Las Industrias Creativas y Culturales en Panamá

MEF
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
República de Panamá

Ministerio de Economía y Finanzas
Dirección de Políticas Públicas
Departamento de Seguimiento y Evaluación de Políticas Públicas

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE PANAMÁ

República de Panamá

Ministerio de Economía y Finanzas

Eyda Varela de Chinchilla

Ministra de Economía y Finanzas

Gustavo Valderrama

Viceministro de Economía

Jorge Dawson

Viceministro de Finanzas

Junio, 2019

MINISTERIO DE
ECONOMÍA Y FINANZAS
República de Panamá

Dirección de Políticas Públicas

Marissa Echevers

Directora

Karen López

Subdirectora

Departamento de Seguimiento y Evaluación de Políticas Públicas

Rubilú Rodríguez
Jefa del Departamento

Celia Lao
Marcel Salazar
Raúl Valdivieso
Enrique Vega
Analistas

Celia Lao
Diseño

Angeli Nandwani
Pasante

Contenido

Introducción 5

Antecedentes sobre el Mundo Creativo 6

- **Marco Conceptual** 7
- **La Industria Creativa y Cultural Global** 9
- **Experiencia en América Latina y el Caribe** 10

El Ecosistema Creativo y Cultural en Panamá 11

Principales Instrumentos de Políticas Públicas Existentes 19

Lineamientos de Políticas Públicas para las Industrias Creativas y Culturales 22

Consideraciones Finales 28

Bibliografía 29

Anexos 32

Introducción

El mundo creativo cada vez recibe más atención y su auge ha hecho que muchos países estén desarrollando ideas y políticas para aprovechar e impulsar esta oportunidad dinámica, diversa y productiva.

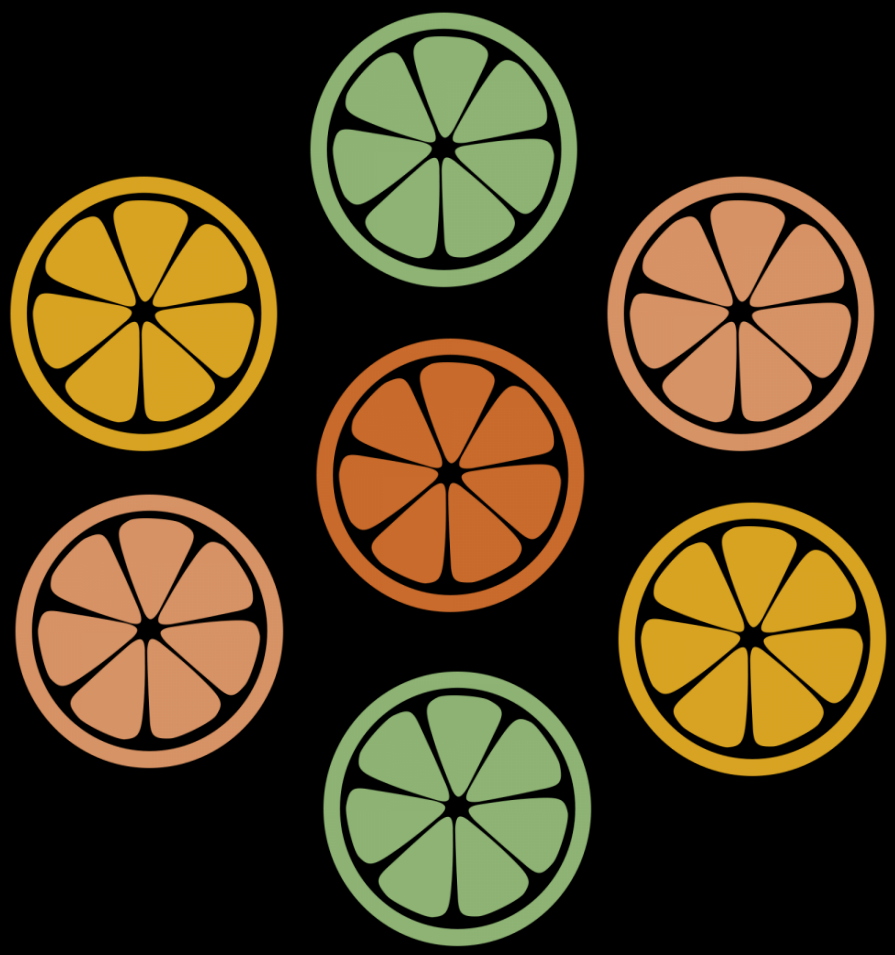
El sector cultural hace referencia a la participación de todo el patrimonio material e inmaterial derivado de los grupos poblacionales que habitan un país y cuya visión a largo plazo está relacionada a cuatro componentes claves: creación y gestión del conocimiento, ciudadanía intercultural, institucionalidad y desarrollo. Es precisamente que desde la perspectiva del desarrollo se desprende el concepto de Economía Cultural, el cual está relacionado a las industrias creativas y culturales (ICCs) y al emprendimiento, que adquieren mayor importancia al crear riqueza desde el intelecto humano.

La gestión pública de la cultura se encuentra en un proceso de cambio ante el uso de las tecnologías de la información, las cuales representan una oportunidad única para la difusión; no solo de nuestro patrimonio sino de muchas expresiones culturales, que bien aprovechadas, pueden resultar de gran beneficio para el rescate de los valores sociales y el desarrollo de los territorios.

Cabe destacar, que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), ha señalado que la conservación y promoción de la cultura de los Estados contribuye directa e indirectamente al cumplimiento de la mayoría de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). De aquí, que el objetivo del presente documento es describir a través de una representación visual informativa, el marco conceptual de economía creativa y cultural de forma general; aplicándolo a un contexto internacional, regional y nacional, y su contribución a la economía panameña.

Finalmente, hacemos algunas recomendaciones de lineamientos de política pública para difundir el potencial de la cultura innovadora como factor de desarrollo económico y de cohesión social, capitalizando de esta manera nuestro recurso más apreciable: ‘el talento humano’.

Antecedentes sobre el Mundo Creativo



Marco Conceptual

Existen numerosas investigaciones internacionales que han delimitado el alcance de las industrias creativas y culturales en general, con algunas similitudes o diferencias muy marcadas. Sin embargo, estos enfoques comparten un eje central en común: la creatividad da origen a los bienes y servicios de estas industrias; cuyos especialistas y organismos coinciden en relacionar las dimensiones abstractas (cultura, arte) con las concretas (industria, mercado), las cuales son articuladas con la propiedad intelectual.

Por industrias creativas y culturales se entienden aquellos "sectores de actividad que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial" (UNESCO, 2010, pag.17).

