



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ECONOMÍA
MENCIÓN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO REGIONAL

TESIS

**LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DEL CUSCO:
REALIDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN EN 2019**

**Para optar el grado académico de
Maestro en Economía Mención Gestión Pública y Desarrollo Regional**

AUTOR:

Bach. Leslie Rosa Lira Castro

ASESOR:

Dr. Carlos Arturo Dávila Rojas

CÓDIGO ORCID: 0000-0001-5474-9867

CUSCO – PERÚ

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, asesor del trabajo de investigación/tesis titulado:.....LA ECONOMÍA NARANJA EN
...LA CIUDAD DE CUSCO: REALIDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN EN 2019
presentado por:Br. Leslie Rosa Lira Castro.....
con Nro. de DNI:73038371....., para optar el título profesional/grado académico
de..... Maestro en Economía mención en Gestión Pública y Desarrollo Regional.....
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por....³... veces, mediante el
Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del *Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la
UNSAAC* y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de.....⁶%.....

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera hoja del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 16 de febrero de 2023



DR. CARLOS ARTURO DÁVILA ROJAS

Nro. de DNI 23808722

ORCID del Asesor Nro. 0000000154749867

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid:27259:165915685

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS_LESLIE_LIRA_ECONOMIA_NARAN
JA (2).pdf**

RECUENTO DE PALABRAS

18957 Words

RECUENTO DE CARACTERES

114123 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

123 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

10.5MB

FECHA DE ENTREGA

Sep 14, 2022 10:25 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

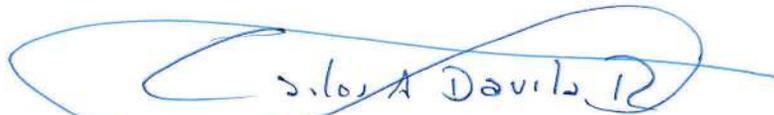
Sep 14, 2022 10:34 PM GMT-5**● 6% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cros

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 20 palabras)



DR. CARLOS ARTURO DÁVILA ROJAS
ASESOR

PRESENTACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo el estudio de la realidad y políticas públicas de promoción en 2019, de la economía naranja en la ciudad de Cusco. El estudio se realiza en base a la clasificación de la UNESCO de la Economía Naranja, específicamente en el sector Creatividad y Medios, compuesto por el grupo B.1 que comprende: Artes visuales y artesanía: pintura, escultura, artesanía y fotografía; y grupo B.4 que comprende: Presentaciones artísticas y celebraciones: artes escénicas, música, festivales, se denomina economía naranja, porque es el color asignado a la creatividad e innovación, en la investigación se determina el grado de informalidad en el cual se desarrolla el sector del arte y la cultura, enmarcado en la característica de bienes públicos que poseen los bienes y servicios artísticos y culturales, que tiene una fuerte vinculación al turismo, propio de la ubicación geográfica del desarrollo de las actividades y el reducido nivel de políticas públicas para el fomento del sector. En el cual radica la importancia de actividades intrínsecas asociadas, que aportan al PBI nacional, a través de diferentes ramas de articulación.

Leslie Rosa Lira Castro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi segunda casa de estudios la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, por complementar mi formación profesional.

A la Escuela de Posgrado, por aportar a mis conocimientos y crecimiento personal.

A mis docentes, por sus enseñanzas; y a mis compañeros por las experiencias compartidas.

A mi asesor el Dr. Carlos Arturo Dávila Rojas, por los conocimientos brindados, por el asesoramiento en el desarrollo de esta investigación, la dedicación y el respaldo durante todo este proceso.

A la Sub Gerencia de Industrias Culturales de la Dirección Desconcertada de Cultura Cusco, a la Vicepresidencia de Investigación y Ruway de la Universidad Nacional Diego Quispe Tito.

A todos los productores de bienes y servicios culturales involucrados en el proceso de investigación.

A Dios y a mí familia, por ser el motivo e impulso de nuestro desarrollo personal y profesional.

Leslie Rosa Lira Castro

DEDICATORIA

A mis abuelas Fidela y Rosa, que son mi ejemplo de fortaleza, a mi abuelo Alfonso que siempre guía mi camino.

A mis amados padres Rosal y Cesar por su motivación, amor y apoyo incondicional, por creer en mí y en mis sueños.

A mi hermana Jessica, a mis sobrinas Birbania, Kamila y Kathalina, por impulsarme a ser mejor cada día.

A mis familiares y amigos que han aportado en mi formación personal y profesional.

A todos ellos, gracias.

Leslie Rosa Lira Castro

ÍNDICE

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	3
1.2.1. Problema general	3
1.2.2. Problemas específicos.....	3
1.3. Justificación de la investigación.....	3
1.3.1. Justificación teórica	3
1.3.2. Justificación metodológica.....	4
1.3.3. Justificación social	4
1.4. Objetivos de la investigación	5
1.4.1. Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos	5
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	6
2.1. Bases teóricas	6
2.2. Marco conceptual	22
2.2.1. Economía naranja.....	22
2.2.2. La Economía Creativa.....	22
2.2.3. Las industrias creativas	22

2.2.4.	Bienes culturales	22
2.2.5.	Servicios culturales	23
2.3.	Antecedentes empíricos de la investigación.....	24
2.3.1.	Antecedentes Internacionales.....	24
2.3.2.	Antecedentes nacionales	25
2.3.3.	Antecedentes locales	26
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES		26
3.1.	Hipótesis.....	26
3.1.1.	Hipótesis general.....	26
3.1.2.	Hipótesis específicas	26
3.2.	Identificación de variables	27
3.3.	Operacionalización de variables e indicadores	28
CAPITULO IV: METODOLOGÍA		29
4.1.	Ámbito de estudio: Localización política y geográfica.....	29
4.1.1.	Ubicación	29
4.1.2.	Territorio	29
4.1.3.	Altitud	29
4.1.4.	Clima.....	30
4.2.	Tipo y nivel de investigación	30

