

Policy Paper

Áreas de Desarrollo Naranja en Santiago de Cali, Apuesta por la Economía Creativa y Cultural.

Presentado por:

Jose Fernando Garcés- A00292728

Tutor:

Enrique Rodriguez Caporalli

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

Sociología

Universidad ICESI

2021-2

Tabla de Contenido

1. Introducción
2. Presentación
3. Problema que atiende las Áreas de Desarrollo Naranja
4. ADN en el Plan de Desarrollo Nacional
5. Los ADN en el Plan de Desarrollo en Cali.
 - A. Figura 1. Ecosistema de innovación digital y empleo de las ADN.
6. Las cifras de la economía creativa más relevantes para Cali.
 1. Figura 2. Salario Promedio mensual de las industrias culturales y creativas- Cali vs ciudades del mapeo exprés.
7. Las Variables para las ADN.
 1. Figura 3. Recursos destinados en el Plan de Desarrollo Municipal de Santiago de Cali 2020-2023.
8. Áreas de Desarrollo Naranja en Santiago de Cali.
9. Funcionamiento y estrategias para las ADN.
 1. Figura 4 Modelo de negocio Áreas de Desarrollo Naranja de Santiago de Cali (ADN- Río de las artes).
 2. Figura 5. Incentivos tributarios para las ADN en Santiago de Cali.
10. Alternativas a las problemáticas de las ADN.
 1. Figura 6 : Localización de estación Piloto y el ADN Antigua Licorera.
 2. Figura 7. Pérdidas generadas por aplazamiento y/o cancelación de los eventos o actividades que tenía programadas.
11. Bibliografía

1. Introducción

La Secretaría de Desarrollo Económico, en compañía de la Alcaldía de Santiago de Cali, han puesto en marcha la propuesta de Cali como ciudad creativa y del conocimiento, para así ser reconocida por la UNESCO como tal. Una de las áreas a desarrollar ha sido la llamada “Economía Creativa”, que tiene como función la consolidación de espacios de desarrollo económico que promuevan la cultura y el consumo de bienes y servicios por temáticas específicas a lo largo y ancho de la ciudad, dichas áreas específicas llevan el nombre de ADN o Áreas de Desarrollo Naranja, para el uso práctico de este Policy Paper, tendrá en cuenta el funcionamiento de tres ADN, compuestas de la siguiente forma: ADN danza “Antigua licorera”, ADN Río de las artes “Centro” y el ADN Salsa “Calle 5ta”.

A partir de lo que propone la Alcaldía de Santiago Cali para los próximos 2 años, se planteó como trabajo investigativo la revisión de los documentos disponibles dentro de la Secretaría de Desarrollo Económico, tales como los documentos contractuales, medidas de impacto, distribución de recursos, entre otros. En base a dichos documentos y con la búsqueda pertinente de más información, como el Plan de Desarrollo Municipal y el Plan de Ordenamiento Territorial de Santiago de Cali, que facilita entender el funcionamiento y distribución de recursos, patrimonio y terrenos que el municipio administra durante cada periodo, de esta forma se puede tomar decisiones con la distribución y la proyección de cada Plan de Desarrollo Municipal y la utilidad que se puede generar en el uso de un bien. En esta misma línea, se consultaron páginas como la del Ministerio de Cultura, en el cual se articula el Gobierno Nacional, las entidades locales y la población civil mediante la construcción del concepto Economía Naranja, que vinculó como medida económica el actual presidente Ivan Duque, configurando su funcionamiento e implementación mediante el desarrollo de las Áreas de Desarrollo Naranja en los distintos territorios del país.

Finalmente, se exponen los errores o problemas que se visualizaron dentro de las Áreas de Desarrollo Naranja, tratando de ser lo más conciso y conceptualmente exacto, para hacer una reflexión válida y que aporte valor a estas ADN, correcciones tales como: La evaluación de autosostenibilidad de las Áreas de Desarrollo Naranja mediante la revisión de perspectiva de cada uno de las ADN, y las respectivas necesidades del sector al que

está vinculado. Así mismo la disponibilidad de rutas de transporte para el acceso a las ADN, para las cuales se sugiere la intervención de la Secretaría de Transporte, para disponer de nuevas rutas del MIO para las ADN Antigua licorera y ADN Salsa. Para finalizar, la importancia de la adaptabilidad de los espacios disponibles para las ADN, no sólo para ser utilizado para lo que fue inicialmente pensado, sino darle un uso y si se quiere un valor simbólico diferente, que permita generar estrategias para darle este uso diferente, en ese sentido , se piensa en estrategias para darle mayor visibilidad y uso para eventos propias del municipio.

2. Presentación

Las Áreas de Desarrollo Naranja son espacios geográficos delimitados, que hacen parte del sector cultural y creativo, que buscan incentivar y localizar las cadenas de valor que se producen dentro de la industria cultural y creativa. En este sentido este Policy Paper busca entender y apropiarse del qué y el cómo del funcionamiento de las ADN, mediante la identificación de las variables que permitan definir su localización y accionar, la búsqueda de incentivos que sean atractivos para cada sector, y los debates que han sido necesarios para la construcción de estos. Durante el Policy Paper se expone un debate, en el cual se disponen ideas encontradas de los pros y contras sobre el funcionamiento y el aporte real de estos ADN, el cual se concluye que son necesarios, sin embargo hay algunos aspectos a mejorar como se irá exponiendo a lo largo del Policy Paper.

Desde mi experiencia como estudiante, tuve la oportunidad de estar en la Secretaría de Desarrollo Económico, y poder hacer mis prácticas académicas como estudiante del programa de Sociología de la universidad ICESI, así observar más detenidamente el paso a paso, las expectativas, sus delimitaciones y todos los debates que pueden surgir alrededor de los ADN. Mi interés hacia los ADN nace de entender el funcionamiento del sector cultural y creativo, cómo se compone, preguntarse por sus actores y en mayor precisión cómo se van configurando sus necesidades dentro del marco de la economía local, aquí he podido aprender sobre el funcionamiento de las cadenas de valor y de los clústeres satélites. Como científico social estoy inmerso en un mundo crítico , de continua reflexión, en el cual debo participar constantemente de debates para argumentar sobre

cada una de las posturas de los grupos poblacionales con los que podría interactuar o encontrarme, en este sentido el sentido crítico sobre la inestabilidad económica y social de los diferentes sectores económicos, me llevaron a plantearme qué sucedería con el funcionamiento de los sectores menos favorecidos a razón de la pandemia del COVID-19, que restringen la aglomeración, disminuyendo el aforo de los espacios de encuentros sociales y culturales, perjudicando directamente el desarrollo, la “continuidad” y dinamismo con el que venía previamente a la pandemia mundial.