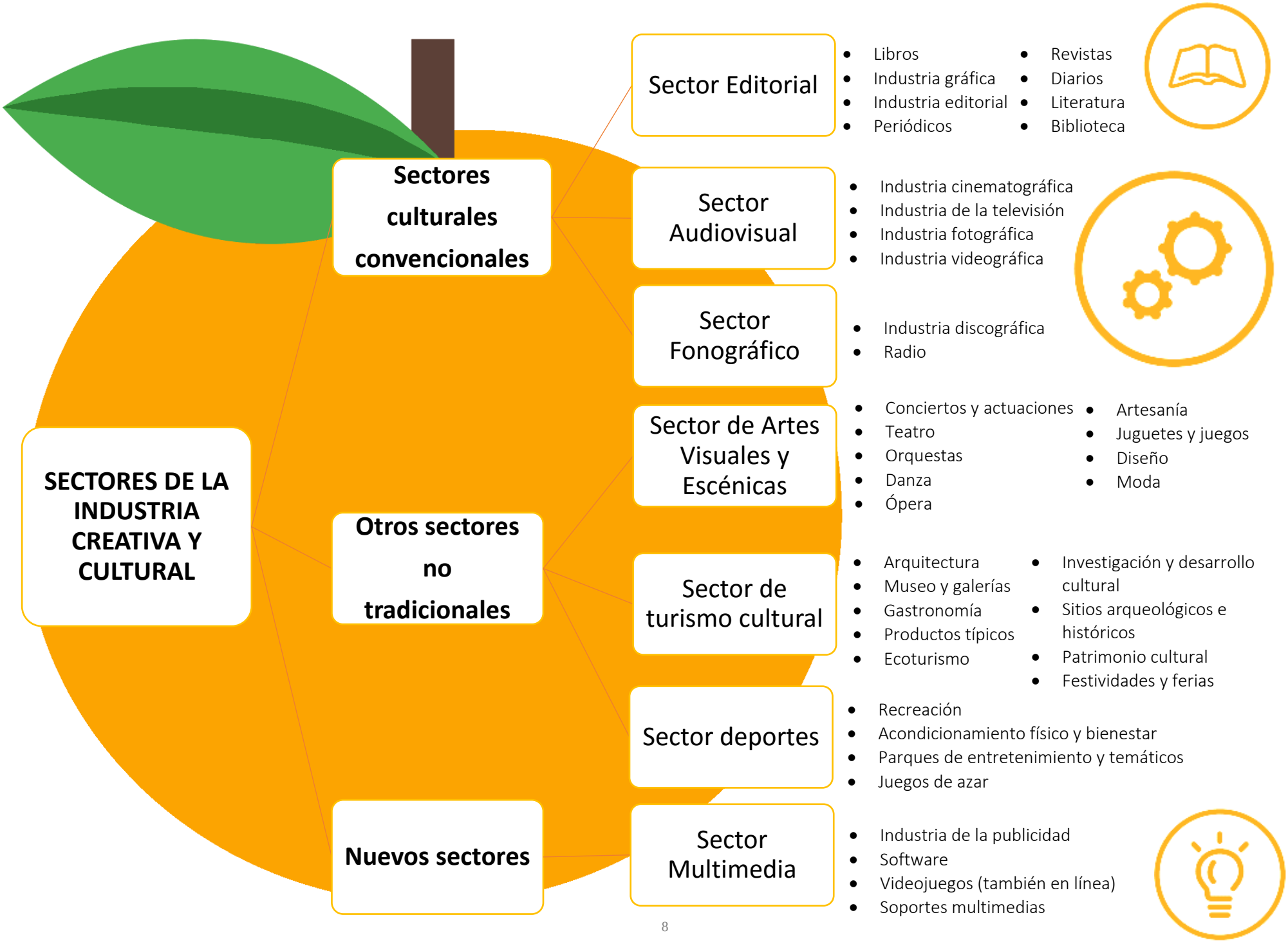
Otros términos utilizados para enmarcar este concepto aluden a economía naranja, economía creativa, industrias culturales, entre otros.

La economía naranja se refiere 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" (BID, 2013, pag.40).

La expresión economía creativa también utilizada comprende "las operaciones que generan los productos creativos (resultantes). Cada operación puede comportar dos valores complementarios: el valor de la propiedad intelectual intangible y el valor de la plataforma física (de haberla). En algunos sectores, como el de los programas informáticos digitales, es mayor el valor de la propiedad intelectual. En otros, como las artes, el valor unitario del objeto físico es más elevado" (Howkins, 2001).

En definitiva, "todas las definiciones coinciden en considerar que las industrias culturales tratan de aquellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor" (UNESCO, 2000, pag.11).

Las actividades que comprenden la economía naranja son muy dinámicas, ya que en el futuro pueden existir otras actividades no tradicionales, dependiendo de las áreas de soporte de la creatividad que cambiarán las tendencias a nivel mundial. A partir de los aportes de diversos estudios elaborados por organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), entre otros; se incorporan nuevas actividades al concepto de industrias creativas y culturales, permitiendo la inclusión de más personas a la vida laboral, además de aumentar la participación en el Producto Interno Bruto (PIB).



Elaboración propia – Fuente: BID (2013). La economía naranja: una oportunidad infinita.

La Industria Creativa y Cultural Global

29.5 millones de empleos

3% del PIB mundial

2,250 billones de dólares

Elaboración propia. **Fuente de datos:**
Ernst & Young (2015). Tiempos de cultura: El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas. Cifras del 2013.

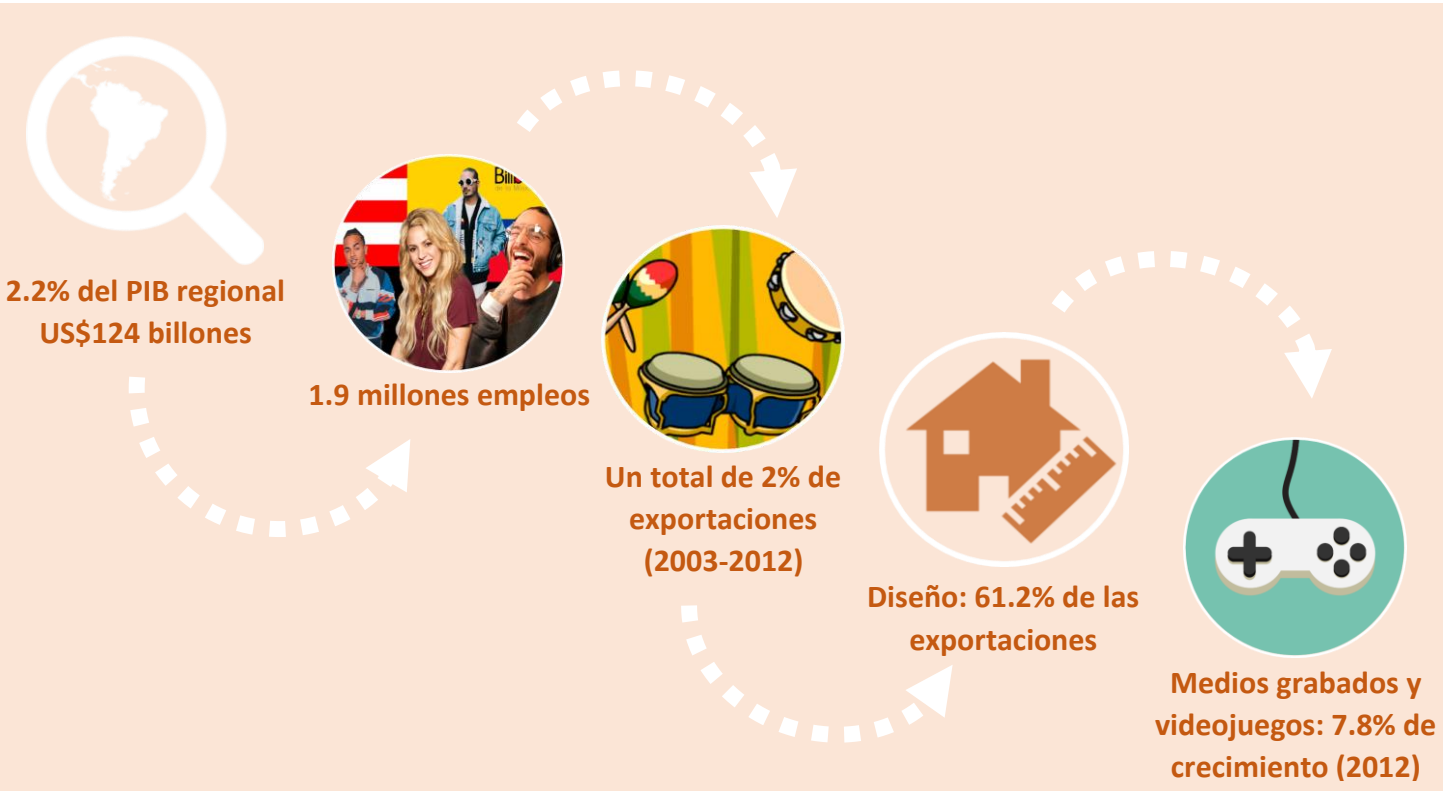
Experiencia en América Latina y el Caribe

En América Latina y el Caribe (ALC), estimaciones muestran que las ICCs representan alrededor del 2.2% del PIB regional, equivalente a ingresos de US$124 billones. De igual manera, el sector creativo genera un aproximado de 1.9 millones empleos (Ernst & Young, 2015).