4.3.	Enfoque y método de la investigación	30
4.4.	Población de estudio.....	31
4.5.	Tamaño de muestra	31
4.6.	Técnicas de selección de muestra.....	32
4.7.	Técnicas de recolección de información	32
4.8.	Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	33
4.9.	Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas	33
CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		34
5.1.	Análisis e interpretación de la realidad de la economía naranja en Perú y Cusco	34
5.1.1.	Política cultural sectorizada	34
5.1.1.1.	Economía.....	35
5.1.1.2.	Educación	37
5.1.1.3.	Gobernanza.....	39
5.1.2.	El marco de la política nacional de cultura	40
5.1.2.1.	Artesanía.....	43
5.1.2.2.	Música y danzas	44
5.1.2.3.	Teatro y cine.....	45
5.1.2.4.	Artes plásticas y fotografía.....	46
5.1.3.	Cultura en cifras por el lado de la oferta y la demanda	46

5.1.3.1.	Centros culturales	46
5.1.3.2.	Librerías	48
5.1.3.3.	Salas de cine	49
5.1.3.4.	Museos	50
5.1.3.5.	Teatro	51
5.1.4.	Medios de difusión de las industrias culturales	53
5.1.4.1.	Editorial	53
5.1.4.2.	Radio y televisión	54
5.2.	Discusión de resultados	55
5.3.	Pruebas de hipótesis	70
5.4.	Presentación de resultados	70
Conclusiones		73
Recomendaciones		74
BIBLIOGRAFÍA		75
ANEXOS		79
a.	Matriz de consistencia	80
b.	Instrumentos de recolección de información	81
b.1.	Encuesta	81
b.2.	Entrevistas	84

c.	Medios de verificación	93
d.	Solicitud de información Dirección Desconcertada de Cultura Cusco	99
e.	Solicitud de información Universidad Diego Quispe Tito	108

Índice de Figuras

Figura 1. Dimensiones de la Economía Naranja.....	7
Figura 2. Zona común de las corrientes de la economía naranja.....	9
Figura 3. Clasificación de las industrias creativas de la UNCTAD.....	11
Figura 4. Clasificación de las Industrias Culturales según el BID	13
Figura 5. Mapa de la Provincia de Cusco	29
Figura 6. Política cultural peruana sectoriza con indicadores.....	34
Figura 7. % de contribución de las actividades culturales privadas y formales al PBI	35
Figura 9. Gasto familiar en cultura por zona de residencia	36
Figura 9. Gasto familiar en cultura por zona de residencia	36
Figura 10. % de trabajadores culturales y no culturales en establecimientos culturales respecto a la PEA total	37
Figura 11. % de horas de instrucción en educación artística del total de horas de instrucción.....	38
Figura 12. Índice de coherencia y cobertura del sistema educativo técnico en cultura.....	38
Figura 13. Índice de desarrollo de la normatividad para protección y difusión de cultura, derechos y diversidad cultural	39
Figura 14. Índice de desarrollo de decisiones políticas e institucionales para protección y difusión de la cultura, derechos culturales y diversidad cultural	40
Figura 15. Cantidad de centros culturales en Perú y Cusco.....	47
Figura 16. Cantidad de habitantes por centro cultural en Perú y Cusco	47
Figura 17. Cantidad de librerías en Perú y Cusco.....	48
Figura 18. Habitantes por librería en Perú y Cusco	49
Figura 19. Cantidad de salas de cine en Perú y Cusco.....	49
Figura 20. Habitantes por Sala de Cine en Perú y Cusco	50
Figura 21. Cantidad de Museos en Perú y Cusco	50

Figura 22. Cantidad de habitantes por museo en Perú y Cusco.....	51
Figura 23. Cantidad de teatros en Perú y Cusco	52
Figura 24. Habitantes por teatro en Perú y Cusco	52
Figura 25. Cantidad de editoriales en Perú y Cusco	53
Figura 26. Cantidad de estaciones de radio en Perú y Cusco	54
Figura 27. Cantidad de estaciones de television en Perú y Cusco	55
Figura 28. % por rubro de producción cultural en Cusco, 2019	55
Figura 29. % por sector en las industrias culturales en Cusco, 2019.....	56
Figura 30. % de productores de bienes y servicios culturales formalizados	56
Figura 31. % de barreras identificadas en el proceso de formalización.....	57
Figura 32. Género de productores de bienes y servicios culturales en Cusco 2019	57
Figura 33. Rango de edad de las personas dedicadas a la producción de bienes y servicios culturales en Cusco, 2019	58
Figura 34. Nivel educativo obtenido por los productores de bienes y servicios culturales en Cusco, 2019.....	58
Figura 35. Dificultades atravesadas por el sector cultural en Cusco, 2019	59
Figura 36. % de beneficiarios de programas culturales en Cusco, 2019	59
Figura 37. Opciones de apoyo por parte del estado para las industrias culturales en Cusco, 2019	60
Figura 38. Barreras estatales en el desarrollo de actividades culturales y artísticas en Cusco, 2019.....	60
Figura 39. Facturación promedio en el sector industrias culturales Cusco, 2019.....	61
Figura 40. Gastos fijos mensuales de los productores de bienes y servicios culturales en Cusco, 2019.....	61

Figura 41. % de relación entre la producción de bienes y servicios culturales ligados al turismo en Cusco, 2019.....	62
Figura 42. Sector y estrato económicos de consumidores de bienes y servicios culturales en Cusco, 2019.....	63
Figura 43. Público objetivo a alcanzar.....	63
Figura 44. Cantidad de años que lleva en el mercado.....	64
Figura 45. % de productores que cuentan con establecimientos propios y/o alquilados para sus actividades.....	64
Figura 46. Auto deficiencias en el desarrollo de sus actividades	65
Figura 47. % de productores que llevan sus cuentas	65
Figura 48. % de productores que tienen personal	66
Figura 49. Remuneración.....	66
Figura 50. % de productores que patentaron sus obras.....	67
Figura 51. % de productores que siguen algún patrón cultural o artístico.....	67
Figura 52. Patrón seguido por los productores de bienes y servicios culturales.....	68
Figura 53. % de productores que identificaron copia o plagio de sus obras.....	68
Figura 54. % de personas que ejercieron acción legal frente a la copia o plagio de sus obras.....	69
Figura 55. % de productores que reciben retribución económica por la reproducción de sus obras.....	69
Figura 56. Frecuencia de formalización en los productores de bienes y servicios culturales	71

