

ANEXO 2: DIAGNÓSTICO

1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1. CARACTERÍSTICAS DE CONTEXTO

De acuerdo con el DANE, en el Censo de 2005, la ciudad de Bogotá tiene una estimación y/o proyección de número de habitantes para el 2014 de 7.776.845 habitantes.

Bogotá es el principal centro industrial del país debido al número de establecimientos que existen. En los resultados de la Encuesta Anual Manufacturera del DANE de 2011, se refieren a un total de 9.809 establecimientos en 66 grupos industriales, de los cuales el 33,8% pertenecían a sociedades limitadas, 29,2% a sociedades anónimas, 18,0% a sociedades anónimas simplificadas, 14,1% personas naturales y el restante 4,9% a otros tipos de organización empresarial, tales como: sociedad de hecho, colectiva, comandita simple o por acciones, economía solidaria, unipersonales, sin ánimo de lucro, sucursales de sociedades extranjeras y empresas industriales y comerciales del Estado.

Según proyecciones del Ministerio de Hacienda, la economía colombiana creció un 4,5% en 2013 y 4,7% en 2014. En el caso de Bogotá, teniendo en cuenta la evolución de los principales sectores económicos y las inversiones en infraestructura, su economía creció en un 4% en 2013 y en 4,5% en 2014.

Con respecto al Ingreso per Cápita, el Ministerio afirma que si Colombia logra un punto adicional de crecimiento al año por cuenta de las obras de infraestructura de Cuarta Generación, para el 2018 el ingreso per cápita subiría a US\$11.700 y a 10 años, es decir, el 2024, se podría llegar a US\$ 20.000 por habitante, un nivel similar al que hoy tienen naciones como Portugal.

Adicionalmente el país tiene un producto interno bruto de 4,3% en el segundo trimestre de 2014.

Factores demográficos

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá, la siguiente clasificación responde al tipo de empresas que se encuentran en la ciudad de Bogotá y que renovaron su matrícula mercantil empresarial. Se encuentran en 2012 las siguientes líneas: comercio al por mayor y detal de industrias manufactureras, actividades inmobiliarias, hotelería y restaurantes, transporte, almacenamiento y comunicaciones, actividades de servicios comunitarios, intermediación financiera, servicios sociales y de salud, agricultura, caza, ganadería, educación, explotación de minas, suministros de servicios públicos, administración pública y seguridad, servicio doméstico en hogares.

Los siguientes datos realizado por la Ley 905 de 2004, con respecto al tamaño de las empresas, son publicados por la Cámara de Comercio de Bogotá de acuerdo con la cantidad de empresas que realizaron renovación de la matrícula mercantil en 2012 en la ciudad de Bogotá. Incluye personas naturales y jurídicas.

- Microempresas: 166.378
- Pequeñas empresas: 25.567
- Medianas empresas: 7.579
- Grandes empresas: 2.652
- Sin clasificar: 3.822 (no tienen información necesaria para ser clasificada según la ley MIPYME)

Factores geográficos

De acuerdo con información recogida por la Cámara de Comercio de Bogotá, los siguientes datos son del número de empresas por la localidad de ubicación de la casa principal, cuyo último año de renovación fue 2012. Incluye todas la Personas Naturales y Jurídicas, no incluye los Establecimientos de Comercio:

Sin Dato: 31.247	Santa Fe: 7.419
Suba: 21.616	Los Mártires: 6.500
Chapinero: 20.981	Bosa: 5.142
Usaquén: 19.583	Rafael Uribe: 4.490
Kennedy: 18.357	Ciudad Bolívar: 4.196
Engativá: 17.509	San Cristóbal: 3.061
Fontibón: 9.982	Antonio Nariño: 2.625
Barrios Unidos: 9.750	Tunjuelito: 2.505
Puente Aranda: 9.102	Usme: 2.037
Teusaquillo: 8.149	Candelaria: 1.747

Factores Conductuales

- Las empresas colombianas han aumentado el compromiso de ejecución de recursos por RSE. En 2011 invirtieron el 2,4% de sus ingresos de ventas anuales.
- Las iniciativas de RSE más comunes son: donaciones a proyectos 59,1%, luego donaciones en dinero 51.2%, voluntariados 46.4%, patrocinios 44%, alianzas públicos-privadas 36,1%. Sólo el 7,1 % indicó no estar desarrollando ningún programa de RSE.
- Estos datos fueron revelados por la ANDI, con 259 empresas encuestadas, cuya facturación por ventas anuales es de 178.6 billones, lo que indica que el 2,4 % de esta cifra es lo destinado a RSE.

1.2. TENDENCIAS

La ejecución de recursos de RSE en proyectos creativos no presenta una tendencia definida en el mercado, debido a que es una idea innovadora. Existen diferentes servicios de donaciones, patrocinios, crowdfunding, mecenazgo, entre otros, que apoyan proyectos culturales, sociales y artísticos, pero no dedicados a la ejecución de recursos por RSE.