Las ICCs tienen un gran potencial en ALC, especialmente en los adultos jóvenes, ya que la edad media de esta región oscila entre 22 y 23 años y los 35-36 años (CIA, 2010). De acuerdo a una encuesta desarrollada por el BID, la edad de un emprendedor creativo promedio es de 35 años y el 23% de los emprendedores es autodidacta (BID, 2018).

Con respecto a cifras sobre flujos comerciales internacionales, en el periodo de 2003-2012, la economía creativa representó un total de 2% de exportaciones de productos en la región de ALC. Las actividades de diseño como arquitectura, joyería, vidriería, interiores, moda y juguetes representaron un 61.2% de las exportaciones creativas de ALC, seguido por las actividades editoriales que fueron el 13.4%. La actividad que ha alcanzado una alta tasa de crecimiento fue la de los medios grabados y videojuegos que, en 2012, tuvo un crecimiento de 7.8%, en comparación de 0.7% en 2003 (BID, 2017 con cifras de UNCTAD).

La televisión genera un tercio de la totalidad de los ingresos de las ICCs en ALC. Datos del 2013 muestran que Argentina y Colombia se encuentran entre los 5 primeros exportadores del mundo y el cine es un sector clave en Argentina, Brasil y México. Más de 400 películas son producidas al año en esta región (Ernst & Young, 2015).



El Ecosistema Creativo y Cultural en Panamá

Imagen descargada en la aplicación de diseño DeviantArt.
Diseñadora de la imagen Xarity.

"Mi Panamá necesita que un niño se enfrente a un lienzo, porque una persona cuando se enfrenta a un lienzo en blanco tiene las ideas proyectadas y de una u otra manera tiene que dejar plasmada su firma"

(Olga Sinclair. Pintora y fundadora de la Fundación Olga Sinclair)

Agentes Principales de las Industrias Creativas y Culturales en Panamá

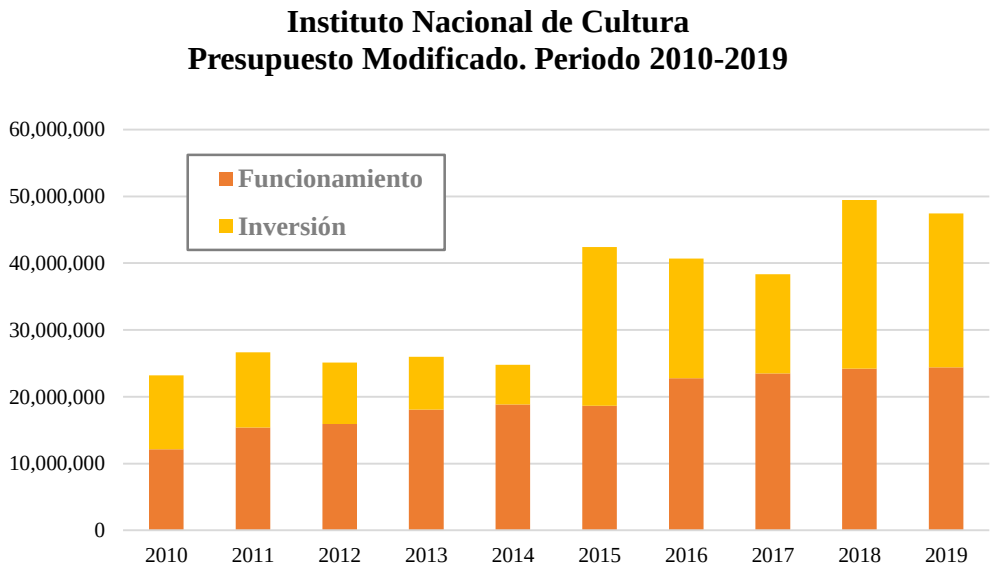
Elaboración Propia.

Fuente: Indesa (2017). Industrias creativas culturales en Panamá: diagnóstico del sector y relevancia económica.

El Valor Agregado y la Inversión en las Industrias Creativas y Culturales

En Panamá, al igual que muchos países en Latinoamérica, las industrias creativas y culturales contribuyen significativamente al desarrollo del país. De acuerdo a un estudio de Indesa (2017) se calculó que las industrias creativas y culturales representaban el 3.1% del valor agregado bruto (VAB) utilizando datos del Censo Económico Nacional de 2011 del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) de la Contraloría General de Panamá. Esto quiere decir que el sector de las ICCs se encontró en el décimo lugar en la generación de valor agregado del total de sectores económicos excluyendo las actividades financieras y agrícolas (Indesa, 2017).

Un dato importante que refleja el grado de la promoción y el fomento de la economía cultural es el gasto público en cultura. En el gráfico situado en la parte inferior apreciamos una tendencia positiva en el presupuesto total (funcionamiento e inversión) a lo largo de los años (2010-2019). En el año 2019, el presupuesto total modificado para el Instituto Nacional de Cultura fue de 47.5 millones de dólares, en comparación del año 2010, que fue de 23.2 millones de dólares. Estos datos indican que el gasto público en la cultura ha tenido un aumento de aproximadamente 104.7% y este incremento se asocia al aumento de la inversión más que al funcionamiento. No obstante, el INAC es sólo una institución de muchas otras más que pertenecen al sector de las ICCs. Un ejemplo es la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP), que tiene al sector cultural como uno de los cuatro ejes fundamentales del Plan Maestro de Turismo Sostenible y que fomenta actividades en temas de turismo cultural y cultura turística (ATP, 2019).



Elaboración propia. Fuente: Instituto Nacional de Cultura – INAC.

DATOS NUMÉRICOS DE PANAMÁ

INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

463 EMPRESAS[1]

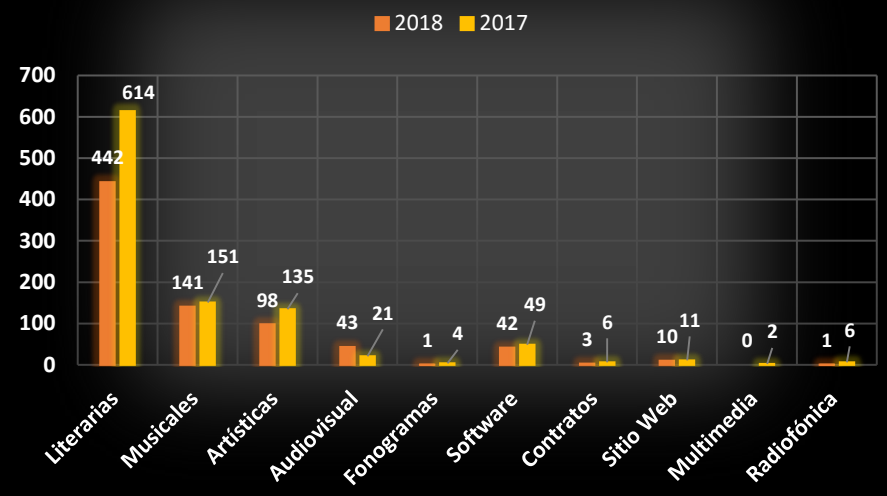
- Editorial: 7
- Audiovisual: 27
- Multimedia: 164
- Deportes: 46
- Fonográfico: 40
- Turismo Cultural: 92
- Artes escénicas y visuales: 87

174 millones de dólares en exportaciones[2]

157 millones en servicios

17 millones en bienes

Comparativo de Registros de Obras entre 2017 y 2018



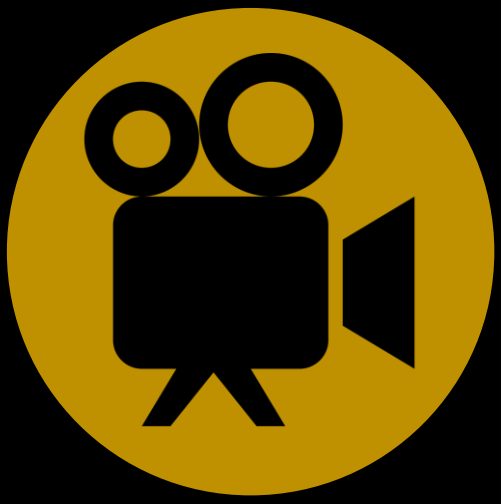
781 OBRAS[3]

Elaboración propia.

