



**CARACTERIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y EL SECTOR
TURISTICO DE SANTIAGO DE CALI**

AUTORES

JUAN DAVID GUZMÁN HOYOS

DIRECTOR DEL PROYECTO

CARLOS ALBERTO ARANGO RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2019

Tabla de contenido

1. Introducción	02
2. Marco Teórico	03
2.1. Definiciones	03
2.2. Antecedentes	04
2.3. Reglamentaciones	05
3. Metodología y Datos	06
3.1. Metodología	06
3.2. Datos	07
4. Resultados	07
5. Conclusiones	12
6. Bibliografía	14

Resumen

Este documento tiene como objetivo realizar una caracterización de dos sectores importantes para la economía de la ciudad Santiago de Cali como el sector de cultura a través de las industrias culturales y el sector del turismo a través de diferentes conglomerados de empresas como agencias, alojamiento, gastronomía y transporte, además se evidenciara como pueden ser estos dos sectores una fuente de empleo.

Abstract

This academic article aims to characterize two important sectors for the economy of the city of Santiago de Cali as the culture sector through cultural industries and the tourism sector through different conglomerates of companies such as agencies, accommodation, gastronomy and transport, it also shows how these two sectors can be a source of employment.

Palabras clave

Industrias culturales, Turismo, Santiago de Cali, SITUR

Keywords

Cultural industries, Tourism, Santiago de Cali, SITUR

1. Introducción

A nivel mundial las industrias culturales se han convertido en un elemento clave de desarrollo económico y social para cualquier país, llegando a contribuir con el PIB mundial aproximadamente en 7% (Quartesan, Lanzafame, & Romis, 2007).

Colombia, un país rico en este sector, ha reconocido su importancia, aún más desde el comienzo del gobierno del actual presidente que en su programa de gobierno tiene como pilar la economía naranja, dando paso a que surjan nuevas fuentes de información de este sector a nivel nacional, como la Cuenta Satélite de Cultura del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2019) y la Encuesta de Consumo Cultural (DANE, 2017). Por otro lado, a nivel municipal, desde el 2017 se creó el Observatorio Turístico de la ciudad desarrollando el Sistema de Información Turística Regional (SITUR), el cuál será una de las bases para el desarrollo de este trabajo, cuyo objetivo es evidenciar como el sector de cultura y turismo a través de diferentes grupos de empresas generan empleo durante el 2018 en Cali y el resto del Valle del Cauca, siendo un sector relevante por su impacto económico y social en la población de la región.

Por otro lado, otro objetivo de esta investigación es caracterizar las industrias culturales presentes en el 2018, a través de una base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de la ciudad. Cabe mencionar la importancia de este trabajo, en el aporte hacia la literatura sobre la economía naranja, dado que como se mencionó anteriormente es uno de los pilares del vigente gobierno.

De esta forma, el documento estará dividido en cinco apartados; En el primero, se muestra la introducción para contextualizar mejor al lector sobre el trabajo realizado en el documento. En el segundo, se da a conocer el marco teórico para brindarle al lector una breve descripción del concepto de industria cultural. En el tercero, se presenta la metodología utilizada para realizar la investigación y la descripción de las industrias culturales y el sector turístico de Cali con ayuda de una base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de la ciudad y el SITUR. En el cuarto se estudiará el impacto económico que han presentado estas industrias. Por último, se realizarán las conclusiones

respectivas a los resultados que arrojó la investigación.

2. Marco teórico

Cali se ha destacado tradicionalmente a nivel nacional e internacional como una ciudad representativa de la cultura de la región, principalmente a través de las tradiciones, música, danza, deporte, entre otros. Sin embargo, la ciudad también cuenta con otro tipo de actividades culturales que contribuyen al desarrollo económico y social. Por lo que, en este documento se describirán las otras ramas que abarca este sector y mostrar una caracterización y medición que ha presentado durante el año 2018, las industrias culturales que abarca.

Desde el 2011 año en que se realizó el estudio (Alonso Cifuentes & Gallego Londoño, 2011) que buscaba caracterizar las industrias culturales de la ciudad, han surgido en Colombia varias leyes que promueven este sector de la economía, especialmente la Ley 1834 de 2017, la cual menciona en su Artículo 8 los incentivos para las industrias creativas y culturales: "identificar acciones e incentivos para el desarrollo y crecimiento de las industrias creativas y culturales, incluyendo facilitación de procesos de importación y exportación de bienes y servicios vinculados a actividades creativas y culturales, facilitación migratoria, promoción de agremiaciones dentro del sector, administración adecuada de las sociedades de gestión colectiva y el establecimiento de incentivos estratégicos sectoriales, entre otras acciones". Esta ley surgió en el sentido de fomentar la economía Naranja del actual gobierno. En este orden de ideas, surgió el Consejo Nacional de la Economía Naranja a través del Decreto 1935 de 2018 además, en septiembre del presente año 2019, surgió el Decreto 1669, cuya función es promover la creación de empresas de este sector debido a que las exime por 7 años de impuestos si cumplen con los requisitos establecidos.

2.1. Definiciones

Sin embargo, antes de abordar más a fondo en los resultados y presentar la metodología utilizada, se le brindará al lector un contexto del término de industrias culturales a través de la historia y diferentes definiciones dadas por organizaciones, instituciones

El término industria cultural fue introducido desde los años cincuenta por Theodor Adorno y Max Horkheimer, de la Escuela de Frankfurt, principalmente para describir (Bustamante Ramírez, 2017). "la cultura tecnológica de masas en oposición a la alternativa de producción cultural individual y auténtica de las artes puras".

Desde la perspectiva económica para las industrias culturales son (Zallo, 1988a) "un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales, productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social".

Según la UNESCO, una autoridad en este tema define a las industrias culturales como las que (2002): "incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el

turismo cultural.

De acuerdo con el Informe de Economía Creativa estas industrias se precisan como (UNCTAD/PNUD, 2010): "Aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son abstractos y de índole cultural. Estos contenidos que pueden tomar forma de bienes y servicios, generalmente están protegidos por "derechos de autor"; también un importante aspecto de las industrias culturales de acuerdo a la UNESCO es que "están centradas en promover y mantener la diversidad cultural y asegurar el acceso democrático".

Otra autoridad para dar una definición sobre las industrias culturales es La Organización de las Naciones Unidas, la cual las define como (ONU, 2010): "Un conjunto de actividades económicas que combinan la concepción, creación y producción con funciones industriales a gran escala más la comercialización de productos culturales".