3. El Problema que atiende las Áreas de Desarrollo Naranja

A lo largo de la ideación de las Áreas de Desarrollo Económico, se trató de llegar a un punto medio que explique su utilidad e importancia dentro de las redes culturales, sociales y políticas del sector cultural y creativos, plasmándolo finalmente en el ABC de Economía Naranja como “ Espacios geográficos delimitados y reconocidos a través de instrumentos de ordenamiento territoriales o decisiones administrativas de la entidad territorial, en particular en los Planes de Ordenamiento Territorial conforme con lo previsto en la ley 388 de 1997; configurados mediante decisiones administrativas adoptados por la alcaldía municipal o distrital” (Economía Naranja,2021), que no es más que la capacidad local de delimitar espacios para el desarrollo de áreas del sector cultural y creativo, que estén alineados con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, tanto locales como nacionales.

Los espacios delimitados para cada ADN, obedecen al sector que quiere beneficiar cada uno de los ADN, por ejemplo, el ADN salsa, busca la activación y fomentó de los diferentes eslabones de la cadena de valor, los cuales van desde la conformación de una orquesta, pasando por escuelas de salsa y finalizando en la venta y distribución de instrumentos propios de las orquestas salseras. Para esto la Alcaldía de Cali, estipuló una “ruta de la salsa”, que va desde El Mulato cabaret hasta el Comfenalco de la calle Quinta, así se determinan el lineamiento de este tipo de proyectos.

Sin embargo, en ocasiones estas zonas no tienen la infraestructura de transporte o de logística bien definida, pues en ocasiones solo pasa un tipo de transporte o una ruta de

bus específica, lo que dificulta el acceso de toda la población, en especial la que se transporta por canales como el MIO o líneas de busetas como Papagayo, Recreativa, entre otras. Según estadísticas de Metro Cali el MIO o Masivo Integrado de Occidente, se transportan 482 mil pasajeros al día, lo que corresponde a un aproximado del 24% de la población total que vive en el municipio, siendo excluido de espacios como la antigua licorera, San Antonio, entre otros ADN.

De esta forma, se van a generar clústeres que buscan agrupar los diferentes ADN, al igual que marca una diferenciación tanto conceptual como geográfica dentro de la ciudad, que busca delimitar los clústeres económicos a los que pertenece cada uno de los sectores de la industria cultural y creativa. La delimitación no es necesariamente lineal, es decir se busca lo que dentro de la Secretaría de Desarrollo Económico nombraron como Clústeres Satelitales, es decir, un ADN va entre un punto x hasta otro y, sin embargo, puede estar conectado con un punto z, en el que haya una alta actividad o actores que estén relacionados con la temática del respectivo ADN. Un ejemplo claro de esto es el ADN Salsa, que tiene una ruta inicial en El Mulato Cabaret, pasando por La Calle 7, subiendo hasta El Parque la Alameda, posteriormente subiendo hasta La Calle Quinta, hasta el Edificio Fenalco, para posteriormente conectarse con el barrio Obrero con El Museo de la Salsa y las discotecas alrededor del parque de la estatua de Piper Pimienta, que simboliza la importancia de la salsa, para este emblemático barrio, mismo de donde Edulfamid Molina Díaz salió y se consagró como estrella mundial de salsa, intérprete de temas como “buscándote” junto a los Latin Brothers (1977) o “las caleñas son como las flores” del mismo año.

4. Los ADN en el Plan de Desarrollo Nacional

En el PDN, o Plan de Desarrollo Nacional 2018-2023, se piensa las Áreas de Desarrollo Naranja, como *“En aras de llevar el PND a las regiones se impulsará la definición e implementación de agendas creativas para municipios, ciudades y regiones, delimitando y reconociendo espacios geográficos definidos en los que se incentiven y fortalezcan actividades culturales y creativas en todo el territorio nacional mediante la creación de ADN. En las cuales, confluyen en espacios para los negocios creativos (clústeres,*

coworkings, etc.) la inversión privada nacional e internacional.” (Plan Nacional de Desarrollo, 2019). De esta forma para las diferentes regiones que se quieren someter a este tipo de iniciativas, como en la actualidad lo son Cali para el Valle del Cauca, Ibagué por Tolima o pasto por Nariño, hablando del suroccidente colombiano, constituyen importantes incentivos culturales y creativos que hagan las veces de hilo para fomentar este tipo de iniciativas, pues en el caso de Cali, en el que aglomera diferentes etnias y culturas en un género particular de música, como mecanismo unificador y de dispersión para su población local, es el incentivo perfecto para esto , por otro lado Ibagué, que es conocida nacionalmente como “la ciudad de la música”, se une a las ciudades creativas y culturales, mediante su expediente histórico de grandes músicos del país e importantes composiciones, con múltiples puntos para el desarrollo y fomento de habilidades musicales para todos a lo largo y ancho de la ciudad. Para finalizar Pasto que entra como una de las ciudades con mayor valor cultural y expresión artístico-cultural, como es el festival de blancos y negros, que es el segundo festival más grande del país solo después del carnaval de barranquilla, así se vincula como ciudad creativa y cultural frente a los planteamientos del PDN.

5. Los ADN en el Plan de Desarrollo en Cali

A nivel municipal la Alcaldía de Santiago de Cali, por medio de su Plan de Desarrollo Municipal o PDM, articulan los distritos naranjas o creativos, como estrategia de renovación urbanística, reactivación económica, mediante la interacción entre diferentes cadenas de valor dentro de las diferentes experticias del sector cultural y creativo, desde el plan de acción de Cali Inteligente la Alcaldía de Cali , articula la política de las Áreas de Desarrollo Naranja, con el PDM, pues uno de los pilares del PDM es la búsqueda de una ciudad inteligente, en la cual se construyen o adecuen edificios inteligentes, se fortalezcan a empresas dentro de las TIC y el funcionamiento de tecnologías que dinamicen y faciliten la vida de los trabajadores, y los ADN dentro de su definición está la conformación de redes de coworking y networking, fomentando el uso de las TIC entre emprendimientos, que así mismo deben ser capacitados como personas naturales o emprendimientos /empresas e incrementando las personas con conocimientos de este tipo dentro del sector. Por otro lado, los distritos creativos en Santiago de Cali, que son

el mecanismo o el nombre técnico para la conformación de las Áreas de Desarrollo Naranja, tienen dos grandes vertientes.

