

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMERICAS**

**Facultad de Ciencias Sociales
Escuela de Relaciones Internacionales**

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“La incursión de Costa Rica al modelo de economía
naranja y su desarrollo en el Ministerio de Cultura y
Juventud 2014 – 2017”**

Milena Ross Sánchez

San José, Marzo 2018

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar debo agradecer a mi familia por todo el apoyo y comprensión expresado durante esta etapa de vida estudiantil, a mi madre, Ángela Sánchez, quien nunca me negó la oportunidad de estudiar y que con su ejemplo transmitió la importancia de continuar los procesos de formación académica.

Agradezco a la Licenciada Pamela Ramírez Guevara, mi tutora, gracias por el apoyo incondicional y la paciencia en el proceso de elaboración de este trabajo de investigación, así como a la Señora Paula Alfaro, quien de manera extraordinaria dirige la Escuela de Relaciones Internacionales. Su guía y ejemplo ha sido fundamental en estos días.

Además agradezco a todas las personas que de una u otra manera me apoyaron durante la investigación, a la Señora Anahí Moyano, Jefe de la Unidad de Cultura y Economía del Ministerio de Cultura y Juventud, que de manera muy amable me abrió las puertas y con su enorme conocimiento alimentó la investigación. De igual manera al Señor Kevin Villalta, Promotor Sectorial de la Promotora de Comercio Exterior, quien a través de su comprensión de la materia complementó este trabajo. Ambos son el ejemplo de profesionales comprometidos con sus labores.

Al profesor de Jorge Solano Ruíz, sus consejos han sido muy apreciados.

Mis sinceros agradecimientos, ustedes han hecho posible la culminación de esta etapa profesional.

DEDICATORIA

El proceso de investigación para la elaboración de este documento representó un importante reto en mi vida, reto en cuanto a la complejidad, al tiempo, y a las situaciones personales que se desarrollaban de forma paralela, es por eso que quiero dedicar este esfuerzo a mi familia, sin su apoyo y cariño no hubiese sido posible.

Índice

INTRODUCCIÓN	17
Capítulo I	21
Justificación, objetivos, perspectiva teórica y estrategia metodológica.....	21
1.1 JUSTIFICACIÓN.....	21
1.2 Planteamiento del Problema	23
1.3 Objetivos	25
Objetivo General	25
Objetivos Específicos.....	25
1.4 Perspectiva Teórica	25
1.5 Estrategia Metodológica	30
1.5.1 Tipo de Investigación.....	30
1.5. 2 Delimitación espacial y temporal	31
1.5.3 Tipos de Fuentes	31
1.5.4 Tipo de técnica	32
1.5.5 Unidad de Análisis	32
1.5.6 Contexto de Significación	32
1.5.7 Operacionalización	33
Capítulo II	34
Contextualización de la economía creativa en el ámbito internacional	34
2.1 La Economía Creativa y su Desarrollo en el Ámbito Internacional	34
2.2 Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)	36
2.3 Instrumentos emitidos por la Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).....	40
2.4 Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, 2005.....	41
2.5 Informe sobre la economía creativa: Ampliar los cauces de desarrollo local, 2013.....	42
2.6 Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD)	42
2.7 Instrumentos emitidos por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNTAD).....	46
2.8 Informe sobre la economía creativa: Una Opción factible para el desarrollo, 2010	50
2.9 La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)	51

2.10 Instrumentos emitidos por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)..	54
Capítulo 3	58
La economía creativa en el ámbito Latinoamericano y el Caribe	58
3.1 Banco Interamericano de Desarrollo (BID, por sus siglas en español).....	61
3.2 En la búsqueda de nuevos modelos productivos en América Latina y el Caribe	63
3.3 Panorama Latinoamericano	72
3.4 El desarrollo de la economía naranja en los procesos de integración regional.....	75
3.4.1 Mercado Común del Sur (MERCOSUR).....	75
3.4.3 Protocolo de Integración Cultural, 1996. (Mercosur cultural).....	76
3.4.4 La Comunidad del Caribe (CARICOM)	77
Capítulo 4	81
La incursión de Costa Rica en el modelo de economía naranja y su desarrollo en el Ministerio de Cultura y Juventud 2014 – 2017.....	81
4.1 Ministerio de Cultura y Juventud	83
4.2 Establecimiento de la cuenta satélite de cultura	86
4.3 Política Nacional de los Derechos Culturales 2014 -2023	95
4.3 Establecimiento de la Unidad de Cultura y Economía (UCE) en el Ministerio de Cultura y Juventud	97
4.4 Componentes de la Unidad.....	100
4.5 Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER).....	109
4.6 Oportunidad para Costa Rica: Animación y videojuegos	114
4.6.1 Visión Promotora de Comercio Exterior	115
4.6.2 Visión Unidad de Cultura y Economía	115
Conclusiones y recomendaciones	118
5.1 Conclusiones.....	118
5.2 Recomendaciones	122
Bibliografía	124
Anexos	130

Contenido de imágenes

Imagen#1: La economía cultural basada en el marco de las estadísticas culturales de la UNESCO	38
Imagen#2: Industrias que conforman la economía creativa, según la UNCTAD	45
Imagen#3: Presentación de Patentes Mundiales, según la OMPI	53
Imagen#4: Industrias culturales y sus sectores según el BID	63
Imagen#4b: BID: economía cultural, subsectores	68
Imagen#5: BID, economía naranja: Una Oportunidad Infinita, economía naranja respecto a las economías de América Latina y el Caribe	68
Imagen#6: Desempeño de la economía naranja en América Latina, 2013	70
Imagen#7: Empresas culturales y establecimientos físicos y jurídicos en cultura en Costa Rica 2010-2012	90
Imagen#8: Personas ocupadas en cultura en Costa Rica 2010- 2012	91
Imagen#9: Composición porcentual de la producción según sector 2010- 2012	92
Imagen#10: Política Nacional de los Derechos Culturales 2014 – 2023, Ejes de Acción	94
Imagen#11: Costa Rica, sectores de la economía naranja	101
Imagen#12: Unidad de Cultura y Economía, componentes	102

Contenido de Cuadros:

Cuadro#1: Ramas de la Propiedad Intelectual, según la OMPI	52
Cuadro#2: Banco Interamericano de Desarrollo, temas prioritarios de trabajo	61
Cuadro#3: BID, Industrias culturales, subsectores	65
Cuadro#4: BID, Industrias culturales convencionales	66

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, relevantes organismos internacionales, así como líderes mundiales, han atribuido a la creatividad, a la innovación y al emprendimiento la capacidad de dinamizar la economía, generar nuevos y mejores puestos de trabajo y dar valor agregado a los bienes y servicios, y a otras variables capaces de transformar el escenario global.

Como es bien sabido, los procesos de integración y la globalización han provocado profundos cambios en los patrones de consumo, producción y comercio, cambios que exigen la adaptación temprana para lograr una inserción exitosa en dichos procesos y reducir los efectos negativos que puedan traer consigo las corrientes liberales.

En la búsqueda por alternativas viables, que permitan diversificar la economía doméstica ha surgido una gran puerta llamada la “economía creativa” o “economía naranja”, conocida así por la asociación que existe entre este color y la creatividad, que basada en la cultura, las habilidades intelectuales y talento de las personas, aporta importantes cifras para el crecimiento y desarrollo de los países.

Históricamente, los momentos más dramáticos de la humanidad, en su gran mayoría han estado directamente relacionados con los procesos creativos; el descubrimiento del fuego, la invención de la rueda, la imprenta, el telégrafo, la revolución industrial, el alunizaje, por mencionar algunos, fueron producto de la inventiva humana, demostrando que una idea puede pasar fácilmente del mundo de los intangibles al mundo real, dejando en su paso una poderosa huella de evolución.

Si bien es cierto, la creatividad ha acompañado al ser humano desde siempre, y esta puede ser incentivada desde edades tempranas, el debate sobre el sector que conforman las industrias creativas es relativamente nuevo; el establecimiento formal de los derechos de propiedad intelectual y los derechos de autor, constituyen un gran paso en el reconocimiento de la economía creativa como un sector productivo de las naciones.

En el mundo actual, sumergido en la revolución del conocimiento, caracterizado por las ideas, las nuevas corrientes de pensamiento, cambios en las preferencias de consumo, la interconectividad y la mundialización de las cosas, la creatividad, entendida como la habilidad de crear o inventar nuevos productos que respondan a las necesidades diarias, se convierte en uno de los requisitos indispensables para desenvolverse en estas nuevas sociedades globales.

Algunos países y regiones han logrado maximizar dicha oportunidad y convertirla en un eje fundamental de desarrollo para sus poblaciones, dicho modelo promueve la inclusión social y sitúa al ser humano en el centro con un papel protagónico, ya que mediante su talento e inventiva se logran conseguir toda clase de beneficios.

Desde la visión de un profesional en Relaciones Internacionales, el estudio de un nuevo modelo económico con un alto componente cultural, es transcendental, ya que dicho elemento, es la piedra angular de su formación académica y competencias, de tal modo que el respeto por la diversidad cultural de las naciones debe conducir su actuar en el ámbito laboral, fomentado así los lazos de amistad y cooperación entre los pueblos.

Inmersos dentro de procesos de integración y globalización, el modelo de la economía creativa suma dos importantes factores del quehacer de la disciplina, la cultura y el comercio, ambos vitales en las relaciones entre los Estados modernos.

Este trabajo de investigación pretende exponer el desarrollo que ha tenido el concepto de economía creativa en importantes organismos internacionales, así como su incorporación en los procesos de integración regional, y la incursión de Costa Rica en el modelo de la economía naranja, las instituciones encargadas de dinamizar el sector y las oportunidades que ofrece al país.

Capítulo I

Justificación, objetivos, perspectiva teórica y estrategia metodológica

1.1 JUSTIFICACIÓN

Sobre la economía creativa (economía naranja) no existe aún un concepto consensuado por todos los actores del ecosistema, y este se ha ido transformando con el pasar de los años, de igual manera, los sectores que la conforman, se han incorporado a las nuevas tecnologías que fomentan y alimentan la industria.

Con el fin de brindar una aproximación al concepto se utilizará como referencia la definición planteada por el Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS, por sus siglas en inglés), y mencionada en el libro: La economía naranja: una oportunidad infinita “son aquellas que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual y que tienen un potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual”. (Buitrago & Duque, 2013).

De acuerdo con la aproximación aportada por la DCMS, la importancia del sector radica en el potencial de generar empleos y riqueza, cualidades de gran relevancia en el contexto global, y especialmente en los países menos adelantados, sedientos de modelos alternativos que logren apalancar el crecimiento económico y el desarrollo social.

Sobre la generación de riqueza y empleo, el candidato a la Presidencia de Colombia (2018- 2022) y ex asesor del Banco Interamericano de Desarrollo (BID, por sus siglas en español), Iván Duque, con el fin de ilustrar el sector de economía creativa, en una entrevista concedida al periódico panameño La Estrella, señaló:

La represa de las Tres Gargantas en China es el proyecto hidrológico más ambicioso que se haya hecho en la historia de la humanidad. Más de un millón de personas tuvieron que ser reasentadas para poder hacer esta obra, y desde el momento que fue concebida hasta el momento de su inicio, el costo de ella fue de 25 mil millones de dólares. En ese mismo periodo los diez musicales más importantes de Broadway vendieron, en boletería y mercadeo 27 mil millones de dólares, dos mil millones de dólares más” (Duque, 2017).

Haciendo referencia a las declaraciones del Señor Iván Duque, dichas cifras presentadas contribuyen a dimensionar el poder oculto del sector, que al momento de ser contabilizado presenta cifras contundentes sobre su capacidad para mover la economía. Combinando lo mejor de dos mundos, a la creatividad y la innovación, la economía creativa y sus productos prometen ser un nuevo modelo de negocios, sujeto del comercio exterior en un mundo globalizado.

Si este nuevo modelo plantea nuevos focos de inversión y nuevos nichos de mercado con un alto valor agregado, es urgente para las relaciones internacionales y en especial, al comercio exterior, conocer el panorama global y adelantarse a las oportunidades que el mercado ofrece.

En Costa Rica, se presenta como una industria creciente, desde el gobierno se realizan importantes esfuerzos por visibilizar el sector, y destacar el aporte que realiza a la economía local, los empleos que genera y el potencial de exportación que tiene el talento nacional.

En este trabajo de investigación se presenta el desarrollo del modelo de economía naranja, asociado al fenómeno de la globalización, y la manera en que Costa Rica ha incursionado en el sector desde importantes instituciones gubernamentales como son el Ministerio de

Cultura y Juventud y el Ministerio de Comercio Exterior, a través de la Agencia Promotora de Comercio Exterior.

1.2 Planteamiento del Problema

La economía internacional suele interpretarse como la manera en que los Estados se relacionan entre sí, a través, del intercambio de bienes y servicios, transacciones e inversiones, reflejadas en la balanza comercial.

En la actualidad, producto de los procesos de integración y la globalización, el comercio exterior, se constituye como una base fundamental de las relaciones internacionales, que llevan consigo el desarrollo social y crecimiento económico de los países.

Bajo el enfoque del modelo económico internacional tradicional, basado en el capitalismo, la inserción en este tipo de procesos es de vital importancia para los Estados, ya que permiten aprovechar, no solo los beneficios que trae consigo el comercio exterior, sino que además, fomenta la especialización de los países.

Tradicionalmente, dichas teorías han afirmado que los países que poseen mayores recursos naturales, se especializan en la producción de materia prima, mientras que los países con mayor riqueza económica o de capital, se especializan en la elaboración de productos con alto valor agregado.

Sin embargo, al vivir en un mundo globalizado, con dinámicas cambiantes, en las últimas décadas se hizo latente el desgaste del modelo económico tradicional internacional,

abriendo paso a nuevos modelos de negocios internacionales, basados en el conocimiento, la propiedad intelectual, la innovación y el talento.

No en vano importantes figuras en la economía internacional aseguran que vivimos hoy “La Revolución del Conocimiento”, caracterizada por los veloces cambios tecnológicos, nuevas formas de empleo y enfoque humano en los modelos de negocios, que le otorgan un lugar preponderante a las habilidades intelectuales de cada individuo.

Nuevos conceptos como la economía colaborativa y la economía verde –que da valor económico a principios, en este caso, como los amigables con el medio ambiente, responsabilidad social empresarial, capitalismo consciente y otros - surgen como desafío al sistema tradicional, haciendo énfasis en el bienestar humano, procurando su prosperidad y el desarrollo de sus aptitudes.

Si bien es cierto, las expresiones artísticas o creativas, usualmente, se han considerado antagónicas a la economía, incluso durante una época, el gremio artístico consideró casi ofensivo la intención de monetizar sus creaciones, hoy en día, se entiende la necesidad de llevar al mundo de los tangibles estos bienes intangibles.

La economía naranja logra visibilizar el sector, para descubrir que su aporte es realmente de peso en las economías locales, que además son importantes fuentes de empleo y algunos sectores poseen un potencial enorme de internacionalización.

Costa Rica no es ajena a esta nueva corriente, desde el Ministerio de Cultura y Juventud, específicamente desde la Unidad de Cultura y Economía, se realizan importantes esfuerzos por rastrear el sector, cuantificar su aporte a la economía nacional y medir su impacto social.

Adelantarse a los escenarios globales y definir las posibles oportunidades que se puedan presentar es de vital importancia en el quehacer de los profesionales en el comercio exterior, es por esto que, en este trabajo de investigación, se plantea conocer los avances que Costa Rica ha realizado en el tema, cuáles son los subsectores con mayor capacidad de internacionalización y el rol que juegan las instituciones gubernamentales de apoyo.

1.3 Objetivos

Objetivo General

Determinar la importancia de la incursión de Costa Rica al modelo de economía naranja y su desarrollo en el Ministerio de Cultura y Juventud 2014 – 2017.

Objetivos Específicos

- I. Definir los elementos, históricos, empíricos, teóricos y metodológicos de la importancia del modelo de economía naranja en Costa Rica
- II. Definir la contextualización de la economía creativa en el ámbito internacional
- III. Determinar el desarrollo del concepto económico en el ámbito latinoamericano
- IV. Analizar la incorporación de la economía naranja en Costa Rica por el Ministerio de Cultura y Juventud

1.4 Perspectiva Teórica

En la presente investigación se presenta una perspectiva teórica que incluye los enfoques teóricos necesarios para sustentar de manera integral el estudio. Esto mediante el planteamiento de los criterios de diversos autores para brindarle una mayor validez al estudio abarcando de lo general a lo específico en relación con el tema.

Para esto se realiza una analogía entre los distintos principios que caracterizan la disciplina de las Relaciones Internacionales de la mano con el Comercio Internacional como lo son las interrelaciones, conformación y los objetivos comunes que se trazan en el conjunto de actores que conforma el Sistema Internacional mediante el fenómeno de la Globalización de manera generalizada.

De modo más detallado se menciona la Economía Internacional planteando un análisis de las variables macroeconómicas que propician el desenvolvimiento de las distintas formas de enriquecimiento en el Sistema Internacional así como los medios de dinamización de esta mediante la innovación y, por último, se expone la temática de la Economía Naranja como una importante oportunidad de desarrollo que representa una gran riqueza fundamentada en el talento, la propiedad intelectual y la conectividad.

El primer pilar que se presenta es respecto a la Globalización, con el fin de comprender el impacto de este fenómeno en las Relaciones Internacionales, así como su forma de moldear el sistema internacional.

La globalización como tal puede definirse como:

Un concepto que pretende definir la realidad de nuestro planeta como un todo conectado, que se va pareciendo más a una sola sociedad, más allá de fronteras nacionales, diferencias étnicas y religiosas, ideologías políticas y condiciones socio-económicas o culturales. Ésta consiste en la ampliación de la dependencia económica, cultural y política de los países del mundo, la cual es originada por el aumento insólito de la actividad internacional, el comercio mundial de bienes y servicios, el flujo de capitales, así como el avance de los medios de transporte, y el uso de las nuevas tecnológicas de información y comunicación (Gaggini P, 2016).

Debido a lo anterior queda claro que la globalización es un fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de bienes y productos, información, conocimientos y cultura. En las últimas décadas, esta integración

mundial ha cobrado velocidad de forma espectacular debido a los avances sin precedentes en la tecnología, las comunicaciones, la ciencia, el transporte y la industria. Si bien la globalización es a la vez un catalizador también se convierte en el medio para el desarrollo de ideas, que generan una dinámica de crecimiento y benefician a la economía mediante el desarrollo de la creatividad.

Como segundo pilar de la investigación, se ubica el derecho internacional y de manera específica la legislación internacional, marco regulatorio para el buen desarrollo de las relaciones entre los Estados, en este caso de estudio, se presentará especial atención a los derechos culturales, los derechos de autor y a los de propiedad intelectual.

Al respecto, las Naciones Unidas, en la Declaración de los Derechos Humanos, en el artículo 27, inciso 2, estableció que:

Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. Además toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.

Dicho artículo representa el primer paso hacia el reconocimiento de la participación activa de todas las personas en la vida cultural de las naciones, así como el debido disfrute de los beneficios que puedan resultar de los procesos propios de su producción intelectual.

Para el campo de la economía naranja, basada en el talento humano, la creatividad y la propiedad intelectual, el buen desarrollo de un sistema legal que proteja la industria, la promueva y la fomente son incentivos vitales para su crecimiento, para ello es estratégico por parte de los Estados someterse a la legislación internacional que garantiza el disfrute de

los beneficios que resulten de su creatividad científica, literaria o artística, tal como lo establece la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Otro pilar mediante el cual se fundamenta la investigación corresponde a la economía mundial en donde se estudia las relaciones económicas entre países con base en el análisis del comercio internacional y las finanzas internacionales, pero es necesario brindar un concepto más amplio que pueda ilustrar de manera integral las aristas sobre las cuales se desarrolla la economía del mundo. Esta se define como:

Conjunto de relaciones productivas, comerciales, financieras, monetarias, sociales y políticas que conforman el orden económico mundial, bajo el cual se estructuran las formas de producción y cooperación entre países. Rama que estudia la manera cómo interactúan diferentes economías en el proceso de asignar recursos escasos para la satisfacción humana, centrándose en dos o más economías, La economía internacional se divide en dos ramas: el comercio internacional que es la teoría de intercambio, de equilibrio estático de largo plazo y las finanzas internacionales que se centran en los aspectos monetarios de relaciones internacionales (Hernández, p.129).

La economía internacional sirve como fuente de información para la toma de decisiones empresariales, por ejemplo, el comportamiento económico de los diferentes países les indica a las firmas privadas y estatales en cuáles mercados invertir y cuándo hacerlo y para cumplir este propósito se fundamenta en el análisis de los indicadores macroeconómicos. Lo que representa una base para el desarrollo de modelos económicos innovadores que fomenten la inclusión de distintos y más variados medios para el desarrollo de los Estados.

Finalmente, como último pilar se presenta la Economía Naranja a la cual se recurre como mecanismo elemental para lograr medir el alcance y el aporte del sector cultural en la economía así como destacar su aplicación como una herramienta del desarrollo en los países mediante indicadores como el valor agregado de los bienes y servicios culturales,

análisis de la oferta y demanda de productos culturales, el comportamiento del empleo cultural, las fuentes de financiación y el gasto en cultura.

Según la Revista P&M, 2015, la Economía Naranja encuentra un antecedente en “la Economía Creativa”, concepto desarrollado por John Howkins, autor del libro “La economía creativa: transformar una idea en beneficios” publicado en 2001, que comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos.

Esa descripción permite comprender los ámbitos mediante los cuales se da valor agregado a la economía, sin embargo, es necesario brindar una explicación que permita entender mejor el concepto de la economía naranja y el porqué de su nombre.

El color naranja se suele asociar con la cultura, la identidad y la creatividad. Este color es asociado, en los países occidentales, con el entretenimiento y la extroversión. Algunas filosofías y religiones, como el confucianismo, relacionan el naranja con la transformación. En India, el ‘chakra naranja’ es el abdomen. Esta parte del cuerpo es el centro creativo del individuo. Existen muchos más significados del color en casi todas las sociedades del planeta (Rojas, 2015).

Sin embargo, fue el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) la entidad que “pintó” de naranja al valor agregado que generan las industrias y empresas culturales. Además, lo que realmente interesa es que este color permita fusionar la economía con la cultura. Es decir, ambas actividades son caras de la misma moneda. Por una cara está el valor simbólico y por la otra, el valor cuantitativo.