Índice de Tablas

Tabla 1. Aspectos generales del programa Desarrollo y promoción de las industrias culturales	15
Tabla 2. Matriz de productos del PP 0140.....	16
Tabla 3. Matriz de actividades del PP 0140.....	17
Tabla 4. Matriz de producto.....	19
Tabla 5. Actividades por producto.....	21
Tabla 6. Denominaciones alternativas de “Economía Naranja”	23
Tabla 7 Operacionalización de Variables es Indicadores	28
Tabla 8. Frecuencia y porcentaje de formalización de productores de bienes y servicios culturales	71
Tabla 9. Frecuencia y porcentaje de contratación de personal	71
Tabla 10. Frecuencia y porcentaje de beneficiarios de algún programa cultural.....	72

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DE CUSCO: REALIDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN EN 2019” tiene como objetivo analizar la realidad actual de la economía naranja en el caso creatividad y medios (B.1 y B.4) en la ciudad de Cusco en el año 2019, las políticas públicas de promoción implementadas, y su impacto.

La tesis es descriptiva y correlacional, comprende dos etapas: La primera abarca, un diagnóstico de la economía naranja nacional y local al 2019, con información obtenida del Ministerio de Cultura, UNESCO y entidades involucradas. La segunda abarca los resultados obtenidos de la encuesta que ayuda a la contrastación y validación de las hipótesis planteadas, en el cual se obtuvo un nivel 86% de informalidad tributaria y 99% de informalidad laboral, con un grado de relación con el turismo de 98%, que a su vez se vincula con el poco apoyo de políticas públicas que abarca el 40% del total.

En consecuencia, se recomienda implementar la “Mesa Técnica de Desarrollo Integral de las Industrias Culturales del Departamento de Cusco” orientada a coordinar, apoyar y proponer las medidas y acciones necesarias que contribuyan al desarrollo del sector, e involucre y articule a las autoridades e instituciones competentes, así como a los productores de bienes y servicios culturales.

Palabras clave: Economía naranja, bienes públicos, informalidad, bienes y servicios culturales, políticas públicas.

Abstract

The present research work called "THE ORANGE ECONOMY IN THE CITY OF CUSCO: REALITY AND PUBLIC PROMOTION POLICIES IN 2019" aims to analyze the current reality of the orange economy in the case of creativity and media (B.1 and B.4) in the city of Cusco in 2019, the public promotion policies implemented, and their impact. The thesis is descriptive and correlational. It comprises two stages. The first includes a diagnosis of the national and local orange economy as of 2019, with information obtained from the Ministry of Culture, UNESCO and entities involved. The second covers the results obtained from the survey that helps to contrast and validate the silver hypotheses, in which a level of 86% tax informality and 99% labor informality was obtained, with a degree of relationship with tourism of 98 %, which in turn is linked to the little support of public policies that covers 40% of the total.

Consequently, it is recommended to implement the "Technical Table for the Comprehensive Development of the Cultural Industries of the Department of Cusco" aimed at coordinating, supporting and proposing the necessary measures and actions that contribute to the development of the sector, and involve and articulate the authorities and institutions. authorities, as well as producers of cultural goods and services.

Keywords: Orange economy, public goods, informality, cultural goods and services, public policies.

Listado de abreviaturas

B.1: Artes visuales y artesanía: pintura, escultura, artesanía y fotografía.

B.4: Presentaciones artísticas y celebraciones: artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

DCMS: Department for Digital, Culture, Media y Sport

DDC: Dirección Desconcertada de Cultura Cusco

GL: Gobierno Local

GR o GORE: Gobierno Regional

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y turismo

MINCUL: Ministerio de Cultura

OEI: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura

ONU: Organización de las Naciones Unidas

OMPI: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

PBI: Producto Bruto Interno

PIA: Presupuesto Inicial de Apertura

PIM: Presupuesto Inicial Modificado

RDR: Recursos Directamente Recaudados

UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

El ser humano tiene el arte y la cultura como algo innato, desde su origen como homo sapiens, siendo estas la expresión de su dotación de inteligencia y racionalidad, que son el relato de su evolución, vivencias, emociones y visión, que fueron percibidos y clasificados de diversas formas mundialmente.

La ciudad de Cusco, cuenta con una riqueza cultural y artística extensa, que según la clasificación de la UNESCO se dividen en tres grupos principales y a su vez 6 distintos sectores en los que se desarrolla la economía creativa; estos son:

A. Herencia cultural:

A.1 Patrimonio natural y cultural: productos derivados y servicios de museos, paisajes culturales, sitios arqueológicos e históricos y gastronomía

B. Creatividad y medios:

B.1 Artes visuales y artesanía: pintura, escultura, artesanía y fotografía.

B.2 Libros y prensa: libros, periódicos, otros materiales impresos, ferias de libros y bibliotecas.

B.3 Medios audiovisuales y creativos: filmes y videos, radio y televisión, podcasting, mainstreaming, juegos de video y animación.

B.4 Presentaciones artísticas y celebraciones: artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias.

C. Creaciones funcionales:

C.1 Moda, diseño gráfico, diseño interior, paisajismo, servicios de arquitectura y publicidad.

Sectores que no son desarrollados en todo su potencial, aunque su popularidad ha crecido en los últimos años y es una industria siempre presente, hay muchos obstáculos y problemas para destacar.

El desafío es cómo nutrir esta realidad y aprovecharla en beneficio de las personas de las industrias creativas y del país en su conjunto, porque al mirar las condiciones laborales de estas ocupaciones, podemos encontrar características comunes como la informalidad y los bajos ingresos. Es por esto que el trabajo de los hacedores de políticas públicas debe considerar soluciones diseñadas para abordar estos problemas y fomentar el espíritu empresarial y la creación de empresas mediante el desarrollo de un entorno más amigable.