En primer lugar, se encuentra el uso del suelo , que busca resignificar espacios y zonas de la ciudad que no tienen un uso específico, como lo es la antigua licorera del valle, o los edificios ubicados en el centro histórico de la ciudad, que más allá que estar presentes en la historia caleña, no tienen un uso específico que beneficie al municipio, de esta forma darle valor a los predios e incentivar la comercialización de bienes y servicios alrededor de la temática escogida en dicho espacio.

En segundo lugar, la incorporación de tecnologías que faciliten el desarrollo de material de diferentes índoles, que faciliten e inciten a la innovación de procesos y conocimientos, todo esto por medio de las TIC o tecnologías de la información y la comunicación, mediante la conexión de creativos , tales como guionistas, publicistas, comunicadores, creadores de contenidos entre otros y de softwares que faciliten la creación de contenido y el coworking entre estos actores del sector cultural y creativo, tal como se observa en la siguiente gráfica extraída del plan de desarrollo municipal de Santiago de Cali 2020-2023 (2021).



Figura 1. Ecosistema de innovación digital y empleo de las ADN.

6. Las cifras de la Economía Creativa más relevantes para Cali

Para entender y beneficiar al ecosistema cultural y creativo, es necesario realizar un respectivo mapeo y sondeo que facilite la ubicación e identificación de estas empresas y emprendimientos propios del sector y del ecosistema, según el mapeo realizado por la secretaría durante el 2020, el tejido empresarial está compuesto por veinticuatro mil empresas y emprendimientos de Economía Creativa, que a su vez generaron para el mismo año nueve billones de pesos. El mismo mapeo identificó a diez mil seiscientos once agentes del sector, para los cuales más del 60% pertenecen a artes escénicas. Pensando en la pregunta, **¿Qué tan importante es la industria de la salsa para Cali?**, la Secretaría respondió en un informe generado dentro de la Subsecretaría de Cadena de Valor de la siguiente forma:

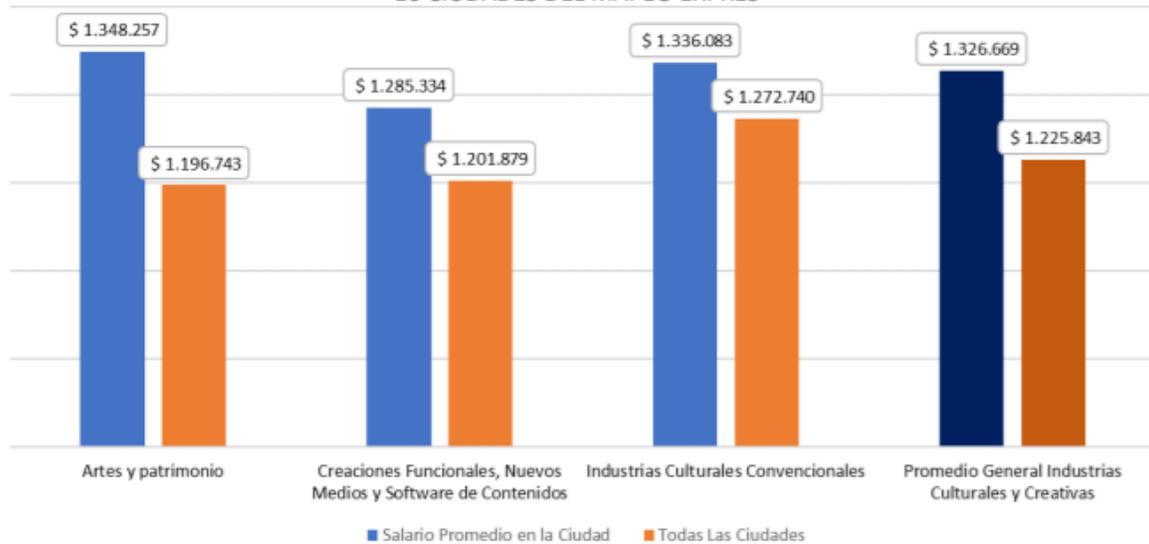
Es nuestro pasado, y nuestro futuro. Principalmente la industria de la Salsa para Cali aporta en tres grandes dimensiones:

- 1. En lo cultural, le aporta a la población caleña un símbolo de construcción de su identidad, de tradición y es un referente patrimonial para preservar. Este año se ha postulado ante el Consejo Nacional de Patrimonio Cultural a la salsa como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación desde Sec Cultura Cali*
- 2. En lo social, porque es un elemento de integración, cohesión y convivencia social. Desde la labor de las escuelas de salsa en el territorio hasta el bienestar y el disfrute que impacta nuestra salud mental individual y colectiva*
- 3. En lo económico con la generación de empleos e ingresos para los artistas y estimula encadenamientos en distintos sectores cuando se realizan eventos de talla mundial.*

De esta manera la industria salsera y cultural- creativa es una actividad económica, social y cultural de alta significancia para la población local, demostrada en la cantidad de grupos salseros, en academias de danza, y consumidores de salsa que generación tras generación transmiten ese gusto por la salsa y toda esta industria creativa. A continuación, se encuentra un gráfico del mapeo de Cali que se realizó para el reporte regional de Economía Naranja (2021), en el cual se evidencia que Cali tiene unos salarios promedio en todos los espectros que conforman la Economía Naranja, esto permite

deducir que Cali es una ciudad con un patrimonio cultural amplio y de alto consumo, pues de esta forma se puede financiar o costear estos salarios para los productores y demás fichas dentro de la cadena de valor.

FIGURA 21B. SALARIO PROMEDIO MENSUAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS – CALI VS LAS 10 CIUDADES DEL MAPEO EXPRES



Fuente: PILA 2017. Elaboración Propia.

Figura 2. Salario Promedio mensual de las industrias culturales y creativas- Cali vs ciudades del mapeo exprés.