En Reino Unido, el Departamento de cultura, medios y deporte las define como (Wilkins & Holtham, 2012): "Aquellas industrias que tienen su origen en la creatividad individual, la habilidad y el talento y que tienen un potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual"

Por otro lado, la Oficina Nacional de Estadísticas desarrolló y publicó el concepto de industria cultural en China, definido como (Shu-sheng, 2012): "proporcionar la cultura pública, productos y servicios de entretenimiento, actividades y actividades asociadas con la recopilación de actividades".

Por último, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) presenta la siguiente definición (Buitrago & Duque, 2013): "Es el 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".

De acuerdo a lo anterior se trabajará la siguiente definición del concepto de industria cultural que abarque las ya expuestas de manera general y concisa:

“Las industrias culturales son aquellas encargadas de abarcar todo el proceso de creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales que tienen como base a la propiedad intelectual y creatividad individual además se desarrollan desde el talento y habilidad que posean las personas que son parte de ellas”.

2.2. Antecedentes

Por otra parte, como antecedentes de esta investigación se dividió en tres niveles, a nivel mundial, a nivel de Latinoamérica y, por último, a nivel de Colombia.

Partiendo desde la perspectiva mundial se encontró un artículo académico sobre las industrias culturales en Suecia que se utilizó como referencia para la metodología del trabajo, la cual se explicará en el siguiente apartado; desde la perspectiva latinoamericana, se halló varios informes de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo), que contribuyeron a brindar una definición del concepto de industria cultural tratado anteriormente. Para finalizar, en Colombia esta como una de las bases fundamentales de este trabajo, la investigación realizada por el profesor Julio Cesar

Alonso Ph.D. y la investigadora Ana Isabel Gallego, la cual ya se mencionó anteriormente.

2.3. Reglamentaciones

Para concluir esta sesión, se mencionarán las reglamentaciones, es decir las leyes, decretos o planes de desarrollo que se han implementado en apoyo al sector cultural del país y de forma más específica en la ciudad de Santiago de Cali:

- **Ley 98 de 1993:** Ley del libro, responsable del desarrollo del sector editorial colombiano. Estableció exenciones y deducciones sobre la renta y el impuesto de timbre a procesos que inter- vienen en la cadena editorial (autores, editores, distribuidores, librerías); supresión de aranceles e impuestos a la importación de libros, insumos y equipos; exención de IVA a la importación y venta de libros; acceso a mecanismos de crédito y formación similar a la generalidad de industrias, facilitación aduanera y de circulación postal.
- **Ley 397 de 1997:** Ley General de la cultura caracteriza a la cultura como un sector productivo capaz de aportar al desarrollo económico de la nación. Estableció el Sistema Nacional de Cultura el cual previó mecanismos participativos, de planeación, control y seguimiento que sirvieron de base a un ejercicio de concertación institucional y privada, dando paso a la creación del Ministerio de Cultura, y por ende a una presencia de la cultura en las decisiones del Estado.
- **Ley 590 del 2000:** Busca promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Vincular las organizaciones productivas culturales a la política pública de fomento financiero y asistencia técnica concebida para las Mí pymes.
- **Decreto 0203 de 2001:** Creó la Secretaria de Cultura y Turismo de la ciudad Santiago de Cali, la cual tiene como función desarrollar y promover la cultura del autocontrol personal y organizacional; Organizar y administrar programas y campañas de divulgación de normas y cultura tributaria.
- **Ley 814 de 2003:** Ley del cine, procura afianzar el objetivo de propiciar un desarrollo progresivo, armónico y equitativo de cinematografía nacional y, en general, promover la actividad cinematográfica en Colombia. Estableció exención del 50% de renta a los industriales (productores, distribuidores o exhibidores) que reinvierten utilidades; también preferencias en aduanas para salida e ingreso de elementos del trabajo audiovisual.
- **Ley 1014 de 2006:** Busca el fomento de la cultura del emprendimiento. Su función es desarrollar mecanismos para facilitar la creación de nuevas empresas articuladas con las cadenas y clusters productivos relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo.
- **Ley 1185 de 2008:** Modificatoria integral de la Ley General de Cultura. Contempla esquemas de concertación público- privadas para incentivar al empresariado a participar en los programas de conservación.
- **Ley 1493 de 2011:** Su objetivo es formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas. Los artistas extranjeros ya no sufrirán retenciones del 33% sino del 8% y no se generará IVA en ninguno de los espectáculos beneficiados con la Ley. Además, las inversiones en infraestructura serán deducibles en un 100% en el impuesto de renta.
- **Decreto 1935 de 2018:** Crea y reglamenta el funcionamiento del Consejo Nacional de

la Economía Naranja, como ya se mencionó anteriormente en el Artículo 3 del Decreto se señalan las funciones que debe cumplir este Consejo.

- **Acuerdo 0457 de 2018:** Por medio del cual se adopta el plan decenal de cultura de Santiago de Cali 2018-2028, cuyo objeto es fomentar la protección del patrimonio cultural, la investigación, creación, formación, producción, difusión y circulación de las manifestaciones y expresiones culturales.
- **Decreto 1669 de 2019:** Establece un incentivo tributario para empresas de economía naranja. Las rentas provenientes del desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas, por un término de siete (7) años, este incentivo será para sociedades constituidas hasta el 31 de diciembre de 2021, además que estén entrelazadas con alguna de las 26 actividades de industrias creativas, entre ellas: fotografía, turismo cultural, edición de libros, diseño, etc.

3. Metodología y Datos

En este apartado, se indicará cual fue la metodología y se dará una descripción de los datos utilizados para el desarrollo del trabajo.

3.1. Metodología

La metodología utilizada esta se puede dividir de dos maneras, la primera, en la forma que se realizó el análisis y la otra, el programa que se empleó para organizar los datos y poder elaborar los respectivos gráficos.

Respecto al primer punto, se tuvo en cuenta el análisis utilizado por Pratt (1997) en el cuál resalto que el sistema de industrias culturales representa un empleador relativamente pequeño pero importante en Gran Bretaña y que, aunque en general es pequeño, tiene importantes efectos y variaciones regionales. Además, utilizando el marco de definiciones anterior, se identificó una variedad de productos de la industria de la cultura. Estos productos se agruparon en diferentes categorías (Power, 2002).