El constante flujo del dinamismo mundial respecto a las tendencias tanto sociales como culturales y económicas impulsadas por la globalización se genera un impacto en la economía mundial creando una apertura a nuevas variables como la innovación, la evolución de la tecnología y la rápida adaptación a esta, el emprendedurismo, las actividades creativas, el arte y la cultura, en donde juegan un papel relevante como materia prima para la creación de cadenas de valor creativas y el surgimiento de un nuevo modelo económico inclusivo a nuevas formas de desarrollo y valor agregado para el mundo.

La Economía Naranja corresponde al conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual y, en lo atinente a Costa Rica, genera una oportunidad de desarrollo ya que las grandes oportunidades de negocio y transformación son para quienes se atreven a encarar la innovación y la adopción temprana.

De tal modo a partir de lo presentado se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Ha incursionado Costa Rica en el modelo de economía naranja desde el Ministerio de Cultura y Juventud 2014- 2017?

1.5 Estrategia Metodológica

1.5.1 Tipo de Investigación

La presente investigación acerca de la importancia de la incursión de Costa Rica al modelo de economía naranja y su desarrollo en el Ministerio de Cultura y Juventud 2010 – 2015, representa un estudio detallado en el cual se requiere de una variedad de fuentes

confiables que brinden sustento apropiado para realizar un análisis del objeto de estudio desde una visión amplia e integrada.

Debido a esto es necesario recurrir al uso de dos métodos: el descriptivo y el correlacional. El primero permite señalar los hechos y características del tema de manera objetiva para describir el fenómeno de la globalización y la economía internacional; por otra parte el correlacional hace referencia al vínculo entre las variables dependientes e independientes, para mostrar su relación en el impacto de la economía naranja en el desarrollo de la economía costarricense mediante el Ministerio de Cultura.

Es importante mencionar que el enfoque que se planea asignar al desarrollo de esta investigación es el cualitativo, ya que se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica y el cual se orienta hacia las descripciones y observaciones que permiten la descripción de los fenómenos de la economía en la globalización y su impacto de la economía creativa.

1.5. 2 Delimitación espacial y temporal

La presente investigación busca enfocarse en Costa Rica en el periodo del 2014 al 2017 para determinar la adaptación de la economía naranja en el país mediante las políticas públicas desarrolladas en dichos años y el progreso en el establecimiento de la Unidad de Cultura y Economía en el Ministerio de Cultura y Juventud.

1.5.3 Tipos de Fuentes

Para realizar la investigación se recurre a distintas fuentes de información con el fin de realizar un estudio completo que provea lo necesario para la sustentación de cada uno de los temas tratados. Las fuentes de información son primarias y secundarias, entre las cuales cabe destacar libros, revistas, artículos de periódicos tanto nacionales como internacionales,

artículos académicos, de organizaciones internacionales y otros con relación a la temática de estudio.

1.5.4 Tipo de técnica

En este estudio emplea el análisis de documentos existentes basado en una recopilación de antecedentes históricos, acontecimientos importantes, elementos relevantes y distintas teorías, siendo esto vital para estructurar las bases para el desarrollo y la configuración del tema.

1.5.5 Unidad de Análisis

La unidad de análisis corresponde a la importancia de la incursión de Costa Rica al modelo de economía naranja y su desarrollo en el Ministerio de Cultura y Juventud.

1.5.6 Contexto de Significación

El modelo económico actual ha demostrado inconsistencias a lo largo de los años generando grandes desigualdades sociales por medio de la brecha social y económica que se vive a nivel internacional, sumado a una intensa crisis ambiental ocasionado por la sobre explotación de recursos naturales, lo que ha generado la necesidad de buscar nuevas soluciones a estos medios de producción tradicionales.

Los años noventa y principios del Siglo XXI presentaron importantes cambios en la forma que las sociedades interactuaban entre sí, la globalización, fenómeno político, económico y social, que se hizo latente durante la época, presentó nuevos modelos de comunicación, afectó la dinámica de las empresas y el comportamiento de los mercados mundiales.

La conectividad que impulsaba la globalización favoreció el surgimiento de nuevas empresas, especialmente en los campos de comunicación y tecnología digital que, apoyadas

en la inventiva humana, pretendían satisfacer las nuevas necesidades del consumidor cada día más sofisticado. Es a partir de este fenómeno que el término “economía creativa” comienza a ganar terreno, quizás apoyado en estas nuevas cadenas de valor, y el cual fue incorporado en el quehacer político, mediante débiles políticas públicas que pretendían promover la diversificación económica de los países.

De acuerdo con lo anterior, para el periodo 2002 a 2011, según la UNCTAD, las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron un 134%, mostró ser poco volátil, resiliente en periodos de crisis y generador de valor agregado (UNCTAD.2008).

En el caso de Costa Rica, el país siempre ha buscado promover nuevas formas de desarrollo alternativo por lo que la Economía Naranja representa una oportunidad inclusiva de éxito y de adaptación temprana ante los cambios de la economía mundial.

1.5.7 Operacionalización

Variable independiente: La Economía Naranja

La operacionalización de la variable dependiente se lleva a cabo mediante la consulta de fuentes primarias y secundarias existentes con análisis de carácter cualitativo. Dicha variable dependiente se desarrolla desde su incursión hasta la situación actual en el país.

Variable dependiente: La incursión de Costa Rica en el modelo de economía naranja

La operacionalización de la variable independiente se lleva a cabo mediante la consulta y estudio de fuentes primarias y secundarias existentes con análisis de carácter cualitativo. Dicha variable independiente se desarrolla desde su creación en el sistema internacional hasta la incursión en Costa Rica

Capítulo II

Contextualización de la economía creativa en el ámbito internacional

2.1 La Economía Creativa y su Desarrollo en el Ámbito Internacional

Las relaciones internacionales interpretadas como la manera en que los Estados se relacionan entre sí y en conjunto con los demás actores globales, como son los organismos internacionales y demás procesos de integración, contribuyen a modelar las políticas internacionales, que son en esencia el espíritu del derecho internacional. Con el firme objetivo de mantener la paz mundial, regidos bajo los principios de la buena fe entre los pueblos y la asistencia mutua, los actores internacionales regulan y armonizan el comportamiento de las naciones mediante tratados, pactos, convenios y demás instrumentos legales a los cuales los Estados se someten con el fin de construir una sociedad pacífica.

En ese largo camino, los organismos internacionales han advertido que la consecución de tal fin no puede ser vista desde un solo ángulo, por el contrario, se compone de diferentes aristas: desarrollo social y crecimiento económico, educación, salud, tolerancia por la universalidad de criterios, respeto a la identidad cultural y creencias, por mencionar algunas. Múltiples organismos internacionales especializados han surgido con el

fin de brindar asistencia a los países y de manera especial, a los países en vías de desarrollo, para conseguir estabilizar sus políticas internas y asegurar el desarrollo inclusivo y bienestar de sus habitantes.

Indudablemente, la globalización ha provocado cambios en el escenario global, cambios a los que los países desarrollados han sabido adaptarse de manera temprana, más no así los países menos adelantados, cambios que son de índole cultural, político y económico y representan hoy un desafío para los gobernantes. Es por tanto que la búsqueda de alternativas que logren un desarrollo e inclusión social se vuelven urgentes, en este escenario global, surge el interés particular por brindar mayor atención a la industria que se mueve entre la cultura, la creatividad y la economía, industria que apoyada en el patrimonio tangible e intangible de las naciones, fomenta su preservación y exaltación.

Al respecto, las Naciones Unidas, en la Declaración de los Derechos Humanos, en el artículo 27, ya citado anteriormente, estableció que:

Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de su comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. Además toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.

Conscientes del papel de rector que desempeñan los organismos internacionales como generadores de política internacional, es que a continuación se analiza el trabajo realizado por los organismos relacionados al campo, como son la Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

2.2 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en español), fue creada en 1945, en un escenario post guerra; en tan solo 45 años, el mundo había sufrido dos guerras mundiales, lamentables eventos que afirmaron que la paz no se construía únicamente en las bases de la política y la economía, por el contrario, requería una visión más amplia, que involucrará la parte humana, como afirma en el su sitio web oficial “la paz debe cimentarse en base a la solidaridad moral e intelectualidad humana”. (UNESCO.2018)

Desde esta visión, involucrar la cultura para conseguir tan loable objetivo es trascendental, ya que la promoción del respeto y tolerancia por la diversidad de identidades fomenta mejores sociedades, conscientes de la pluralidad, así como la universalidad de pensamiento que componen la población global. Su destacada labor en el campo de la protección y promoción de las expresiones culturales es invaluable, desde su quehacer ha luchado de manera constante en el fomento de los campos culturales artísticos, así como por salvaguardar los patrimonios inmateriales de las naciones.

Bajo la premisa de que la cultura fomenta el desarrollo, durante la década de los ochenta es pionero en el uso del término de “industrias culturales”, término que para la época aun generaba repudio en el gremio intelectual, ya que se percibía como negativa la asociación que pudiese existir entre las expresiones artísticas y la economía, convirtiéndolo en un negocio lucrativo que amenazaba con degenerar la identidad cultural de los pueblos.

Al respecto, Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, en sus ensayos “Dialéctica de la Ilustración” describieron que toda cultura bajo el monopolio es idéntica, por lo tanto, el cine y la radio ya no necesitaban considerarse como arte “por el momento, la técnica de la industria cultural ha llevado solo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado todo aquello por lo cual la lógica de la obra se diferencia de la lógica del sistema social.” La visión de los autores para la época, los años cuarenta, ofrecía un panorama negativo sobre las oportunidades que ofrecen los productos de naturaleza cultural, y la capacidad de generar puestos de trabajo que dignifiquen la vida humana, así como la preservación del patrimonio de los pueblos a través de una industria que fortalezca la transmisión de las tradiciones ancestrales.” (Adorno y Max Horkheimer. 1944)

El trabajo de la UNESCO contribuyó a dar un nuevo aire al término, y rápidamente se popularizó en las esferas políticas y académicas, con una connotación positiva e intelectual, haciendo referencia a las formas de producción y consumo cultural que tenían un elemento expresivo simbólico en su núcleo. El organismo además promovió la industria y la clasificó de la siguiente manera: música, arte, escritura, moda, diseño e industrias de los medios (industria editorial, cine, y producción televisiva).

Más adelante, el organismo internacional, se apoyó en la apreciación de Allen J, Scott, geógrafo inglés, destacado por sus aportes en el campo y escritor del libro “The Cultural Economy of Cities” en el año 1997, quien aseguró que “la economía cultural comprende todos esos sectores del capitalismo moderno que atienden las demandas del consumidor por diversión, ornamentación, autoafirmación, ostentación social y demás, que tienen un gran valor simbólico (en lugar de un propósito puramente utilitarista).” Esta definición contribuye a identificar de manera específica el sector al que se va a referir la

UNESCO al momento de promover e incentivar su desarrollo, además le otorgó un rol dentro del modelo económico capitalista, por lo general, antagónico al arte y a la cultura.

(Scott, J. Allen. 1997)

Este organismo en su trabajo constante por otorgarle el reconocimiento que el sector merece, más adelante la definiría como:

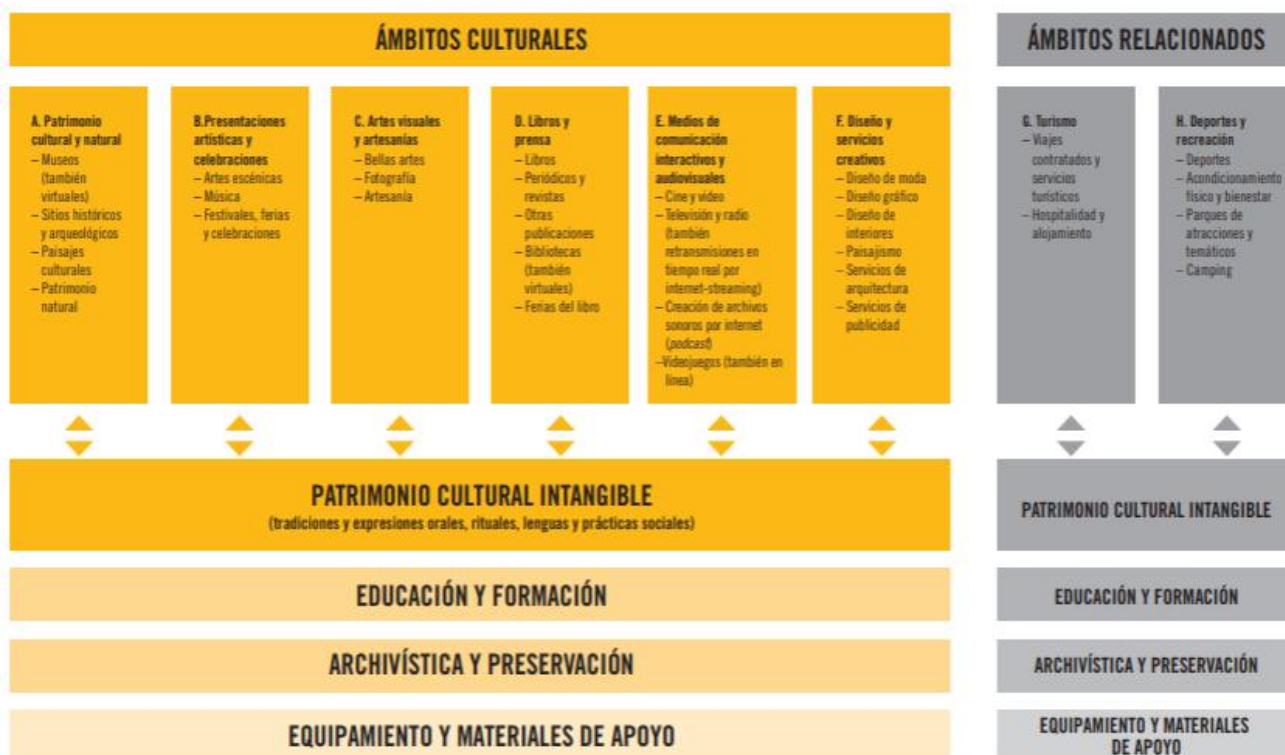
Las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.

El sector en general, para efectos de la UNESCO, está conformado de la siguiente manera:

Imagen 1: La economía cultural basada en el marco de las estadísticas culturales de la UNESCO

La economía cultural

Basado en el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO



*Fuente: UNESCO. Informe sobre la economía creativa: “Ampliar los cauces de desarrollo local”. 2013

De la imagen anterior se puede determinar el alcance que en su conjunto conforma la economía creativa desde la percepción de la UNESCO; para el organismo, el gran conjunto se mueve en torno a las expresiones artísticas y culturales, así como el patrimonio cultural intangible.

En el Informe sobre la economía creativa: Ampliar los cauces de desarrollo local, Irina Bokova, Directora General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y Helen Clark, Administradora del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) coincidieron al afirmar que:

La cultura es un motor de desarrollo, liderada por el crecimiento de la economía creativa en general y de las industrias culturales y creativas en particular, no solo son reconocidas por su valor económico, sino también cada vez más por el papel que desempeñan en la producción de nuevas tecnologías o ideas creativas y sus beneficios sociales no monetizados (Bokova y Clark. 2013).

La transformación de las expresiones artísticas y culturales en modelos de negocios sostenibles constituye una importante fuente de ingresos, así como de empleos, combinadas pueden contribuir al desarrollo inclusivo de los pueblos y pueden ser consideradas como un motor de desarrollo, tal y como lo afirman las autoras anteriormente mencionadas.

2.3 Instrumentos emitidos por la Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Para el año 1998, la Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) convocó a la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo, evento que se celebró en Estocolmo, Suecia.

Tras años de investigación y preparación sobre las industrias culturales, en el encuentro, la UNESCO expuso el creciente interés mundial en identificar modelos más exitosos para alcanzar el desarrollo sustentable. La Conferencia concluyó que estas políticas deben verse como un hilo conductor entre la diversidad cultural y el fomento de la producción y la difusión de bienes y servicios culturales, como lo hace constar el Informe Final de dicho encuentro. El tema se abordó de manera específica en los objetivos número 3 y 5 donde se planteó la necesidad de reestructurar las políticas y las prácticas a fin de conservar y acentuar la importancia del patrimonio tangible e intangible, mueble e inmueble y promover las industrias culturales, así como poner a disposición mayores recursos humanos y financieros para el desarrollo cultural, y alivio fiscal que fomente la participación de la empresa privada en el sector (Informe final, 1998).

En el marco de esta Conferencia Intergubernamental, de manera muy visionaria, se organizó el “Primer Foro UNESCO de negocios sobre la empresa, el desarrollo humano y la cultura en la era de la mundialización” y durante tres días, mediante charlas, presentaciones y talleres se discutió sobre qué nuevas empresas se crearían. ¿Cómo pueden los dirigentes de vanguardia integrar la dimensión cultural en los nuevos productos y servicios? ¿Y qué función puede desempeñar el sector financiero?, temas sumamente innovadores para la época, aunque algunos países comenzaban a experimentar el campo, no era la norma.

2.4 Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, 2005

Para el año 2005 se dio la aprobación de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales por la Conferencia General de la UNESCO, acuerdo internacional vinculante donde se asegura que los artistas, profesionales culturales y ciudadanos del mundo puedan crear, producir, difundir y acceder a una diversidad de bienes culturales, servicios y actividades incluyendo la propia.

El acuerdo nace como una iniciativa de la comunidad internacional por contar con un marco que reconozca el distintivo cultural de los bienes culturales, servicios y actividades que promuevan la identidad, valores y significados simbólicos culturales.

Además contempla los temas de cooperación internacional para los países en desarrollo con el fin de fortalecer la cultura, según detalla el servicio de prensa de la UNESCO:

Al respecto, se prevé la creación de un Fondo Internacional para la Diversidad Cultural cuyos recursos provendrán de contribuciones voluntarias de las Partes y recursos financieros asignados por la Conferencia General de la UNESCO, así como de diversas contribuciones, donaciones o legados, de cualquier interés devengado por los recursos del Fondo, del producto de colectas y de las recaudaciones de eventos organizados en beneficio del Fondo y de todos los demás recursos autorizados por el reglamento del Fondo (UNESCO. 2005).

2.5 Informe sobre la economía creativa: Ampliar los cauces de desarrollo local, 2013

Con la experiencia acumulada con los años de gestión el campo de la cultura, y específicamente en las industrias culturales, la Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), emitió el Informe sobre la economía creativa: Ampliar los cauces del desarrollo, 2013. Dicho documento consta de ocho capítulos y brinda referencia sobre las industrias culturales creativas que en su conjunto conforman el sector creativo, y explora diversos caminos para su fortalecimiento y analiza la forma en que puede ser remozado y ampliadas para alcanzar el desarrollo inclusivo.

2.6 Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo se creó en 1964, como un órgano subsidiario de la Asamblea General de las Naciones (UNCTAD, por sus siglas en inglés), destinado a la cooperación internacional en temas como el comercio y el desarrollo para los países del tercer mundo, rezagados por la II Guerra Mundial.

Su objetivo primordial es brindar las plataformas necesarias para maximizar las oportunidades comerciales que impulsen a su vez el desarrollo de las naciones, fomentando la integración y participación de todos los países en la economía internacional,

especialmente los que están en vías de desarrollo. Para ello, la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo enfoca su trabajo en 5 áreas específicas:

- Globalización y desarrollo: estudia y promueve las tendencias de la economía internacional como alternativas para disminuir la pobreza
- Comercio y productos básicos: fomentar la cooperación entre países con características similares o lo que se conoce como cooperación sur – sur, como medio para impactar el desarrollo
- Inversión y desarrollo de la empresa: tendencias en la Inversión Extranjera Directa (IED) y establecer los puntos de encuentro con los países
- Tecnología: fortalecer las políticas públicas mediante el uso de la tecnología
- Transporte, eficiencia comercial y desarrollo de los recursos: simplificación de trámites aduaneros que incentiven el comercio mediante el uso de la tecnología

Los campos de acción anteriormente descritos son ejes claves para el fomento de una plataforma comercial robusta, que en su acontecer además permee toda la sociedad, trayendo consigo el desarrollo y el bienestar de los ciudadanos, esta visión del organismo ha sido trasladada a los países miembros mediante la política pública.

Con el inicio del nuevo milenio, el valor de las industrias creativas ganó relevancia en el plano internacional, apoyado en investigaciones como la de John Howkins, padre de la economía creativa, y autor del libro *The creative economy: how people make money from ideas* (2001), o *La economía creativa: como la gente hace dinero con las ideas*, en español, donde identificó 15 sectores que la conforman: la arquitectura, las artes visuales y

escénicas, las artesanías, el cine, el diseño, el campo editorial, los juegos y juguetes, la moda, la música, la publicidad el software, la televisión, la radio, los videojuegos, como también la investigación y desarrollo.

Hechos como el anterior contribuyeron a dar relevancia al sector productivo, conocer su impacto en el desarrollo y delimitar el campo. Los gobiernos así como los Organismos Internacionales emprendieron la exploración del sector como posible fuente de desarrollo, que maximizando los recursos existentes ofrecían una industria pujante.

La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) inició el debate sobre el valor de las industrias en el año 2000, de manera indirecta y atendiendo cada sector de manera individual y valoró la posibilidad de brindar recursos como la capacitación y acompañamiento con el fin de extender sus beneficios. Para el año 2004, el organismo da un importante paso hacia el reconocimiento de la industria, durante el encuentro cuatrienal realizado en Brasil, donde advirtió sobre el creciente intercambio de bienes y servicios de índole creativa, que mediante una buena administración y gestión gubernamental ofrecía una alternativa no tradicional para la diversificación de las economías.