El funcionamiento de la industria cultural y creativa en el país, tiene tres grandes componentes. El primero es artes y patrimonio, en el cual se tienen piezas artísticas icónicas del municipio y patrimonio que son a grandes rasgos todos los edificios y estructuras igualmente significativas en la ciudad, ejemplo de ello puede ser el museo La Tertulia, el edificio de Coltabaco, la iglesia La Ermita, entre otras. En segundo lugar, las creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenido, en los cuales califican proyectos de desarrollo de softwares, automatización de piezas creativas, piezas media y demás creaciones digitales y de movilidad. Para finalizar están las industrias culturales tradicionales, que pertenecen a la “vieja guardia de la industria”, en donde clasifican

todos los proyectos desarrollados, pensados y de impacto tradicional, como escuelas de danza, creación de estatuas o todo tipo de esculturas, diseño textil e industrial, etc. Así, las industrias culturales y creativas, representan en promedio para Santiago de Cali 1.326.669, ubicado a 8 puntos porcentuales del promedio nacional sobre el cual se hizo la cuenta, dentro de las tres industrias mencionadas anteriormente, las que más resaltan son en primer lugar Arte y Patrimonio, que está tiene un salario promedio de \$1´348.257 de pesos, ubicado 12 puntos porcentuales por encima de la media nacional , en segundo lugar está el sector Culturales Convencionales, que tienen un promedio salarial de \$1´336.083 de pesos, que representan 5 puntos porcentuales por encima de la media nacional, y finalmente el sector de Creaciones Funcionales, nuevos medios y software de contenidos, el cual tiene un promedio salarial de \$1´285.334 de pesos, con una diferencia de 7 puntos porcentuales por encima de la media nacional. De esta forma, se puede entender que la industria cultural y creativa es una industria en proceso de fortalecimiento y con unas bases importantes en relación al resto de municipios a nivel nacional, así mismo se conforma compone de salarios relativamente bajos, si se piensa que el salario nacional está estimado en \$908.526 pesos, tan solo \$439,731 pesos de diferencia con el salario de la industria de Arte y Patrimonio, que es el sector mejor remunerada de la industria cultural y creativa.

7. Las Variables para las ADN

Se pretende en este policy paper identificar el funcionamiento y estructura de las Áreas de Desarrollo Naranja de Santiago de Cali, desde las variables a plantearse para su óptimo funcionamiento, pasando por incentivos innovadores como el coworking entre emprendedores, y terminando en una reactivación de la industria del entretenimiento en Cali. En este sentido desde la Alcaldía de Santiago de Cali se plantean 5 variables generales por ADN estas son:

- Aporte del ADN a la cultura:
- Renovación Urbana,

- Marco jurídico por ADN,
- Caracterización de empresas privadas y públicas
- Ubicación de los ADN.

La respectiva identificación de estas variables facilita entender el funcionamiento y proyección que se tiene para el proyecto. De esta forma el aporte de los ADN a la cultura se da desde el fortalecimiento de la cultura local, tales como las tradiciones pacíficas relacionadas con las danzas y los alimentos, el punto de la renovación urbana desde un cambio en zonas de la ciudad que dan un nuevo valor simbólico y uso a espacios que se están deteriorando paulatinamente, tal como la antigua licorera, o la resignificación del boulevard y sus alrededores como un espacio para las artes audiovisuales. Para pensarse el marco jurídico a nivel nacional quizás no sea una “novedad”, pues las Áreas de Desarrollo Naranja están en diferentes ciudades del país, sin embargo, estructura y fomenta la ideación de jurisprudencia que facilite la ejecución de estas, generando para la región y el país una nueva marca de ciudad y de desarrollo que en algunos casos pueden ser propios como el ADN Salsa, que es propio del Valle del Cauca y la costa caribe colombiana. Con la caracterización de empresas privadas y públicas se puede pensar la aparición y conformación de nuevas instituciones que regulen y garanticen el buen uso de los recursos de mantenimiento a las Áreas de Desarrollo Naranja, como puede ser la aparición de una comisión creativa que inspeccione los ADN licorera, centro y salsa, o la vinculación de una entidad privada que gestione el óptimo funcionamiento de estos. Por último, la ubicación de ADN puede determinar el desplazamientos de quienes lo habitarían y lo concurren, pues de esta forma se deben pensar en rutas de acceso y garantizar el fácil desplazamiento dentro de cada ADN, de esta forma para los ADN que puedan estar zonificados y no en un lugar determinado como puede ser el caso de ADN salsa, que conforma la calle séptima, desde El mulato cabaret, hasta el parque alameda, conectando con la calle 5 hasta Fenalco y finalmente el Barrio obrero, identificando estos puntos se puede determinar el lineado de la denominada “Ruta salsera”, que podría incentivar una nueva línea de turismo que incentive el turismo nacional e internacional.

De esta manera, las variables, se observan a partir de la ejecución del proyecto, mediante procesos de observación, ejecución e ideación de variantes que puedan mejorar la ejecución de este en la región. Para esto, se propone traer al Plan de Desarrollo Municipal de Santiago de Cali 2020-2023, que buscaría conectar y entender a los ADN bajo el siguiente presupuesto:

Recursos				
I-2020	I-2021	I-2022	I-2023	I_2020-2023
0	4.600.000.000	3.430.000.000	3.430.000.000	11.460.000.000

Plan indicativo 2020-2023, Versión 2021, Alcaldía de Santiago de Cali

Figura 3. *Recursos destinados en el Plan de Desarrollo Municipal de Santiago de Cali 2020-2023*

Para la Alcaldía de Santiago de Cali y según lo presupuestado por el secretario de la Secretaría de Desarrollo Económico del momento, Argemiro Cortés Buitrago, se debe proyectar a los llamados “territorios creativos”, en espacios donde puedan circular sus bienes y servicios en espacios determinados que tengan una serie de atributos, propios de cada una de las actividades o sectores a los que estén inscritos cada uno. Así nacen las Áreas de Desarrollo Naranja, donde, en un principio había todo un trabajo para pensarse las problemáticas y necesidades del sector cultural y creativo, que se engloban en cuatro ADN’s pudiese ejecutarse con facilidad en la ciudad, por esto aparecen cero en el apartado de recursos para el 2021- I, posteriormente para 2021- II, 2022 y 2023 se destinarán un total de once mil cuatrocientos sesenta millones de pesos, los cuales se distribuirán a lo largo de los tres años, para la formación, acompañamiento, asesoría y composición de los ADN, en los que incluyen actividades como la contratación de operadores que revisen y asesoren para el óptimo funcionamiento y estructuración de estos , mediante la co-creación de grupos focales y espacios de interacción para conocer e indagar más sobre el sector y sus necesidades.

Así, bajo estos parámetros la Secretaría de Desarrollo Económico, buscará dar ejecución a los proyectos propuestos de cara a la inactividad y la marginalización que ha sufrido a lo largo de la historia las artes escénicas, sus productores y el sector creativo y cultural en general.

8. Áreas de Desarrollo Naranja en Santiago de Cali.