Teniendo en cuenta, esta metodología se utilizaron los siguientes grupos de industrias culturales:

INDUSTRIAS CULTURALES	
Descripción	Número de empresas
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	49
- Fabricación de instrumentos musicales'	7
- Fabricación de artículos y equipo para la práctica del deporte	21
- Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas	21
ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN	352
- Creación literaria	4
- Creación musical	36
- Creación teatral	2
- Creación audiovisual	31
- Artes plásticas y visuales	27
- Actividades teatrales	49
- Actividades de espectáculos musicales en vivo	164
- Otras actividades de espectáculos en vivo	31
- Actividades de bibliotecas y archivos	5
- Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos	1
- Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	2

Tabla 1 – Fuente: Cámara de Comercio de Santiago de Cali

En el segundo punto, el programa empleado fue R Studio el cual consiste en un desarrollador del lenguaje R, el cual contribuyó a organizar los datos, obtener sus respectivas estadísticas descriptivas y poder llevar a cabo un análisis gráfico de los mismos.

3.2. Datos

Los datos utilizados para la realización de esta investigación se recogieron por medio de dos bases de datos.

La primera, se obtuvo gracias a la Cámara de Comercio de Santiago de Cali, la cual describe diferentes variables de las industrias culturales, las más relevantes para el trabajo fueron el número total de industrias culturales en el 2018, el tamaño de la empresa, y el número de empleados.

La segunda, se elaboró con base a la información suministrada en la página web del SITUR (Sistema de Información Turística Regional), con la cual se halló el número de empleos que genera este sector tanto para Cali como para el departamento del Valle, a través de distintos conglomerados de empresas.

4. Resultados

En esta sección, se analizan los resultados arrojados por la información de las respectivas bases de datos, en primera instancia, se hará el análisis a los resultados de la Cámara de Comercio de Cali y en un segundo momento, se analizará los resultados del SITUR.

Al revisar la base de datos de la Camará de Comercio se halló que las empresas del sector de industrias culturales están distribuidas su gran mayoría en microempresas, tanto en el grupo de industrias manufactureras como las que hacen parte de las del conjunto de actividades artísticas, de entretenimiento y recreación, representando el 87,8% y el 97,73% respectivamente. (Ver Gráfico 1 y Gráfico 2).