Fuente de datos:

1. INEC (2016). Encuesta entre Empresas No Financieras
2. INEC (2016). Balanza de Pagos de Panamá y Anuario de Comercio Exterior
3. MICI (2019). Registro de Obras - Año 2018. Dirección General de Derecho de Autor del Ministerio de Comercio e Industrias

Más detalles…



40
Producciones Cinematográficas

CINE[1]

148,695
No. de Visitantes

Turismo en áreas protegidas[2]

$ 1,165,000
Recaudaciones

MÚSICA[3]

Elaboración propia.

Fuente de datos:

1. MICI (2018). Cuadro de Producciones Cinematográficas en locaciones panameñas. Dirección General de Cine del Ministerio de Comercio e Industrias.
2. Plan de acción para el desarrollo del Turismo Verde en áreas protegidas en la Rep. de Panamá (2016-2026). Cifra del año 2015.
3. PRODUCE (2019). Distribución de las remuneraciones recaudadas para los productores y artistas. Años 2018

Artesanías[4]

11,734 personas capacitadas

Gastronomía[5]

6,601 personas capacitadas

Bibliotecas[5]

44 bibliotecas en todo el país

Elaboración propia.

Fuente de datos:

4. INADEH (2019). Datos acumulados de Enero 2017 a Abril 2019. Números de personas matriculadas y egresados.
5. INADEH (2019). Datos acumulados de Enero 2017 a Abril 2019. Números de personas matriculadas y egresados.
6. Biblioteca Nacional (2019). Número de bibliotecas a nivel nacional.

Principales Eventos y Festivales

Principales Instrumentos de Políticas Públicas Existentes

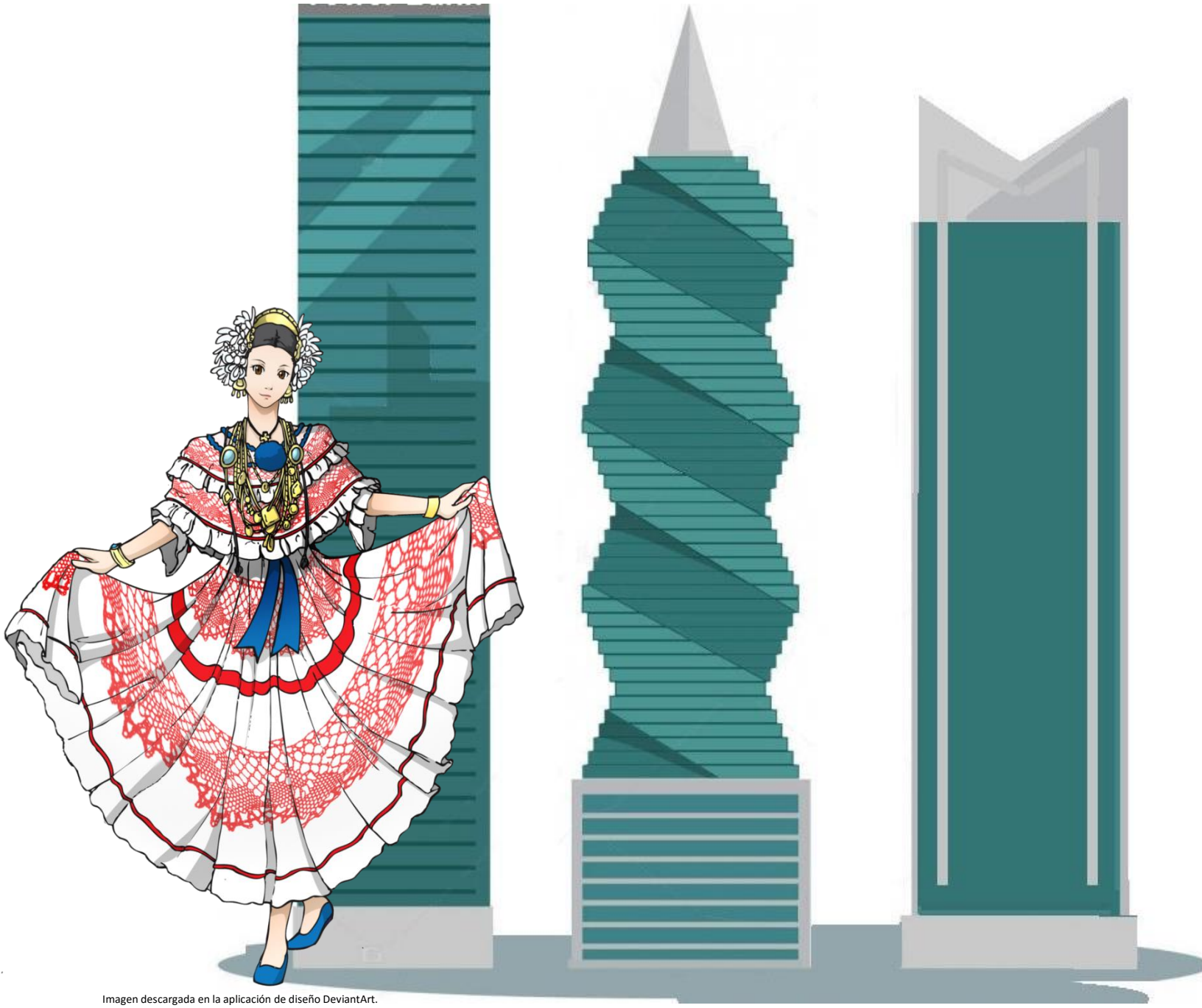


Imagen descargada en la aplicación de diseño DeviantArt.
Diseñadora de la imagen Xarity.

Planes, Programas, y Proyectos	Descripción
Acuerdos de la Concertación Nacional para el Desarrollo 2007	Impulsa el diálogo mediante Ley 20 de 2008, donde convergen diversos sectores, quienes de manera participativa y concertada trabajan en la búsqueda de acuerdos y consensos sobre los temas sociales, económicos, de seguridad, institucionales y culturales.
Plan Estratégico Nacional – PEN con Visión de Estado Panamá 2030	Promueve el mantenimiento de ciudades y asentamientos humanos inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles a través del incremento del gasto per cápita en la preservación, protección y conservación de todo el patrimonio cultural y natural.
Programas del Instituto Nacional de Cultura (INAC)	El INAC promueve actividades culturales y creativas a través de sus programas de financiamiento a organizaciones sin fines de lucro, patrocinio de eventos y festividades folklóricas, exoneraciones de alquiler y planilla de teatros e impulsa convenios de cooperación cultural.
Programas de la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) para potenciar el emprendimiento en cultura.	La AMPYME impulsa a los emprendedores culturales puedan acogerse a las líneas de apoyo generales, a través del Fondo Concursable Semilla Emprendedora, de Financiamiento de Microcrédito para las medianas y pequeñas empresas, entre otros beneficios fiscales.
Programas de la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SENACYT)	La SENACYT abre convocatorias de fomento a la innovación empresarial y a nuevos emprendimientos para proyectos innovadores en el área de cultura.
Programas de la Dirección de Cultura y Educación Ciudadana de la Alcaldía de Panamá 2014-2019	Ejecuta una red de espacios dedicados a las actividades recreativas con un enfoque de participación, democratización y desconcentración de la cultura.
Proyecto de financiamiento para la conservación y gestión del patrimonio cultural y natural entre el BID, INAC y MIAMBIENTE	Contribuye a la preservación y puesta en valor de los bienes patrimoniales, culturales y naturales del país.
Política Cultural de Integración Centroamericana PCIC 2012-2030	Potencia el sector cultural para la promoción de un crecimiento económico sustentable, a fin de lograr la atención a grupos excluidos y vulnerables de la región.
Planes y Programas de la Autoridad de Turismo de Panamá (ATP)	La ATP reactivó en el 2015 el Plan Nacional de Cultura Turística. En la Dirección de Inversiones Turísticas se está desarrollando el Programa Nacional de Cultura Turística, el Sistema de Certificación de la Calidad Turística en Panamá y el Sistema Integrado de Calidad y Sostenibilidad Turística.
Programas del Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH)	El INADEH ofrece capacitaciones en el sector industrial en el área de artesanías y también otorga cursos y programas de gastronomía.