A lo largo de la historia, Colombia ha sido partícipe del crecimiento exponencial de distintas economías, con actividades como la exportación de crudo, la venta de licor, la comercialización de oro y plata, al igual que la exportación de plantas exóticas, propias del trópico, la región se dio a conocer por ser un punto para la explotación de diferentes bienes de lujo. En este sentido y para solventar la necesidad de una actividad económica estable y fuerte el actual presidente Ivan Duque Marquez, adoptó la filosofía económica de la Economía Naranja dentro de sus propuestas económicas para las elecciones del 2018, en la que se incentiva la creación de empresas, con la utilización de recursos locales, que dinamice la economía local, y facilite la conexión bilateral entre proveedores, creadores y consumidores de bienes y servicios, en la que se activen cada sector económico del país.

En este sentido y bajo el marco de la constitución de industrias creativas locales, la UNESCO nombró al municipio de Santiago de Cali como *Ciudad creativa y del conocimiento*, recibiendo la aprobación del gobierno nacional y departamental, para destinar recursos para la conformación de estas industrias creativas y del conocimiento. Así, con el respaldo de la Alcaldía de Santiago de Cali y la ejecución de la Secretaría de Desarrollo Económico nacen las Áreas de Desarrollo Naranja, las cuales se ejecutan dentro del marco de la “Economía creativa”, esta economía creativa busca explorar cuáles son las principales actividades culturales, para generar así medios de consumos alternativos y beneficiosos para la economía local, abarcando distintas zonas a lo largo y ancho de la ciudad. Así mismo, la Economía Creativa y la Economía Naranja se complementan, pues la Economía Naranja es el motor dinamizador de la economía local, mientras que la Economía Creativa es ese sector que permite innovar y transformar

procesos, facilitando la planeación y ejecución de proyectos y emprendimientos de carácter cultural propios de la cultura vallecaucana.

De esta forma se consolidan las Áreas de Desarrollo Naranja o ADN, que constan en ser "Espacios geográficos que sean delimitados y reconocidos a través de instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas de la entidad territorial y se basan en la oferta cultural y creativa como espacios que operan como centros de actividad económica y creativa." (Alcaldía de Santiago de Cali, 2019), para esto la Secretaría de Desarrollo Económico junto a la Secretaría de Cultura, han delimitado 3 zonas en las cuales desarrollar estos ADN:

- 1) **ADN danza “Antigua licorera”**: Ubicado en la antigua licorera, planificado como un centro de desarrollo artístico y cultural, adaptándolo como escuela de danza que facilita diferentes alternativas de esparcimiento a los niños y jóvenes de la zona.
- 2) **ADN de artes digitales gráficas y audiovisuales “Centro”**: se proyecta como un ADN que se ubica alrededor de la Plaza Caycedo y por el boulevard del río Cali, como una alternativa para la proyección de imágenes en los edificios más importantes y destacados de la zona, al igual que la toma del antiguo edificio de Coltabaco, en el que se constituya un centro de desarrollo empresarial, equipado con respectivas aulas de formación, generando un espacio propicio para el co-working y de medialab, que permita desarrollar y diseñar emprendimientos desde la media y lo visual.
- 3) **ADN Salsa**: Conformación de áreas en las que se facilite el consumo de Salsa a través de la presentación de bienes y servicios con esta temática, y como género identitario de los caleños, en las que se haga principal énfasis durante la Feria de Cali, con la cual orquestas, bailarines y toda la cadena de valor presente detrás de estas industrias, como la hotelera, textil, y la culinaria puedan verse beneficiados.

Por otro lado y para garantizar el sostenimiento y cierta autonomía de estas zonas, se busca que sean autosostenibles es decir, que generen una cadena de valor que auto satisfagan no solo a las empresas y organizaciones que presentan el bien o servicio final, sino que la tercerización de diferentes recursos nutran la economía local, como es el caso de las cadenas hoteleras, textiles o culinarias dentro del ADN de la salsa, en el que se requieren mano de obra, materias primas y especialistas dentro de la industria del espectáculo, para que bien representen la cultura caleña o generen bienes y servicios propios de la región y del municipio. A raíz de la cuarentena se han propuesto los ADN como incentivo para medianas y grandes empresas, al igual que la creación de pequeñas y microempresas, generando un estimado de 2000 nuevos empleos para la ciudad, valor supuesto por la Secretaría de Desarrollo Económico y la Subsecretaria de Cadena de Valor de Santiago de Cali. En este sentido los diferentes textos presentados por la Secretaría de Desarrollo Económico y la subsecretaría de cadena de valor, hacen evidente diferentes variables que permiten entender y desarrollar los diferentes interrogantes que puedan ir surgiendo alrededor de esta política pública como el ¿Dónde?, ¿Por qué? y ¿Cómo?, que a lo largo de los diferentes textos se van tejiendo como una política con un contenido variado, que bajo el argumento de “Ser una nueva fuente de trabajo, propio de la cultura local, y que promete importantes descuentos a quienes se incorporen a esta política pública” poder tener un importante impacto dentro de los caleños.

Para lo anterior se han presentado variables como los lugares a los que se van a destinar los ADN, contemplando ideas como la obtención (compra o apropiación) de terrenos que pueden no ser utilizados, la cantidad de recursos destinados a la constitución de cada ADN, en el que por ejemplo se contemplan las adaptaciones de los espacios en los cuales constituir estos ADN, la compra de los predios, contratación de expertos que faciliten la incorporación de empresas culturales y su vinculación con estos espacios. El montaje de cada ADN conlleva labores de gestión de los espacios, los cuales demandan la opinión de especialistas como arquitectos o ingenieros, por otro lado la proyección de ganancias, de la auto sostenibilidad y la adaptación de los ADN a los marcos jurídico-políticos son otros aspectos que configuran las variables contemplada por la Alcaldía de Santiago de Cali, en este sentido, se proyectan las ganancias que pueda generar para

las arcas locales y de la gobernación, en pro de las diferentes dinámicas que se puedan generar en torno a las prácticas culturales de estos ADN, en esta misma línea se preocupan por la sostenibilidad que puedan generar estos espacios, para que de ser retirado el dinero que recibe el municipio para el mantenimiento de estos espacios, finalmente el marco jurídico se configura bajo la idea de que cada política debe ser sometida a la estructura exigida por las diferentes figuras políticas y jurídicas, que facilitan la ubicación dentro de las proyecciones económicas, políticas y sociales asociadas a cada uno de los dirigentes.