Algunas características bajo las cuales se desarrolla la Economía Naranja en el sector Creatividad y Medios “B. 1 (Pintura, escultura y artesanía) y B.4 (Presentaciones artísticas y celebraciones: artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias) en Cusco son:

- Los artistas valoran más sus creaciones que su negocio.
- El estado no cuenta con medidas adecuadas para apoyar los derechos de autor.
- Las personas están acostumbradas a recibir las creaciones culturales gratis (free rider), que desincentiva los emprendimientos por tener características de bien público.
- El no pagar por una creación cultural, hace que no sea valore adecuadamente lo hecho.

La ciudad de Cusco, por su historia, artesanía y tradiciones conforman un atractivo, haciendo de la visita de los turistas un sorprendente viaje por sus monumentos y expresiones, donde la artesanía es una simbología histórica, que es la exteriorización pura del “arte popular”,

porque esta es la historia de la transformación del gusto artístico de la humanidad, que se va decantando al transcurrir el tiempo.

La textilería, cerámica, orfebrería, música, escultura, pintura y demás expresiones culturales mantienen su vigencia junto a la artesanía contemporánea cusqueña, que incorpora expresiones de la cultura popular andina, es rica en contenido, variada en sus formas y de gran valor estético, pensada para satisfacer una amplia variedad de necesidades, ya sea en vestuario, indumentaria y hogar, o decoración. A todo ello, la economía naranja debe ser una posibilidad en Cusco, una en la que las políticas públicas respalden la producción, a los productores de bienes y servicios culturales, y garanticen la rentabilidad de dedicarse a dicha actividad.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cuál es la realidad y cuáles son las políticas públicas implementadas para la economía naranja en el caso creatividad y medios en la ciudad de Cusco?

1.2.2. Problemas específicos

1. ¿Cuál es la realidad de la economía naranja en la ciudad de Cusco en el caso creatividad y medios?
2. ¿Cuáles son las políticas públicas implementadas respecto de la economía naranja en el caso creatividad y medios en la ciudad de Cusco?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación teórica

Las diversas teorías que se plantearon a partir de la economía naranja pretenden explicar y demostrar la importancia de la cultura y el aprovechamiento de la misma, como un contribuyente neto al crecimiento y desarrollo de los países, así también la importancia de la poca volatilidad que poseen los bienes y servicios culturales. Pues a través de, se permite la preservación de la diversidad cultural e identidad, que forman parte del patrimonio inmaterial de un país.

1.3.2. Justificación metodológica

En la presente investigación, se realizó el diagnóstico de la economía naranja en la ciudad de Cusco y las políticas públicas aplicadas, en base a ello se formularon las hipótesis y objetivos, para de esta manera seleccionar las variables y construir los indicadores de la investigación.

Lo anteriormente mencionado consolidó la base de la metodología de la investigación, que es no experimental, llevada a cabo sin manipular las variables, basada en la observación de las mismas y desempeño en el ámbito de estudio, y nivel de investigación descriptivo y correlacional.

1.3.3. Justificación social

Cusco cuenta con todos los sectores en los que se desarrolla la economía creativa, según la clasificación de la UNESCO, descrito en la formulación del problema, actividades que se complementan entre sí y aportan al crecimiento y desarrollo económico local en diversas formas, generando empleo, aportando con el pago de impuestos, etc.

Por lo cual se precisan políticas públicas que incentiven el emprendimiento, la innovación, la generación de patentes, propiedad intelectual. Se necesita un método multisectorial, que

cuenta con participación de diversas instituciones de gobierno central, regional y local, del sector privado, el sector asociativo, la banca, e instituciones que sean capaces de impulsar, conducir, generar mayor valoración y aprovechar al máximo el talento cusqueño y peruano por parte de la sociedad.

Siendo necesario identificar las deficiencias y establecer una política de desarrollo productivo a nivel de empresas, más que a nivel de sectores. Que pueda brindar todo lo que necesitan los emprendedores, que tienen un componente creativo alto, para que puedan ser exitosos.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

- Analizar la realidad y las políticas públicas de promoción implementadas, en la economía naranja en el caso creatividad y medios en la ciudad de Cusco.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Identificar la realidad de la economía naranja en la ciudad de Cusco en el caso creatividad y medios.
2. Determinar cuáles son las políticas públicas implementadas para el desarrollo de la economía naranja en el caso creatividad y medios en la ciudad de Cusco.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

Buitrago Restrepo y Duque Márquez (2013) en su libro la economía naranja: una oportunidad infinita, hacen referencia a la posibilidad de diferenciar servicios creativos (publicidad, investigación y desarrollo, arquitectura, cultura y ocio, etc.) y entre bienes creativos (audiovisuales, artesanía, nuevos medios, artes visuales y escénicas, diseño, etc.) La denominan economía naranja por este color se asocia a la cultura, creatividad e identidad.

Señalan la relación entre economía y cultura, haciendo una comparación con una moneda que tiene dos caras y este tema por lo general suele plantearse con contraposición, (no pueden separarse pues son caras de una misma moneda).

Una de las caras es la imagen indefinida de su valor simbólico, la otra es la comprobación cuantitativamente exacta, normalmente, solo se puede ver una de las caras al unísono, lo que restringe la capacidad para entender lo entrañable de su relación.

Dan a conocer la problemática que se da por la libre accesibilidad a la cultura, se distorsiona usualmente con la percepción de que la cultura es gratuita. La cultura en su totalidad es tratada por la sociedad como un bien público.

Los bienes públicos suelen ser víctimas de la tragedia de los comunes, que es una disyuntiva, utilizada para interpretar como los individuos con comportamiento racional e independiente, por interés personal, aniquilan de inintencionadamente un procedimiento común. En perjuicio de la sociedad y de ellos mismos.