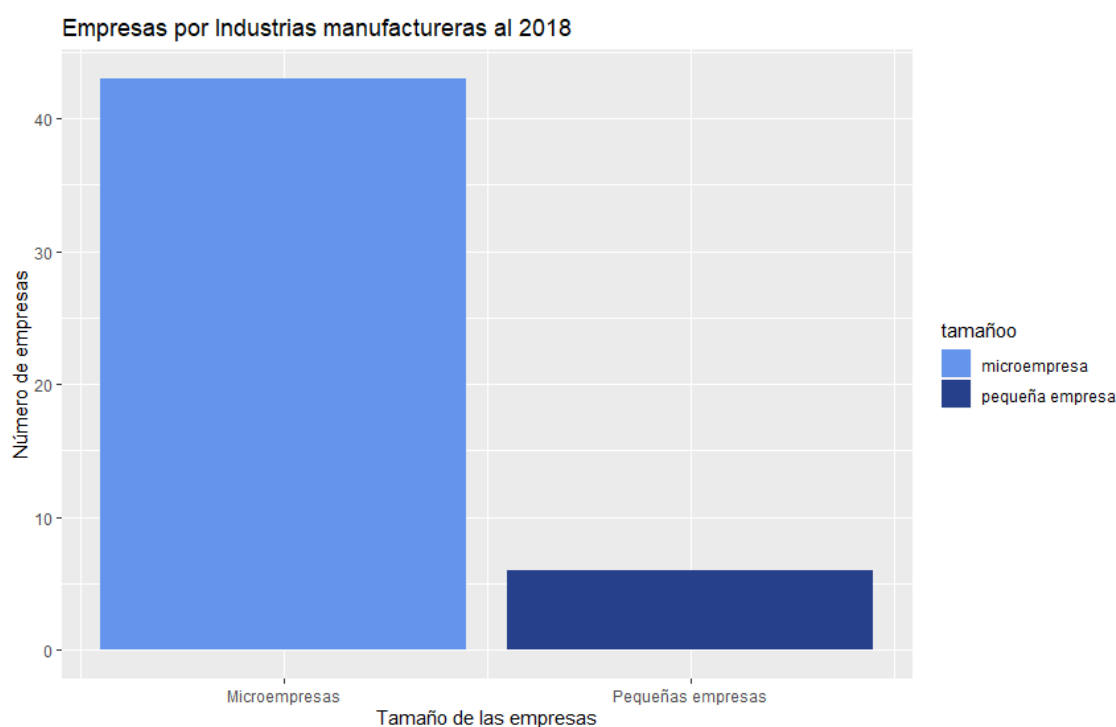


Gráfico 1

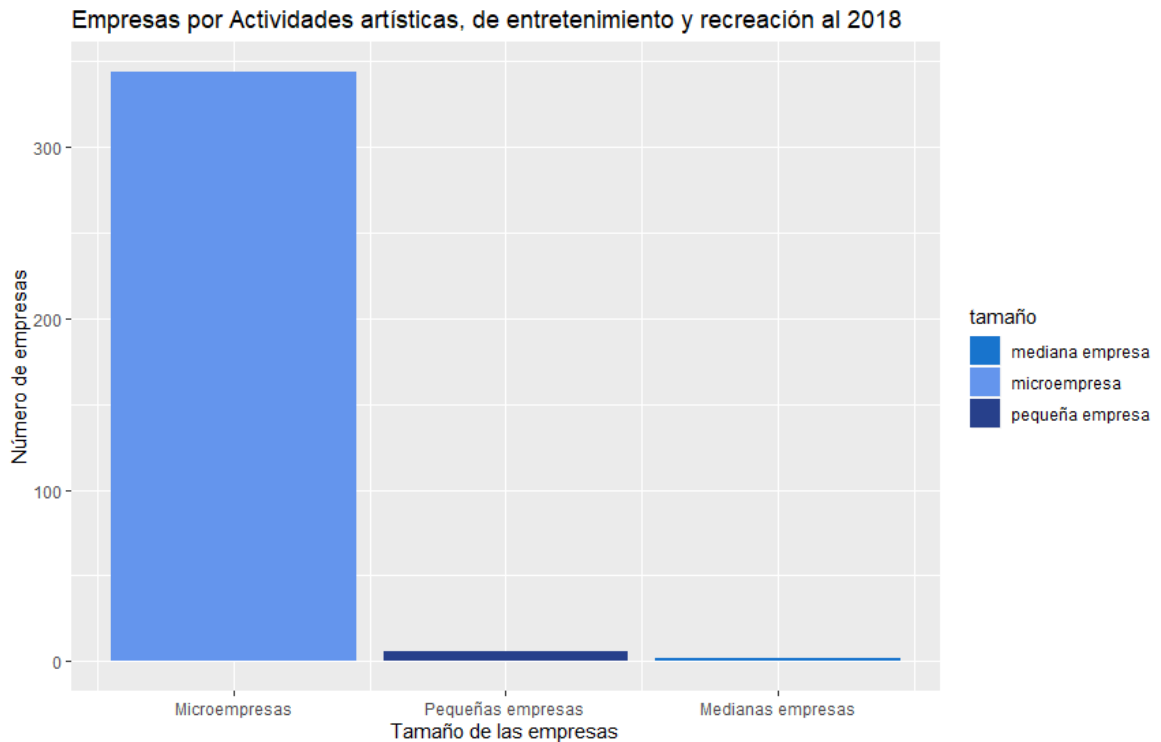


Gráfico 2

Sin embargo, se debe destacar que en el segundo grupo hay una mayor cantidad de empresas (Ver Tabla 1) y llegan a haber medianas empresas, aunque son muy pocas solo representan el 0,57% del total de empresas en este subsector.

Por otro lado, como se mencionó anteriormente en la metodología las industrias culturales, aunque son un empleador relativamente pequeño son de gran importancia en este caso para la ciudad de Cali, debido a que no requieren de una gran inversión, sino que dependen mayormente del capital humano (talento de los integrantes), ideas (creatividad), y la capacidad de innovación de estas industrias (Avilés-Ochoa & Canizalez-Ramírez, 2015).

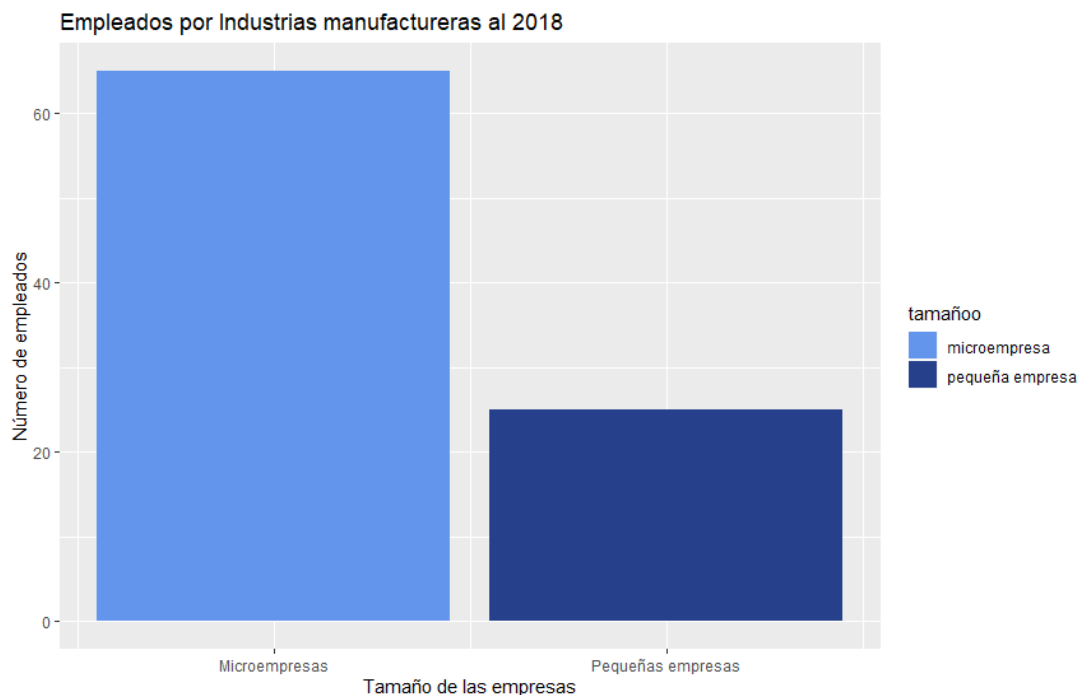


Gráfico 3

Por este motivo, se mostró que el total de microempresas en el subsector de industrias manufactureras presentaron un número de 90 empleados en conjunto y las pequeñas empresas mostraron 25 empleados (Ver Gráfico 3). Desde otra perspectiva, las empresas que hacen parte del grupo de actividades artísticas, de entretenimiento y recreación generaron un mayor número de empleos siendo estos en las microempresas un total de 627, en las pequeñas empresas un total de 21 y en las medianas empresas un total de 27, cabe aclarar que estos datos son del año 2018 (Ver Gráfico 4).