Así mismo, a lo largo del tiempo se ha buscado la incorporación de las ciencias sociales dentro de la clusterización de las redes que se tejen entre cada uno de los principales nodos culturales y económicos de las diferentes regiones. En este sentido y aterrizando el contexto al Valle del Cauca, los principales clúster son: Cali, Buga y en menor medida Buenaventura, así los clúster que no son más *que agrupaciones o aglomeraciones de los objetos de estudio*, que para este caso sería la interrelación y el acercamiento que se pueda tejer entre una ciudad y otra, que día a día buscan ser más relevantes cultural y económicamente, contar con mayor bienestar social para sus respectivas sociedades, ofreciendo distintos bienes y servicios que faciliten el diario vivir dentro de los diferentes municipios del país. Las relaciones que se empiezan a conectar entre diferentes clústeres son el resultado de la aglomeración de pequeños núcleos poblacionales que giran en torno a un Nodo mayor, esto a razón de ser los proveedores de mano de obra y de diferentes productos manufacturados, que posteriormente llegarán a ser procesados en el nodo principal. Para el Valle del Cauca, este nodo principal es Cali, y municipios como Pradera, Palmira, Jamundí y Santander de Quilichao son los mayores proveedores de esta población que día a día cumple con sus labores de mano de obra para las diferentes industrias.

Para finalizar, las Áreas de Desarrollo Naranja tienen en sí un modelo de gobernanza, quien según la dirección de estrategia, desarrollo y emprendimiento, desde el ministerio de cultura, lo define de la siguiente forma:

“El esquema para gestionar los asuntos de interés común del ADN y contiene las reglas de juego para la representación, participación, toma de decisiones y administración del distrito creativo. Entre otros aspectos, el modelo de gobernanza debe definirse en el marco de lo estipulado en la normativa vigente; en segunda instancia es necesario que dé respuesta a las necesidades, vocación y objetivos del ADN.” (Pág. 23).

El modelo de gobernanza es importante pensarlo desde la perspectiva de la representación, participación, toma de decisiones y administración del distrito creativo, pasando por el uso legítimo de la autoridad que la Secretaría de Desarrollo Económico y Cultura buscan, en función de espacios que estos entes públicos quieren administrar, en este sentido se busca mantener los valores y las dinámicas que la Alcaldía quiere alcanzar para mantener los lineamientos e impulsar los empresarios y emprendedores de los diferentes sectores dentro de la industria cultural y creativa.

9. Funcionamiento y estrategias para las ADN.

Las denominadas “*zonas de economía creativa*” son pensadas como espacios de consumo e interacciones, que faciliten el intercambio de bienes y servicios de la cultura local, para esto se busca adaptar y fomentar espacios de interacción entre consumidores y vendedores, en los que se de la incorporación de diferentes formas de pago y variedad de oferta en productos, que a su vez estén relacionados en la exhibición de la cultura local.

Ahora bien, en este sentido se han presentado diferentes análisis tributario que permiten entender de donde se podría captar los recursos para el mantenimiento y la autonomía que pueda ejercer cada ADN de las diferentes ramas estatales, a su vez la incorporación y ejecución de la respectiva normatividad que deberá acompañar la política, donde se facilita la entrada de lo político al marco jurídico que contempla la Secretaría de Desarrollo Económico y la Alcaldía de Cali.

Para llegar a un punto de autosuficiencia, se piensa en el siguiente modelo de negocio:



Modelo de negocio , ADN, Río de las artes.

Figura 4 Modelo de negocio Áreas de Desarrollo Naranja de Santiago de Cali (ADN- Río de las artes).

De esta forma, para el mantenimiento y la autosostenibilidad de los ADN de Santiago de Cali, se proponen cuatro finales, que incentiven los circuitos de los ADN alrededor de la ciudad, como lo son la experiencia, que busca generar impacto en los consumidores, configurando degustaciones gastronómicas. Posteriormente se encuentran los tangibles, como lo serían instrumentos, vestuarios, entre otros, que ofrezcan un atractivo visual sobre los diferentes ADN. El siguiente pilar, son los contenidos, en el cual se proponen espacios y de coworking, y laboratorios de innovación que permitan el desarrollo de piezas en media arts y faciliten a los artistas, la respectiva interacción con el sector. Para finalizar, el último pilar está compuesto por servicios, en el cual se ofrecen clases o talleres de formación, en los cuales se capacitan en softwares o distintos métodos para realizar una pieza o contenido media y creativo.

No obstante, las zonas de economía creativa no solo debe ser un espacio de intercambio entre emprendedores/ empresarios y sus potenciales compradores, sino que debe garantizar ser unos espacios que faciliten el diálogo entre el sector, su oferta y las

necesidades de población externa a el sector que esté realmente interesado en adquirir un bien o un servicio, es decir que la interlocución entre el oferente y el comprador esté en sintonía, pues bajo una necesidad el sector puede que produzca un bien o servicio con pocos compradores interesados , lo que aleja a las personas a participar de este tipo de mercados y generar rechazo a este tipo de sectores.

Sin embargo, la planificación de estas Áreas de Desarrollo Naranja que están inmersas en este plan de economía creativa, no contemplan las nociones de vinculación directa entre los consumidores y vendedores que pasarían a frecuentar estas Áreas de Desarrollo Naranja. Es decir, dentro de las variables a tener en cuenta o no, se hace visible puntualmente un apartado que defina cómo van a tener acceso a este espacio, o simplemente se obvia la idea de que las personas llegarán a estas zonas y empezarán a ofrecer estos bienes y servicios propios de la cultura caleña, mientras que por otro lado llegarán personas a consumirlo, ¿pero realmente las personas estarán dispuestas a hacer estas apuestas de desplazarse hasta estos puntos y consumir?, pues aún no es algo claro.

Por parte de la Alcaldía se ofrecen medidas de alivio en impuestos y pago de traslados, pues se reducirán significativamente para incentivar la movilización de los predios que ya se tienen a los dispuestos para las Áreas de Desarrollo Naranja, en este sentido para los oferentes de estos bienes y servicios culturales de estos ADN, hay incentivos, pero para los consumidores , más allá de crear una “tentativa de desplazarse” a los respectivos ADN, adaptando los espacios para el intercambio de bienes y servicios, no hay mayor incentivo, es decir, para aquellos que quizás no están muy interesados o familiarizados con la industria cultural local no tendrán mayor interés, en visitar estos espacios y se perderá o minimizará el margen de ganancias que pudiesen estar dispuestas para esta política pública.

Según el decreto 697 del 2020, en el que se articulan los ADN con una reducción a la carga tributaria de los proyectos que impulsen los diferentes sectores del ecosistema cultural y creativo, vinculándose a estas zona delimitadas, con condiciones tales como tener un tiempo de vigencia de los proyectos entre 1 a 3 años, donaciones o inversión

no mayor a 100 salarios mínimos legales vigentes, entre otro tipos de ayudas para el acompañamiento tributario para el desarrollo de proyectos de la industria cultural. Sin embargo, no acompaña proyectos cinematográficos, pues tienen su propio artículo que les apoya, generando una gestión sectorizada y discriminada por sectores y actores interesados.