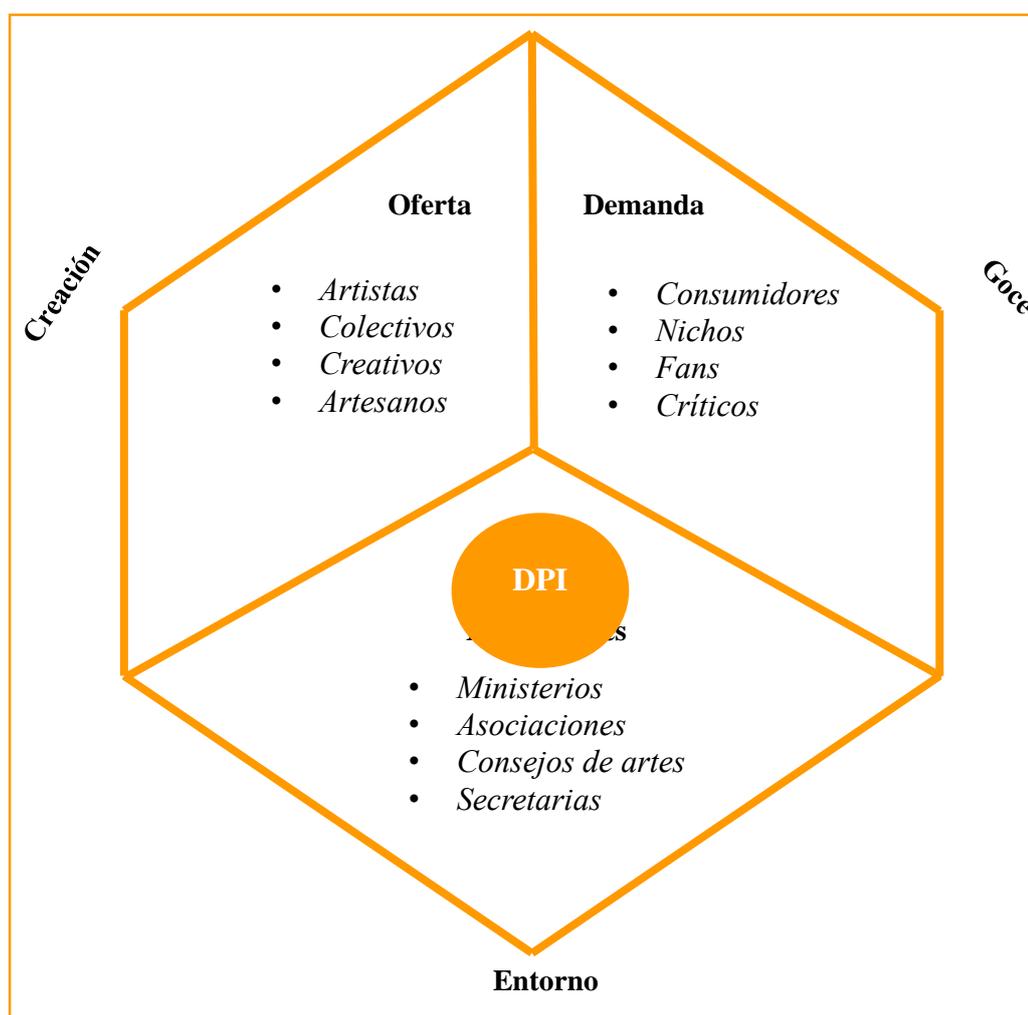
Esta situación daña profundamente a los creativos y artistas, pues deniega al menos dos derechos fundamentales:

- 1) La validación de su actividad como un trabajo legítimo.
- 2) Una asignación económica o ingresos adecuados.

Simultáneamente, restringe a la sociedad el perfeccionamiento que toda la cadena de valor del arte y la cultura pueden proporcionarle.

Según los autores “la economía naranja tiene 3 dimensiones”, que se clasifica de la siguiente manera:

Figura 1. Dimensiones de la Economía Naranja



Nota: “La economía naranja una oportunidad infinita”

En el vértice que une estas tres dimensiones se encuentran los derechos de propiedad intelectual.

Dimensión Creación (Oferta): Es la dimensión en la que interaccionan los modelos e ideas de negocios como creativos individuales, artistas y emprendedores, colectividad artística, empresas pequeñas, medianas y grandes, etc. Es el punto en el que se da la generación primaria de ideas y su posterior transformación en bienes y servicios. Así mismo enlistan todos los nombres que recibe la economía naranja.

Dimensión Goce (Demanda): Es la dimensión de reconocimiento: posesión, utilización, transmutación, convenio, etc. El individuo es el legitimador por idiosincrasia del beneficio (es en él donde viven los contenidos).

Las personas acceden consumiendo contenido de bienes y servicios mediante espacios como TV, radio, periódicos, revistas, transporte público, y plataformas como YouTube, Netflix, y eventos en bares, festivales y más. Estos espacios son la entrada a la que asisten las personas, ya sea por azar o porque sus preferencias fueron persuadidas por el marketing (desde las más simples hasta las más complejas), y por la crítica (tanto la aficionada como la especializada).