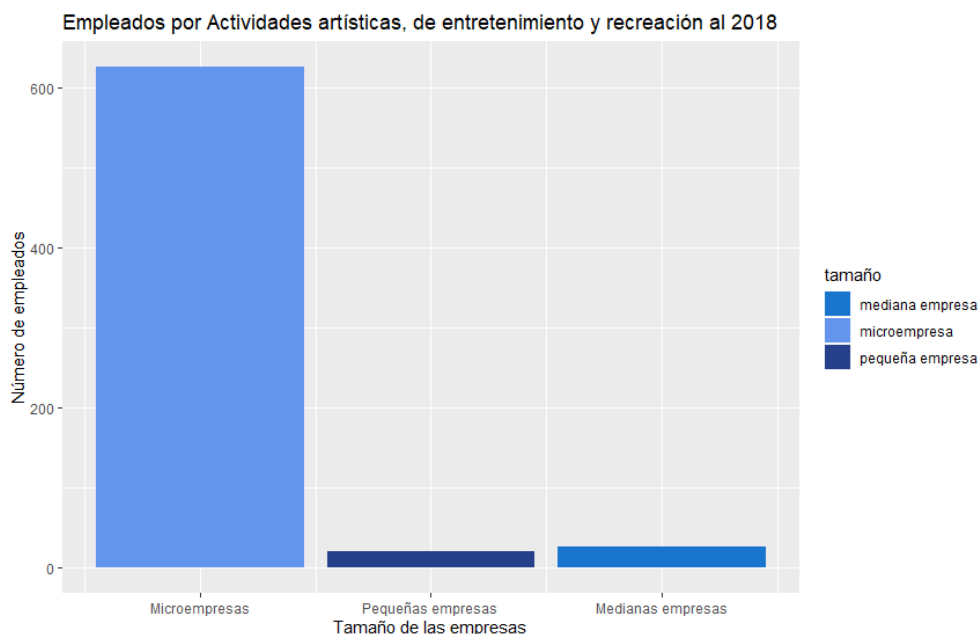


Gráfico 4

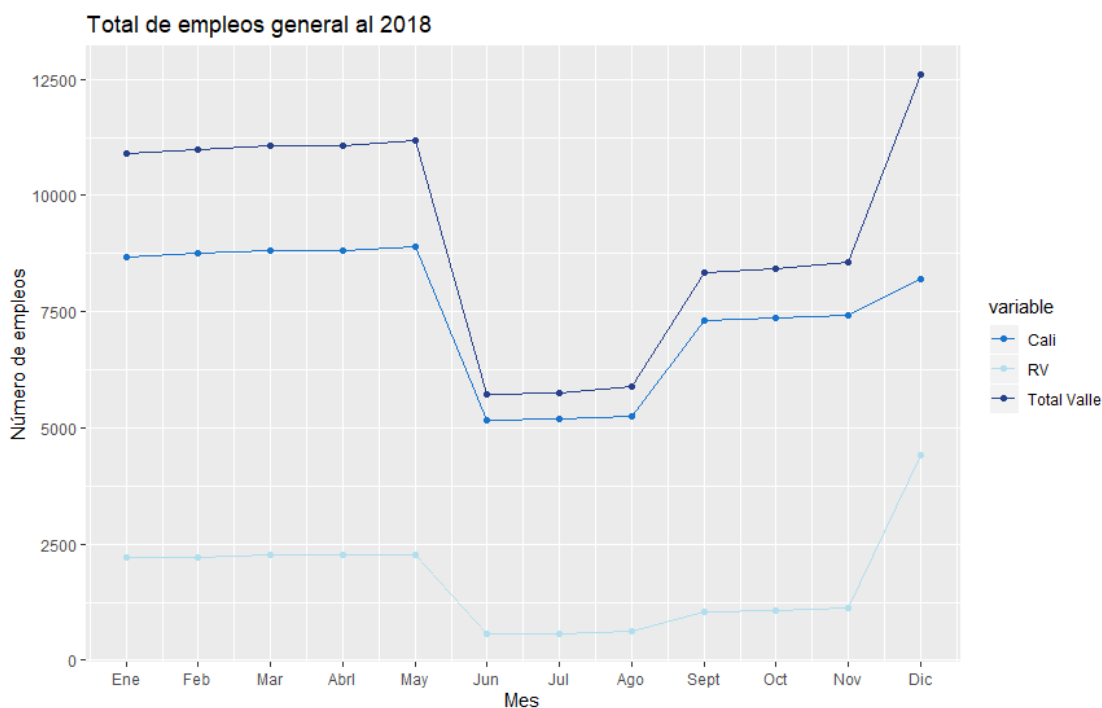


Gráfico 5

Respecto al análisis para el sector del turismo, a través de la base de datos del SITUR se realizó comparando el número de empleados a lo largo del 2018, partiendo desde lo general hasta lo más específico desagregando los datos por conjuntos de empresas. Sin embargo, como se dará cuenta el lector este sector presenta un comportamiento muy similar tanto en general como en sus

distintas divisiones (Ver Gráfico 5 y Gráfico 6).

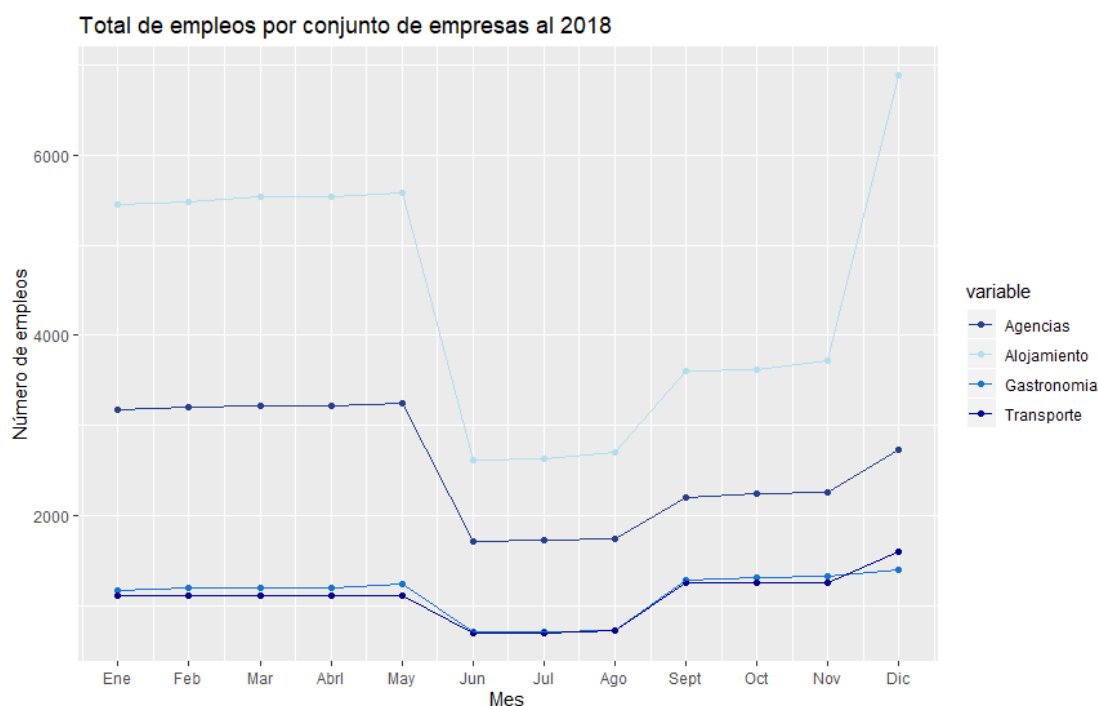


Gráfico 6

También se debe resaltar que la mayor parte del comportamiento del departamento del Valle del Cauca, está explicado por el comportamiento de la ciudad, es decir que el resto de la región no tiene mayor relevancia en el sector (Ver Gráfico 5).