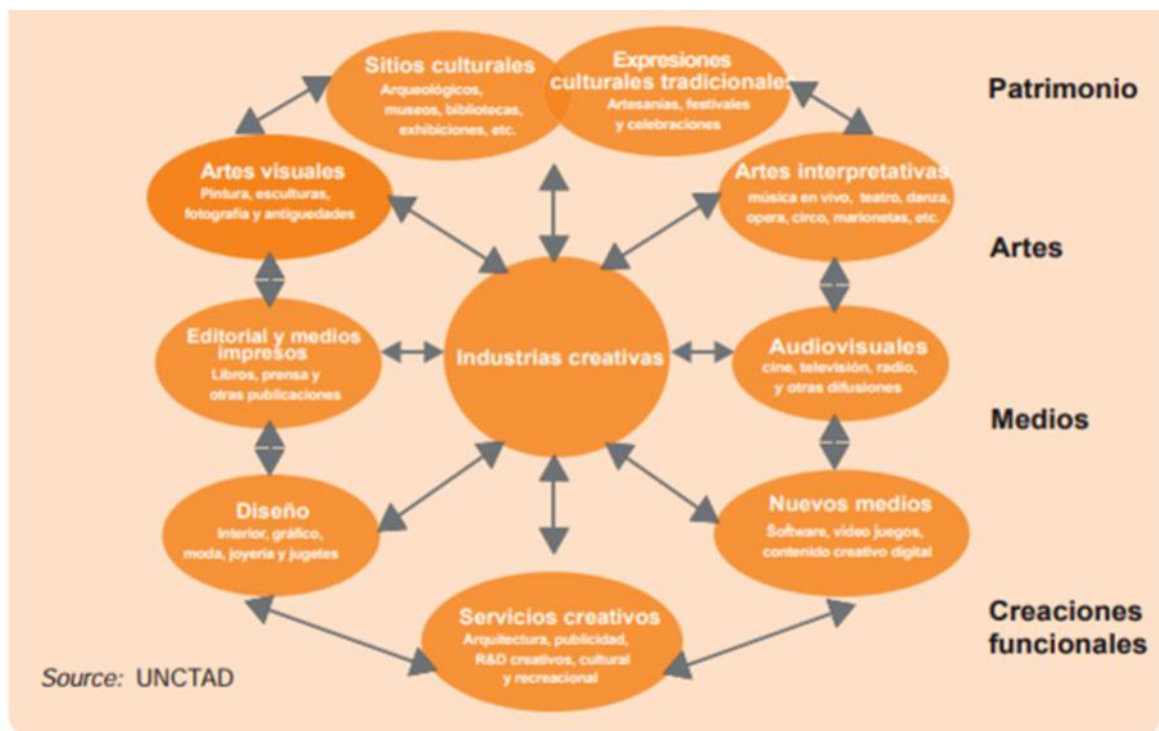
Producto de lo anterior, se estableció un Grupo de Alto Nivel, encargado de sensibilizar a los gobiernos de los países miembros, así como a los organismos internacionales involucrados en el tema, sobre el potencial de desarrollo que posee la industria creativa.

En cuanto al sector, la UNCTAD interpreta lo siguiente:

Las industrias creativas se encuentran en el corazón de la economía creativa. Esquemáticamente descritas, las industrias creativas se encuentran en la intersección entre el arte, los negocios y la tecnología. En otras palabras, comprenden el ciclo de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan el capital intelectual como insumo primario. Las industrias creativas de hoy comprenden la interacción entre los subsectores tradicionales, aquellos de alto índice tecnológico y los orientados a la prestación de servicios (UNCTAD. 2008).

Respecto de los sectores que abarca la economía creativa, señaló que son campos diversos y van desde el arte folclórico, los festivales culturales, la música, libros, la pintura y las artes dramáticas, hasta campos sofisticados con alto componente tecnológico, como el cine, la animación digital, videojuegos e industrias relacionadas a la prestación de servicios como la arquitectura. Para una mayor comprensión se detalla en la siguiente figura:

Imagen 2: Industrias que conforman la economía creativa, según la UNCTAD



*Fuente: Economía Creativa: Una opción para el Desarrollo (2010).

De la imagen anterior se logra visualizar las diferentes industrias que componen la economía creativa, al igual que la UNESCO, la UNCTAD reconoce el inmenso valor que agregan los espacios culturales al sector. Además contempla nuevos medios relacionados con la tecnología y que requieren cierta habilidad técnica, como el software y los videojuegos.

El camino que emprendió el organismo hacia el reconocimiento de la economía creativa en los países, ha presentado varios momentos de interés, por ejemplo en el 2004, cuando en el marco del encuentro cuatrienal realizado en Brasil, advirtió sobre el creciente intercambio de bienes y servicios de índole creativo, que mediante una buena administración y gestión gubernamental ofrecía una alternativa no tradicional para la diversificación de las economías.

2.7 Instrumentos emitidos por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)

Décimo Periodo de Sesiones de la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD X): Servicios Audiovisuales

En la décima sesión de la UNCTAD, presidida en Bangkok, asistieron 160 países de los Estados Miembros, y llevó a cabo investigaciones y análisis con la visión de formular recomendaciones políticas en el área de comercio y servicios que incluya la industria audiovisual. Acordó una reunión de expertos sobre servicios en el campo en 2002, en estrecha colaboración con la UNESCO. Este foro ofrece ideas a los países en desarrollo para examinar los temas relacionados al comercio en servicios audiovisuales y formular posiciones en el contexto de las negociaciones internacionales.

Tercera Conferencia de las Naciones Unidas sobre los países menos adelantados:

Música

La Tercera Conferencia de las Naciones Unidas sobre los países menos adelantados (PMA), se realizó en el 2001 en Bruselas y fue organizada por la UNCTAD en calidad de organismo coordinador de las Naciones Unidas para la especial atención de dichos países. En dicha Conferencia se observó la oportunidad que ofrece la industria musical para diversificar la economía en los países más pobres, donde abunda el talento que se traduce en música y danza, ambos con un importante valor económico.

Como producto final del encuentro se llevaron a cabo una serie de estudios para examinar el potencial económico e iniciativas para generar políticas y proyectos de asistencia técnica para fortalecer la industria en países de África y el Caribe.

Onceavo Periodo de Sesiones de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD XI): Las industrias creativas

La XI Conferencia Interministerial se llevó a cabo en Sao Paulo, Brasil, y dentro de los temas atendidos se analizó la industria creativa y su potencial de fortalecimiento en los países menos desarrollados como una opción para luchar contra la pobreza. Durante el encuentro, se destacó que las economías creativas representan uno de los sectores más dinámicos del comercio mundial y que además presentan una doble funcionalidad, funcionalidad económica y funcionalidad cultural, además se concientizó sobre el hecho que por su naturaleza requieren de políticas no tradicionales.

El avance más importante en el sector fue el establecimiento del Grupo de Alto Nivel, encargado de sensibilizar a los países miembros, así como a los organismos internacionales involucrados en el tema, sobre el potencial de desarrollo.

El Grupo de Alto Nivel fue una iniciativa del Secretario General de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo, Embajador Rubens Ricupero (1995 -2004); este grupo se reúne dos veces al año en Ginebra, Suiza y en su trabajo busca promover acciones concertadas e iniciativas por parte del conjunto de las Naciones Unidas para mejorar la contribución de la economía creativa.

Un año después, en el 2005 se lanzó el I Foro Internacional de las Industrias Creativas, en Brasil, el evento reunió a representantes de diferentes países e industrias creativas. Según Ana Carla Fonseca, en La agenda pendiente de la economía creativa:

Una de las propuestas más importante fue la creación del Centro Internacional de las Industrias Creativas, cuya misión sería construir la base del conocimiento y espacio para las actividades y programas sobre el tema, sin embargo por razones no hechas públicas el Centro no fue implementado (Fonseca, 2014).

Duodécimo Periodo de Sesiones de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD XII): Conferencia Ministerial

En enero del 2008, previo a la Conferencia Ministerial, se reunió el Grupo de Alto Nivel sobre la economía y las industrias creativas para el desarrollo, previo a la XII Conferencia, al encuentro asistieron 49 países, 19 organizaciones no gubernamentales, y como objetivos se plantearon los siguientes:

- a. Proveer una plataforma para el progreso en el debate intergubernamental en las industrias creativas y el surgimiento de las economías creativas en los países

- b. Revisar la labor realizada por la Secretaria de la UNCTAD para cumplir su mandato en el tema e identificar nuevas áreas de trabajo
- c. Realizar un balance de los progresos que representa la agenda política en torno a la economía creativa

El panel además discutió estrategias políticas, procesos multilaterales, experiencias nacionales, instrumentos de evaluación y áreas de acción dirigidas a mejorar las capacidades creativas en los países en desarrollo. Los asistentes coincidieron al señalar que la UNCTAD debería continuar desempeñando su mandato y ayudar a los gobiernos en temas relacionados a la dimensión de desarrollo de la economía creativa.

La XII Conferencia Ministerial celebrada de Accra, Ghana como un medio para promover este tipo de industrias en los países menos desarrollados, se lanzó de manera oficial la iniciativa África Creativa, iniciativa que fue puesta en marcha por la UNCTAD. El objetivo fue mostrar la diversidad cultural africana y marca un punto de partida para la estrategia para fortalecer la economía creativa con el fin de promover el desarrollo del continente.

Además se presentó el Informe sobre la economía creativa 2008, primer resultado que presentó Grupo de Alto Nivel conformado en 2004, el documento fue elaborado por UNCTAD y la Unidad Especial para la Cooperación Sur – Sur del Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo, en colaboración con la Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

El documento presenta la visión de la Organización de las Naciones Unidas sobre el tema en cuestión, y reconoce que:

Los países en vías de desarrollo pueden mejorar su integración a la economía mundial nutriendo sus capacidades creativas y mejorando la competitividad de sus bienes y servicios creativos en los mercados mundiales, en tanto las políticas públicas nacionales en vigor sean apropiadas y los desequilibrios del mercado a nivel internacional sean corregidos (UNCTAD. 2008).

La UNCTAD en su visión les otorga a las industrias creativas la capacidad de internacionalización, sin embargo, es necesario brindar las plataformas públicas necesarias para conseguir dicho objetivo, así como los instrumentos necesarios para que dichos bienes y servicios logren estándares para competir en mercados internacionales con éxito. Sobre el alcance de este informe se detalló que el objetivo principal fue presentar un paradigma conceptual, y una propuesta de investigación orientada a la formulación de políticas públicas que refleje el pensamiento económico actual.

2.8 Informe sobre la economía creativa: Una Opción factible para el desarrollo, 2010

El Informe sobre la economía creativa: una opción viable para el desarrollo del año se presentó en el 2010, fue realizado por la UNCTAD y el PNUD, en su contenido actualizaba las tendencias y los datos presentados por los organismos internacionales en el 2008, además incorporó nuevos temas como la ecología creativa, colaboración creativa y la economía de la experiencia e innovaciones blandas. Además presentó cifras sobre el crecimiento del sector, a pesar de que para la época se vivió una crisis económica mundial, las industrias creativas mostraron un auge, hecho que confirmó la posibilidad de apostar al desarrollo mediante el fortalecimiento de la economía creativa.

El informe hacía un llamado al interés de gobiernos, investigadores y demás profesionales a conciliar los puntos de vista sobre la economía creativa, así como estimular la investigación y el debate político para perfeccionar el concepto y su implementación.

2.9 La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, por sus siglas en español) se creó en 1967, con la firma del Convenio de Estocolmo y entra en vigor en 1970; cuatro años después, en 1974 se incorpora en el gran sistema de las Naciones Unidas, y su objetivo primordial es velar por la protección de los derechos de los creadores y los titulares de la propiedad intelectual a nivel mundial y contribuir a que se reconozca y se recompense el ingenio de los autores y artistas (OMPI, <http://www.wipo.int/portal/es/> recuperado el 16 de feb.2018)

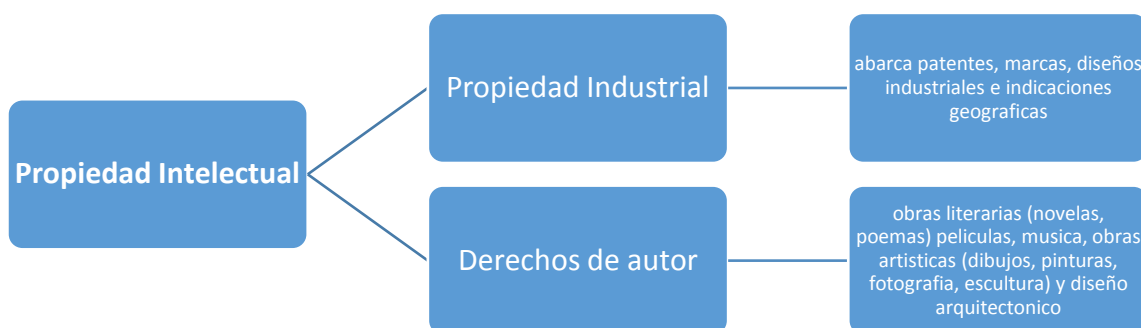
Actualmente, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, es un organismo especializado, que funciona como un foro de debate internacional, y permite a los gobiernos de los países miembros dar forma a las normas de propiedad intelectual, adaptándolas al cambiante entorno global, alentando así el espíritu creativo e innovador en las personas.

La OMPI es el ente encargado de administrar democráticamente los sistemas internacionales de presentación de solicitudes de registro, lo cual facilita la protección y promoción de las invenciones, las marcas y diseños más allá de las fronteras nacionales, sin establecer ningún tipo de distinción, atiende por igual a los inventores, a las pequeñas y medianas empresas y a las grandes empresas. Cabe señalar, que al mismo tiempo brinda una plataforma de información para los usuarios, sobre los registros con el fin de ahorrar

tiempo y dinero en el proceso, asimismo ofrece servicios de arbitraje y mediación ante posibles litigios.

Según el organismo internacional la propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente, ya sea en forma de invención, obra literaria, obra artística, símbolo, nombre e imágenes utilizados en el comercio, y se dividen en dos categorías:

Cuadro 1: Ramas de la Propiedad Intelectual



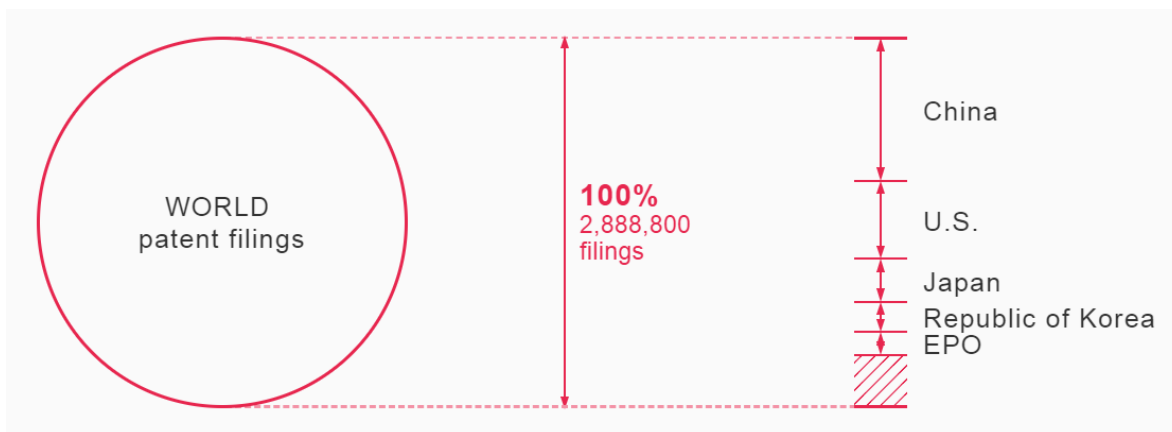
*Fuente: Creación Propia en base a la información de la página oficial.

Según imagen anterior, las ramas de la propiedad intelectual, los derechos de propiedad intelectual tienen dos grandes subsectores, cada uno con características propias según el ámbito que regula; los derechos de propiedad industrial se relacionan a las habilidades técnicas o que requieren cierto tipo de conocimiento, mientras que los derechos de autor se encuentran íntimamente relacionados a la creatividad y expresión artística. Ambos velan por la protección de las creaciones del intelecto humano.

La Organización Mundial para la Propiedad Intelectual, en su video promocional “La OMPI en 3 minutos” del 2011, indica que en el curso 50 años ha atendido 4 500 000 de solicitudes internacionales de patentes, de registro de marca y diseño, alrededor del mundo, en sectores tan variados como maquinaria, medicamentos, paneles solares, entre otros.

Sobre el desempeño de los países, según cifras publicadas por la Base de Estadísticas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, para el año 2015, la presentación de solicitudes de registro de patentes mundiales se comportó de la siguiente manera:

Imagen 3: 2015: Presentación Patentes Mundiales, según la OMPI



*Fuente: Base de Estadísticas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

En el año 2015 se presentaron en total 2 888 800 de patentes, lo que representó un crecimiento de 7.8 % más que en 2014, de ese gran total, China recibió 174 000 registros o 38.1%, el segundo lugar lo ocupó Estados Unidos, que durante el año patentó un 20.4% del total, Japón se posicionó en el tercer lugar con un total de 11% del total de registros.

De la información anterior, se puede constatar que China, Estados Unidos y Japón, son por hoy las economías más importantes del globo, estratégicos socios comerciales de cientos de países y origen de las importaciones de casi todos los países del mundo, su posición en este tipo de estadísticas se traducen como las nuevas apuestas por diversificar la economía, basados en el talento e inventiva humana, los cuales son fáciles de traducir en modelos de negocios exitosos.

Visiblemente, el sector de la propiedad intelectual, en cualquiera de sus dos ramas (industrial y derechos de autor) muestra un crecimiento sostenido en los últimos años, la incorporación de estos capítulos en procesos de negociación comercial internacional, como lo son los tratados de libre comercio, deja clara la relevancia que ha adquirido el campo la propiedad intelectual en las nuevas formas en que se relaciona la comunidad internacional.

La asociación que existe entre las industrias creativas y la propiedad intelectual ya sea los derechos de autor o propiedad intelectual industrial, convierten a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en un pilar fundamental de la economía creativa, ya que les otorga a sus autores o creadores el campo legal necesario para salvaguardar sus creaciones producto del talento propio.

Un sistema legal robusto que ampare las creaciones e invenciones, fomenta e incentiva a las personas a ser parte del ecosistema creativo, el disfrute de los frutos de los beneficios que genere dichos procesos creativos es la recompensa para los actores.

2.10 Instrumentos emitidos por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

Programa de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), 2007

En el 2007 los Estados Miembros de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), lograron un importante acuerdo sobre el Programa de la OMPI para el Desarrollo, un grupo de propuestas que buscan integrar las preocupaciones de desarrollo con los encargados de formular políticas en temas de protección de propiedad intelectual.

Las propuestas de los países debieron ser filtradas para evitar la duplicidad de los esfuerzos, y de los temas recomendados, se elaboró la siguiente clasificación:

- Asistencia técnica y capacitación
- Establecimiento de normas, flexibilidades, política pública y dominio publico
- Traspaso de tecnología, información y comunicación
- Tecnologías y acceso de conocimiento
- Evaluaciones, apreciaciones y estudios de incidencia
- Materias institucionales que incluyen mandato y gobierno
- Otros asuntos

Además, según indica el Informe del Comité Provisional sobre las propuestas relativas a un Programa de la OMPI para el Desarrollo, en su punto número 5, se establecía un Comité de sobre Desarrollo y Propiedad Intelectual para:

- Elaborar un programa de trabajo para la aplicación de recomendaciones adoptadas
- Supervisar, evaluar y examinar la aplicación de las recomendaciones adoptadas y presentar informes sobre la marcha de esa labor, para todo lo cual coordinará su labor con los órganos pertinentes de la OMPI
- Examinar las cuestiones de propiedad intelectual y de desarrollo acordadas por el Comité, así como las que decida la Asamblea General

Respecto de este capítulo se puede mencionar que a pesar de que el Programa de la OMPI para el Desarrollo no hace referencia directa a las industrias creativas, conscientes de la íntima relación que existe entre el sector y la propiedad intelectual, cualquier acción que mejore las condiciones relacionadas con el campo legal incentivará de manera directa la industria.

Se puede destacar el papel que ha jugado la Organización de Naciones Unidas y de manera específica los tres organismos mencionados en la construcción de un concepto sobre la economía creativa y las industrias que la conforman, aunque no existe un consenso absoluto, y cada organismo lo ha adaptado a sus campos de acción, el reconocimiento y visibilización representa el primer paso hacia su buen desarrollo y fortalecimiento.

La Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) aboga por la industria cultural como un medio para preservar la herencia patrimonial y su percepción del sector se vincula más a las expresiones artísticas y culturales más que a los nuevos medios, los que sí han sido destacados por otros organismos.

La Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) es quien lidera el campo actualmente, como organismo especializado en países menos adelantados que ve en el sector un inmenso potencial de desarrollo, el cual bajo adecuadas políticas públicas, acompañamiento y mentorías podría constituir una fuente importante de generación de riqueza y empleos.

Mientras que el papel de la Organización de Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) continúa siendo visto como un organismo paralelo, es quien concentra los mayores aportes en cuanto a materia legal se trata, desde sus campos de acción brinda el marco regulador de la industria así como los incentivos para su buen desarrollo.

De manera general se puede observar la carencia de políticas internacionales destinadas a fortalecer la economía creativa, aunque se han emitido algunas herramientas de apoyo teórico para los encargados de elaborar política pública, y la interiorización de sus alcances debe de ser un proceso interno en cada Estado, aun hacen falta instrumentos de acción.

Capítulo 3

La economía creativa en el ámbito Latinoamericano y el Caribe

América Latina y el Caribe se han caracterizado a lo largo de los años por ser economías inestables, debido a su fuerte dependencia a los mercados extranjeros, ofertas exportables basadas en materias primas las cuales están sujetas a precios internacionales volátiles, déficits comerciales e inflación. Si bien es cierto, algunas economías han logrado con éxito insertarse en los procesos de globalización, como por ejemplo el caso chileno, algunas continúan rezagadas.

Múltiples programas e iniciativas internacionales han intentado subsanar la situación económica regional, como la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la Iniciativa Cuenca del Caribe o la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID), algunos registran éxito en sus funciones, en la mayoría de los casos, los organismos continúan emitiendo recomendaciones sin cambiar la situación de fondo, la pobreza y desigualdad regional.

Según se desprende del “Resumen Actualización de la Estrategia Institucional 2016 – 2019, Una Alianza con América Latina y el Caribe para seguir mejorando vidas” del Banco Interamericano de Desarrollo indica:

América Latina y el Caribe sigue siendo la región más desigual del mundo. Se observa una profunda desigualdad en el ingreso tanto en los países de la región como dentro de cada uno de ellos. Algunos indicadores de desarrollo – sobre todo aquellos relacionados con la extrema pobreza, la salud, el medio ambiente y la diversidad- siguen rezagados en relación con otras regiones emergentes y exponen debilidades estructurales de las economías. Particularmente persiste la pobreza extrema, y las tasas de mortalidad infantil y materna son más altas que en otras

regiones emergentes. Mientras que las tasas de crecimiento y productividad permanecen rezagadas (BID, 2016).