Dimensión Entorno (Instituciones): Es la dimensión del orden, entidades públicas, la interconexión y el "consenso" internacional. En todos los aspectos de la economía y la sociedad, la gobernanza debe definirse a partir del compromiso de respetar las normas y comportarse con sensatez, que comprende:

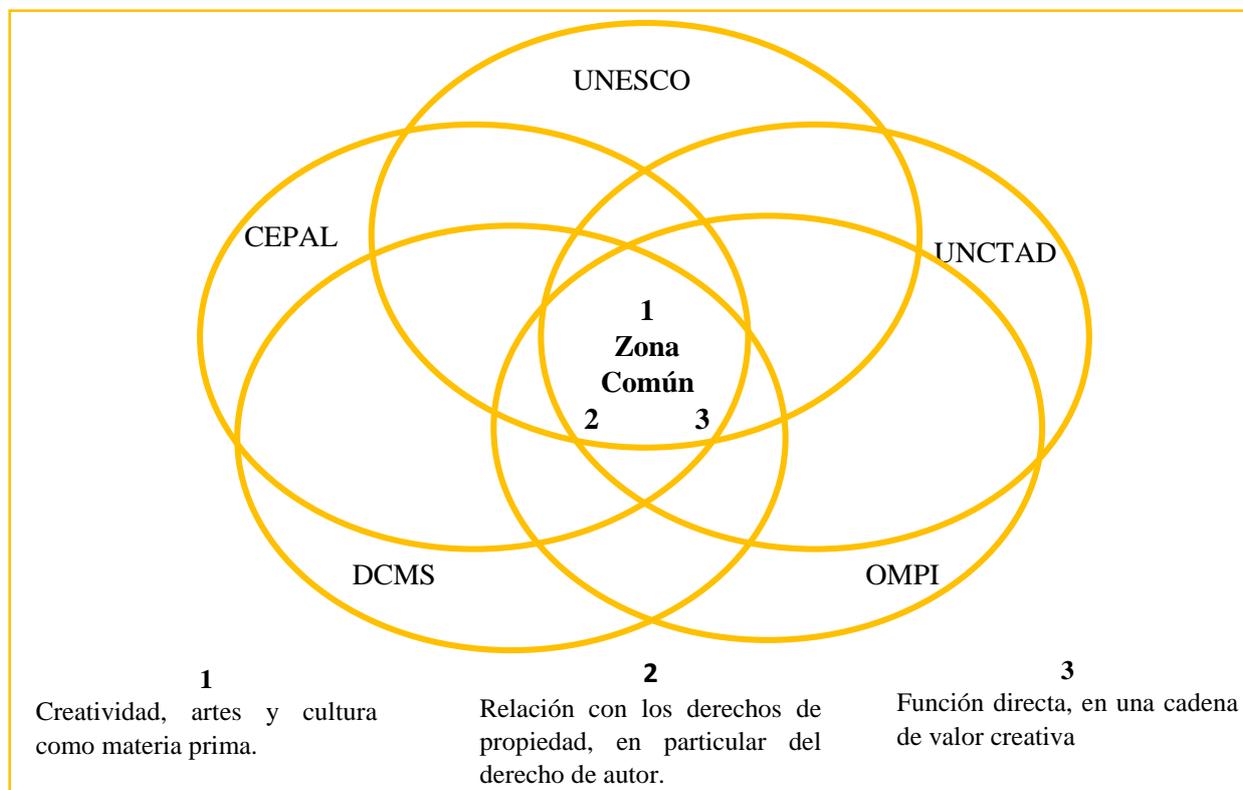
- Propiedad privada, protección laboral, propiedad intelectual, seguridad social, subvenciones, impuestos, libertad de expresión, derechos humanos, identificación de minorías, participación, tolerancia.

Así mismo Hawkins (2001) en su libro *la economía creativa: Transformar una idea en beneficios*, hace referencia a como las personas con ideas ahora son más poderosas que las personas que operan las máquinas, e impulsan la innovación y creatividad como un proceso

disruptivo que cuestiona las limitaciones y los supuestos establecidos. Incluye industrias cuyo valor de bienes y servicios se basa en la propiedad intelectual: artes visuales y escénicas, arquitectura, artesanía, diseño, cine, publicación, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos.

Por otro lado, surgen las corrientes institucionales de la economía naranja, tras las diversas denominaciones que se le otorga, es natural que existan estas diferencias y cada quien debe ajustar estos conceptos según sus objetivos de política o negocio. Dentro de la multiplicidad de posiciones, los elementos centrales se suelen encontrar en una zona común. Por lo que se presenta la figura de la siguiente manera, agrupando por el común denominador las diferentes versiones o corrientes que adoptan diferentes organismos y/o naciones para definir, clasificar y desarrollar la economía naranja.

Figura 2. Zona común de las corrientes de la economía naranja



Nota: “La economía naranja una oportunidad infinita”

El PNUD; UNESCO (2013), establece que las industrias creativas y culturales, comprenden prácticas que compaginan la producción, la creación, y la distribución de producciones creativas que sean inmateriales y de carácter cultural. Dichos contenidos generalmente están protegidos por los derechos de autor y pueden perfilarse como un bien o servicio. Incorpora igualmente toda obra artística o cultural, la publicidad y la arquitectura.