TENGA EN CUENTA



Los proyectos que tengan duración superior a un (1) año, sin superar los tres (3) años, deben ser avalados año a año según las reglas de la convocatoria. Para el segundo y tercer año no será necesario concursar, sino acreditar el cumplimiento del proyecto.



La inversión o donación debe manejarse en un encargo fiduciario o patrimonio autónomo a nombre del proyecto, salvo las siguientes excepciones:

- Montos menores de inversión o donación total: no superiores a cien (100) salarios mínimos legales mensuales vigentes.
- Proyectos propios de micro, pequeñas y medianas empresas.



Los Certificados de Inversión y Donación en Proyectos de Economía Creativa que se generen para amparar el incentivo **serán a la orden negociables en el mercado.**



Este incentivo no cubre proyectos cinematográficos nacionales, que cuentan con un beneficio tributario muy semejante en el artículo 195 de la Ley 1607 de 2012.

Figura 5. Incentivos tributarios para las ADN en Santiago de Cali.

Finalmente, se recomienda, como política pública:

- Revisar la viabilidad del modelo de autosostenibilidad de cada ADN, con el ya planteado.
- Revisar la disponibilidad de rutas de transporte para el fácil acceso a los ADN, desde cualquier punto de la ciudad.

- Revisar la versatilidad de los espacios disponibles para los ADN, con el propósito de diversificar las actividades ofrecidas en cada uno, mientras los diferentes modelos de negocios tienen un óptimo funcionamiento.

Revisando las diferentes sugerencias, se tiene que en primer lugar la autosostenibilidad puede ser una variable “fácil de resolver” , pues dentro de los estudios previos de cada uno de los ADN, se puede determinar el funcionamiento y estructura de cada modelo de negocio, sin embargo puede que dentro de los emprendimientos que harán parte de estos ADN, los diferentes modelos de negocio no permitan la continuidad de lo pensado para dicho ADN, en este sentido hay dos opciones, o el emprendimiento se retira del ADN y continua por su parte o bien cambia su modelo de negocio, o se deberá replantear la estrategia de atracción con nuevos incentivos para quienes quieran vincularse . En segundo lugar las rutas de transporte generarían un nuevo coste para el estado, que deberá invertir en nuevos buses o bien disponer los que estén detenidos , por el contrario invertir en nuevas líneas que puedan generar mayor cobertura a la red de buses y transporte público que cubre a la ciudad, sin embargo con un sistema en condiciones y con una cobertura total, se aumentaría la distribución de personas alrededor de la ciudad generando mayores intercambios de bienes y servicios en pro no solo de los ADN, sino de todas las industrias en las que esté inmiscuidas el municipio. Finalmente, la revisión de las adecuaciones o construcciones de los espacios para albergar los emprendimientos/ empresas, que estén inscritos a esta política pública puede ser fundamental para el mayor aprovechamiento del espacio, pues en lapsos donde la industria no requiere específicamente de estos espacios para que estén los emprendedores, se podría re pensar el espacio para hacer eventos, como conciertos, conferencias, y demás actividades que le den dinamismo a la zona y sus alrededores.

10. Alternativas a las problemática de las ADN

En la actualidad, el municipio de Santiago de Cali, dispone de seis rutas principales que recorren la ciudad y sus vías principales, que a su vez se configuran en un aproximado de 53 estaciones que van configurando la red de transportes, sin mencionar algunas rutas como la Papagayo , Recreativa y diferentes flotas de busetas que contribuyen al

transporte del municipio, con rutas alternas que facilitan y distribuye los diferentes grupos poblacionales que toman estos medios de transporte. Según la página de Metro Cali (2019), al 2018 el Metro Integrado de Occidente - MIO transporta diariamente aproximadamente a 428.000 personas. En este sentido, para el ADN Antigua Licorera, el ADN con mayor problema de conexión de las analizadas, tiene a 13 minutos caminando la estación o parada del MIO mas cercana, atravesando dos “vías principales” como la Carrera 1ra y la Calle 25 Norte, que tienen un flujo considerable de tráfico , que ayuda a distribuir el tráfico que viene del norte al nor-oeste o hacia el oriente, como se puede observar en la siguiente imagen:

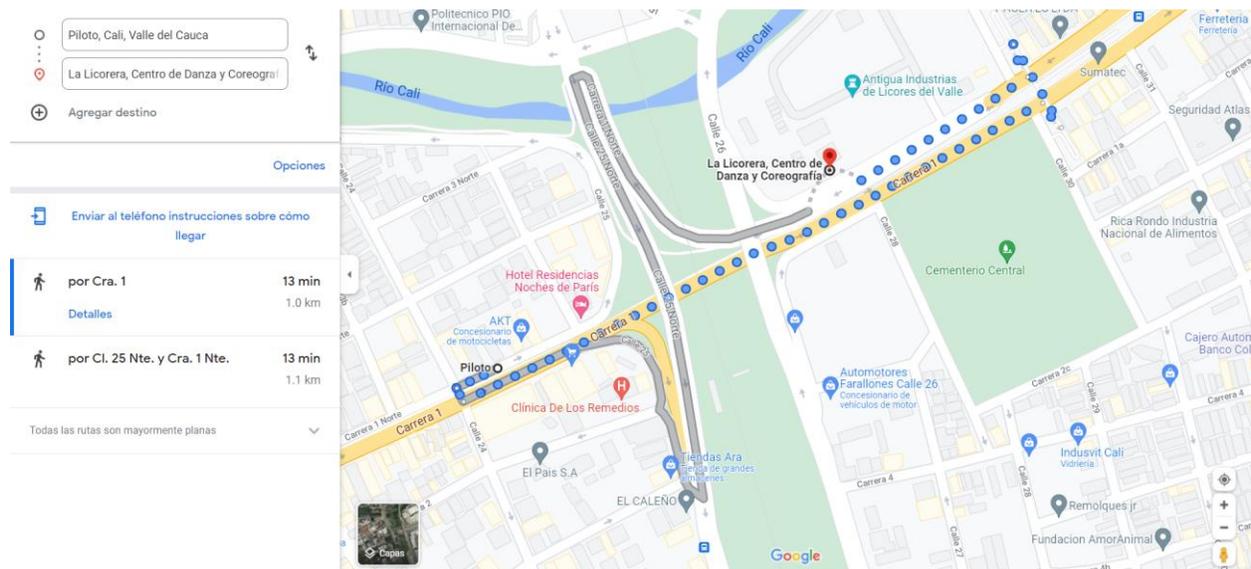


Figura 6 : Localización de estación Piloto y el ADN Antigua Licorera.