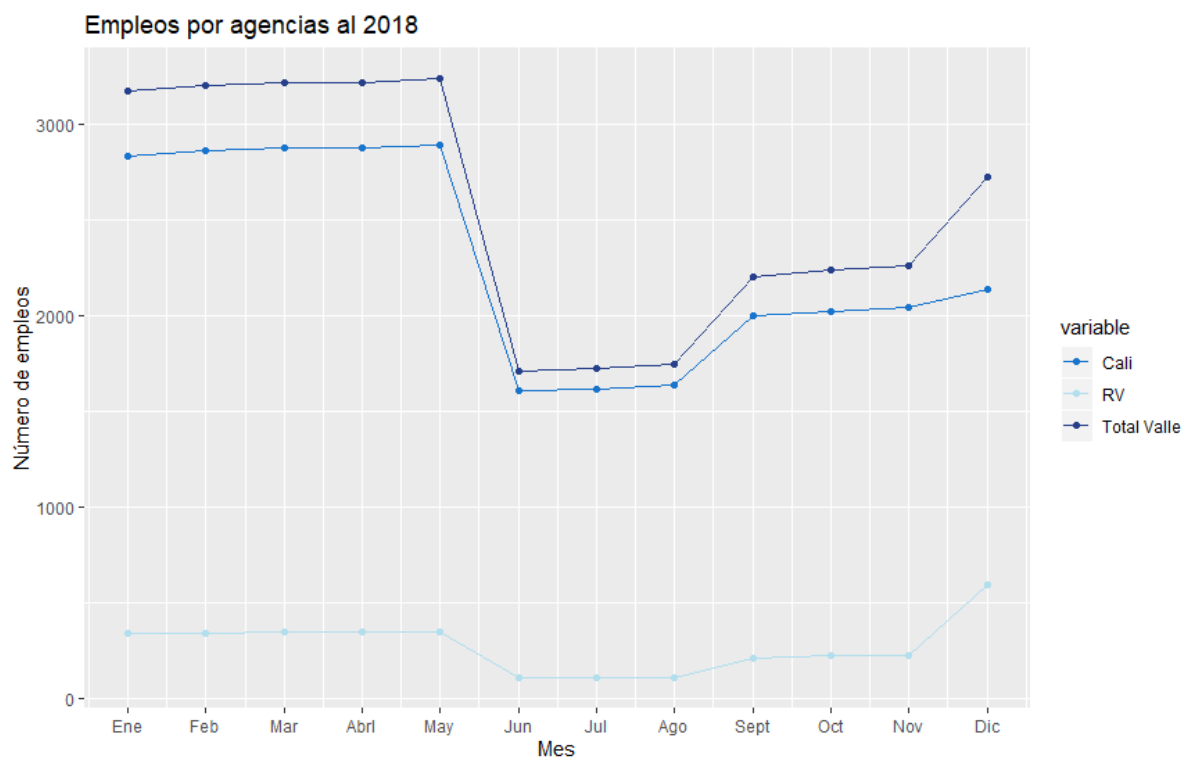


Gráfico 7

En términos desagregados, aunque todos los grupos presentaron un comportamiento similar como se evidencio en gráficos anteriores, el grupo de empresas pertenecientes a agencias y alojamiento tuvieron una mayor caída en el periodo de mayo a agosto, llegando a disminuir

aproximadamente en el 50% en ambos, comparado a los primeros meses del año. Sin embargo, también fueron los grupos que obtuvieron un mayor crecimiento en los últimos dos meses del año de 20,6% y 85,5% aproximadamente (Ver Gráfico 7 y Gráfico 8).