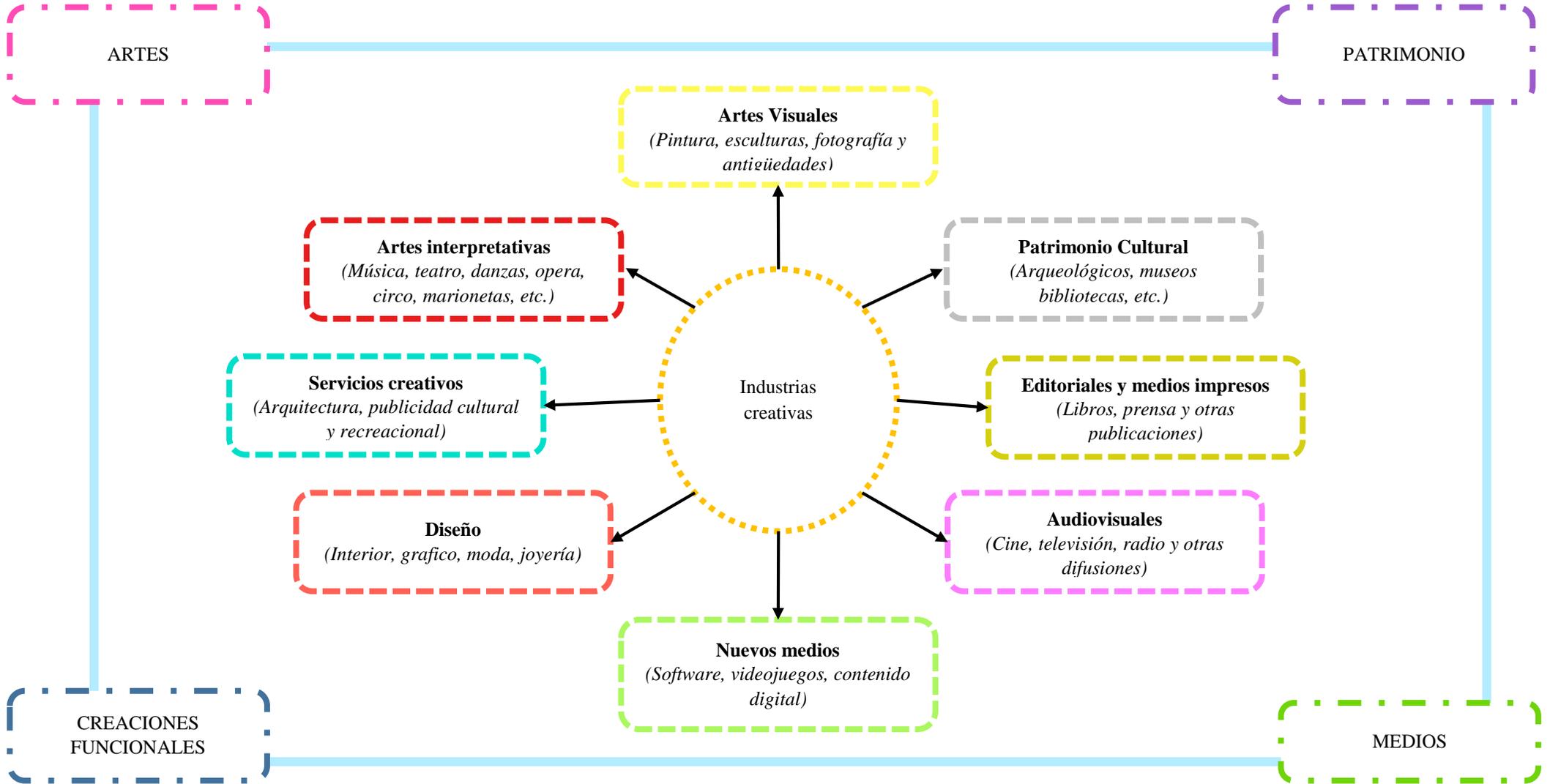
El Gobierno del Reino Unido (2014), establece que las industrias creativas son labores arraigadas en la creatividad, las habilidades y los talentos individuales con la capacidad de crear empleos y bienestar a través de la generación y aprovechamiento de la propiedad intelectual.

La OMPI (1970), establece una industria protegida por los derechos de autor (IPDA) es una industria específica dedicada, interdependiente o relacionada directa o indirectamente con la creación, producción, ejecución, exhibición, difusión, distribución o venta de material protegido por los derechos de autor.

La CEPAL (1994), señala que la industria del contenido abarca los sectores: radio, cine, editorial, televisión, sellos discográficos, contenido móvil, producción audiovisual independiente, contenido en línea, videojuegos y contenido producido para la concurrencia digital.

La UNCTAD, (2004) refiere que las industrias creativas son el corazón de la economía creativa y se demarca como el ciclo de producción de bienes y servicios con la creatividad y el capital intelectual como sus principales insumos. Se categorizan según su función como creaciones patrimoniales, artísticas, mediáticas y funcionales. Esta organización reconoce 4 categorías extensas que unen a la industria, tales como:

Figura 3. Clasificación de las industrias creativas de la UNCTAD



Nota: Adaptado de la página oficial de la UNCTAD

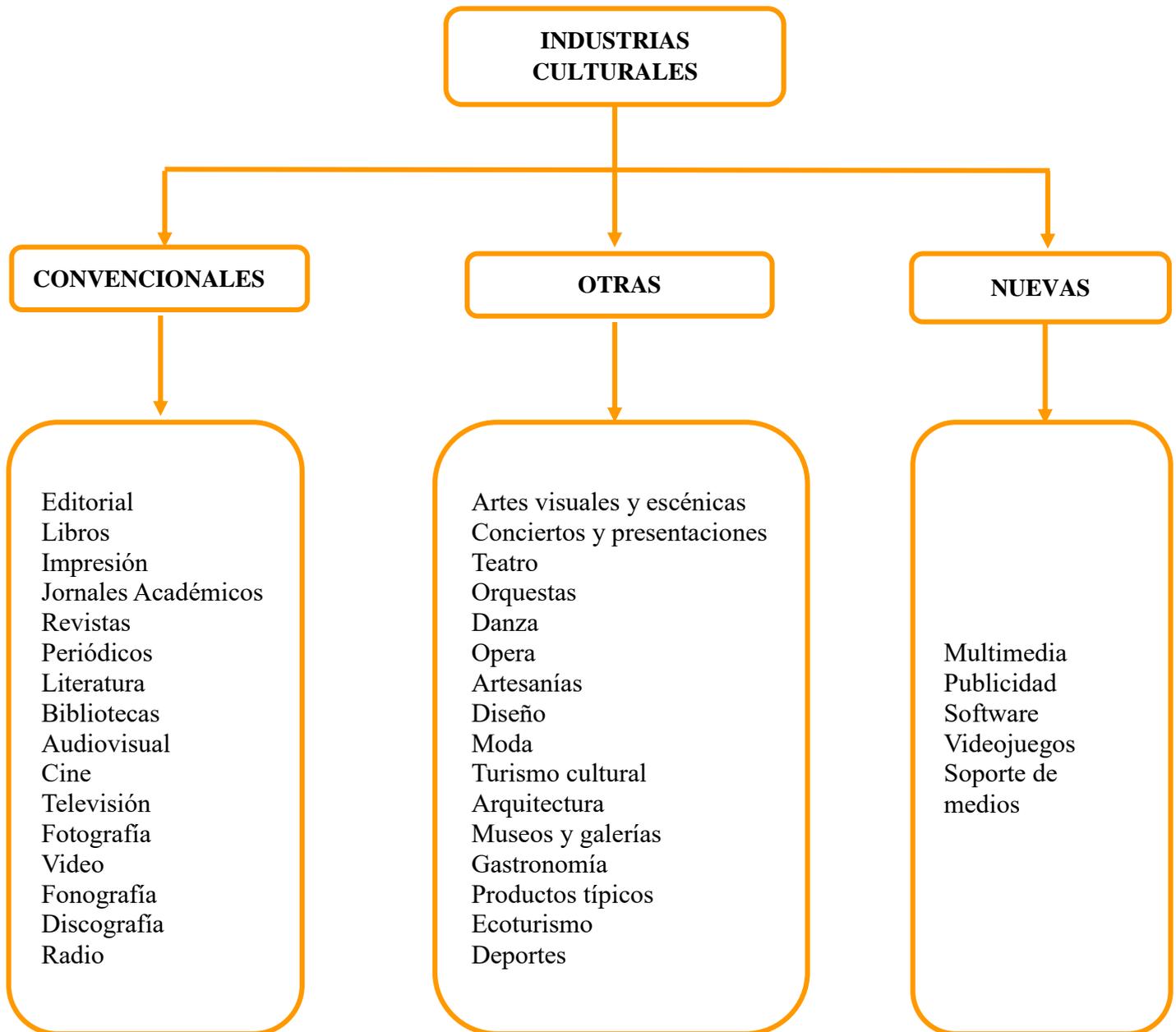
Continuando con el desarrollo teórico el BID (2018) ejecutó una clasificación que aún no ha sido adoptada formalmente por los países de América Latina y el Caribe. Por tanto, esta clasificación puede servir como propuesta de hoja de ruta y será una herramienta fundamental para este estudio. Es necesario comprender los diferentes aspectos relacionados con la economía naranja que inciden directamente en su tamaño, los cuales constituyen los principales factores que deben ser abordados desde la perspectiva de la administración pública.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) propone también a raíz de las divergencias una definición práctica de la economía naranja a la que denomina “*Industrias Culturales*”, siendo los bienes y servicios tradicionalmente asociados con los servicios creativos, los deportes y las políticas culturales.

