



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMIA
BOGOTÁ D.C.**

LICENCIA CREATIVE COMMONS: “Atribución no comercial”.

AÑO DE ELABORACIÓN: 2018

TÍTULO: Análisis de las Industrias Culturales y Creativas en el Crecimiento Económico de la ciudad de Bogotá durante los años 2010-2016.

AUTOR (ES): Ávila González, Laura Vanesa y Vargas Mesa, Manuel Alejandro

DIRECTOR(ES)/ASESOR(ES): Regino Vergara, Johana

MODALIDAD: Trabajo de Investigación

PÁGINAS: **TABLAS:** **CUADROS:** **FIGURAS:** **ANEXOS:**

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN
MARCO TEÓRICO
ANTECEDENTES
MARCO LEGAL
METODOLOGÍA
RESULTADOS
CONCLUSIONES
RECOMENDACIONES
REFERENCIAS

DESCRIPCIÓN: Las industrias culturales y creativas representan un conjunto de ideas orientadas a generar bienes y servicios que permiten ser comercializadas; de esta manera se puede considerar su participación en el crecimiento económico tanto de Bogotá como del país a través de los ingresos que estas industrias generan.



METODOLOGÍA: La metodología planteada para el desarrollo de la investigación constara de dos partes, la primera parte estará basada en una revisión literaria con el objetivo de apoyar el análisis de las industrias culturales y creativas en la ciudad de Bogotá. En la segunda parte, se realiza el análisis de las industrias culturales y creativas en el crecimiento económico de la ciudad planteada, en dicho análisis se plantearan los sectores que aportaron a la economía entre los años 2010 y 2016. A partir de este análisis se tendrán en cuenta el nivel de producción y el nivel de generación de ingreso.

PALABRAS CLAVE: Industrias culturales y creativas, PIB Bogotá, crecimiento económico, niveles de producción, niveles de ingreso..

CONCLUSIONES: Las ICC son la representación de aquellas ideas cuya base está orientada a generar bienes y servicios, permitiendo establecer que haya una incidencia de estas industrias sobre la economía, ya que existe un nivel de producción ligado al consumo y una generación de ingresos. Con este análisis se estableció que las ICC pueden abrir camino a generar crecimiento económico a través de su aporte económico y social, es decir, el fomento de estas ideas dan lugar a nuevas oportunidades tanto económicas, laborales y creación de nuevas industrias. Así se plantea que las ICC promueven y aportan al crecimiento de la economía de Bogotá y del país.

FUENTES:

1. Andigraf (Asociación Colombiana de la Industria de la Comunicación Gráfica. Bogotá: Andigraf.
2. Aninat S. M. (2012), Cultura y Economía I. Recuperado de: <http://diseno.uc.cl/wp/wp-content/uploads/2015/08/Cultura-y-Economi%CC%81a-I-1.pdf>
3. Behar V. E. (2018), La Economía Naranja Indicadores, Realidad y Perspectivas de la Bogotá Creativa. Recuperado de: <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/base/lectorpublic.php?id=1136#sth.ash.QbYHBHTn.dpbs>
4. Bohórquez M. J.J. 2017. La Economía Naranja De Bogotá: Análisis De Los Aportes Del Sector De La Publicidad. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10405/Melozajmin2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



5. Boix R. y Lazzeretti L. (2011), Las industrias creativas en España: una panorámica. Recuperado de: <file:///C:/Users/Pc/Downloads/Dialnet-LasIndustriasCreativasEnEspana-3911846.pdf>
6. Buitrago, F., y Duque, I. (2013). La Economía Naranja: Una oportunidad infinita. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3A%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf>
7. Cámara de Comercio de Bogotá y CEDE, 2010. Caracterización Del Sector De Industrias Culturales Y Creativas En Bogotá Y Cundinamarca, Resumen Ejecutivo. Recuperado de: <http://emprendimientocultural.mincultura.gov.co/observatorio/wp-content/uploads/2017/05/Caracterizaci%C3%B3n-del-sector-de-industrias-culturales-y-creativas-en-Bogot%C3%A1-y-Cundinamarca.pdf>
8. Domínguez y Granados (2017), Gestión de las empresas culturales. Crecimiento e impacto para el desarrollo económico del país. Recuperado de: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28247/11151600_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
9. Escobar G. G. Forero R. T. y Vargas P. P. (2017), La institucionalidad de la Economía Naranja en Colombia: Un estudio neo-institucional para el periodo 2010-€2014. Recuperado de: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21469/64122151_2017.pdf?sequence=1
10. Espinal M. N. E. (2006), Economía de la cultura. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/5613/1/noraelenaespinalmonsalve.2006.pdf>
11. Fernández de Rota y Monter, J.A. (2000). “Interpretación antropológica y economía”. En Lisón Tolosana, C. (ed.), 2000: 31-41.
12. Fonseca R. Ana C. (2008), ECONOMÍA CREATIVA como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo. Recuperado de: <http://emprendimientocultural.mincultura.gov.co/observatorio/wp-content/uploads/2017/05/Economi%CC%81a-creativa-como-estrategia-de-desarrollo.pdf>
13. Garay S. (2017), Economía naranja colombiana en tiempos modernos. Recuperado de: <file:///C:/Users/Pc/Downloads/1873-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6102-1-10-20180130.pdf>
14. Gomes Christianne L. (2018), La Economía Creativa Y Las Industrias Culturales Y Creativas: ¿Una Alternativa Postcapitalista? Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>
15. González C. y Sánchez N. M. (2018), Información económica de las industrias creativas y culturales en Bogotá. Recuperado de:



<http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/base/descargas/public/cuaderno38.pdf>

16. Jiménez I. Millán M.F. y Suarez D.F. (2017), Efecto del valor agregado del consumo cultural: una aproximación a la economía naranja en Colombia. Recuperado de:

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1870/1731>

17. Luzardo A. (2016), La creatividad, el recurso inagotable de América Latina y el Caribe. Recuperado de: <file:///C:/Users/Pc/Downloads/Economia-naranja-Innovaciones-que-no-sabias-que-eran-de-America-Latina-y-el-Caribe.pdf>

18. Luzardo A. De Jesús y Pérez K. (2017). Economía naranja, innovaciones que no sabías que eran de América Latina y del Caribe, Washington, E.U.: Banco Interamericano de Desarrollo, Recuperado de: <https://publications.iadb.org/handle/11319/8330>.

19. Moreno J. (2017), Ley Naranja, que incentiva industrias culturales, pasa a sanción presidencial. Recuperado de: https://www.elheraldo.co/sites/default/files/files_archivo/2017/04/27/ley_naranja_1.pdf

20. Newbiggin, J. (2010). La economía creativa. Una guía introductoria. London: British Council.

21. Observatorio de Desarrollo Económico, (2018). "ECONOMÍA NARANJA" INDICADORES, REALIDAD Y PERSPECTIVAS DE LA BOGOTÁ CREATIVA. Recuperado de: <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/base/descargas/public/cuadernillo07.pdf>

22. Ortiz L. R. D. (2013), El Gigante Naranja. Recuperado de: <https://finanzaspublicasparaeldesarrollo.files.wordpress.com/2014/08/el-gigante-naranja-ramocc81n-ortiz.pdf>

23. Pis D. E. y García, F. (2014). El desarrollo del mercado audiovisual en Argentina: una industria de exportación. Palabra Clave, 17(4), 1137-1167.

24. Ramírez P. H. F. y Rodríguez M. L.N. (2018), Desarrollo de la Propiedad Intelectual como pilar de la Economía Creativa en la Economía Colombiana. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15979/1/Econom%C3%ADa%20Creativa%20-%202018.pdf>

25. Rausell K. P. Marco S. Y Abeledo S. R. (2011), Sector Cultural Y Creativo Y Riqueza De Las Regiones: En Busca De Causalidades. Recuperado de: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/38821/51489.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



26. Serpa H: J (2017), artículo de la Veeduría Distrital. Recuperado de: <http://www.veeduriadistrital.gov.co/content/Bogot%C3%A1-deber%C3%ADa-avanzar-hacia-la-econom%C3%ADa-naranja>
27. UNESCO, (2010), Políticas para la creatividad Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Recuperado de: http://www.lacult.unesco.org/docc/UNESCO_Guia_por_una_economia_creativa.pdf
28. Unesco (2013), Informe Sobre La Economía Creativa: Ampliar Los Cauces De Desarrollo Local. Recuperado De: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
29. UNESCO, CCB y la Alcaldía Mayor de Bogotá, (2018), Caracterización de las Industrias Culturales y Creativas de Bogotá. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/20339/Presntaci%C3%B3n%20Caracterizaci%C3%B3n%20ICC%20%281%29%20V3.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
30. Zuleta J., L. A. y Jaramillo G., L. (2009). Estudio económico de la industria de la música. Bogotá: Ministerio de Cultura.

LISTA DE ANEXOS: No aplica.