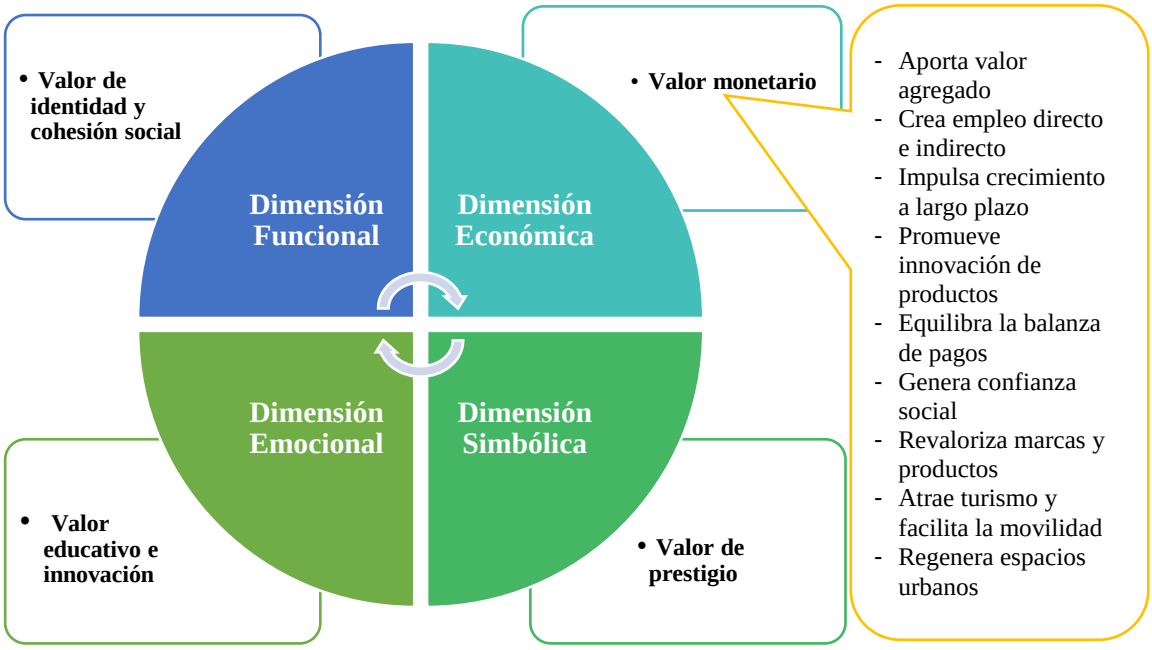
Leyes	Descripción
Ley 13 de 27 de octubre de 1976 por el cual se aprueba el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.	Reconoce los derechos económicos, sociales y culturales multilaterales y establece mecanismos para su protección y garantía. Igualmente, reconoce el derecho de toda persona a participar en la vida cultural y gozar de los beneficios del progreso científico.
Ley 14 de 5 de mayo de 1982 por la cual se dictan medidas sobre custodia, conservación y administración del Patrimonio Histórico de la Nación.	Fortalece las funciones del INAC en materia de arqueología, monumentos históricos nacionales e investigaciones científicas y culturales.
Ley 11 de 6 de diciembre de 1988 por la cual se toman ciertas medidas de protección a los compositores, intérpretes y músicos nacionales.	Elabora una política de estímulos y beneficios nacionales, así como la celebración anual de un festival de música panameña.
Ley 27 de 24 de julio de 1997 para la Protección, Fomento y Desarrollo Artesanal.	Promueve la actividad artesanal mediante el establecimiento de condiciones especiales de protección, fomento, desarrollo y comercialización.
Ley 20 de 26 de junio de 2000 del régimen especial de propiedad intelectual sobre los derechos colectivos de los pueblos indígenas.	Promueve la protección y defensa de la identidad cultural y de sus conocimientos tradicionales.
Ley 16 de 27 de abril de 2012 que establece el régimen especial de la industria cinematográfica y audiovisual.	Fomenta la protección y la conservación de la industria cinematográfica y audiovisual.
Ley 64 de 10 de octubre de 2012 sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos.	Reconoce los derechos de los autores creadores por sus obras literarias, artísticas y científicas.
Ley 80 de 8 de noviembre de 2012 que dicta normas de incentivos para el fomento de la actividad turística en Panamá.	Promueve entre otros subsectores el turismo cultural/étnico como de interés nacional prioritario, los cuales serán incorporados en las estrategias institucionales del gobierno central, las entidades descentralizadas y los municipios.

Lineamientos de Políticas Públicas para las Industrias Creativas y Culturales

En un mundo globalizado y cambiante por los avances tecnológicos, cobra cada vez más relevancia potenciar el crecimiento económico a través de la economía del conocimiento y la información, en la cual la creatividad y la innovación ha sido de vital importancia a la hora de diseñar estrategias de desarrollo sostenibles.

Fue a partir de la década de 1940 que se acuña por primera vez el concepto de "industria cultural", el cual ha promovido un debate público orientado a que los bienes y servicios culturales tienen una naturaleza social y política que las transforma, de acuerdo a cuatro dimensiones: funcional, simbólica, emocional y económica. Ésta última consiste en el valor del bien o servicio como objeto de transacción comercial y que tiene un valor monetario a nivel individual o colectivo.

Dimensiones y componentes de la valuación de los bienes y servicios culturales:



Fuente: OEI (2016). Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamérica.

La dimensión funcional se refiere al aporte psicológico (ocio) o educativo para el individuo derivado del consumo del bien o servicio cultural. La dimensión simbólica consiste en el valor de prestigio del consumo en un contexto social determinado (conciertos, festivales, escenarios de renombre internacional). Mientras que la dimensión emocional hace referencia a la sensibilidad del ser humano por razones particulares, familiares o históricas (OEI, 2016, pág. 128).

Comprender lo que representa las cuatro dimensiones para nuestro país, materializadas a partir de nuestras leyendas, mitos, ritmos, danzas y otras expresiones culturales y creativas; nos permite garantizar una mirada integral sobre aquellos desafíos de política pública que debemos enfrentar a mediano y largo plazo, las cuales podemos describir a continuación:

1. Crear un marco normativo y mejorar la estructura institucional

Promover y actualizar un marco normativo que satisfaga realmente las necesidades de desarrollo de las industrias creativas y culturales, a fin de identificar aquellos subsectores donde hay carencias o reglamentos obsoletos y que tengan impactos directos y sostenibles en los distintos eslabones de la cadena productiva: creación, producción, distribución, comercialización y consumo de los bienes y servicios culturales. Dentro de este marco normativo debe incorporarse elementos como incentivos fiscales y no fiscales, facilidades para la importación de insumos, fortalecer la protección a los derechos de Propiedad Intelectual, entre otros temas. También se debe incentivar el patrocinio, sobre todo, el realizado por la empresa privada, a estos emprendimientos, en el reconocimiento de que la finalidad de invertir en arte y cultura también representa parte de la responsabilidad social empresarial y va más allá del hecho artístico en sí mismo, pues conlleva invertir en el mejoramiento de la calidad de vida de los individuos y en el crecimiento humano de la sociedad.