Desde la visión del organismo internacional, los índices de desarrollo de la región latinoamericana son alarmantes, y exigen medidas urgentes por parte de sus gobernantes con el fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, dinamizar la economía y diversificar la producción.

Por otra parte señala que en los últimos veinte años ha surgido una clase media en ciertos países, mientras que en otros países se ha consolidado, hecho que ha contribuido a disminuir la tasa de pobreza, en todo caso, la clase media es frágil, ya que esta se encuentra más cerca de los pobres que de los ricos. Ante tal escenario, es de vital importancia la implementación de nuevos modelos económicos que permitan reactivar la economía doméstica así como la economía regional, modelos que a su vez fomenten el desarrollo de las personas, asegurando una vida digna para las presentes y futuras generaciones.

En este contexto regional, surge el debate sobre el fomento a la industria cultural creativa como un modelo alternativo que permita aprovechar varios elementos regionales: talento humano, patrimonio e identidad cultural y tecnología e innovación que den como resultados bienes y servicios con un alto valor agregado y potencial exportable.

De cierto modo, el modelo productivo no ofrece ninguna novedad, algunos países cuentan con amplia trayectoria en el tema, aunque de manera inconsciente, han trabajado con éxito en la construcción de una marca país o marca región asociada a su identidad cultural, por ejemplo Guatemala, y específicamente la Ciudad de Antigua, desarrolló dicho modelo, y hoy es una fuente de empleo e ingresos importante en la zona.

Al respecto, la organización brasileña, Itaú Cultural en el informe Economía Creativa como Estrategia de Desarrollo: una visión de los países en desarrollo detallo que:

La economía creativa ofrece la oportunidad de rescatar al ciudadano (insertándolo socialmente) y al consumidor (incluyéndolo económicamente) por medio de un activo que emana de su propia formación (cultura y raíces); este escenario de coexistencia entre el universo simbólico y el mundo concreto es lo que transmuta la creatividad en catalizador de valor económico” (Itau Cultural, 2008).

Además los autores exteriorizan su gran preocupación al notar que el sector productivo, en algunos casos, se conforma de personas sencillas en situación de vulnerabilidad que no perciben la diferencia entre lo que producen y el precio que establecen.

De lo expresado en el Informe de Itaú Cultural se logra interpretar que las industrias culturales – creativas ofrecen una fuente de empleo y desarrollo en potencia, pero a su vez, es un sector sediento de capacitación que permita fortalecer los modelos de negocios, así como la visión estratégica de sus dirigentes.

Para lograr tan anhelado objetivo es preciso establecer una estrategia estatal que proporcione las plataformas públicas necesarias para robustecer el sector, entender la dinámica propia de este tipo de industrias, y visibilizar su aporte a la economía local, son los primeros pasos.

En la región Latinoamericana y el Caribe, el Banco Interamericano de Desarrollo ha jugado un papel importante, el de líder, emitiendo importantes recomendaciones a los gobiernos centrales y locales, organismos autónomos y demás actores sobre los beneficios que puede traer este modelo si es acompañado de políticas interinstitucionales armonizadas que brinden incentivos a los empresarios del sector.

3.1 Banco Interamericano de Desarrollo (BID, por sus siglas en español)

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID, por sus siglas en español), se fundó en 1959, como una iniciativa del entonces Presidente de Brasil, Juscelino Kubitschek ante la Organización de Estados Americanos (OEA, por sus siglas en español), es importante destacar que los organismos no guardan ninguna relación; su objetivo fundamental es reducir la pobreza, promover la integración y fomentar el crecimiento económico y el desarrollo social.

1. Desarrollo del Organismo

El organismo internacional de carácter financiero surgió en un escenario post II Guerra Mundial y se constituyó en la región como una alternativa para desarrollar proyectos viables que promuevan el desarrollo económico, social e institucional, para ello ofrece préstamos, donaciones y asistencia técnica a sus países miembros.

Actualmente su sede se encuentra en Washington, Estados Unidos y cuenta con 48 miembros, los cuales se clasifican de la siguiente manera:

- Países Prestatarios: 26 miembros y cuentan con el 50.02% de voto
- Países No Prestatario: 22 países, los cuales únicamente puede suministrar bienes y servicios a los proyectos financiados por el BID.

Según el sitio web oficial del BID, durante el año 2016 otorgó \$ 9624 millones de dólares americanos en préstamos a sus socios, dentro de sus principales clientes figuran gobiernos centrales, municipalidades, organizaciones no gubernamentales y empresas

privadas, en su quehacer ayudan a mejorar la salud, la educación y la infraestructura y sus temas de atención prioritaria son:

Cuadro 2: Banco Interamericano de Desarrollo, temas prioritarios de trabajo



*Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo, 2018.

De acuerdo con el cuadro anterior, sobre los temas principales del Banco Interamericano de Desarrollo, se puede constatar que dichos campos de acción son totalmente acordes con su objetivo constitutivo que es la reducción de la pobreza en la región y solo mediante la inclusión social e igualdad de todos los estratos sociales se puede alcanzar el desarrollo de las naciones. Para ello se debe apoyar en la innovación no solo de los bienes y servicios que producen, sino además en los procesos, con lo cual los miembros serán capaces de insertarse con éxito en la economía internacional.

Si bien es cierto, el Banco Interamericano de Desarrollo registra varios casos de éxito, como por ejemplo en el campo ciudades sostenibles, específicamente en el sector de

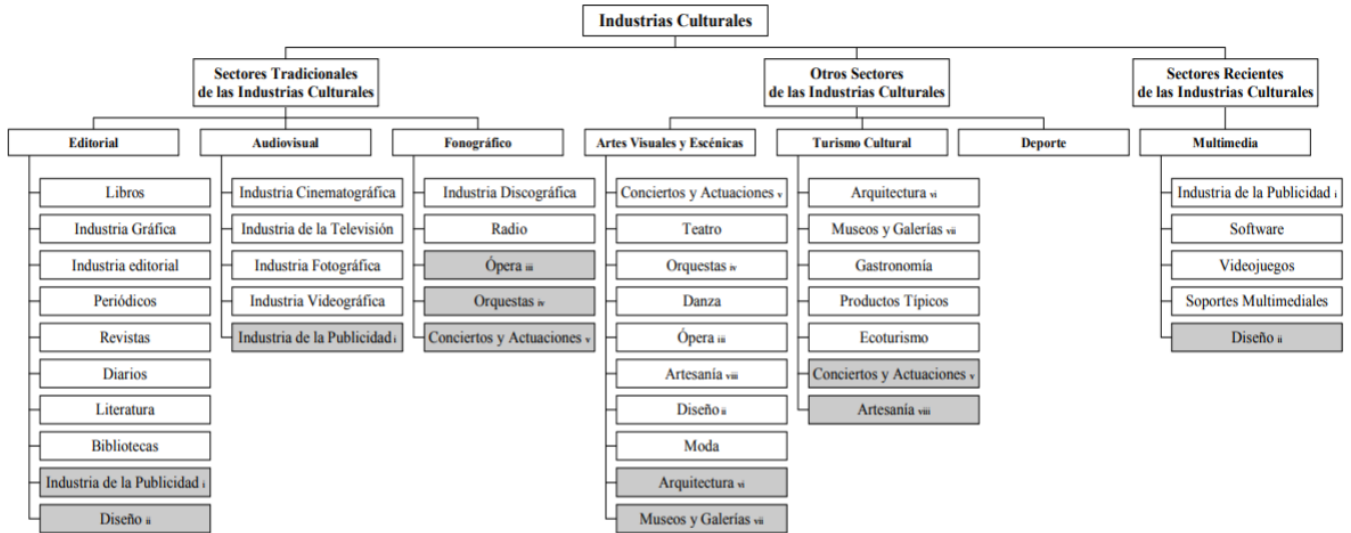
transporte público urbano, como lo hace constar en el “Documento de enfoque: Casos Comparativos: Proyectos de Transporte Público Urbano apoyado por el BID”, donde se destaca que “los proyectos de transporte urbano en América Latina ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos años, con un aumento del 36% entre 2005 y 2012 en el volumen anual de préstamos para el sector transporte urbano”, en materia de reducción de pobreza y desigualdad, tema de fondo, la situación general de todos los países de América Latina y el Caribe continua siendo un importante desafío.

3.2 En la búsqueda de nuevos modelos productivos en América Latina y el Caribe

Es quizás en la constante búsqueda de nuevos modelos que permitan llevar desarrollo y progreso a América Latina y el Caribe que en el 2007, el BID incursiona en el campo de las industrias creativas –culturales, con la publicación del documento: “Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades”, estudio financiado por el “Fondo Italiano para el Patrimonio Cultural y el Desarrollo Sostenible.”

En este estudio mencionado, el Banco Interamericano de Desarrollo establece que las industrias culturales- creativas se pueden identificar como un grupo de sectores que ofrece: 1). Servicios en el campo del entretenimiento, educación e información (películas, música, medios impresos o museos) y 2). Productos manufacturados a través de los cuales los consumidores elaboran formas distintivas de individualidad, autoafirmación y manifestación social. En cuanto a los sectores mapeados, se detalla lo siguiente:

Imagen 4. Industrias Culturales y sus sectores, según el BID



*Fuente: BID. Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades

De la imagen anterior se desprenden los sectores que abarcó el organismo en la investigación, factor importante a la hora de delimitar el objeto de estudio, en este caso un sector productivo, el cual dividió en 3 grandes bloques: i. sectores tradicionales de las industrias culturales, ii. otros sectores de las industrias culturales y iii. sectores recientes de las industrias culturales, cada uno de ellos con subsectores asociados.

Para el año del estudio, América Latina y el Caribe presentaban un importante rezago en políticas para incentivar el sector productivo, en sistemas que concentraran la información lo cual dificultaba la exposición de su rendimiento y aportes a la economía local, así como conocimiento básico en los tomadores de decisión, los cuales son clave en el desarrollo de la materia.

De manera general, al concluir el estudio, el BID identificó varios puntos débiles en los países miembros, y con el fin de mejorar y desarrollar con éxito el sector, emitió algunas observaciones, de carácter no vinculante:

- i. Desconexión entre el estado y los empresarios culturales:
- ii. Inversión privada: el temor al retorno de su inversión, limita a los empresarios culturales al acceso a fondos por parte de inversores privados.
- iii. Distribución del producto: el informe señala de manera específica el ejemplo de las artesanías en República Dominicana, donde los puntos de venta de artesanías se encuentran distante a los grandes complejos turísticos, principales clientes del producto.
- iv. Educación y capacitación: los empresarios de origen creativo deben de complementar dicha capacidad con habilidades para los negocios.

Sería en el año 2013, que con una imagen remozada, el BID colocó nuevamente los ojos de Latinoamérica y el Caribe en el sector, esta vez, el libro bajo el título: “La economía naranja: Una oportunidad infinita”, los autores Felipe Buitrago e Iván Duque, ambos consultores del organismo, presentaron en vistoso e innovador material cifras sobre el desempeño del sector, así como información sobre el ecosistema latinoamericano.

En esta nueva visión, el BID, imprimió su sello personal, rebautizando el sector en la región como la “economía naranja” por la asociación que existe entre el color y la creatividad, y lo definió como:

Conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: i). La economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y ii). Las áreas de soporte a la creatividad (Buitrago y Duque. 2013).

Según la definición anterior, para efectos del BID, específicamente después de la publicación del libro en mención, la economía creativa o economía naranja, de ahora en adelante, está conformada por la economía cultural y las industrias creativas, cada una de estas conformada por subsectores, los cuales se detallan a continuación:

1. Economía Cultural: son las actividades artísticas tradicionales, además de aquellas actividades relativas a la construcción de un patrimonio cultural y su transmisión. Divido en los siguientes subgrupos

Cuadro 3: Banco Interamericano de Desarrollo: Economía Cultural, subsectores



*Fuente: La economía naranja: una oportunidad infinita.2013

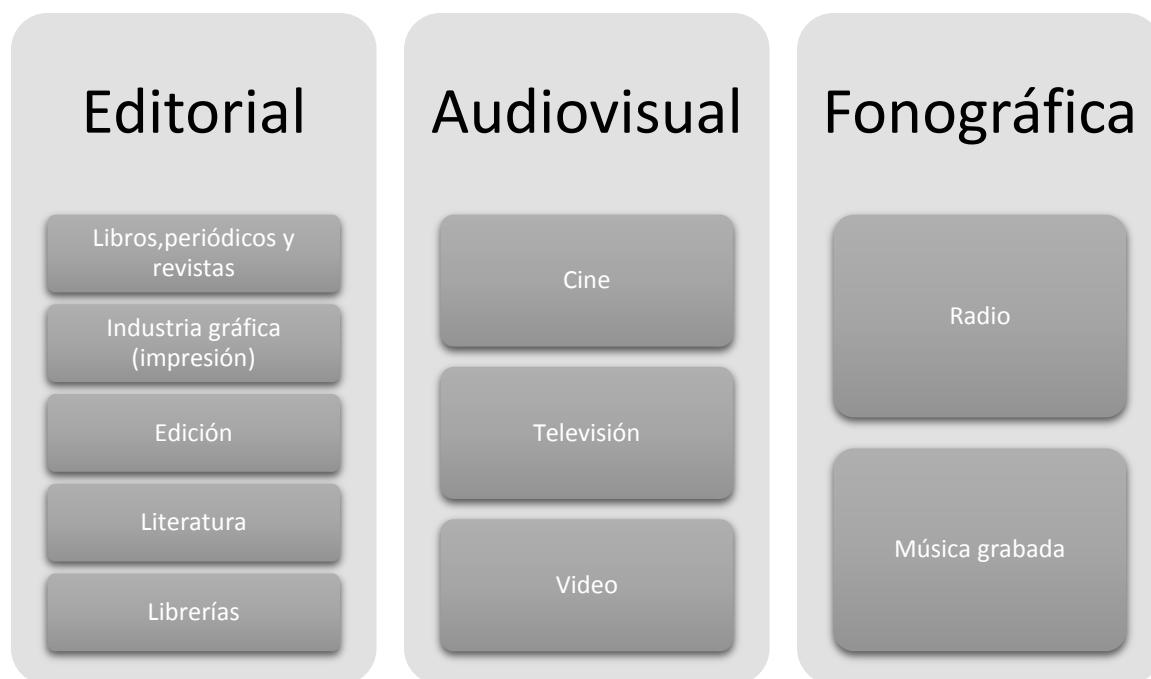
Según se desprende del cuadro, la economía cultural, se relaciona directamente a la esencia propia de una nación, así como a la creatividad de sus ciudadanos, que apoyados en ese patrimonio intangible logran desarrollar modelos de negocios, asimismo, contempla

sectores propios de la expresión artística como pintura, moda y alta costura, escultura y la fotografía.

2. Industrias creativas: son el conjunto de las industrias culturales convencionales y el grupo de creaciones funcionales, nuevos medios y software.

a). Industrias culturales convencionales: son las actividades que proveen bienes y servicios basándose en los contenidos simbólicos artísticos y creativos, que puede ser reproducidos y/o difundidos masivamente y que son tradicionalmente reconocidos por tener una estrecha relación con la cultura.

Cuadro 4: Banco Interamericano de Desarrollo, Industrias culturales convencionales



*Fuente: La economía naranja: una oportunidad infinita.2013

De acuerdo con el cuadro anterior, la industria cultural convencional está desvinculada al patrimonio cultural intangible, y en su lugar se encuentra íntimamente

relacionada con los derechos de autor, obras que pueden ser reproducidas según su naturaleza, de manera gráfica y/o visual.

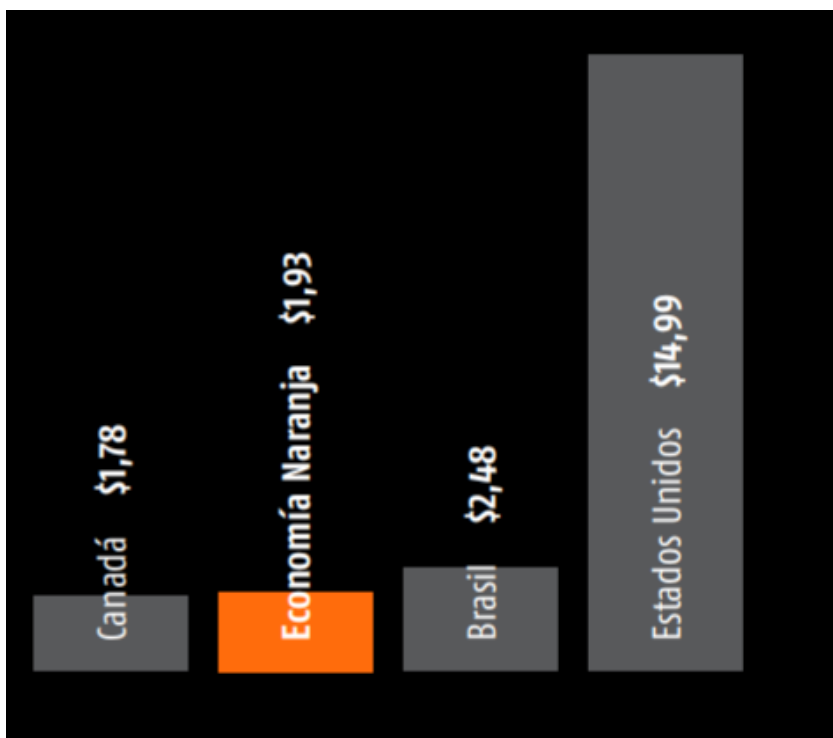
b). Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software: son las actividades que tradicionalmente no hacen parte de la cultura, pero definen su relación con el consumidor a partir de su valor simbólico en lugar de su valor de uso, y se clasifican de la siguiente manera:

- Diseño: interiores, artes gráficas e ilustración, joyería, juguetes, industrial (productos)
- Software de contenidos: videojuegos, otros contenidos interactivos audiovisuales, medios de soporte para contenidos audiovisuales
- Agencias de noticias y otros servicios de información
- Moda –Pret a- porter

A partir del 2013, todo este gran conjunto, es la interpretación del Banco Interamericano de Desarrollo, del sector de la economía naranja, además detalla que este sector tiene como soporte áreas como la investigación, desarrollo e innovación creativa u cultural (I+D+ Naranja), la formación técnica especializada en áreas creativas, la gobernanza y los derechos de propiedad intelectual y la educación profesional creativa.

En la siguiente imagen en cuanto a las cifras mostradas específicamente para América Latina y el Caribe, con la finalidad de comprender a fondo la dimensión del sector, los autores presentaron los datos de manera comparativa, por ejemplo se constató que si la economía naranja fuera un país del hemisferio, sería la tercera economía en importancia, tan solo superada por los Estados Unidos y Brasil.

Imagen 5: BID, Economía Naranja: Una oportunidad infinita, economía naranja respecto a las economías de América Latina y el Caribe



*Fuente: Economía Naranja, Una oportunidad infinita.2013. (Cifras en billones de dólares americanos)

Según la imagen tomada del libro: “Economía Naranja, una oportunidad infinita”, si se compara los ingresos que genera la economía naranja en la región con las economías de América Latina y el Caribe, el sector ocuparía el tercer lugar en importancia. El liderazgo regional lo mantiene Estados Unidos, economía tradicionalmente caracterizada por ser la más fuerte y avanzada en la región.

Sobre la exportación de bienes y servicios de la región se detalló que si la economía naranja representase un país, este ocuparía el puesto número 7 en importancia, superado por los países de Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México), y Brasil, Argentina y

Venezuela. Relacionado a la fuerza laboral, se expuso que sería la cuarta fuerza laboral, que emplea a más de 23.3 millones de trabajadores.

Los consultores Buitrago y Duque coincidieron al afirmar que, en términos generales, la economía naranja en América Latina y el Caribe se podía comparar a la fecha con la economía de Perú, mientras que las exportaciones alcanzaban al monto exportado por Panamá, y la fuerza laboral era igual a la suma de Guatemala, El Salvador y Honduras; a continuación se detalla la información presentada por el organismo.

Imagen 6: Desempeño de la economía naranja en América Latina, 2013



*Fuente: La economía naranja: Una oportunidad infinita. 2013

La imagen anterior hace una comparación entre el desempeño de la economía naranja e indicadores económicos de algunos países latinoamericanos. Las cifras mostradas en el documento abrieron un amplio debate en los países de América Latina y el Caribe sobre los importantes aportes del sector productivo en la economía doméstica, así como su

gran potencial, hasta ese momento no explorado por todos los miembros. Rápidamente el tema se popularizó en los gobiernos e incluso a la fecha, según el BID, es el documento con más descargas en la historia del organismo.

En la intensa lucha por destacar los aportes del sector en la región, en junio del 2017, el Banco Interamericano de Desarrollo publicó el Libro: “Economía Naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe,” escrito por Alejandra Luzardo, quien compila información sobre el desempeño; así como los 50 mejores emprendimientos de origen creativo - cultural Latinoamericanos y del Caribe.

Con las cifras actualizadas para el 2015, según el sitio web del Banco “las industrias culturales y creativas (ICC) generaron en 1,9 millones de empleo en América Latina y el Caribe, e ingresos por 124 000 millones de dólares. Se estima que para el 2020 la creatividad será la tercera habilidad más demandada por las empresas a la hora de seleccionar a sus empleados” (BID, 2015)

3.3 Panorama Latinoamericano

En América Latina, de manera individual, muchos países han reconocido el valor de las industrias creativas culturales, identificando las nuevas oportunidades y soluciones que ofrece el sector. Es oportuno señalar que dicho reconocimiento no ha sido un caso fortuito, por el contrario, es producto del amplio debate que ha generado el tema en los últimos años, tanto global como regionalmente.

La economía naranja, conformada por todas las industrias relacionadas con los derechos de autor y la propiedad intelectual, constituyen una fuente inagotable de: a). riqueza y valor, b). fuente de empleo y c). desarrollo, todos elementos necesarios para la

construcción de sociedades más inclusivas. Es por esto que el tema de sensibilización hacia la industria es de vital importancia, ya que su potencial, tiene la capacidad de transformar la realidad de las economías domésticas de la región.

