F. R. (2021). Modelo de gestión del conocimiento para centros de productividad e innovación. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(2), 347-366. <https://doi.org/10.36390/telos232.09>