Se hace necesario mejorar la capacidad interinstitucional e intersectorial (educación, turismo, pymes, tecnología) de todos los actores públicos, mediante un esfuerzo permanente de concertación y articulación con las organizaciones privadas facilitadoras y empresas creativas de nuestro país. Se propone crear un Comité público-privado mediante decreto ejecutivo, que tenga como función coordinar y asesorar a las autoridades e instancias públicas y privadas sobre prioridades estratégicas y articulación de políticas públicas para la promoción del ecosistema cultural y creativo. De esta manera, se logra la formulación, implementación y comunicación efectiva de una política pública de cultura, que opera a través de un Plan Estratégico (orientado al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible) con un enfoque de inclusión social y desarrollo productivo tanto a nivel nacional como subnacional.

> “Así, las políticas culturales han de ir de la mano con las de educación, economía, emprendimiento/pymes, comercio e industria, turismo e innovación, por citar las más significativas, lo cual pone en primer plano la necesidad de su articulación efectiva con todas ellas.” (ENRED, 2016, pág.141)

2. Crear metodologías para generar de información sobre las Industrias Creativas y Culturales

Una política de creatividad deberá fundamentarse en la generación de un sistema de información oportuna y de calidad, incorporando el uso de guías conceptuales y metodológicas sobre los sectores que conforman la industria creativa y cultural.

Es evidente la escaza información y datos sobre las industrias creativas y culturales, limitando la cuantificación real de las industrias creativas y culturales. lo que ha distinguido a las industrias creativas y culturales panameñas es, precisamente, el hecho de operar en la informalidad, ya que muchas veces son empresas unipersonales o formadas en el núcleo familiar que se activan comercialmente para eventos o momentos muy puntuales, y realizan su actividad de manera casera, doméstica, a través de surtir pedidos (los ejemplos pueden ser de muy variada índole, solo para apuntar unos pocos, tenemos: corte y confección, elaboración de tembleques, creación de "recordatorios" de cerámica o de barro; preparación de platos de la gastronomía panameña para eventos especiales, etc.). Es conocido, también, que muchas empresas creativas y culturales existentes en Panamá operan bajo la forma de organizaciones no gubernamentales y/o fundaciones sin fines de lucro, aunque requieren de inversiones, donantes y comercialización de sus productos para generar entradas económicas que permitan su existencia como tales, pero que también ofrezcan un trabajo remunerado a los creadores.

La Universidad de Panamá sugiere que se avance sobre un estimado, lo más preciso posible, de estas empresas informales, para medir su impacto real en nuestra economía, así como el tamaño real que tienen dentro del mercado; teniendo en cuenta que este tipo de actividades, por una parte, son generadoras de empleo y sus ganancias permean, de alguna manera, la economía nacional; pero, por la otra no conllevan el pago de impuestos ni otro tipo de prestaciones sociales (Seguro Social, Seguro Educativo, Impuesto Sobre la Renta).

Se recomienda que el fin de generar información (datos), sea, igualmente, perseguir un objetivo pragmático: crear políticas reales que hagan crecer significativamente una industria que genere interés constante en el público —es decir: genere mercado— y, por lo tanto, este tipo de industrias se establezcan como un medio de vida confiable, que prevalezca en el tiempo, para sus ejecutantes. En pocas palabras, la información obtenida o recabada debe servir para que la inversión hecha en determinado producto artístico y cultural pueda ser recuperada con una ganancia justa y proporcional para todos los actores inmersos en esa experiencia y que la misma sea repetible de manera indefinida en el tiempo (Universidad de Panamá, 2019).

La creación de una Cuenta Satélite de las ICCs es fundamental para generar datos que nos permitirán identificar indicadores culturales, para luego desarrollar un mapeo que refleje la situación de esta Industria y finalmente diseñar políticas públicas de acuerdo a los indicadores que nos proporcione la información estadística generada. Lo anterior puede desarrollarse a través de alianzas estratégicas público-privadas con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el INEC, las academias, las organizaciones particulares y los emprendedores culturales del país.

3. Potenciar el talento humano y los procesos de formación

Esta área hace referencia a los mecanismos y estrategias de estudios interdisciplinarios, destinados a estimular las habilidades y competencias necesarias en el ámbito de emprendimientos creativos, tecnológicos, artísticos o de gestión pública o privada para el desarrollo de los diversos subsectores. El Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH) y el Instituto Técnico Superior Especializado (ITSE) juegan un papel fundamental en esta área. La formación profesional del recurso humano en alta costura, actividades artesanales, es primordial para continuar potenciando la Industria, de igual forma el ITSE en sus escuelas de tecnología y turismo, podrían especializar mano de obra para desarrollar aún más el turismo cultural, desarrollar aplicaciones digitales, softwares, soportes multimedia, innovaciones tecnológicas, entre otras actividades relacionadas.

La Universidad de Panamá posee carreras, diplomados y cursos debidamente acreditados a nivel académico para fomentar el profesionalismo de artistas y artesanos, entre otros. La Universidad de Panamá puede convertirse en un aliado estratégico en los procesos de formación, los cuales ha desarrollado a lo largo de muchísimos años gracias a la oferta académica que tienen en diferentes Facultades, y, por lo tanto es un valor agregado a la credibilidad y profesionalización del emprendedor en alguna de las ramas de la industria naranja.

Las alianzas estratégicas interinstitucionales e intersectoriales público-privadas entre el Ministerio de Educación, el Instituto Nacional de Cultura, INADEH, ITSE, la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, las academias y las empresas particulares, son de vital importancia para promover mejores oportunidades de formación profesional y especializada.

4. Impulsar la integración local, nacional, regional y mundial

La articulación entre distintas escalas de gobierno con la colaboración de organismos internacionales (UNESCO, OMPI, CECC/SICA, entre otros) y en diferentes ámbitos sectoriales (social, económico, tecnológico e institucional) permitirían generar plataformas o eventos de encuentros (Redes de Integración, festivales anuales) para el intercambio interdisciplinario de nuevas ideas, clústeres culturales e iniciativas innovadoras público-privada. Estos mecanismos fortalecerían los ecosistemas de cada subsector de las ICCs (por ejemplo: cine, música, danza, videojuegos, etc.).

La Universidad de Panamá pertenece al Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA) que contribuye a potenciar la integración regional. Cabe resaltar también, el Convenio Marco de Cooperación Cultural entre la Universidad de Panamá y el Instituto Nacional de Cultura, que se debe propiciar y promover para facilitar la creación de una comisión multisectorial, a nivel nacional, que sirva como observatorio del desarrollo de este rublo de la economía.

Se propone que se desarrollen seminarios de técnicas de innovación y el uso democrático de la tecnología entre mipymes nacionales. La región SICA, ha institucionalizado las jornadas de Innovation Talks entre las mypimes de la región centroamericana (ATP, 2019).

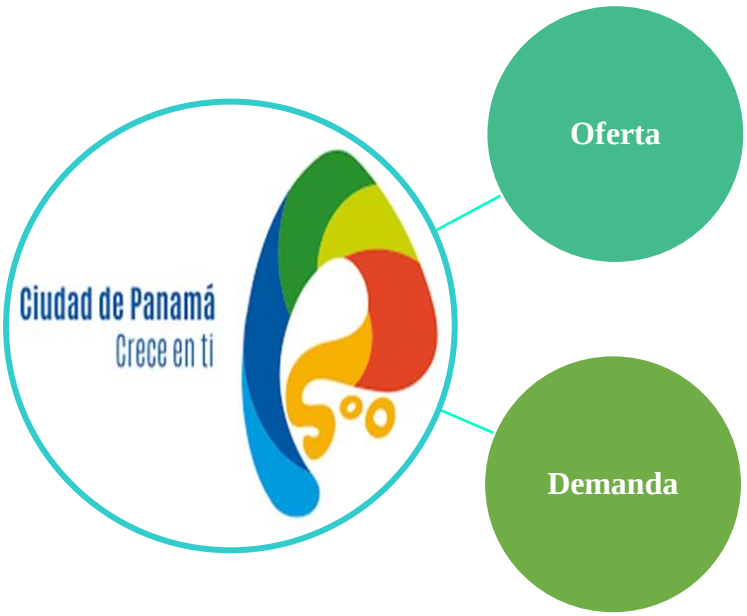
Se propone también que mediante la descentralización y democratización de la cultura se genere mayor calidad de vida e inclusión social a nivel provincial que permita desarrollar todo el potencial de los artistas que viven fuera de la Ciudad de Panamá.