Según cifras publicadas por el Banco Interamericano de Desarrollo, en el libro “Economía Naranja, innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe”, América Latina y el Caribe para el año 2015, el sector naranja sostuvo una cantidad de puestos de trabajo comparables con los que genera toda la economía de Costa Rica o Uruguay. (Alejandra Luzardo, 2017).

Conscientes de lo anterior, los gobiernos centrales y/o locales de la región y especialmente los más visionarios, han decidido apostar por el sector como una opción de desarrollo para sus habitantes, mediante los instrumentos de la política pública, así como las alianzas público- privadas unen esfuerzos por favorecer a la industria.

Aunque existen vacíos en la sistematización de la información, en esta sección se dará una mirada general al panorama latinoamericano en cuanto al desarrollo del sector, para ello se recopila información de los siguientes ejes fundamentales: visibilización del sector por parte del gobierno central y acceso a la información. De manera general y según la información recopilada para la elaboración de este trabajo, se puede afirmar que los países que acumulan mayor experiencia en el campo son Colombia – país que recientemente aprobó la conocida ley naranja- Argentina y México.

En cuanto a la visibilización económica del sector por parte del Gobierno Central, específicamente con las cuentas satélite, se puede destacar el trabajo que ha realizado Colombia, pionero en el campo, Argentina, Chile, Costa Rica, México y Uruguay. La

importancia de contar con este tipo de registros contables es que permite conocer el movimiento del sector de manera precisa, lo cual facilita la toma de decisiones a la hora de desarrollar políticas públicas para incentivar o desincentivar su desempeño, dependiendo del caso o interés de los dirigentes.

Por lo tanto, la importancia de visibilizar las industrias creativas culturales radica en que permite su aporte económico así como la contribución al Producto Interno Bruto (PIB), y convertirlo en un sujeto de interés fiscal.

En materia de acceso a la información por parte de la ciudadanía, el gobierno local de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ofrece desde el año 2004 un ejemplo excepcional con el Observatorio de las Industrias Creativas, sitio web que pone a disposición de cualquier persona, en cualquier parte del mundo, información sobre el desempeño del sector en la ciudad, así como datos sobre su composición, dinámica e internacionalización. Mientras que por ejemplo en Chile, el portal Observatorio de Políticas Culturales nació de una iniciativa privada en el año 2010 y contó con el apoyo de la Embajada de Francia y la Sociedad Chilena del Derecho de Autor.

Lo anterior revela información sobre la atención prestada por los gobiernos al sector, algunos países desde sus instituciones lo perciben como un “motor de desarrollo”, mientras que en otros países la necesidad surge como iniciativa de la sociedad civil, se construye de abajo hacia arriba, al punto tal, que llega a ser considerado como un sector estratégico para sus dirigentes ya sea desde la esfera local o central.

3.4 El desarrollo de la economía naranja en los procesos de integración regional

A continuación, se desarrollarán los principales hechos relacionados al sector cultural creativo dentro de los procesos de integración regional mediante el Mercado Común del Sur y la Comunidad del Caribe como principales exponentes de los procesos de integración en la región.

3.4.1 Mercado Común del Sur (MERCOSUR)

El Mercado Común del Sur (MERCOSUR por sus siglas en español) es un proceso de integración regional, sin duda el más exitoso en la región Latinoamericana, que inició en 1991 con la firma del Tratado de Asunción, cuando los representantes de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay acordaron la constitución de un mercado común y en fases posteriores se han ido incorporado los siguientes miembros: Venezuela en el 2006 y Bolivia en el 2015.

Sus objetivos fundamentales son básicamente económicos y comerciales, donde destacan: establecer la libre circulación de bienes y servicios y los factores productivos, el establecimiento de un arancel común y la adopción de una política comercial común con relación a terceros Estados, para ello los miembros se comprometen a armonizar la legislación en las áreas pertinentes para lograr el proceso de integración.

Para el momento de su constitución, las industrias culturales – creativas no estaban contempladas, de manera general, el sector se incluyó en 1995 con el Protocolo de Armonización de Normas sobre la Propiedad Intelectual en el MERCOSUR, en materia de marcas, indicaciones de procedencia y denominaciones de origen. El documento que

consta de 28 artículos reconoció la importancia de observar las normas de la Convención de Paris para la Propiedad Intelectual para la Protección de la Propiedad Intelectual, así como el Acuerdo sobre los Aspectos de la Propiedad Intelectual relacionada al Comercial.

El Protocolo comprometía a sus miembros a ofrecer el mismo trato y no menos favorable que el de producto nacional, asimismo reconoció la necesidad de promover una protección efectiva y adecuada en el campo de la propiedad intelectual, específicamente en lo que concierne a marcas, indicaciones de procedencia y denominación de origen.

3.4.3 Protocolo de Integración Cultural, 1996.

En el año 1996, se presenta un importante hecho en la coordinación de políticas culturales, con la firma del Protocolo de Integración Cultural firmado por los 4 miembros (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay), donde reconoce que la cultura constituye un elemento primordial de los procesos de integración, y para ello promoverán programas y proyectos conjuntos en el Mercosur, en los diferentes sectores de la Cultura, que definan acciones concretas (Artículos 1 y 2).

Según Hernán Galperin, en Las Industrias Culturales en los Acuerdos de Integración: el caso Nafta, UE y el Mercosur: “las más destacadas iniciativas del “Mercosur Cultural” han sido: a). el establecimiento de un tratamiento aduanero especial para los productos culturales destinados a exhibición o eventos en otro país miembro (pintura, teatro, etc) b). La creación de un programa de becas para jóvenes artistas; c). Un programa de intercambio de jóvenes escritores; d). muestras itinerantes de fotografías e historietas; e). ediciones co – financiadas de escritores relevantes del bloque; f). el

establecimiento de la Casa del Mercosur Cultural en Colonia, Uruguay y g). diversas iniciativas de relativas a la conservación del “patrimonio histórico común”.

De lo anterior se logra interpretar la visión del MERCOSUR sobre las industrias culturales – creativas, limitándola únicamente a las expresiones artísticas asociadas a los derechos de autor, sin contemplar los sectores productivos afines a la propiedad intelectual, sin embargo, dicho Protocolo significó un avance en el reconocimiento de la relación que existe entre la cultura y la economía.

3.4.4 La Comunidad del Caribe (CARICOM)

La Comunidad del Caribe fue fundada en 1973 y sustituyó a la Asociación Caribeña de Libre Intercambio que había sido creada en 1965. Actualmente la organización agrupa 15 naciones caribeñas y dependencias británicas. Su sede se encuentra en Georgetown, Republica Cooperativa de Guyana.

Dentro de sus objetivos fundamentales se encuentran: a). promover la integración y cooperación entre sus miembros, b), asegurar que los beneficios del proceso de integración se distribuyan equitativamente y c). coordinar la política exterior de los miembros. En la práctica funciona como un mercado regional y se conoce como el Mercado Único del CARICOM.

En cuanto a los avances en el campo de las industrias culturales – creativas, el CARICOM ofrece un interesante ejemplo de incorporación del sector como una herramienta de desarrollo social y crecimiento económico, y en su sitio web afirma que:

Los gobiernos de CARICOM reconocen cada vez más la importante contribución de las industrias culturales y creativas a las economías de la región, y han

reconocido que con la creación de un entorno propicio con el apoyo político, legislativo e institucional necesario, las industrias culturales y creativas podrían realizar crecimiento exponencial, crear empleos y riqueza en la región y comprometer positivamente a los jóvenes de la Comunidad.

Los países caribeños poseedores de una herencia cultural fuerte, asocian a las industrias culturales creativas con la promoción del turismo cultural y festivo e incluso aseguran que podrían generar aportes en materia de reducción de la pobreza e inclusión y participación de los jóvenes de la región.

En enero del 2008, la visión del CARICOM en materia de industrias culturales creativas fue más allá de la cooperación, como es el caso del MERCOSUR, y durante una Reunión de Ministros de Comercio y Cultura exploró la posibilidad de brindar alivio en materia de aranceles y otros derechos de cargas sobre los productos que son insumos para dicha industria.

Para ello estableció un Equipo de Tareas Regionales sobre las Industrias Creativas para desarrollar una estrategia de desarrollo regional y un plan de acción, que a su vez emitiría recomendaciones sobre incentivos, financiación del sector, punto débil de la industria, registro y clasificación y la libre circulación de los bienes.

- Según dicho Equipo, y como lo afirma su sitio web, el mapeo identificó los siguientes subsectores, en los cuales el CARICOM posee una ventaja comparativa: Música, Audiovisuales, Artes visuales, Publicaciones, Festivales, Moda, Artes escénicas y Artesanía.

De lo anterior, se puede identificar una industria íntimamente relacionada con las expresiones artísticas y los derechos de autor, que tiene como punto de partida un intangible, el patrimonio cultural. Su máximo aprovechamiento y desarrollo constituye no solo una fuente de ingresos, sino además un excelente material para la promoción de inversiones extranjeras.

De acuerdo con el comunicado de prensa 98/ 2008 de la Organización de las Naciones para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Dra. Hilary Brown, Coordinadora de Programas de Cultura y Desarrollo Comunitario en el Secretariado del CARICOM, declaró que:

Las áreas que se abordarán en la política incluyen desarrollar un paquete de incentivos apropiado para el sector, mejorar la recopilación de datos, construcción de capacidades institucionales con énfasis en los servicios de apoyo a la actividad, fortalecer la protección de la propiedad intelectual y la gestión colectiva, así como el desarrollo de recursos humanos, también con énfasis en las instalaciones para la capacitación de los trabajadores culturales.

La intención del CARICOM de incorporar en la zona de libre tránsito de bienes a los artistas y trabajadores culturales significa un gran paso con respecto a otros procesos de integración regional, para lograrlo se apoyará en un registro nacional y regional, aunado a esto, pretende instaurar políticas arancelarias que fomenten el sector así como el intercambio comercial de los países miembros.

Para los años 2011 y 2014, el tema fue nuevamente eje central en sus Jornadas de Trabajo, cabe destacar que aún dichos esfuerzos no se han materializado de forma concreta, pero sus avances constituyen un hito para el sector, y un ejemplo para los demás sistemas de integración en América Latina, donde si bien es cierto, comienzan a experimentar en el campo aún no se han establecido acciones al respecto.

Respecto al capítulo desarrollado anteriormente se puede concluir que América Latina ha incursionado en el campo de manera espontánea en la mayoría de los países, si bien es cierto algunos estados han sabido planificar el sector, dándole un enfoque especializado de acuerdo con sus raíces, recursos y vivencias culturales, en su gran mayoría no le otorgan aún el reconocimiento que merece si se hace relación con su aporte.

Adicionalmente, el Banco Interamericano de Desarrollo incursionó en la economía naranja en la región, posicionándola como un sector productivo con vastas oportunidades para generar crecimiento económico e inclusión social, logrando así sus objetivos fundamentales.

Sin duda, el rol del Banco Interamericano de Desarrollo ha sido el de visibilizar la industria creativa en la región, mostrando mediante análisis comparativos la dimensión oculta que genera la producción de bienes y servicios con alto contenido simbólico, además le otorgó una personalidad en América Latina y el Caribe al rebautizarla como la economía naranja.

Por último, el desarrollo del sector en procesos de integración regionales ha sido débil, y necesita mayor atención de sus dirigentes para explorar los beneficios que podría aportar a sus respectivas economías. Sin embargo, cabe destacar las acciones tomadas por el CARICOM al facilitar una iniciativa de libre tránsito de bienes e insumos culturales.

Capítulo 4

La incursión de Costa Rica en el modelo de economía naranja y su desarrollo en el Ministerio de Cultura y Juventud 2014 – 2017

Costa Rica, inmerso en las dinámicas de la globalización, no es inmune a los efectos de estos procesos, por el contrario, el impacto de dichos fenómenos políticos, económicos y sociales son latentes en el país, la imposición de mecanismos y políticas dictadas por los Organismos Internacionales que proclaman desarrollo y progreso ha desencadenado una nueva dinámica económica, inestable, dependiente y desfavorable para algunos países, mientras para otros, los beneficios de estas corrientes son innumerables y aportan importantes cifras para el crecimiento económico del país.

Sin importar la filosofía política que uno pueda anteponer, lo cierto es que la sociedad global actual requiere medidas urgentes por parte de sus gobernantes en unión con los demás actores civiles por medio de las alianzas público – privadas para forjar un nuevo panorama, en el caso específico de Costa Rica, la lucha por la diversificación económica inició en la década de los años ochenta, y ha dado importantes frutos, más no suficientes para construir una sociedad igualitaria e inclusiva.

Importantes instituciones, oficinas del Estado, así como modelos de desarrollo han surgido en este contexto histórico, tales como el Ministerio de Comercio Exterior, la Promotora de Comercio Exterior, la Coalición Costarricense de Iniciativas para el Desarrollo, por mencionar algunas, que han sumado importantes esfuerzos para sortear los efectos propios de las nuevas corrientes económicas, los procesos de integración y mundialización de los mercados.

En toda esa nueva mezcla de ideologías y soluciones surge la economía naranja, o la economía creativa, como se conoce internacionalmente, y que es el punto de encuentro entre la creatividad, la cultura y la economía, y que se convierten en exitosos modelos de negocios; hasta aquí ninguno de los conceptos mencionados es nuevo, por el contrario todos han acompañado a las sociedades desde siempre.

Indudablemente, lo que sí es nuevo es el interés internacional en el tema, Costa Rica al igual que otros países latinoamericanos como Colombia, Uruguay y Argentina, ha incursionado en dicho modelo económico, que a partir del talento humano y el patrimonio cultural construye emprendimientos, que en algunos sectores productivos son de rápido crecimiento, como son los relacionados al sector audiovisual y la publicidad.

La economía naranja, término popularizado en América Latina por el trabajo realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo, busca dar visibilidad a todas las ganancias de carácter económico o social, que la cultura genera. En Costa Rica el interés surgió durante el gobierno Chinchilla Miranda (2010-2014) cristalizándose en la Política Nacional de Derechos Culturales, documento que incluye un eje alrededor de la cultura y la economía.

Conforme sistemas de medición contable, el Estado, por medio de la Unidad de Cultura y Economía (UCE), realiza importantes esfuerzos por conocer la evolución de este sector productivo, así como su impacto en la sociedad costarricense, consciente de que los nuevos escenarios internacionales requieren estrategias ágiles que maximicen todos los recursos, ya que la incursión en este modelo pretende encadenarse a procesos productivos con miras a la internacionalización.

En este capítulo se realiza un análisis sobre el rol que ha jugado el Ministerio de Cultura y Juventud en el desarrollo del término, así como la gestión en el ámbito, además se analiza el papel de la Promotora de Comercio Exterior como institución aliada, y la oportunidad que se le presenta al país en el sector de audiovisuales.

4.1 Ministerio de Cultura y Juventud

El camino hacia el establecimiento de un Ministerio de Cultura en Costa Rica inició en 1948 con la victoria de la revolución civil encabezada por José Figueres Ferrer, quien en mayo del mismo año conformó un Consejo de Gobierno provisorio de la nación, que asumió dicho papel de forma transitoria y en el cumplimiento de sus funciones se llamó la Junta Fundadora de la Segunda República.

El conflicto armado que vivió Costa Rica durante la década de los cuarenta provocó cambios profundos en la estructura del país, estos cambios de índole político, económico y social moldearon una nueva estructura en el país. La abolición del ejército, la creación del Instituto Costarricense de Electricidad y la creación de la Nacionalización Bancaria fueron sin duda los eventos más recordados de dicho episodio histórico.

En este panorama nacional, grandes pensadores costarricenses acompañaron a los dirigentes políticos con sus ideas para construir un nuevo país, Isaac Felipe Azofeifa, Carlos Monge Alfaro, ambos escritores nacionales y Daniel Oduber Quirós, abogado, presentaron la propuesta a la Junta Fundadora de la Segunda República para crear el Instituto de Bellas Artes, iniciativa que no fue avalada por dicha Junta.

Años después, en 1963 específicamente, Alberto Cañas Escalante, presentó el proyecto para la creación de la Dirección General de Artes y Letras, adscrita al Ministerio

de Educación Pública, en esta oportunidad la propuesta trajo como resultado varias direcciones encargadas de velar por el buen desarrollo cultural del país.

Según el Archivo Nacional de Costa Rica, en el documento Entrada Descriptiva con la Aplicación de la Norma Internacional ISAD (G), Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes:

En el año 1970 que Cañas presenta el proyecto de creación del Ministerio de Cultura. Este proyecto fue rechazado por la Asamblea Legislativa en febrero de 1970, por esa razón Alberto Cañas con la colaboración de Fernando Volio Jiménez y el apoyo de José Figueres Ferrer redactó un nuevo proyecto para la creación del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, el cual se aprueba el 5 de julio de 1971, mediante la Ley número 4788” (Registro Nacional. 2004).

El evento anteriormente escrito representa un triunfo histórico en el país, la incorporación de la cultura en el devenir político significa un claro acatamiento de la normativa internacional, por ejemplo la Declaración Universal de los Derechos Humanos, fundamentada en la protección de los elementos culturales de las naciones, además de los aportes positivos que la cultura aporta a la construcción de sociedades inclusivas.

La Ley 4788 estableció que el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes asumiría las responsabilidades respecto a la Dirección General de Artes y Letras, la Dirección General de Educación Física y Deportes, la Editorial Costa Rica, el Museo Nacional, la Orquesta Sinfónica Nacional, los Premios Nacionales Magón, Aquileo J. Echeverría y Joaquín García Monge, la Dirección General de Bibliotecas y el Teatro Nacional serán órganos adscritos según la ley en cuestión.

El desarrollo del Ministerio Cultura, Juventud y Deportes, juega un papel importante en el país desde su establecimiento, ya que como ente rector emite políticas públicas destinadas a fortalecer y promover todos sus campos de acción, asegura el

acercamiento así como el disfrute de los ciudadanos costarricenses a la esfera cultural, ya sea mediante las expresiones visuales, escénicas, música y patrimonio.

Según Luis Bernal Montes de Oca, ex Viceministro de Cultura y Juventud (1974-1975) y actual Presidente de la Cámara del Libro, en una entrevista realizada durante este trabajo de investigación, menciona que el ministerio vino a articular todas esas instituciones que operaban de manera aislada, el Teatro Nacional, el Museo Nacional, la Editorial Costa Rica, la Dirección de Artes y Letras y demás entes que operaban independiente se alinearon para generar política pública, además indica que el gobierno asumió instituciones como la Orquesta Sinfónica, y las profesionalizó, les dio la relevancia que se merecían.

Además asegura que durante los años 1970 -1978, el país vivió un “boom cultural” ya que el ministerio se encargó de llevar la cultura hasta las zonas rurales mediante teatros al aire libre y demás expresiones artísticas, en su criterio personal Juventud y Deportes “para esa época se empiezan a gestar todos los escenarios culturales del país, se vierte la cultura a la sociedad, se democratiza sin distingos de ningún tipo, antes de esa época la cultura era elitista” (L, Montes de Oca. Comunicación Personal. Marzo, 2018).

De la entrevista mencionada se puede destacar el hecho que de manera incipiente desde su creación, el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes contó con todos los sectores tradicionales que conforman la economía naranja: Patrimonio, Música, Artes Escénicas y Visuales y Literatura. Aunque para la época, el concepto no estaba desarrollado aun, en Costa Rica se gestaba una industria alrededor de la escena cultural, por ejemplo a

través de la Editorial Costa Rica, que mediante la edición de obras literarias fomentó la cultura del país y de manera indirecta incentivo un modelo de negocio.

En 2007, mediante un dictamen de la Procuraduría de la Republica, se elimina las funciones de Deportes del Ministerio, transformando su nombre al Ministerio de Cultura y Juventud.

4.2 Establecimiento de la cuenta satélite de cultura

Según el informe de la economía creativa, elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) en colaboración con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en el documento “Economía Creativa: Una opción para el Desarrollo” “la cuenta satélite cultural es un marco de contabilidad sistemática y coherente que presenta la información económica en la cultura y ofrece una base para la toma de decisiones públicas y privadas, para el diseño y evaluación de políticas y propósitos generales de la economía cultural. (UNCTAD. 2010).

Sobre su justificación del sistema indica que: a. consiste en una estructura de contabilidad exhaustiva, útil para la medición económica de la mayoría de los productos culturales y actividades, b. es eficiente y tiene credibilidad, ya que sus conceptos han sido probados y exitosamente aplicados en muchos países con un bajo costo cuando se refiere a un conjunto metodológico; y c. evita el uso de conceptos y definiciones presentando las compatibilidades entre países o sectores.

En cuanto a los objetivos, en dicho informe, los organismos internacionales establecieron que:

- Seleccionar las prácticas y los productos de los sectores culturales y crear clasificaciones y definiciones y estructura del Sistema de Cuentas Nacionales
- Definir el mecanismo de generación e intercambio de productos culturales e integrar este análisis dentro de estructuras macroeconómicas ya existentes sin perjuicio de sus especificaciones (por ejemplo, no todas las actividades culturales están registradas en el proceso de producción lo que retiene el valor económico)
- Demarcar el flujo del comercio internacional que afecta a productos culturales, lo que permite entregar su potencial de impacto no solo en la economía sino que además en la preservación de identidades culturales
- Delimitar los gastos totales de acuerdo al objetivo, naturaleza, beneficio: bienes y servicios que favorecen directamente a las familias; el consumo de activos como el material gráfico original utilizado en el proceso de producción de bienes culturales; gastos públicos directos en la administración cultural, etc.
- Explorar los distintos procesos del consumo cultural. El financiamiento público, por ejemplo, puede ser a través de subsidios o transferencias destinadas a actividades realizadas por el sector privado; a través de la producción directa de bienes y servicios en entidades gubernamentales; lo que permite adquirir y donar activos culturales y creativos para el bien de la comunidad

- Ofrecer información pertinente en las características sociales básicas relativas a la producción cultural y a su organización, siguiendo una categorización impulsada por los productores de tamaño, tipo, empleo en el ámbito cultural y sus características
- Suministrar información acerca de los usos e indicadores, que permita una categorización de oferta y demanda de productos culturales (cantidades no monetarias y en una clasificación por contenido), y los relaciona a las variables económicas de esta estructura. La cuenta satélite de cultura, además de proveer de información monetaria de la generación y uso de productos y servicios culturales, puede ofrecer datos no monetarios, como la cantidad de trabajo producido o el número de personas envueltas en un proyecto. Además abarca dimensiones sociales, desglose de los datos a nivel social y educacional. Si bien la cuenta satélite cultural no ofrece un conjunto de información adicional, entrega una estructura coherente para poder investigar las debilidades y brechas que existen en los sistemas de información, cuyos datos entregados provienen de distintas fuentes y son presentados de muchas formas, la cuenta satélite cultural, puede además conciliar información, relacionarla a otros sectores de la economía y desglosarla por área geográfica.