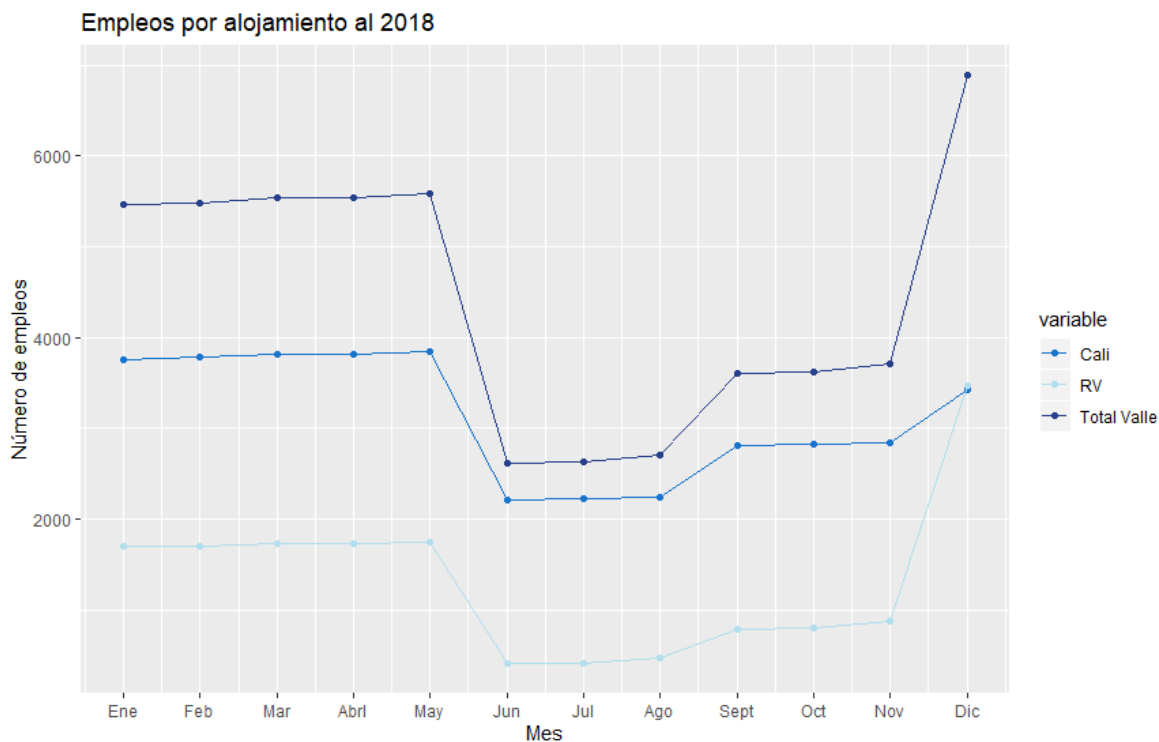


Gráfico 8

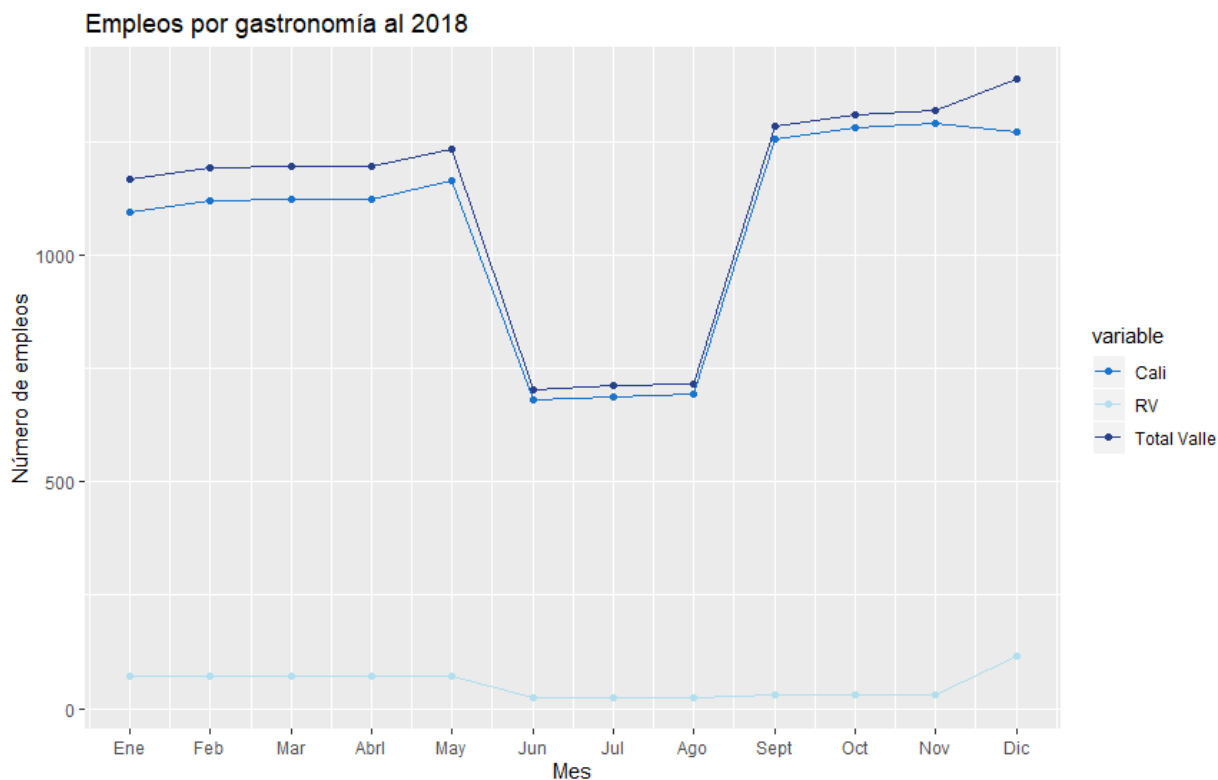


Gráfico 9

De manera semejante, el comportamiento de los otros dos conjuntos de empresas gastronomía y transporte fue similar, pero con un ligero cambio, ya que su crecimiento en el número de

empleos en términos porcentuales fue de agosto a septiembre con un 78,9% y 74,8% respectivamente, mucho mayor comparado al crecimiento del 5,2% y 27,3% respectivamente de noviembre a diciembre, en el grupo de gastronomía este crecimiento tan bajo (5,2%) se explica por la disminución en la capital del Valle en ese periodo (Ver Gráfico 9 y Gráfico 10).

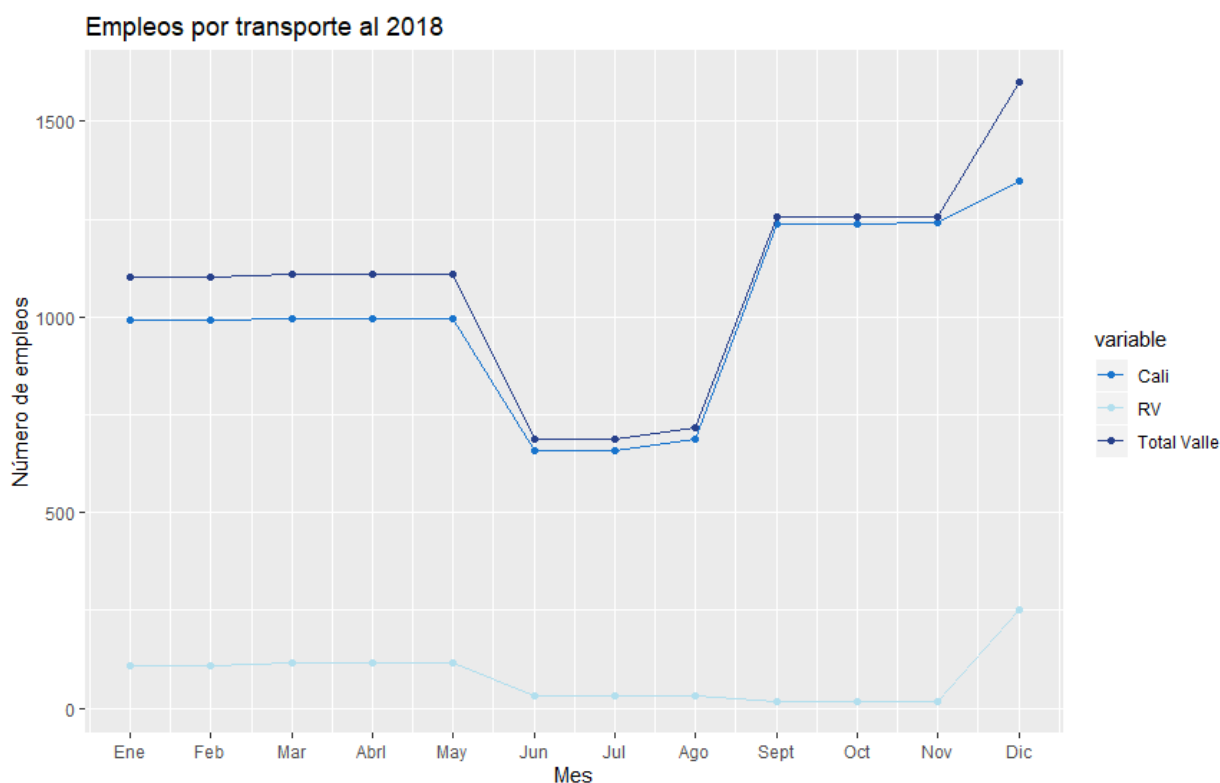


Gráfico 10

5. Conclusiones

Como se pudo observar en los resultados, las industrias culturales a pesar de no contar con empresas muy grandes en tamaño, podrían ser una fuerte fuente de empleo tanto para el Valle del Cauca como para Santiago de Cali, debido a que este sector requiere ser intensivo en capital humano con talento, respecto al sector del turismo se halló una oportunidad de empleo en ciertos periodos del año que se observa un gran crecimiento en el número de empleos en el sector, sin embargo, se debe buscar la forma de que los otros municipios y ciudades que hacen parte del departamento del Valle tengan una mayor influencia sobre el comportamiento de este sector, dado que, está muy rezagado el resto de la región comparado con la capital.