Como solución se podría destinar una ruta de alimentador, o ruta alterna dentro de un barrio, que salga de la estación Piloto, y se establezca una ruta entre la Calle 26 y la Calle 36 Norte, que facilite a las personas, pero sobre todo los niños, jóvenes y ancianos tener un acceso sencillo y seguro para no incurrir en situaciones de riesgos dados los altos índices de delincuencia en la que se ha sumergido la ciudad. Así mismo, el ADN Salsa, tiene múltiples puntos de acceso, sin embargo el acceso al barrio obrero , donde se ubica la otra parte del ADN, puede ser complicado , pues si no es en carro , taxi o los llamados “piratas”, no hay otro medio de conexión y se intensifica si se sale desde la Calle 5ta, que conecte y facilite la interacción entre ambos puntos, en este sentido, es importante pensarse la conexión del barrio obrero, con el anexo de una estación cercana

o la parada de un bus que facilite el acceso de cualquier persona a esta zona de la ciudad, y no solo pensando en el ADN, sino también en los habitantes de la zona, para que así tengan mayores oportunidades de conexión con el resto de la ciudad.

Por otro lado, pensando en el modelo de autosostenibilidad, se sugiere la necesidad de generar políticas con incentivos tributarios, en los cuales se tengan en cuenta las necesidades y la naturaleza del sector al que se quiere impactar, de esta misma forma proveer insumos propios del sector, podría monetizar e incentivar la política. Como ejemplo, para los ADN Salsa, podría haber incentivos relacionados con zonas comerciales que puedan tener altos decibeles de música o sonidos hasta altas horas de la noche, en función de que las discotecas y los bares o estancos nocturnos que configuran estas zonas de Santiago de Cali, puedan ofertar estos servicios de fiesta y de esparcimiento.

Por otro lado esta propuesta puede sonar muy “proteccionista”, sin embargo es importante recordar que la industria cultural y creativa acaba de “salir de cuarentena”, en el que después de casi dos años, recién vuelve a retomar actividades económicas, reactivándose paulatinamente, pues las medidas de distanciamiento y de autoseguridad dificultan dicha activación. A continuación una tabla hecha por la Secretaría de Desarrollo Económico durante el 2020, en el que se dan las pérdidas del sector por trabajadores y empresas.

Actores	Estimación de pérdidas Marzo-Agosto	Promedio pérdidas mensual
Trabajadores	155 mil millones	3 millones
Empresas	91 mil millones	30 millones

Figura 7. Pérdidas generadas por aplazamiento y/o cancelación de los eventos o actividades que tenía programadas.

Tal como se puede observar, el sector ha tenido un promedio de pérdidas de hasta 720 millones de pesos en lo que va de pandemia, gracias al cierre de todas las actividades

que impliquen altas aglomeraciones y deban ser presenciales. Así mismo, y tal como se observa en la figura 7, los trabajadores entre marzo y agosto fueron los que presentaron mayores pérdidas, con un promedio de 155 mil millones de pesos, denotando que la mayoría de actividades realizadas dentro de la industria cultural y creativa, son hechas por independientes y no por un conglomerado de trabajadores que constituyen una empresa.

Por último, la versatilidad de los espacios si bien se deben ajustar a las necesidades de cada actividad económica de cada uno de los ADN, pues en caso del ADN Antigua Licorera, se adaptaron algunos tomas, puertas y luces, con la intención de que tenga la apariencia de un gran corredor, en el cual se se prioricen los grandes espacios para entrenamientos y de acoplamiento de técnicas de danza, que generen la experticia en dichos grupos, sin embargo en la parte superior hay espacios abiertos para el flujo de aire dentro del rectángulo , por consiguiente para temas como conciertos, se debe tener un audio potente y apto para que pueda sobresalir del sonido natural de un concierto y a la vez la bulla que se pueda generar por el tráfico de la carrera primera, y lograr así una atmósfera adecuada para un concierto, por consiguiente se podría colocar algún tipo de lona en dichos espacios para el flujo de aire, que contrarreste los sonidos exteriores y que pueda contener el sonido interno para conseguir una mejor acústica dentro del espacio. Así mismo, para el ADN Salsa, los diferentes espacios como academias de salsa o discotecas que componen esta “ruta salsera”, se pueden conseguir sillas o muebles para dictar conferencias o diferentes compromisos sociales de diferentes índole, sin embargo, en este caso puede llegar a ser más sencillo acoplar los espacios del ADN Salsa para otro tipo de actividades que la de ADN Antigua licorera, en este sentido es importante pensar los espacios, no de un solo uso, sino que cumplan diferentes características de cara al futuro y el funcionamiento de este inmueble.

11. Bibliografía

- ABC Economía Creativa , 2020, Gobierno de la República de Colombia, Ministerio de Cultura. Se accede en el siguiente link : <https://economianaranja.gov.co/>.
- Plan Nacional de Desarrollo, 2019 , Gobierno de la República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación. Se accede en el siguiente link : <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo-le-apuesta-a-la-econom%C3%ADa-naranja.aspx>
- Plan de Desarrollo Municipal de Santiago de Cali, 2020, Alcaldía de Santiago de Cali. Se accede en el siguiente link : <https://www.cali.gov.co/documentos/3253/plan-de-desarrollo--2020---2023/>

- Documento Integrado de Implementación del Mapeo Exprés de Industrias Culturales y Creativas en Cali, 2019, Gobierno Nacional- Economía Naranja. Se accede en el siguiente link: <https://economianaranja.gov.co/media/jiidwrit/documento-mapeo-cali.pdf>
- Mapeo de industrias creativas y culturales, 2020, Alcaldía de Santiago de Cali, Secretaría de Desarrollo Económico.
- ABC Decreto 697 de 2020, 2020, Gobierno Nacional - Economía creativa, Ministerio de Cultura.
- Modelo Rio de las artes, 2019, Subsecretaría de Cadena de Valor, Secretaría de Desarrollo Económico,
- Plan indicativo 2020.2023, 2021, Alcaldía de Santiago de Cali, Plan de Ordenamiento Territorial de Santiago de Cali.
- Más de 1000 millones de pasajeros ha movilizado el MIO en 9 años, 2018, Metrocali, Boletín 17. Se accede en el siguiente link : <https://www.metrocali.gov.co/wp/mas-de-1000-millones-de-pasajeros-ha-movilizado-el-mio-en-nueve-anos/>