De manera general, sobre la cuenta satélite cultural se puede destacar que su gran contribución es la medición del sector cultura creativo en la economía doméstica como en la economía internacional, al tener un registro sobre ese desarrollo se facilitan los procesos de toma de decisión tanto para el sector público como el sector privado. En el tema cultura

es de gran importancia ya que tradicionalmente, desde el sector público, en ocasiones se interpreta como un gasto injustificado, víctima de recortes según presupuesto nacional.

En Costa Rica el establecimiento de la cuenta satélite de cultura inició en 2010, cuando el Despacho del Ministro de Cultura y Juventud recibe una invitación para participar en un foro de industrias culturales que se realizaría en Colombia, el entonces Ministro Manuel Obregón (2010-2014) responde de manera positiva e inicia el proceso de selección dentro del Ministerio.

Según Anahí Moyano, Jefa de la Unidad de Cultura y Economía, del Ministerio en conjunto con el Departamento de Cooperación Internacional se buscó quién de manera específica tratara el tema dentro de la institución, y la sorpresa fue que hasta ese momento no existía un registro del tema, por lo tanto ella fue designada para representar al país en dicho encuentro (A, Moyano. Comunicación personal. Marzo 2018).

Al regresar impresionada por el impacto del tema, así como su avance en países como Colombia y Uruguay, solicitó de manera especial al Señor Ministro, Manuel Obregón, especializarse y trabajar el tema en el ministerio como un recargo. Ante la respuesta positiva del Ministro se creó una comisión de cuenta satélite (antecedente directo de cuenta satélite) con apoyo de oficinas internas como Financiero Contable y la Dirección de Cultura para la elaboración de un documento que mostrará el desarrollo de la industria cultural costarricense.

Aunque esta comisión buscó apoyo fuera del Ministerio de Cultura y Juventud, como en el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, no obtuvieron el reconocimiento esperado. De la experiencia interiorizaron que se debía de utilizar vocabulario similar al de

esas instituciones, el de los números, ir más allá del discurso filosófico y entrar a las negociaciones como iguales, ellos representando un sector productivo dinámico y creciente y así crear alianzas interinstitucionales.

En el esfuerzo por echar a andar el proyecto, la comisión de economía y cultura, atendiendo en esa época de forma única el establecimiento de la cuenta satélite, tienen una reunión con el Banco Central, donde tiene el apoyo a condición de que sea un compromiso estable y no un esfuerzo del gobierno en turno. El Banco Central de Costa Rica anteriormente intentó recabar información del sector y no obtuvo información relevante del sector para realizar una cuenta satélite.

Para lograr cumplir con los requerimientos del Banco Central para la elaboración de una cuenta satélite del sector cultura, se creó una Comisión Interinstitucional, en ese momento conformado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), el Programa Estado de la Nación, el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR) y el Ministerio de Cultura y Juventud.

Es así como finalmente, el 17 de octubre del 2013 presentan los primeros datos y se establece la Unidad de Cuenta Satélite de Cultura, al respecto el Ministro de Cultura y Juventud de turno, Señor Manuel Obregón (2010 -2014) en un artículo de opinión, publicado en el periódico costarricense La Nación indicó que:

Contar con esta herramienta permitirá al sector cultura conocer a profundidad su labor, su impacto, sus alcances y oportunidades de mejorar. Arrojará datos útiles no solo para artistas y gestores culturales, sino para instituciones públicas, empresas, industrias emergentes, y para el público en general que se beneficia de las prácticas culturales en diversos ámbitos de su vida.” (Obregón. 2013)

En esta ocasión, se presentó el desempeño de los ocho sectores medidos desde el 2010 año en que inició el proyecto:

- Educación cultural y artística
- Artes visuales
- Diseño
- Música
- Publicidad
- Artes escénicas
- Audiovisual
- Editorial

Dentro de los principales datos arrojados por el registro elaborado por la comisión, destacan los que se presentan en la imagen siguiente:

Imagen 7: Empresas culturales y establecimientos físicos y jurídicos en cultura en Costa Rica, 2010 - 2012

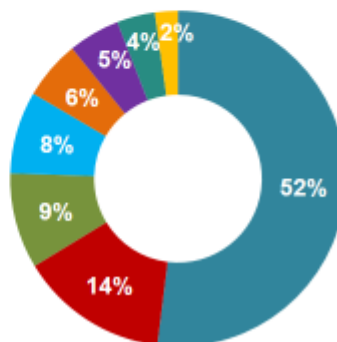


**Empresas y establecimientos físicos y jurídicos en cultura en Costa Rica
2010-2012**

2010	2011	2012
9.898	10.186	10.492

Composición porcentual de las empresas y establecimientos físicos y jurídicos según sector cultural 2012

- Educación Cultural y Artística
- Artes Visuales
- Diseño
- Música
- Publicidad
- Artes Escénicas
- Audiovisual
- Editorial



Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CBCCR del NCJ y del BCCR.

La imagen anterior muestra el número de empresas culturales (físicas y jurídicas) en el país durante los años 2010, 2011 y 2012; los años 2011 y 2012 presentan un crecimiento respecto al año de base (2010), además presenta los subsectores en los que se desarrollan dichas empresas, donde el mayor en importancia corresponde a “Educación Cultural y Artística” que representa un 52% y “Editorial” el menor con 2%.

En cuanto a la cantidad de personas empleadas en el sector creativo, se detalló en dicha presentación lo siguiente:

Imagen 8: Personas ocupadas en cultura en Costa Rica 2010- 2012

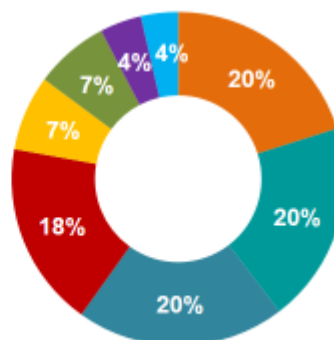


Personas ocupadas en cultura en Costa Rica
2010-2012

2010	2011	2012
35.739	39.331	40.501

Composición porcentual de personas ocupadas según sector cultural 2012

- Publicidad
- Audiovisual
- Educación Cultural y Artística
- Artes Visuales
- Editorial
- Diseño
- Artes Escénicas
- Música



Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CBCCR del MCI y del BCCR, a partir de datos del INEC e información del MCI.

De acuerdo con la imagen anterior relacionada al empleo, se puede observar como el número aumentó en el periodo 2010 – 2012, y para el 2012 empleó a 40 501 personas, los subsectores: Publicidad audiovisual y educación cultural y artística aportan 20% cada uno de ellos, en cuanto a Editorial a pesar de contar con pocos establecimientos emplea a un 7% del total, cifra que igual al subsector diseño y Artes Escénica y Música emplean un 4%. En general, el estudio detalló que el aporte de los 8 sectores, de manera conjunta, representaban un 2.0% de las personas empleadas en Costa Rica.

Sobre las cifras en cuanto a producción, relevantes al querer reafirmar el dinamismo y robusto crecimiento, se descubrió lo siguiente:

Imagen 9: Composición porcentual de la producción según sector, 2010 - 2012

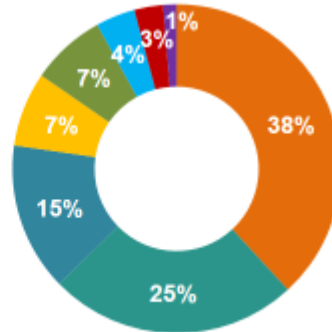


PRODUCCIÓN CULTURAL

2010	2011	2012
₡ 713.173	₡ 814.790	₡ 907.617
* millones de colones		

Composición porcentual de la producción según sector cultural 2012

- Publicidad
- Audiovisual
- Educación Cultural y Artística
- Editorial
- Diseño
- Música
- Artes Visuales
- Artes Escénicas



Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la CBCCR del NCJ y del BCCR.

Los ocho sectores medidos presentaron crecimiento desde el año base 2010 al 2012, para 2010 produjeron 713. 173 millones de colones, mientras que al 2012 se produjo en el país un total de 907.617 millones de colones, el líder de la industria es publicidad, que aportó 38% en 2012.

Aunque la presentación de la cuenta satélite mostró detalles más específicos sobre valor agregado y demás indicadores, para este trabajo de investigación se detalla el número de empresas, empleo y crecimiento, como los indicadores que exteriorizan el peso de la industria creativa costarricense de manera sencilla.

De acuerdo a Anahí Moyano, Jefe de la Unidad de Cultura y Economía, desde el 2013 han publicado todos los años, y además han incluido nuevos sectores como objeto de estudio, de la fecha en adelante han recibido mayor apoyo del ecosistema, “de cierta manera, las cifras reafirmaron la estrategia que veníamos desarrollando y nos abrió la

puerta para dialogar con los demás actores de tú a tú” indicó durante la entrevista (A, Moyano. Comunicación personal. Marzo, 2018)

4.3 Política Nacional de los Derechos Culturales 2014 -2023

Paralelo a la conformación del comité de cuenta satélite, el Ministerio de Cultura y Juventud, trabajaba en la elaboración de la Política Nacional de Derechos Culturales 2014-2023, con el fin de orientar y dirigir las acciones del Ministerio durante ese periodo, y según se afirma “representa un paso fundamental en el proceso de dotar al Estado costarricense de una herramienta que oriente con claridad y de manera consistente, los planes de gobierno y las acciones estratégicas del Sector Cultural, a nivel nacional, regional y local.”

La elaboración del documento se apoyó en la consulta popular, en diferentes regiones del país y consta de 5 ejes de acción específicos:

- I. Participación efectiva y disfrute de los derechos culturales
- II. Dinamización económica de la cultura
- III. Protección y gestión del Patrimonio Cultural material e inmaterial
- IV. Fortalecimiento institucional para la promoción y protección de los derechos culturales
- V. Derechos culturales de los pueblos indígenas

Imagen 10: Política Nacional de Derechos Culturales 2014 -2023, Ejes de Acción



*Fuente: Política Nacional de Derechos Culturales 2014 -2023

De la imagen anterior se desprende la visión y los ejes de acción de la Política Nacional de Derechos Culturales, donde como punto central establece el reconocimiento, el respeto, la promoción y protección de los derechos culturales individuales y colectivos, y para su cumplimiento destaca los cinco ejes de acción.

La Política Nacional de Derechos Culturales, al igual que cualquier política nacional brinda una pauta de comportamiento del Estado para conseguir un objetivo, basados en el bien común, para Costa Rica es la primera en su tipo (cultura), y sobre el proceso de construcción de esta, Giancarlo Protti, coordinador del comité del proyecto, funcionario del Ministerio, durante una entrevista concedida al periódico La Nación sobre la aprobación de la Política, manifestó que: “la política pública no se debe diseñar desde el centro, desde las oficinas, sino a través de una metodología participativa en las regiones” (Protti. 2013).

En diciembre del 2013 se dio la aprobación de dicha política, mediante el Decreto Ejecutivo 38120- C , hecho que representó un gran triunfo para el sector, tradicionalmente considerado no prioritario en el quehacer político, así como en la asignación de recursos, razón por la cual la Política mediante los ejes de acción fundarían un nuevo escenario cultural en el país.

Lamentablemente aún no se cuenta con un Plan de Acción, donde se instituyen las acciones específicas en cada eje, así como las responsabilidades y los resultados esperados, en fin todo el marco lo que permite ejecutar los principios plasmados en la Política Nacional de Derechos Culturales 2014 – 2023.

4.3 Establecimiento de la Unidad de Cultura y Economía (UCE) en el Ministerio de Cultura y Juventud

Como se expuso anteriormente, la Política Nacional de Derechos Culturales 2014 – 2023, establecía en su eje II la dinamización de la economía cultural como parte de estrategia país, para ello creó la Unidad de Cultura y Economía (UCE) dentro del Ministerio de Cultura y Juventud, con recursos necesarios para promocionar a nivel nacional, regional y local con el fin de desarrollar las capacidades de la industria, así como otorgar reconocimiento y visibilidad al sector de las industrias culturales.

4.3.1 Objetivos y Funciones

El Decreto Ejecutivo 38427-C del 29 de abril del 2014 le dio vida a la Unidad de Economía y Cultura (UCE) y es prácticamente la única acción concreta de dicha Política Nacional.

Establece que el objetivo general será generar las condiciones para crear y potenciar los emprendimientos e industrias culturales y creativas costarricenses, mediante la coordinación y articulación de esfuerzos a nivel institucional, interinstitucional, con el sector privado y la sociedad civil, orientados hacia el crecimiento del sector y el desarrollo sostenible local y nacional.

Objetivos específicos:

- a. Generar información cultural consistente y actualizada, que sirva para la elaboración, monitoreo y evaluación de políticas públicas y la toma de decisiones en los ámbitos público y privado, que potencie el crecimiento del sector creativo del país.
- b. Desarrollar, incentivar y articular procesos de capacitación para los emprendimientos e industrias culturales y creativas costarricenses, promoviendo la innovación y el uso de nuevas tecnologías.
- c. Facilitar el acceso al financiamiento para los emprendimientos e industrias culturales y creativas de Costa Rica.

La Unidad de Cultura y Economía tendrá las siguientes funciones institucionales:

- a. Construir un Sistema de Información Cultural Costarricense robusto y actualizado, coordinando el trabajo de la Cuenta Satélite de Cultura, la Encuesta Nacional de Cultura y la Plataforma Tecnológica del MCJ.
- b. Visibilizar el aporte de la cultura a la economía, como motor de desarrollo, mediante los indicadores monetarios y no monetarios generados anualmente por la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica.

- c. Fortalecer la Plataforma Tecnológica Cultural del Ministerio de Cultura y Juventud, con el fin de ampliar el inventario nacional de iniciativas, artistas y cultores a nivel regional y nacional.
- d. Desarrollar e incentivar la investigación de temas relacionados con el sector cultura; especialmente del área de cultura y economía, acercando a la academia.
- e. Implementar y articular procesos de educación formal y no formal para fortalecer las capacidades de los emprendedores (as) y de las industrias culturales y creativas costarricenses.
- f. Estimular la creación de micro, pequeñas y medianas empresas culturales (MIPYMES culturales) y el acompañamiento en el desarrollo de emprendimientos culturales (incubación, formación y gestión).
- g. Promover la capacitación y el fortalecimiento del sector en temas como asociatividad, trabajo en redes, derechos de autor, internacionalización, formación de públicos, entre otros.
- h. Fomentar la circulación de bienes y servicios culturales costarricenses a nivel local, nacional y regional.
- i. Promover iniciativas culturales en la oferta turística del país de manera sostenible, a nivel local, regional e internacional.
- j. Fortalecer el Programa Corredor Cultural Caribe, como espacio de promoción del turismo cultural, los emprendimientos culturales y el desarrollo local y regional.
- k. Facilitar el acceso a recursos y financiamiento para los emprendimientos, e industrias culturales y creativas costarricenses, por medio de fondos públicos y privados (capital semilla, créditos blandos, fondos concursables, premios, incentivos fiscales, responsabilidad social empresarial, entre otros).

- l. Propiciar el diseño e implementación de un marco regulatorio para el crecimiento del sector creativo del país, en coordinación con la Asesoría Legal del Ministerio de Cultura y Juventud.
- m. Promover la economía creativa costarricense estableciendo articulaciones ministeriales e interinstitucionales, especialmente con los gobiernos locales, así como alianzas estratégicas público- privadas y con la sociedad civil.
- n. Coordinar acciones con el Departamento de Cooperación Internacional del Ministerio de Cultura y Juventud orientadas a la captación de cooperación internacional técnica y financiera, para el crecimiento de la economía creativa costarricense, así como para dar seguimiento a las diferentes coordinaciones y representaciones en espacios internacionales, que por la temática asuma la UCE

4.4 Componentes de la Unidad

Sobre su estructura organizacional, el Decreto Ejecutivo establece que es una unidad subordinada al Despacho Ministerial y en sus funciones es la única que tiene el tema de economía creativa como su razón de ser, ya que existen dentro del Ministerio otros entes que de manera indirecta lo atienden, por ejemplo el Museo de Diseño y Arte Contemporáneo y el Parque La Libertad, desde el Centro de Tecnología de Artes Visuales. (Ver anexo # XX, Organigrama del Ministerio de Cultura y Juventud).

Para la Política Nacional de Derechos Culturales 2014 – 2023, la economía creativa incluye a las industrias culturales y creativas, genera crecimiento económico, al mismo tiempo que promueve la inclusión social, la diversidad cultural y un desarrollo integral.

Todas esas industrias que se mueven dentro de ese marco conforman lo que se conoce en Costa Rica como la economía creativa o naranja, sobre esto, en la entrevista realizada a la Sra. Anahí Moyano, Jefe de la Unidad, indicó que el “término economía creativa suele percibirse un tanto agresivo, por lo que el término de economía naranja facilitó la discusión del tema, así como la asociación, por ejemplo la industria de la salud se asocia al color azul, la industria ambiental con el color verde, y cultura y creatividad al color naranja” (A. Moyano. Comunicación Personal. Marzo, 2018).

El campo de acción de la Unidad de Cultura y Economía se basa en la definición del Manual del Convenio Andrés Bello que establece que es “el conjunto de actividades humanas y productos cuyo razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos” (Cuentas Satélite. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica.2009)

Como se evidenció en los capítulos anteriores, tradicionalmente, la economía creativa a partir de la definición de John Howkins, se caracteriza por los 15 sectores: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV, radio y videojuegos. Costa Rica ha tropicalizado tanto el concepto, como los sectores, en el modelo costarricense, software no forma parte del conjunto, dado que desde la visión del Ministerio, el software no transmite valor simbólico.

Para nuestro país, el sector está conformado de la siguiente manera:

1. Editorial
2. Audiovisual

3. Publicidad
4. Educación cultural y artística
5. Diseño
6. Artes escénicas
7. Música
8. Artes visuales
9. Arquitectura
10. Juegos y juguetería
11. Artesanías
12. Patrimonio Cultural
13. Patrimonio Natural

Imagen 11: Costa Rica, sectores de la economía creativa



*Fuente: Elaboración del Equipo Técnico de la UCE del Ministerio de Cultura y Juventud

De la imagen anterior se puede reconocer los subsectores que en conjunto forman la economía naranja en Costa Rica, los cuales además son el campo de acción de la Unidad de Cultura y Economía. De derecha a izquierda son representados de la siguiente manera: Editorial, Audiovisual, Publicidad, Educación cultural y artística, Diseño, Artes escénicas, Música, Artes Visuales,

Al momento de su establecimiento, de acuerdo con la Política Nacional de Derechos Culturales, la Unidad de Economía y Cultura (UCE), se enfocaría en la atención de tres temas específicos:

1. La relación entre cultura y desarrollo
2. Economía Creativa
3. Economía Social y Solidaria y Cultura

Para lograr abarcar estos temas la unidad se concentró en tres macro – procesos: i. Información y promoción, ii. Capacitación y financiamiento y iii. Fortalecimiento del ecosistema, los cuales se ejecutan por medio de los cinco componentes de la Unidad.

Imagen 12: Unidad de Economía y Cultura, Componentes

UCE: Componentes



*Fuente: Elaboración el Equipo Técnico de la UCE del Ministerio de Cultura y Juventud

La imagen anterior muestra los componentes que conforman la Unidad de Economía y Cultura del Ministerio de Cultura y Juventud, cada una de ellas con un rol establecido, que de manera articulada logran cumplir los resultados esperados.

A continuación se detalla cada una de ellas:

1. Cuenta Satélite de Cultura:

Como se estudió anteriormente, su establecimiento es previo a la Unidad, y se dedica a la generación de información, lo que permite conocer la composición y características del sector.

Actualmente su construcción está a cargo de un comité interinstitucional conformado por el Ministerio de Cultura y Juventud, el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), el Programa Estado de la Nación, el Consejo Nacional

de Rectores (CONARE), y su importancia radica en que a partir de la Cuenta Satélite de Cultura se logra visibilizar el sector, permite la toma de decisiones asertivas tanto en el sector público como en el sector privado.

2. Sistema de Información Cultural de Costa Rica (Sicultura): es un punto de encuentro entre los artistas y público en general, mediante un sitio web permite acceder a una plataforma de información cultural actualizada y útil para la toma de decisiones.

El Directorio y la Agenda de Cultura son herramientas de promoción para artistas y gestores culturales, cada usuario puede crear y administrar su perfil de usuario, el visitante puede tener información con fotografías, videos, archivos multimedia y detalles de contacto de los artistas registrados en el sitio. Lo anterior crea una experiencia amigable con el usuario y al Ministerio le brinda una base de contactos para elaborar la Cuenta Satélite de Cultura.

Cabe mencionar que Cuenta Satélite de Cultura y el Sistema de Información Cultural de Costa Rica crecieron juntas dentro del Ministerio, aunque la última pertenecía a la Dirección de Cultura, cuando se crea la Unidad de Economía y Cultura la incorporan a la Unidad, evitando la duplicidad de las tareas dentro del Ministerio.

3. Encuesta Nacional de Cultura:

La Encuesta Nacional de Cultura se realiza cada dos años, y sus resultados permiten conocer preferencias de consumo, así como el disfrute de actividades culturales por parte de la sociedad costarricense, y los gastos que realizan en el sector cultura.

Con la información que recaban la Encuesta Nacional de Cultura y la Cuenta Satélite se logra identificar tendencias de consumo y nuevos nichos de mercado, que después pueden ser utilizadas a la hora de formular política, asignación de recursos y fuentes de inversión, además de que son una fuente invaluable de información para la gestión académica.

4. Economía Creativa:

Esta representa sin duda la nueva visión del Ministerio de Cultura y Juventud, plasmada en la Política Nacional de Derechos Culturales, desde ahí se promueve el fomento para los emprendedores, las pequeñas y medianas empresas, y demás sectores de la industria naranja del país.