Por otra parte, estos sectores podrían jugar un papel importante en el desarrollo económico y social, ayudando a disminuir el desempleo actual de la ciudad el cuál ha venido en alza desde el 2016 (País, 2019).

Sin embargo, se debe tener en cuenta que para poder presentar proyectos y políticas para obtener un mayor desarrollo y crecimiento económico, en estos sectores debería haber una mejora en la información disponible y aún más con la implementación desde el año pasado del Plan Decenal de Cultura (2018-2028) (CALI, 2018). Como indicadores, que ayuden a medir el impacto de estos proyectos en la sociedad.

Por otro lado, en las últimas décadas se han creado una serie de políticas que ya

se mencionaron anteriormente en el marco teórico del documento, las cuales han ayuda a mejorar el sector del espectáculo o fomentar empresas relacionadas con la economía naranja debido al actual gobierno.

Otro factor a tener en cuenta, es las investigaciones que se pueden realizar a futuro en el ámbito de economía naranja son: Mejor medición del sector cultural y turismo, herramientas para creación de clústeres culturales y creación de redes colaborativas para generar un crecimiento en conjunto.

Para finalizar, hay que mencionar que el trabajo podría tener una mayor expansión mostrando también el impacto que tienen estos sectores en el PIB del departamento y de la ciudad o el impacto que generan los diferentes eventos culturales en el sector del turismo, como la temporada de festivales promocionado por la Alcaldía de Santiago de Cali. Sin embargo, existe la limitación de no contar con la información suficiente para poder hacerlo.

6. Bibliografía

- Alonso Cifuentes, J. C., & Gallego Londoño, A. I. (2011). Primera Aproximación a la Caracterización y Medición de las Industrias Culturales en Cali. *Estudios Gerenciales*, 27(120), 13–40. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(11\)70167-x](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(11)70167-x)
- Avilés-Ochoa, E., & Canizalez-Ramírez, P. M. (2015). Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Economía, Sociedad y Territorio*, xv, 185–216. Retrieved from <http://www.scielo.org.mx/pdf/est/v15n47/v15n47a8.pdf>
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La Economía Naranja - Una oportunidad infinita*. 244. Retrieved from [https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La economía naranja%3A Una oportunidad infinita.pdf](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3A%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf)
- Bustamante Ramírez, E. (2017). Las industrias culturales y creativas. *Periferica*, (18), 88–117. <https://doi.org/10.25267/periferica.2017.i18.08>
- CALI, A. S. DE. (2018). *Exposición de motivos Plan Decenal de Cultura 2018 - 2028*. Santiago de Cali.
- DANE, D. N. de E.-. (2017). *Encuesta de Consumo Cultural (ECC)*. 1–15.
- DANE, D. N. de E.-. (2019). *CUENTA SATÉLITE DE CULTURA Y ECONOMÍA NARANJA*.
- País, R. de El. (2019, June 28). *Aumenta el desempleo en Cali, ¿cuáles son las estrategias para frenarlo?* Retrieved from <https://www.elpais.com.co/economia/aumenta-el-desempleo-en-cali-cuales-son-las-estrategias-para-frenarlo.html>
- Power, D. (2002). “Cultural industries” in Sweden: An assessment of their place in the Swedish economy. *Economic Geography*, 78(2), 103–127.
- Pratt, A. C. (1997). The cultural industries production system: A case study of employment change in Britain, 1984 - 91. *Environment and Planning A*, 29(11), 41. <https://doi.org/10.1068/a291953>
- Quartesan, A., Lanzafame, F., & Romis, M. (2007). Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe : Desafíos y Oportunidades. *Media*. Retrieved from <https://publications.iadb.org/en/publication/15194/las-industrias-culturales-en-america-latina-y-el-caribe-desafios-y-oportunidades>
- Shu-sheng, L. (2012). Culture Industry Development and Regional Economy - Case Study of Tianjin*. *Physics Procedia*, 25, 1352–1356. <https://doi.org/10.1016/j.phpro.2012.03.244>
- UNCTAD/PNUD. (2010). Informe Economía Creativa. *English*, 392. Retrieved from <http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=5763&lang=1>
- Unesco. (2002). *Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas* (Unesco-Cerlalc, Ed.).
- Wilkins, A., & Holtham, C. (2012). Organisational Creativity: Building a Business Ba-Haus? *Creative Education*, 03(06), 737–745. <https://doi.org/10.4236/ce.2012.326110>
- Congreso de Colombia (23 de mayo de 2017). Ley Naranja. Disponible en <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30030647>
- Presidencia de Colombia (18 de octubre de 2018). Decreto 1935. Disponible en <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201935%20DEL%2018%20DE%20OCTUBRE%20DE%202018.pdf>
- Presidencia de Colombia (12 de septiembre de 2019). Decreto 1669. Disponible <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201669%20DEL%2012%20DE%20SEPTIEMBRE%20DE%202019.pdf>
- Congreso de Colombia (23 de diciembre de 1993). Ley 98 de 1993. Disponible en https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104559_archivo_pdf.pdf
- Congreso de Colombia (7 de agosto de 1997). Ley 397 de 1997. Disponible en https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/ley_397_de_1997_ley_general_de_cultura.pdf

Congreso de Colombia (12 de julio de 2000). Ley 590 de 2000. Disponible en http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html

Alcaldía de Santiago de Cali (16 de marzo de 2001). Decreto extraordinario 0203. Disponible en <http://www.cali.gov.co/documentos/117/decreto-extraordinario-0203/>

Congreso de Colombia (3 de julio de 2003). Ley 814 de 2003. Disponible en http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0814_2003.html

Congreso de Colombia (27 de enero de 2006). Ley 1014 de 2006. Disponible en http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Congreso de Colombia (12 de marzo de 2008). Ley 1185 de 2008. Disponible en http://www.mincultura.gov.co/ministerio/oficinas-y-grupos/oficina%20asesora%20de%20planeacion/Documents/Ley_1185-2008.pdf

Congreso de Colombia (26 de diciembre de 2011). Ley 1493 de 2011 Disponible en http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1493_2011.html

Concejo de Santiago de Cali (28 de diciembre de 2018). Acuerdo 0457 de 2018. Disponible en <http://www.cali.gov.co/cultura/publicaciones/145592/plan-decenal-de-cultura-de-santiago-de-cali/>