5. Estimular la oferta y demanda cultural

Uno de los primeros esfuerzos de una política pública debe orientarse al conocimiento y la satisfacción de las actividades creativas y culturales desde los primeros años de la niñez; ya que estimula el desarrollo cerebral del infante hacia el disfrute de las diferentes expresiones artísticas del ecosistema cultural y creativo. Se propone la creación y utilización de espacios públicos para promover el arte, la creatividad y la cultura, lo cual podrá ser desarrollado mediante una estrategia diseñada por el público-privado propuesto en este documento.

Para fomentar una demanda artístico-cultural, la Universidad de Panamá sugiere que se incorpore una estrecha alianza con el sistema educativo, ya que las escuelas, tanto primarias como secundarias, son el caldo de cultivo propicio para crear un público sensibilizado para la industria naranja. Esto debe darse de manera permanente, ya que el efecto positivo que se genera de manera instantánea, generalmente, se diluye por lo esporádico con que se realizan estas actividades en la actualidad. Por otra parte, se debe involucrar al sector del turismo, ya que puede promover este tipo de ofertas en sus mercados que generen un público consumidor y un lucro razonable.

Según la Guía para el Desarrollo de las Industrias Creativas y Culturales publicada en el año 2010 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) establece dos vías posibles:



- Promover la imagen de producción nacional
- Ampliar presencia en los canales de distribución
- Aprovechar la tecnología digital

- Establecer alianzas con el sistema educativo para formar gustos y hábitos de consumo desde la niñez
- Implementar beneficios fiscales para permitir el acceso a bienes y servicios culturales
- Posicionar y mercadear las industrias creativas y culturales desde la gestión pública

6. Fomentar la innovación y creatividad

La creación de valor de productos y servicios innovadores en las industrias y creativas culturales está relacionada estrechamente al contexto social y político, ya que la inversión en I+D y la transferencia de conocimientos son capaces de generar soluciones antes no imaginadas para el ser humano, abrir espacios multidisciplinarios para la reflexión de las necesidades del ciudadano e impulsar nuevas expresiones culturales (sector multimedia).

Tanto el fomento de la inversión en infraestructura física como la tecnología digital inciden en el desarrollo de las industrias creativas y culturales en el país, a través de espacios de desarrollo creativo y el uso de sistemas de información y comunicaciones que generen calidad de vida y entornos favorables entre los diversos actores culturales y su vínculo con el desarrollo territorial.

En este sentido, la gestión pública debe promover la innovación no solo para garantizar la rentabilidad económica del sector privado, sino también abrir espacios que sean propicios y amigables que promuevan el talento la tolerancia y la tecnología en beneficio de las necesidades de las personas y de los territorios (por ejemplo: ciudades creativas y culturales, zonas tecnológicas).

Se sugiere también el uso responsable e intensivo de las redes sociales, estimular el surgimiento de “influencers”, la creación de blogs y páginas dinámicas e interactivas que atraigan al público. Todos estos factores pueden ser mecanismos a considerar en la creación de espacios de discusión y promoción de las actividades de las industrias creativas y culturales. Se necesita tomar en cuenta la posibilidad de utilizar el poder de los medios digitales a nuestro alcance para proyectar, por ejemplo, videos en tiempo real que puedan ser vistos alrededor del mundo, a través de distintas plataformas, y generar otro tipo de público, el “virtual”, si se quiere, que multiplique los efectos de la creación artístico-cultural y la industria naranja local, abriendo nuevos mercados. Eso potencia el alcance de la experiencia artística, pero también el de los posibles patrocinadores o “sponsors”, que podrían percibir una nueva forma de retorno de su inversión. Por otro lado, para otras expresiones artísticas, sobre todo la literatura, se puede fomentar facilitando el acceso a los libros electrónicos o digitales, mejor conocidos como e-books. (Universidad de Panamá, 2019).

Finalmente, siguiendo los lineamientos de la Política de Emprendimiento “Panamá Crece”, se propone mejorar los incentivos al emprendimiento cultural y a los start-ups, generando incentivos a la formalización de los nuevos emprendimientos.

Consideraciones Finales

El impacto de las ICCs en Panamá debe ser concebido con un enfoque integral de ‘cultura, desarrollo y derechos humanos’; ya que es un medio que fomenta la identidad histórica y la convivencia armónica entre los ciudadanos, contribuye a la cohesión social en nuestros territorios y genera nuevas formas innovadoras de crecimiento inclusivo, cuidando el medio ambiente. De esta manera, estas nuevas formas de expresiones culturales nos facilitarán el cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas detalladas en la Agenda 2030, cuyo objetivo es poner fin a la pobreza, la desigualdad y la injusticia social.

El rol del Estado al momento de diseñar los lineamientos a mediano y largo plazo de políticas para la creatividad, no debería limitarse solamente a la conceptualización o clasificación de las ICCs, ni adaptar expresiones culturales de otros contextos. Debemos plantearnos una estrategia nacional propia, que focalice los bienes y servicios culturales y creativos de nuestra realidad panameña; a través de mecanismos de diálogo y articulación con nuestros artistas, pueblos originarios, creadores, emprendedores, distribuidores, asociaciones, ONGs, centros de investigación y principalmente, con las instituciones públicas y organismos internacionales.

La diversidad cultural panameña otorga un valor agregado a uno de nuestros principales motores de desarrollo, como lo es el sector turístico; a través de nuestras cinematografías, artesanías, patrimonios, festividades folklóricas y videos musicales, entre muchos otros. Lo anterior, hace que los bienes muebles e inmuebles, las costumbres, el arte culinario y la vida cotidiana de los panameños, se articulen de manera dinámica al desarrollo socioeconómico de comunidades rurales y urbanas, con la entrada de ingresos para pequeñas, medianas y grandes empresas y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas nacionales y extranjeras.

La formación de nuestras futuras generaciones hacia un modelo educativo más colaborativo y creativo sería el inicio para impulsar el desarrollo de las ICCs en Panamá; a fin de que nuestra juventud desarrolle un pensamiento multidisciplinario en un ambiente interactivo en donde compartan con otros sus ideas creativas y que puedan ser valoradas. De esta manera, nos permitirá como panameños, no solamente encontrar las soluciones a los problemas complejos, sino también potenciar nuestros recursos económicos, sociales, tecnológicos y culturales tanto a nivel nacional como subnacional.

Bibliografía

Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) (2019). Opinión técnica de la Autoridad de Turismo de Panamá, sobre documento Las Industrias Creativas y Culturales en Panamá. Dirección de Inversiones Turísticas en coordinación con la Dirección de Planificación.

Balaguer, J., et al. (2018). *Las Industrias Culturales y Creativas en Iberoamérica Evolución y Perspectivas.* Orihuela (Alicante): Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad Miguel Hernández de Elche – Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas.

Benavente, J. y Grazzi, M. (2017). *Políticas Públicas para la Creatividad y la Innovación. Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Biblioteca Nacional (2019). Disponible en: https://www.binal.ac.pa

Buitrago, F., y Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita.* Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Central Intelligence Agency (CIA) (2010). *The World Factbook*. Estados Unidos: CIA. Disponible en: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2177.html

De Jesús, D., Luzardo, A., Pérez, M. (2017). *Economía Naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe.* Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo e Institute for the Future.