El componente de economía creativa además fomenta la capacitación y financiamiento para los empresarios en el sector, así como la generación de ambientes favorables para el crecimiento del mismo.

5. Corredor Cultural Caribe:

La región del Caribe Costarricense posee un componente cultural muy fuerte, patrimonio cultural que va desde los bienes materiales a los inmateriales, como la arquitectura, la vestimenta, la cultura afro, la música y el escenario natural, entre otros.

Desde el Corredor Caribe Costarricense se realizan esfuerzos por la conservación del patrimonio cultural en la región apoyando los emprendimientos, se brindan herramientas y facilita procesos para el desarrollo de la economía cultural en la zona.

Lo anterior descrito le da vida a la Unidad, además delimita sus funciones, el sector que atiende y promueve, y los medios por los cuales ejecuta (componentes). La Unidad de Cultura y Economía inició operaciones el 08 de mayo del 2014, con la entrada del gobierno Solís Rivera (2014 – 2018), y según se desprende de la entrevista “Ministra de Cultura en Diario Extra: “Le dije a Don Manuel, él que nada debe nada teme”, la entonces Ministra Elizabeth Fonseca (2014 – 2015) reconoció que no le gustaban las unidades creadas durante el gobierno anterior, y de manera especial el sistema utilizado en cuenta satélite de cultura. Aunque también reconoció su interés por generar micro emprendimientos de carácter cultural, en aras de generar empleo alrededor de la cultura. (E, Fonseca. 2014).

De acuerdo a la nota anterior, el inicio de la Unidad no se desarrolló en un ambiente favorable, por el contrario, se percibió como un sistema impuesto por el gobierno saliente mediante un Decreto Ejecutivo. A pesar de la visión de que la cultura genera empleabilidad y desarrollo social es compartida por la jerarca de turno, el elemento político persiste en la realidad costarricense, y limita el buen desarrollo de instituciones del Estado.

Otra importante lucha que ha dado el sector cultural durante el gobierno Solís Rivera (2014 – 2018), ha sido el tema de asignación de recursos, a pesar de una de sus promesas de campaña fue el de otorgar a cultura un 1% del Presupuesto Nacional, que de acuerdo al Semanario Universidad, en la nota “Presupuesto del 1% se aleja de cultura” oscila tradicionalmente entre el 0.41% en 2004 al 0.66% en el 2014, el objetivo aún no ha sido alcanzado, incluso para el año 2018 se redujo considerablemente.(Muñoz, Daniela. 2014).

Aunque los dos factores anteriores, de cierta forma limitan el buen desarrollo de la Unidad de Cultura y Economía (UCE), registra importantes logros en su haber como la inclusión de nuevos sectores dentro de la cuenta satélite, lo que se traduce en un registro preciso, cercano a la realidad sobre la contribución, su atención y fortalecimiento genera nuevas fuentes de empleo y desarrollo social y mapeo de nuevos productos con potencial exportable.

De manera independiente el Sistema de Información Cultural recaba inventarios culturales y registro de información cultural cantonales, como por ejemplo los realizados en Barva de Heredia y Grecia, Alajuela. La Encuesta Nacional de Cultura mediante la realización de entrevistas mapea el uso y preferencias de la población respecto a productos, actividades y espacios culturales, lo que constituye una gran fuente de información a la hora de tomar decisiones en el sector.

El Corredor Cultural Caribe representa los esfuerzos del Ministerio de Cultura y Juventud por llevar su trabajo fuera del Gran Área Metropolitana (GAM), durante su gestión ha realizado importantes festivales, como el Festival Internacional de Calypso “Walter Ferguson”, la formación y potencialización de emprendimientos culturales en la región, y la creación de la Asociación de Calypsonians Limonenses, que tuvo como resultado la grabación del álbum “Return of Calypso”.

La suma del trabajo realizado por cada componente se materializa en la cuenta satélite, componente que mediante el lenguaje contable permite presentar al sector cultura costarricense como un sector con un crecimiento robusto en los últimos años, generador de empleo y promotor del desarrollo e inclusión social, además facilita los procesos de

negociación sobre asignación de recursos y aporta información relevante a los inversionistas durante las rondas de inversiones que organiza la Unidad de Cultura y Economía.

La conexión de este trabajo con otras instituciones del Estado potencializa dichas labores, y en sus funciones, la Unidad ha propiciado el acercamiento con demás actores del ecosistema, ya que fortalece el trabajo realizado, sino que además desde la visión de instituciones aliadas se puede impulsar la industria, como es el caso de la Promotora de Comercio Exterior, agencia vital en los procesos y estrategias de internacionalización para los emprendimientos y/o empresas con la madurez suficiente.

4.5 Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER)

La Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) se estableció en el país en el año 1996, bajo la Ley 7638, que además dio vida al Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), y sobre su naturaleza, la definió como una entidad pública de carácter no estatal, que tiene a su cargo la promoción de las exportaciones de las empresas costarricenses, así como el acompañamiento en los procesos de internacionalización.

Con su creación absorbe las responsabilidades de la Corporación de Zonas Francas de Exportación, el Centro para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CENPRO) y el Consejo Nacional de Inversiones.

1. Funciones

Según la ley en cuestión, sus objetivos y funciones son:

- a. Diseñar y coordinar programas relativos a exportaciones e inversiones, con sujeción a las directrices que dicte el Poder Ejecutivo. La ejecución de estos programas se coordinará con las entidades privadas, sin fines de lucro, relacionadas a las exportaciones y las inversiones.
- b. Apoyar técnicamente y financieramente al Ministerio de Comercio Exterior para administrar los regímenes especiales de exportación, promover los intereses comerciales del país en el exterior y defenderlos
- c. Administrar un sistema de ventanilla única de comercio exterior, que centralice y agilice los trámites de exportación; este sistema deberá garantizar la existencia de al menos una oficina ubicadas en las zonas geográficas estratégicas donde se halle un número significativo de empresas que hagan económicamente factible el establecimiento de la oficina. Para ello, las instituciones públicas que intervengan en tales trámites estarán obligadas a prestar su colaboración a la Promotora y a acreditar a representantes con suficientes facultades de decisión. En lo pertinente, estas identidades podrán delegar a sus atribuciones, en forma temporal o permanente, en los funcionarios de la ventanilla única.
- d. Dar seguimiento a las estadísticas del comercio exterior, en coordinación con las instituciones componentes
- e. Administrar bienes en fideicomiso, y en general, celebrar todos los contratos permitidos por las leyes, necesarios para cumplir con los objetivos y funciones de la Promotora
- f. Diseñar y coordinar programas relativos a exportaciones e inversiones, con sujeción a las directrices que dicte el Poder Ejecutivo. Apoyar a la PYME exportadora y con potencial exportador, por medio de programas orientados a

brindarle información, capacitación y promoción comercial para facilitar su acceso a los mercados internacionales. La ejecución de estos programas se coordinará con las entidades públicas y privadas sin fines de lucro, relacionadas con exportaciones y las inversiones

En su lucha por fortalecer las relaciones del país, la institución a otros actores del sectores como lo son: el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), la Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR), la Cámara de Comercio, la Cámara de Exportadores (CADEXCO) y la Cámara de Agricultura, todas contribuyen desde su percepción a engrandecer el sector exportador costarricense.

La Promotora de Comercio Exterior en el cumplimiento de sus funciones atiende a los empresarios costarricenses desde etapas temprana, pre exportación, así como empresas con amplia trayectoria exportadora, y brinda asesorías y capacitaciones en temas relacionados al comercio exterior, así como mapeos de mercados y sectoriales, y organización de misiones y participación en Ferias o Exposiciones Internacionales.

Sobre el desarrollo del sector exportador costarricense, el sitio oficial de la agencia indica que (Procomer.2018):

- **2 444 empresas costarricenses son exportadoras**
- **4 355 productos son exportados desde Costa Rica**
- **149 destinos de exportación**

En su conjunto, las empresas, los bienes y servicios exportados, y los destinos de exportación del país, son el objetivo central de la agencia promotora, que mediante la sectorización de industrias y regionalización del país, abarca en su totalidad el territorio

nacional, con el fin de brindar apoyo a los productores costarricenses en temas relativos a la exportación, que va desde lo esencial como etiquetado y envase, hasta la logística y regulación internacional.

2. Sectores

En cuanto a los sectores, la Promotora de Comercio Exterior, los clasifica de la siguiente manera: Industria Alimentaria, Sector Agrícola, Sector Servicios y Sector Industrial. Para efectos de este trabajo de investigación, el Sector Servicios, es el que concentra la información sobre la industria creativa, que de manera general se suele exportar en la forma o modalidad de servicios profesionales.

El sector servicios, de manera general, es promocionado con el eslogan “Talentosos por Naturaleza”, claramente establece la asociación entre la creatividad y el talento humano, base de la economía naranja, y destaca la oferta que ofrece Costa Rica en el campo, por la mezcla de factores como la educación y capacitación en el campo. La Promotora dentro de Servicios ha identificado los siguientes componentes:

1. Arquitectura, diseño e ingeniería
2. Tecnología de información y comunicación
3. Animación
4. Turismo de salud
5. Audiovisuales

De acuerdo con el criterio establecido por el Ministerio de Cultura y Juventud sobre la delimitación del sector y la condición de transmisión de contenido simbólico, los subsectores naranja en Procomer son: 1. Arquitectura, diseño e ingeniería, 2. Animación, 3.

Audiovisuales. En especial, el sector de animación fue calificado como un sector con “potencial a futuro” dado a la alta demanda recibida en las oficinas de la Promotora fuera del país, desde hace aproximadamente 6 años atrás.

En cuanto a la promoción del sector naranja, Procomer, brinda el apoyo fundamental a los empresarios costarricenses interesados en exportar, cabe señalar, que la agencia no atiende emprendimientos en general, los proyectos deben de haber alcanzado cierto nivel de madurez, y mediante un diagnostico único determina si el producto o servicio necesita fortalecerse previamente o está listo para ser colocado en el exterior.

Para la institución el establecimiento de filtros es fundamental, ya que una mala experiencia por parte de un comprador internacional puede afectar la imagen del país en su totalidad, en este contexto surgió la marca país: Esencial Costa Rica, y desde esta perspectiva se ha promocionado el sector creativo mediante alianzas con eventos como Mercedes Fashion Week y el Festival Internacional de Artes (FIA), con el objetivo de fortalecer la industria internamente, para que se desarrolle con éxito en el exterior.

En cuanto a la relación con el Ministerio de Cultura y Juventud, en particular con la Unidad de Cultura y Economía, en una entrevista realizada al Sr. Kevin Villalta, Promotor Sectorial de la Promotora de Comercio Exterior, señaló que aproximadamente desde hace tres años han recibido un número importante de solicitudes por parte de empresarios en campos como el teatro, música y literatura, entre otros, pero ellos no cuentan con la experiencia necesaria, y con el fin de evitar duplicidad, realizaron un ordenamiento con el Ministerio de Cultura y Juventud, con el fin de cumplir las expectativas del solicitante (Villalta, Kevin. Comunicación personal. Marzo, 2018).

De igual manera reconoció que los sectores como Animación y Audiovisuales, dada su naturaleza y rápido crecimiento, requieren de experiencia en procesos de internacionalización, por lo tanto ellos están enfocados en la atención dichos sectores, la diferencia entre una u otra instancia depende de la etapa de madurez en que se encuentre, y la naturaleza del negocio. Aunque de igual manera brinda el apoyo requerido por la Unidad de Economía y Cultura.

4.6 Oportunidad para Costa Rica: Animación y videojuegos

Según el Global Animation Industry: Strategies, Trends and Oportunities, mencionado en el Informe:

La Industria de animación en Costa Rica: oportunidades en el mercado internacional” elaborado por PROCOMER en el año 2012, se indica que el sector de animación se define como “la secuencia de una serie animada que genera ilusión de movimiento... el proceso de dar vida a dibujos cinematográficos, modelos y objetos inanimados (Chacón,Michael. 2012).

En la actualidad se presenta como un sector creciente dado el gran auge en la comunicación y conectividad, existen en el mundo cada día más plataformas de índole tecnológica, que requieren generar contenido, así como la alta demanda de las grandes industrias de entretenimiento, como por ejemplo las televisivas.

La Promotora de Comercio Exterior y la Unidad de Cultura y Economía suman importantes esfuerzos por fortalecer la industria costarricense en el campo, como se mencionó anteriormente el interés por el sector surgió hace aproximadamente seis años atrás, debido a la alta cantidad de solicitudes de servicios outsourcing recibidas en las oficinas en el exterior de la agencia promotora.

4.6.1 Visión Promotora de Comercio Exterior

Esto llevó a la Promotora de Comercio Exterior a calificarlo como un sector con potencial, y con el fin de conocer de manera general el sector a nivel internacional, y en particular, las fortalezas y debilidades del sector costarricenses, realizó los debidos mapeos para determinar su potencial en el exterior, así como los nichos de mercado específicos para las empresas nacionales.

Durante la entrevista con el Sr. Villalta, Promotor Sectorial de PROCOMER, indicó que la relación: tamaño de la industria vs producción en Animación y videojuegos, son 30 empresas produciendo aproximadamente unos USD\$ 700 000 al año, y sobre la tasa de mortalidad, ejemplificó con el Consorcio de Animación Digital que se creó en el 2009 con un total de nueve empresas, en la actualidad, nueve años después son tan solo dos empresas. (Villalta, Kevin. Comunicación personal. 2018)

4.6.2 Visión Unidad de Cultura y Economía

Para la Jefa de la Unidad de Cultura y Economía, Anahí Moyano, el sector de animación y videojuegos representa el componente más atractivo de la economía naranja dado su rápido crecimiento y futuro, además se asocia con jóvenes, la tecnología y mercados globales. En cuanto a la oportunidad para el país, el sector se asocia a la propiedad intelectual y los servicios, el éxito de un par de empresas de la industria a nivel internacional, pueden ser tomados como referente, como empresas “tractoras” que construyen el camino y la reputación para las demás. (A, Moyano. Comunicación personal. Marzo, 2018).

Para el Estado, de manera general, el sector representa un bloque dinámico, que permite maximizar los recursos, ya que su rápido crecimiento permite que el retorno de inversión se de en el corto plazo, y llevarlo a nuevos sectores, por ejemplo los emprendimientos de índole cultural de subsistencia.

La incursión de Costa Rica en el modelo de la economía naranja no es un hecho reciente, la cultura siempre ha estado presente en el desarrollo social del país, y con ella, aunque de manera incipiente industrias como teatro, editorial, música y demás componentes del mismo modelo, que con la creación del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes, que más adelante se transformaría en el Ministerio de Cultura y Juventud se vio impulsada y permeada a todos los sectores sociales del país.

Lo que si representa un hecho reciente es la asociación entre esas industrias y la economía, y aunque a nivel internacional, algunos países han superado la discusión sobre la mercantilización del arte, en nuestro país el tema genera aun anticuerpos que prefieren relacionar a la industria con la subsistencia. Sin duda, es aquí donde la creación de la Política Nacional de Derechos Culturales 2014- 2023 ha realizado un aporte considerable, aportando cifras contundentes sobre el sector, su crecimiento y composición, y otorgándole al Ministerio de Cultura y Juventud, a través de la Unidad de Cultura y Economía (UCE) el campo de acción y las herramientas, para dinamizar las industrias de carácter cultural.

Avances como la cuenta satélite de cultura, primer país en Centroamérica en implementarlo, permite conocer la importancia del sector productivo, por ejemplo, para el año 2012 su aporte al Producto Interno Bruto fue de 2.2% cifra que superó a la industria hotelera con un 1.9%, más allá del conocimiento, la cifra facilita los procesos de toma de

decisión en cuanto a visión país, una industria que crezca de esta manera en un país donde su base económica ha sido tradicionalmente el turismo, merece no solo atención, merece además acción.

Acción dirigida a fortalecer esa economía paralela que se desarrolla en el país, desde las etapas más tempranas, desde el sistema de educación nacional, acciones dirigidas a construir estructuras gubernamentales amigables con el ecosistema que gira en torno a la cultura y la economía, así como acciones que concienticen al sector privado sobre la inversión en el sector.

La Unidad de Cultura y Economía del Ministerio de Cultura y Juventud en la búsqueda por establecer asociaciones que permitan multiplicar sus esfuerzos, ha visto en la Promotora de Comercio Exterior un excelente aliado que aporta su expertise en el campo del comercio exterior, meta a largo plazo de la mayoría de emprendimientos, dependiendo de su naturaleza.

En el caso específico del sector de animación y videojuegos han unido esfuerzos, por posicionar al país en el escenario internacional como un país que dado su vasto talento humano produce y vende servicios de primer mundo; la Unidad de Cultura y Economía desde una perspectiva más de mapeo, promoción y financiamiento y la Promotora de Comercio Exterior desde su visión internacional, aportan conocimiento, experiencia y los contactos necesarios para insertarse con éxito en los mercados internacionales.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Al finalizar la indagación se puede responder a la pregunta de investigación ha logrado Costa Rica, y de manera específica el Ministerio de Cultura y Juventud incursionar en un modelo de economía naranja, durante los años 2014 -2017?

Costa Rica ha logrado incursionar en un modelo de economía naranja, desde el Ministerio de Cultura y Juventud, y de manera especial desde la Unidad de Cultura y Economía (UCE) se consiguió el paso más importante, el cual es visibilizar el sector y darle peso económico a la industria que se mueve dentro de las fronteras de la cultura, la creatividad, los derechos de autor y la propiedad intelectual.

Por medio de la Cuenta Satélite de Cultura, primera en Centroamérica y séptima en el mundo, la UCE monitorea de forma exhaustiva el movimiento de la economía naranja del país, y que apoyada por el Sistema de Información Cultura llega a todas las personas que conforman el sector, con el fin de brindar las herramientas necesarias para fomentar su sano desarrollo.

En sus funciones, el Ministerio de Cultura y Juventud logró conformar una Unidad robusta, con todos los componentes necesarios para la incursión y fomento de este tipo de modelos, y que de manera conjunta con la Promotora de Comercio Exterior abarcan las etapas de vida de una empresa, desde el fortalecimiento de las capacidades hasta los procesos de internacionalización.

Sin embargo, durante el proceso de investigación, se pudieron observar algunas particularidades, por ejemplo: es una industria desigual, ya que algunos sectores, en general los que se asocian a la tecnología son de rápido crecimiento, mientras otros sectores están estrechamente vinculados a la subsistencia.

Por otra parte, no existe una “visión país” sobre el rumbo que tomará la economía naranja costarricense, ante esa realidad anteriormente descrita no existe una política clara sobre los sectores que se desean impulsar con el fin de posicionar a Costa Rica en los mercados externos, como un país generador de propiedad intelectual, o reduciéndola a la subsistencia.

La inexistencia de un registro sobre la tasa de mortalidad en este tipo de empresas deja vacíos de información, sobre los puntos que se deben fortalecer con el fin de brindar a los empresarios el ambiente propicio para su desarrollo. Conocer los detalles sobre las dificultades enfrentadas por estas empresas, facilitará la planificación de políticas efectivas que aseguren su permanencia en el tiempo.

El modelo de la economía naranja plantea actualmente nuevos focos de inversiones, nuevos nichos de mercados, así como nuevos mercados nacionales e internacionales, motivo por el cual para las relaciones internacionales, especialmente para el comercio exterior, es necesario conocer y adelantarse a las tendencias de mercado globales con el fin de obtener beneficios y generar riqueza en las naciones.

El sistema internacional compuesto por las organizaciones internacionales ejercen un papel de rectores en todas las áreas afines a las Relaciones Internacionales, desde el ámbito político, social y económico, emiten importantes directrices para el buen desarrollo

de las sociedades. En el campo de la economía, y en particular, en la economía naranja, el Sistema de Naciones Unidas, específicamente la Conferencia de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), han contribuido en la demarcación del sector, la promoción y fomento mediante la visibilización, siendo su primer paso hacia su desarrollo.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual aporta la estructura legal requerida para su buen funcionamiento, incentivando así de manera directa a la industria que se desarrolla en el campos de la creatividad y el talento humano y que encuentra los derechos de autor y propiedad intelectual su merecido reconocimiento.

Lamentablemente, dichos esfuerzos no trascienden el discurso político, ya que han surgido importantes debates alrededor de este modelo económico basado en la cultura, más aun no se han plasmado en políticas y acciones que dinamicen el sector.

De manera específica, América Latina, ha incursionado en el sector de manera espontánea y sin previa planificación, derrochando los beneficios que se podrían obtener mediante las buenas prácticas. A diferencia de lo que se logra constar con la experiencia colombiana, que mediante el fortalecimiento interno de la industria ha conseguido destacados ingresos económicos y conformar un sector pujante, el cual además lidera.

La democratización del término en Latinoamérica y el Caribe fue producto de los esfuerzos realizados por el Banco Interamericano de Desarrollo, que además le otorgó personalidad al popularizarla como la “economía naranja”, sector que ofrece un modo alternativo para los países en vías de desarrollo.

A nivel regional, en los procesos de integración la industria ha sido contemplada de manera indirecta, mediante la figura de la propiedad intelectual en los Acuerdos Constitutivos, mas no suficientes para crear las bases para su desarrollo, Mercosur ha limitado la cultura a los campos de la cooperación internacional y asistencialismo. Por otro lado, CARICOM, poseedor de un patrimonio sólido y además de la belleza escénica de sus países miembros, ha intentado desarrollar la industria cultural desde esta perspectiva, y ofrece un importante ejemplo en la interiorización de estas alternativas como opción de desarrollo.

Costa Rica por su parte ha permeado la cultura a toda la sociedad desde el establecimiento del Ministerio de Cultura y Juventud, fomenta de manera inconsciente la industria asociada a la cultura y la creatividad. Inmerso en los procesos de integración y globalización, el país se percata de la urgente necesidad de monitorear a la economía naranja, y en el año 2012 presenta impresionantes cifras sobre el desempeño de 8 sectores creativos.

La Política Nacional de Derechos Culturales 2014 – 2023 le otorga vida a la economía naranja mediante el establecimiento de la Unidad de Cultura y Economía, que a través de la articulación de varios esfuerzos internos, coordina y promueve la industria cultural costarricense con el fin de conocer el impacto en el país como generador de riqueza y empleos.