De acuerdo con los datos mencionados, las empresas han aumentado significativamente año tras año el porcentaje destinado a los programas sociales de

RSE, a los cuales se les invierte millones de pesos. Según datos de la ANDI, la tendencia se ha mantenido en el promedio de 2.6% de inversión en RSE, presentando caídas para el año 2010, pero demostrando un crecimiento estable hasta el año 2013.

1.3. CRECIMIENTO

De acuerdo con el informe de Responsabilidad Social de 2012 publicado por la ANDI, Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, en el 2011 el 79% de las empresas ya contaba con una política de Responsabilidad Social Empresarial, percibiendo un notable crecimiento respecto al 2009 en el que el 67.4% de las compañías tenían una estrategia corporativa definida en esta área.

El anterior presidente de la ANDI, Luis Carlos Villegas, indicó que de la mano del Banco Interamericano de Desarrollo presentaron programas de RSE que consisten en dar un paso adelante, dejando de lado el asistencialismo, proyectando la labor de RSE a la generación de valor y riqueza. Se ha invertido un poco más de 5 millones de dólares, beneficiando a cerca de 15 mil ciudadanos vulnerables, y se pretende duplicar la cifra, es decir, alrededor de 10 millones de dólares para el periodo 2012- 2015

2. EL PANORAMA DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN BOGOTÁ

Las industrias creativas han venido adquiriendo una importancia particular en cuanto a su papel dentro del desarrollo y crecimiento económico del país, a tal punto de estar marcando un despunte significativo en el PIB nacional (1,78% entre los años 2000 y 2007) (DANE, 2009).

A nivel mundial, el comportamiento de las industrias creativas ha significado que países como el Reino Unido están dando prioridad al fomento y apoyo de estas industrias, con miras a incrementar aún más los índices registrados, identificando a estas industrias como uno de los principales motores de la economía británica.

Lo anterior indica que el panorama de las industrias culturales se está presentando como una potencial fuente de incremento de las dinámicas económicas de los países, tanto en desarrollo como desarrollados, imponiendo su relevancia en las proyecciones económicas de cada país.

En años anteriores se elaboró un el documento *Mapeo de industrias creativas en Bogotá y Soacha*, en el que se establece una clasificación de los sectores de las industrias creativas, que se ha mantenido vigente hasta la actualidad y ha sido fuente de otras investigaciones y de la consolidación de información que realiza la Cuenta Satélite de Cultura, en la que se establece el siguiente listado:

Tabla 1. Sectores de las Industrias Creativas

Arquitectura	Cine y Vídeo
Artesanías	Diseño Gráfico

Diseño de Modas	Fotografía
Diseño Industrial	Música
Libros, folletos, periódicos y revistas	Televisión y Radio
Patrimonio	Diseño de Interfaz
Arte	Publicidad
Artes escénicas	Diseño Textil

Sin embargo, pese a este panorama tan alentador para los sectores anteriormente referenciados, para el caso colombiano y particularmente el bogotano, se han identificado una serie de debilidades, inconvenientes y amenazas que pueden afectar negativamente este creciente sector de la economía.

Según un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá, el sector viene presentado una serie de falencias en relación con:

- Mercado interno poco desarrollado.
- Falta de articulación e integración del sector.
- Escasa formación de RRHH.
- Difícil acceso a fuentes de financiación.
- Desconocimiento de los derechos de autor.
- Debilidad en la constitución de red de contactos.
- Exceso de normatividad pertinente.
- Altos costos de transacción. (CCB; 2010, pág. 26)

Estas dificultades han llevado a que el sector aún registre algún tipo de traba para incrementar de la manera esperada -y en algunos casos conseguida por otros países-, los índices y niveles de desarrollo del sector.

Dentro de este listado, se ha planteado enfocarnos en uno de los puntos claves para el éxito de cualquier iniciativa económica, es decir, el difícil acceso a fuentes de financiación. Esta dificultad es clave para este proyecto, debido a que es evidente cómo el sector está dejando escapar fuentes de financiación ya existentes (51,7% de las empresas desconoce la existencia de incentivos y facilidades ofrecidos por el sector público; 80% de las empresas desconoce los incentivos del sector privado); o no está en la capacidad de acceder a otras fuentes de recurso, debido su situación legal o tiempo de existencia (sólo el 7% de las empresas accedieron a créditos bancarios y el 63,7% de las empresas iniciaron operaciones a partir de recursos propios y familiares) (CCB; 2010).

Estas cifras se suman a las debilidades identificadas en el sector, relacionadas con la falta de alternativas de financiación general o de fondos de promoción y generación de incentivos económicos, lo que está llevando a que el sector, para el último periodo estudiado (2000-2007) no esté proyectando el crecimiento adecuado que debería mostrar, dadas las dinámicas propias de estas industrias en el mercado globalizado.

Pese a lo anterior, esta problemática se presenta más como una oportunidad de acceder a un mercado que se encuentra en constante crecimiento, a partir de una alternativa puntual que permita aliviar el déficit de recursos del sector de las industrias creativas.