Diamond, A. y Astudillo, J. (2017). *Industrias creativas culturales en Panamá: diagnóstico del sector y relevancia económica*. Washington D.C.: INDESA y Banco Interamericano de Desarrollo.

ENRED (2016). *Estudio emprendimiento cultural en Panamá: Principales hallazgos.* Panamá: Fundación Ciudad del Saber.

Ernst & Young (EY) (2015). *Cultural times The first global map of cultural and creative industries*. Reino Unido: Ernst & Young Global Limited.

Finlev, T., et al. (2017). *El futuro de la economía naranja. Fórmulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe.* Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Gasca, L. y Luzardo, A. (2018). *Emprender un futuro naranja. Quince preguntas para conocer a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe.* Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas.* Londres: Penguin UK.

Instituti Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH) (2019). Cometarios sobre las Industrias Creativas y Culturales en Panamá. Dirección General.

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) (2016). *Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamérica*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Oxford Economics (2014). *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas.* Informe elaborado por Oxford Economics para el British Council, el BID y la Organización de los Estados Americanos. Oxford: Oxford Economics Ltd. Disponible en: https://publications.iadb.org/handle/11319/7747.

Quartesan, A., Romis, M., Lanzafame, F. (2007). *Cultural Industries in Latin America and the Caribbean: Challenges and Opportunities.* Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo.

Rodriguez, L. (2018). *Economía creativa en América Latina y el Caribe. Mediciones y desafíos.* Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

UNESCO (2000). *Cultura, Comercio y Globalización.* Paris: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura (UNESCO).

UNESCO (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.* Paris: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Universidad de Panamá (2019). Comentarios, experiencias y conocimientos de la Universidad de Panamá sobre el Informe sobre las industrias creativas y culturales en Panamá. Preparado por el Lcdo. Pablo Menacho. Revisado y aprobado por la Prof.

Yira Edith Pérez Naranjo. Directora General de Planificación y Evaluación Universitaria.

WIPO / OMPI (2009). *The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Panama.* Ciudad de Panamá: World Intellectual Property Organization.

WIPO / OPMPI (2014). *WIPO Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries*. Geneva: World Intellectual Property Organization.

Anexos

Tabla A1. Exportaciones de bienes y servicios de la industria creativa y cultural, año 2016 (en balboas)

Descripción	Monto
Bienes	**17,295,008**
Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos o mecanografiados y planos	1557872
Libros, folletos e impresos similares, en hojas sueltas, incluso plegadas, excepto los pornográficos.	16,700
Carteles y "afiches" publicitarios, excepto para películas cinematográficas o video-películas y los de carácter turísticos	6,388
Impresos publicitarios turísticos con propaganda de firma local, de distribución gratuita.	483,449
Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios.	1,144
Los demás impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares.	476,861
Materiales textiles y sus manufacturas	4,881,586
Sombreros, demás tocados y sus partes	1,051
Los demás artículos confeccionados, incluidos los patrones para prendas de vestir	3,011
Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.	9,648,836
Los demás libros, folletos e impresos similares, excepto pornográficos.	218,110
Servicios	**157,100,000**
Servicios de informática y de información	30,800,000
Investigación y desarrollo	16,600,000
Ingresos de las agencias de noticias, alquiler de películas y afines	12,000,000
Servicios personales, culturales y recreativos	68,100,000
Comisiones recibidas por agentes de publicidad	2,000,000
Publicidad, investigación de mercado y encuestas de opinión	23,900,000
Regalías y derechos de licencia	3,700,000.0
Total de bienes y servicios exportados	**174,395,008**

Tabla A2. Número de empresas, personal ocupado y empleado promedio, año 2016

Provincia y actividad económica	Empresas	Personal ocupado en agosto		Personal empleado promedio
		Hombres	Mujeres	
Sector Editorial				
Edición de periódicos, diarios y revistas	7	56	91	128
Sector Audiovisual				
Actividades de producción de películas, video y programas de televisión y actividades posteriores a la producción	6	60	46	111
Actividades de distribución de películas, video y programas de televisión	3	9	17	26
Actividades de proyección de películas; actividades de grabación y publicación de grabaciones sonoras	4	170	218	361
Difusión de televisión	7	633	447	1103
Programación y actividades de producción y difusión de televisión	4	29	19	49
Actividades de fotografía	3	8	4	12
Sector Fonográfico				
Difusión de radio	40	258	148	404
Sector de Artes Visuales y Escénicas				
Acabado de productos textiles (Serigrafía)	17	262	425	698
Fabricación de joyas y artículos conexos; de juegos y juguetes (excepto bicicletas y triciclos de metal)	3	26	31	58
Actividades especializadas de diseño	17	79	40	133
Actividades de arte, entretenimiento y creatividad	8	82	26	110

Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	26	239	750	989
Sector turismo cultural				
Educación cultural	6	3	15	20
Actividades de museos y preservación de lugares históricos	3	42	38	81
Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico	72	853	522	1353
Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias naturales y la ingeniería	7	311	131	415
Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques naturales	4	22	30	50
Sector deportes				
Actividades de juego de azar y apuestas	14	1168	1405	2588
Actividades de parques de atracciones y parques temáticos y otras actividades deportivas	3	33	42	76
Otras actividades de diversión y esparcimiento, n.c.p.	15	566	228	794
Administración de instalaciones deportivas	14	382	202	568
Sector multimedia				
Actividades de programación informática	49	437	262	697
Actividades de consultoría informática y administración de medios informáticos y otras actividades de tecnología de información y servicios de computadoras, n.c.p.	19	484	342	853
Publicidad	96	857	995	1794
Total	**447**	**7069**	**6474**	**13471**

Fuente: Encuestas Entre Empresas No Financiera del Instituto Nacional de Estadistica y Censo, Contraloría General de la República

Tabla A3. Registro de obras, años 2016-2018

Obras	2018**	2017*	2016	TOTAL
Literarias	442	614	336	1,392
Musicales	141	151	101	393
Artísticas	98	135	102	335
Audiovisuales	43	21	14	78
Fonogramas	1	4	2	7
Software	42	49	48	139
Contratos	3	6	4	13
Sitio Web	10	11	8	29
Multimedia	0	2	0	2
Radiofónica	1	6	4	11
Total	**781**	**999**	**619**	**2,399**

Fuente: Direccion General de Derecho de Autor, Ministerio de Comercio e Industrias.

Tabla A4. Producciones Cinematográficas en locaciones panameñas, años 2013-2018

Año	Número	Inversión (en balboas)	Empleos	
			Nacionales	Extranjeros
2013	31	23,177,000	847	380
2014	33	3,378,412	196	167
2015	63	4,695,428	4,731	712
2016	65	7,240,584	179	252
2017	50	3,355,650	38	127
2018	40	4,391,385	300	447

FUENTE: Dirección General de Cine, Ministerio de Comercio e Industrias.

Tabla A5. Distribución de las remuneraciones recaudadas para los productores y artistas, años 2013-2018

(En Balboas)

Año	Total de Recau-daciones	Distribución		
		Total	Producto-res	Artis-tas
2013	669,122	481,768	273,730	208,038
2014	751,566	541,127	308,451	232,676
2015	1,046,159	755,582	439,332	316,250
2016	1,019,423	733,985	438,618	295,367
2017	940,000	676,800	-	-
2018	1,165,000	838,800	-	-

NOTA: La distribución total representa aproximadamente el 72% de las recaudaciones según el Decreto Ejecutivo 261 de 3 de octubre de 1995, que reglamentó la Ley 156 sobre Derechos de Autor.

FUENTE: Estados Financieros, PRODUCE.

MEF
MINISTERIO DE
ECONOMÍA Y FINANZAS
República de Panamá

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE
PANAMÁ

Síguenos en: mefpanama @mefpanama YouTube www.mef.gob.pa