Recomendaciones

Para mayor comprensión de los posibles espacios de mejora que son presentados en las recomendaciones, es necesario dividir estas en el nivel internacional, al presentar puntos que deberían ser considerados de manera más general por los distintos actores internacionales, a nivel regional, con el firme fin de optimizar la calidad de vida en los países de América Latina y el Caribe, y a nivel nacional, al presentar puntos más específicos basados en los estudios generados de la incursión de Costa Rica en el modelo de economía naranja.

Se les recomienda a los organismos internacionales vinculados al desarrollo del modelo la economía creativa, erigir los instrumentos necesarios para el desarrollo de políticas fuertes que incentiven y promuevan la industria, como una fuente alternativa de ingresos e inclusión social.

Se les recomienda a los países menos adelantados considerar dentro de su quehacer político la promoción de la industria creativa y propiciar ambientes favorables que multipliquen este tipo de emprendimiento con el fin de generar beneficios a la sociedad civil

Se le recomienda al Ministerio de Cultura y Juventud diseñar el Plan de Acción, necesario para que la Política Nacional de Derechos Culturales 2014 – 2023 trascienda el discurso, y concrete los objetivos fundamentales, por medio de un sistema eficiente que designe tareas, acciones, responsables y los resultados esperados.

Se le recomienda al sector de animación y videojuegos de Costa Rica explorar el campo de la propiedad intelectual, ya que hasta el momento su actividad se concentra en la venta de servicios, que si bien es cierto, genera ganancias a las empresas, no genera propiedad intelectual a sus producciones

A las futuras investigaciones sobre el modelo de economía naranja en Costa Rica, se les recomienda explorar el campo del financiamiento, ya que al fundamentarse en la propiedad intelectual, su acceso al financiamiento se ve muy limitado, en cuanto a garantías se refiere.

Además existe una disparidad en el sector, mientras algunos campos, por ejemplo los asociados a la tecnología son considerados de rápido crecimiento, existen otros que suelen verse como de subsistencia, el caso de las artesanías por mencionar un caso. Esta situación provoca conflictos a la hora de establecer prioridades sobre los sectores que se desean impulsar desde el Estado, que al contar con recursos limitados, los invierte de manera estratégica.

Bibliografía

Adorno, Theodor & Horkheimer, Max. (1944). Dialéctica de la ilustración, Fragmentos filosóficos. Recuperado de: <https://filosinsentido.files.wordpress.com/2013/06/horkheimer-max-y-adorno-theodor-dialectica-de-la-ilustracion.pdf>

Aguado, Luis. (2010). Estadísticas Culturales: una mirada desde la economía de la cultura. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/205/20516983006.pdf>

Aguilar, Pedro. (2014). Llegó la economía naranja. CR Hoy. Recuperado de: <http://www.crhoy.com/archivo/llego-la-economia-naranja/>

Alvarado, Josué. (2017). Cultura y Juventud prioriza inversión por baja en presupuesto. La Nación. Recuperado de: <https://www.crhoy.com/nacionales/cultura-y-juventud-prioriza-inversion-por-baja-en-presupuesto/>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). Nuevo informe explora el futuro de la economía creativa y cultural. Recuperado de: <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2017-09-12/bid-explora-como-potenciar-economia-creativa%2C11877.html>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2013). El BID lanza libro sobre economía creativa y cultural: La economía naranja, una oportunidad infinita. Recuperado de: <https://www.iadb.org/es/noticias/anuncios/2013-10-30/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita%2C10622.html>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). Comercio y Propiedad Intelectual. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ExjfTiAsz5E>

Banco Interamericano de Desarrollo. (S.F.). Actualización de la Estrategia Institucional 2016- 2019, una Alianza con América Latina y el Caribe para seguir mejorando vidas. Recuperado de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=39581613>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2007). Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades. Recuperado de: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=39581613>

Barcelona Activa. (S.F). La economía creativa una industria en crecimiento. Recuperado de: https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/images/es/Barcelona_treball_Porta22_Capsula_sectorial_INDUSTRIAS_CREATIVAS_diciembre2011_CAST_tcm24-19695.pdf

Barrera, Manuel. (2011). Globalización y nuevas tendencias. Recuperado de: <http://www.elquintopoder.cl/tecnologia/globalizacion-y-nuevas-tecnologias/>

Becerra, Laura. (2013). El riesgo da incertidumbre en las inversiones financieras. Recuperado de: <http://www.dineroenimagen.com/2013-01-14/14244>

Bernal, Karen. (2017). La creatividad un motor de desarrollo. <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5437/LAS%20INDUSTRIAS%20CULTURALES%20%20EN%20AMERICA%20LATINA%20Y%20EL%20CARIBE%20%20DESAF%20%20DOS%20Y%20OPORTUNIDADES%20.pdf?sequence=1>

Blanco Adrián & y Guerrero Blanco, Tomás. Diez tendencias que determinarán la economía internacional para los próximos años. ESADE, 2013.

Blanco, Rogelio. (2015). Las industrias blandas. Recuperado de: http://www.diariodeleon.es/noticias/opinion/industrias-blandas_980948.html

BOP Consulting. (2010). Guía práctica para mapear las industrias creativas. Recuperado de: https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_ODAI_Guia-practica-para-mapear-las-industrias-creativas_v1_010110.pdf

British Council Rusia. (2011). John Newbiggin (Creative England) “What is the Creative Economy”. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=pnh7sc2_k3s

Buitrago, Felipe. (2014). La economía naranja emerge con fuerza en America Latina. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2014/08/20/planeta_futuro/1408528197_688200.html

Buitrago, Felipe & Duque, Iván. (2013). La economía naranja: una oportunidad infinita. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%20%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Bustamante, Juan. (2011). Economía creativa: una apuesta creíble. Recuperado de: https://elpais.com/diario/2011/07/10/negocio/1310303671_850215.html

Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación. (2017). Costa Rica identificó buenas prácticas colombianas para potenciar economía creativa. Recuperado de: <https://www.camtic.org/actualidad-tic/costa-rica-identifico-buenas-practicas-colombianas-para-potenciar-economia-creativa/>

Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación. (2018). Animación Digital de Costa Rica mostraron su oferta y talento en feria KidScreen Summit. Recuperado de: <https://www.camtic.org/actualidad-tic/animacion-digital-de-costa-rica-mostraron-su-oferta-y-talento-en-feria-kidscreen-summit/>

Chacón, Michael. (2012). “La Industria de animación en Costa Rica: oportunidades en el mercado internacional”. PROCOMER. Recuperado de: http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/La%20industria%20de%20animacion%20en%20Costa%20Rica_oportunidades%20en%20el%20mercado%20internacional%20final.pdf

Chaves, Fernando. (2013). Gobierno aprueba primera Política Nacional de Derechos Culturales. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cultura/gobierno-aprueba-primera-politica-nacional-de-derechos-culturales/5TJQOSYBZBGLHO5JWZPLJYFTJA/story/>

Chaves, Fernando. (2013). Gobierno firma la primera Política Nacional de Derechos Culturales. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/viva/cultura/gobierno-firma-la-primera-politica-nacional-de-derechos-culturales/GPIPVUVFTJAOF2ARYZVBHPCUM/story/>

Chaves, Fernando. (2013). Ministerio de Cultura le pone cifras a su aporte en la producción. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/economia/indicadores/ministerio-de-cultura-le-pone-cifras-a-su-aporte-en-la-produccion/XFXZEQH6XZF3RFQ72V2EIBIBOI/story/>

Chaves, Ariel. (2014). Ministra de Cultura en Diario Extra: "Le dije a don Manuel: el que nada debe, nada teme". Diario Extra. Recuperado de: <http://www.diarioextra.com/Dnew/noticiaDetalle/235541>

Convenio Andrés Bello. (2015). Guía metodológica para la implementación de cuentas satélite de cultura en Iberoamérica. Recuperado de: http://convenioandresbello.org/inicio/wp-content/uploads/2015/10/guia_metodologica_digital-final.pdf

De Pacuale, Javier. (2016). La economía naranja es la que más crece y más rinde. Recuperado de: <http://comercioyjusticia.info/blog/opinion/la-economia-naranja-es-la-que-mas-crece-y-la-que-mas-rinde/>

Decreto Ejecutivo 38120- Política Nacional de Derechos Culturales 2014- 2023. San José, Costa Rica. Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=76346&nValor3=95289&strTipM=TC

Decreto Ejecutivo 38427-C. Creación de la Unidad de Cultura y Economía. San José, Costa Rica. 29 de abril del 2014. Recuperado de: https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2014/05/26/COMP_26_05_2014.html#_Toc388627067

Eurotomania. (2007). Creatividad en la historia. Recuperado de: <https://erotomania.wordpress.com/2007/05/12/creatividad-en-la-historia/>

Fernández, Ana. Cuenta satélite le abre las puertas a la economía creativa del país. Semanario Universidad. Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/cultura/cuenta-satelite-cultura-abre-puertas-la-economia-creativa-del-pais/>

Fonseca, Ana. (2008). Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo. Itau Cultural. Recuperado de: <http://emprendimientocultural.mincultura.gov.co/observatorio/wp-content/uploads/2017/05/Economia%CC%81a-creativa-como-estrategia-de-desarrollo.pdf>

Fonseca, Ana. (2014). La agenda pendiente de la economía creativa en Brasil. Recuperado de: http://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/17152/31_la%20agenda.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fonseca, Elizabeth. (2015). Informe Final de Gestión 8 de mayo 2014, 12 de mayo de 2015. Recuperado de: http://www.mcj.go.cr/ministerio/transparencia/informe%20de%20labores/2014_2015/01.pdf

Gaggini, Patricia. (2016). Globalización. Gestipolis.com. Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/globalizacion/>

Galperin, Hernán. (1997). Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional: el caso Nafta, la UE y el Mercosur. Recuperado de: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ue000277.pdf>

Gestipolis.com. Experto. (2001). ¿Qué es la economía internacional? Recuperado de: <https://www.gestipolis.com/que-es-la-economia-internacional/>

Getinio, Octavio.(S.F). Economía y Desarrollo de las industrias culturales de los países del Mercosur. Recuperado de <file:///C:/Users/Hp%20Laptop/Downloads/Dialnet-EconomiaYDesarrolloEnLasIndustriasCulturalesDeLosP-3657742.pdf>

Getinio, Octavio.(S.F). Economía y Políticas para las industrias culturales en el Mercosur. Tomado de <https://www.asociacionag.org.ar/pdfaportes/23/11.pdf>

Ghelfi, Donna. (2015). El motor de la creatividad en la economía creativa. Entrevista a John Howkins. Recuperado: http://www.wipo.int/sme/es/documents/cr_interview_howkins.html

Hernández Mangones, Gustavo H. Diccionario de Economía, EDUCC, 2006.

Howkins, John. (2001). La economía creativa, transformar una idea en beneficios. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=gWOtAAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

J.Scott, Allen. (2000) .The cultural economics of cities. Recuperado de: https://www.goodreads.com/book/show/347689.The_Cultural_Economy_of_Cities

Krugman, Paul R.; Obstfeld, Maurice; y Melitz, Marc J. Economía Internacional. Teoría y Política, Pearson Educación, 2012.

Ley 4788.5-JUL-1971.Ley de creación del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes. San José, Costa Rica. 5 Julio de 1971. Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?para_m1=NRTC&nValor1=1&nValor2=35078&nValor3=65723&strTipM=TC

Ley No. 7638.Creación de Ministerio de Comercio Exterior y Promotora de Comercio Exterior. San José, Costa Rica. 30 de octubre de 1996. Recuperado de: <https://costarica.eregulations.org/media/ley%20n%C2%B0%207638%20creacion%20del%20>

[20ministerio%20de%20comercio%20exterior%20y%20promotora%20de%20comercio%20exterior%20de%20costa%20rica.pdf](#)

Luzardo, Alejandra; De Jesús, Dyanis, Pérez; Michelle (2017). Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. Recuperado de: [file:///C:/Users/Hp%20Laptop/Downloads/Economia-naranja-Innovaciones-que-no-sabias-que-eran-de-America-Latina-y-el-Caribe%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Hp%20Laptop/Downloads/Economia-naranja-Innovaciones-que-no-sabias-que-eran-de-America-Latina-y-el-Caribe%20(2).pdf)

Mercosur. Protocolo de Armonización de Normas sobre la Propiedad Intelectual en el MERCOSUR, 1995. Recuperado de <http://www.sice.oas.org/Trade/MRCRSR/Decisions/dec0895.asp>, 18 de marzo de 2018

Mercosur. Protocolo de Integración Cultural. 1996. Recuperado de <http://www.santafe.gob.ar/index.php/web/content/download/18271/83421/file/Descargar%20Docuemeto.pdf>, 18 de marzo de 2018.

Ministerio de Cultura de Colombia. (2017). Impacto de las industrias culturales en Colombia. Recuperado de: <http://odai.org/category/biblioteca/>

Ministerio de Cultura y Juventud. (2014). La percepción de que la cultura es un gasto cambió, ahora se reconoce como una inversión. Recuperado de: http://www.mcj.go.cr/sala_prensa/noticias/2014/mayo/noticias/consecutivo222.aspx

Mora, Erick. (2014). Animación y videojuegos en Canadá. Recuperado de: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Animacion%20digital%20y%20videojuegos%20en%20Canada.pdf>

Muñoz, Daniela. (2014). Presupuesto del 1% se aleja para cultura. Semanario Universidad. Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/cultura/presupuesto-del-1-se-aleja-para-cultura/>

Newbiggin, John. (2010). La economía creativa. Una guía introductoria. Recuperado de: https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf

Obregón, Manuel. (2013). Por una cultura que cuente. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/opinion/foros/por-una-cultura-que-cuenta/BQRGBK4VWFBU3HXFTZT6HREJF4/story/>

Obregón, Manuel. (2014) Este Ministerio logro cambiar la idea de que la cultura es un gasto. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/ciencia/manuel-obregon-este-ministerio-logro-cambiar-la-idea-de-que-la-cultura-es-un-gasto/M6FXLU64RJGKLPCXDM32PMFOTU/story/>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (S.F) ¿Qué es la propiedad intelectual?. Recuperado de: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (S.F.) Decisión de la Asamblea General 2007. Recuperado de: http://www.wipo.int/ip-development/es/agenda/wo_ga/wo_ga_34_summary.html

Organización de las Naciones Unidas. (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos. Recuperado de: http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf

Palma, Luis & Aguado, Luis. (2010). Economía de la Cultura. Una nueva área de la especialización de la economía. Recuperado de: <http://www.economiainstitutional.com/pdf/No22/lpalma22.pdf>

Personal Técnico del Fondo Monetario Internacional. (2011). La liberación del comercio mundial y los países en desarrollo. Recuperado de: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2001/esl/110801s.htm>

Política Nacional de los Derechos Culturales. (2013). Recuperado de: http://www.mcj.go.cr/estadisticas/Cuenta_Satelite/archivos/Presentacion_CSCCR_2010-2016.pdf

Puerto, Dora. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1025/4971>

Quintana, Álvaro. (2016). Antecedentes teóricos de la economía naranja. Recuperado de: <http://www.gdosb.com/antecedentes-teoricos-de-la-economia-naranja/>

Quintana, Álvaro. (2016). El origen de la economía naranja. Recuperado de: <http://economiacreativaonaranja.cursodesearchmarketing.com/origen-la-economia-naranja/>

Revista P&M. (2015). En que consiste la economía naranja. Recuperado de: <http://www.revistapym.com.co/destacados/creatividad-qu-consiste-econom-naranja>

Restrepo, Juan. (2013). La globalización en las relaciones internacionales. Actores internacionales y sistema internacional contemporáneo. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfdcp/v43n119/v43n119a05.pdf>

Rodríguez, Elisabeth. (S.F.) La psicología de la creatividad y del pensamiento creativo. Recuperado de: <https://psicologiaymente.net/inteligencia/psicologia-creatividad-pensamiento>

Rojas, Juan. (2015). ¿Qué es la economía naranja?. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/economia-naranja-36832>

Rosas, María. (2012). ¿Una economía creativa? Recuperado de: <https://www.alainet.org/es/active/52124>

Serracanta, Miguel. (2017). Los sectores de producción y sus características. Recuperado de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/los-sectores-de-produccion-y-sus-caracteristicas/>

S, A. (S.F.). La economía naranja, ¿cómo definirla?. Recuperado de: <https://connectamericas.com/es/content/econom%C3%ADa-naranja-%C2%BFc%C3%B3mo-definirla>

S, A. (2014). La economía creativa en imágenes. Recuperado de: <http://economiacreativaonaranja.cursodesearchmarketing.com/>

S, A. (2017). La OMPI dice que la industria creativa avala el crecimiento económico de Centroamérica. Agencia EFE. Recuperado de: <https://www.efe.com/efe/america/economia/la-ompi-dice-que-industria-creativa-avala-el-crecimiento-economico-de-centroamerica/20000011-3329467>

TEDx Talks. (2015). COnvierte tus ideas y tu creatividad en acción. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=KCNizNU92pc>

Throsby, David.(2001). Economics and Culture. Recuperado de: <https://books.google.co.cr/books?id=12IWAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source>

UNCTAD. (2013). Según cifras de UNCTAD, el comercio de productos creativos alcanzó un nuevo máximo en 2011. Recuperado: <http://unctad.org/es/Paginas/Pressrelease.aspx?OriginalVersionID=129>

UNCTAD. (2008). Informe sobre la economía creativa. Recuperado de: http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf

UNCTAD.(2008). Documento. Resultado de la reunión del Grupo de alto nivel sobre la economía y las industrias creativas para el desarrollo establecido por el Secretario General. Recuperado de: http://unctad.org/es/Docs/td423_sp.pdf

UNCTAD. (2010). Economía creativa: una opción factible para el desarrollo. Recuperado de: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

UNCTAD. (2004). 11 Periodo de sesiones de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el comercio y desarrollo. Recuperado de: <http://unctad.org/es/paginas/MeetingsArchive.aspx?meetingid=4289>

UNESCO.(2005). Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>

UNESCO. (2008). Comité Regional Cultural de CARICOM discutirá la política para las industrias culturales. 22 de abril del 2008. Recuperado de: <http://www.lacult.unesco.org/noticias/showitem.php?lg=1&pais=16&id=1664>

UNESCO. (2013). Informe sobre la economía creativa. Ampliar los cauces del desarrollo. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002305/230576s.pdf>

UNESCO en español.(2014). Presentación Informe Economía Creativa 2013. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=sD1GRQEIUvQ>

UNESCO. (2010). Política 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

Valderrama, Gerardo. (2016). La Economía Naranja como motor de desarrollo. Recuperado de <http://ogovmefpty.org/?p=619>

Anexos.

Anexo A. Entrevista Luis Bernal Montes de Oca. Ex Viceministro de Juventud y Deportes (1974- 1975).

Pregunta No. 1: Don Luis Bernal, usted me podría contar sobre la historia o más bien, los antecedentes históricos del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes y como contribuyó a la escena cultural costarricense?

Pregunta No. 2: Y la parte en que la economía se empieza a ver como un negocio rentable?

Pregunta No. 3: Usted como organizador de la Feria del Libro y participante activo en otras Ferias Internacionales similares, como México, que ha desarrollado con éxito el modelo, qué opinión tiene al respecto y que piensa sobre el potencial que Costa Rica puede tener ahí?

Pregunta No. 4: La Feria Internacional de Guadalajara, quien la organiza?

Pregunta No. 5: Es la más importante?

Pregunta No. 6: Bogotá también hace Feria?

Pregunta No. 7: Aparte de lo obvio, en cuanto a negocio, que aporta este tipo de eventos?

**Anexo B. Entrevista Anahí Moyano, Jefe de la Unidad de Cultura y Economía,
Ministerio de Cultura y Juventud.**

Pregunta No. 1: Anahí me interesa mucho el desarrollo de la unidad de economía creativa y la cuenta satélite?

Pregunta No. 2: Y el BID? No dio fondos para desarrollar ese tema?

Pregunta No. 3: ¿Cuáles son los 5 son componentes de la unidad?

Pregunta No. 4: Hasta el libro?

Pregunta No. 5: Es un poco lo que hizo el BID, mostrar cifras porque sin cifras no hay atención

Pregunta No. 6: Y sobre la economía naranja?

Pregunta No. 7: El Convenio Andrés Bello es el marco metodológico?

Pregunta No. 8: Lo que me parece determinante es la cuenta, sin cuenta no hay nada?

Pregunta No. 9: El apoyo es diferente?

Pregunta No. 10 Sobre la tasa de mortalidad?

Anexo C. Entrevista Kevin Villalta, Promotor Sectorial, PROCOMER

Pregunta No. 1: Me interesa mucho saber si el modelo de economía naranja es algo que PROCOMER identificó o son modelos copiados de otros países, y que funcionaron en otros países?

Pregunta No. 2: Como es la relación con el Ministerio de Cultura y Juventud?

Pregunta No. 3: Entonces el criterio entre uno y otro es el expertise, por ejemplo Audiovisuales, requiere experiencia internacional, y los atiende PROCOMER?

Pregunta No. 4: Cual es el mercado meta de los sectores que ustedes atienden?

Pregunta No. 5: Cual industria es la más importante?

Pregunta No. 6: Sobre las estrategias de internacionalización? Como apoya PROCOMER a las empresas creativas?

Pregunta No. 7: Ustedes hacen filtro?

Pregunta No. 8: Ustedes hacen alianzas para fomentar este tipo de tipo de empresas, por ejemplo en diseño?

Pregunta No. 9: Procomer ha mapeado el tema de ciudades creativas?

Pregunta No. 10: Sobre la mortalidad de las empresas creativas?

Pregunta No. 11: Tienen una buena relación con el Registro Nacional, sobre todo en registro de propiedad intelectual, o sea, trabajan de manera conjunta?

Pregunta No. 12: sobre el financiamiento de las empresas creativas, ustedes también conectan empresa – inversores?

Pregunta No. 13: Usted siente que la visibilización del sector es producto de un lobby del BID o es un proceso espontaneo en cada país?

Pregunta No. 14: Me interesa saber si los que están haciendo política, como vos, lo ven como una opción para emplear “*millenials*” o en serio lo ven como una opción de desarrollo, que genera empleo e inclusión social?

Pregunta No. 15: Pero también hay sectores que son muy caros y que están

relacionados con tendencias, no son para cualquier persona, que pasa si alguien tiene mucha capacidad, pero no tiene el dinero?