Desde una perspectiva microeconómica a través de la valoración individual correspondiente a las preferencias individuales de los bienes culturales y la obtención de la valoración de satisfacción social, para medir el impacto económico de la cultura, persuadir al juicio poblacional y a la administración pública de lo revelador que sería su aporte al Producto Interno Bruto (PIB) y al empleo.

En la investigación de la economía creativa como primera instancia se debe investigar el origen y antecedentes de lo que involucra la dimensión de este campo sectorial de las industrias creativas.

Figura 4. Clasificación de las Industrias Culturales según el BID



Nota: Adaptado del libro “La economía naranja una oportunidad infinita”

Se genera la recopilación de diferentes autores que hacen referencia a los derechos de autor y la propiedad intelectual vista desde el punto de vista de la economía naranja señala que los bienes y servicios culturales ofrecidos son denominados en su mayoría productos intangibles o inmateriales que tienen la característica de ser no exclusivos y no competitivos.

Guízar López (2005) reafirma la relación entre la economía y los derechos de propiedad intelectual, esta relación se basa en la diferencia entre el conocimiento público y el conocimiento privado, y propone que la apropiación no es un fin en sí mismo, sino un medio para que todos

extraigan cosas necesarias de la naturaleza, sentó las bases para el equilibrio de derechos entre innovadores y usuarios de la propiedad intelectual. Bentham es esencial para analizar ideas motivacionales. En este caso, partiendo de la idea de que “el conocimiento es una mercancía no competitiva y no exclusiva”, todo imitador de la invención es un oportunista y cada copia de su comportamiento privará al verdadero creativo de seguir innovando. Capacidad. Se merece la ventaja en el campo. Negocios, el producto que inventó.

Joseph Schumpeter propuso introdujo la definición de "innovación" en el diccionario de la economía y propiedad intelectual, que divergiendo de Keynes puso el impacto en el desarrollo económico. El impulso se sitúa fuera del país, pero con espíritu comerciante o mejor espíritu emprendedor.

Brousseau (2007), y Heller y Eisenberg, (1998) departen también de la tragedia de los anticommons. Ello es así porque varios instrumentos de protección de la propiedad intelectual han ido cambiando, alejándolos cada vez más del concepto original de bienes no excluyentes y no exclusivos. Khan, (2005), plantea que a medida que las enmiendas legales de países desarrollados surgían, la propiedad intelectual en países subdesarrollados fortaleció el sistema a través de trasplantes legales.

Shavell y Van Ypersele, (2005) de la misma forma, formulan que las cláusulas de protección de las obras protegidas por derechos de autor se amplían cada vez con mayor frecuencia, dificultando su paso al dominio público, por lo que son consideradas en la teoría económica como un lastre para la explotación no comercial de los desamparados. ni el directorio antiguo, ni el disfrute de la sociedad en conjunto. Identificaron tres efectos fundamentales nacientes del análisis económico de la propiedad intelectual: la carrera de patentes, el origen acumulativo del desarrollo artístico y tecnológico, y la tragedia de los anticomunes.

En el caso peruano se cuenta con el Programa Presupuestal: Desarrollo y promoción de las industrias culturales, en el que Cultura (2019), demuestra resultado específico del plan

presupuestario es promover el pleno desarrollo y promoción de las artes y las industrias culturales, creando así oportunidades para el desarrollo integral de la población a través de los siguientes productos: Los empresarios tienen acceso a mecanismos para el desarrollo de diversos productos culturales, los artistas tienen acceso a herramientas para desarrollar sus procesos creativos, las organizaciones culturales e instituciones públicas, cuentan con las herramientas para gestionar adecuadamente las políticas culturales, y la población se beneficia de una diversa gama de productos culturales reconocidos a nivel nacional e internacional. El plan presupuestario es ejecutado por el Ministerio de Cultura como órgano rector.

- Aspectos generales

Tabla 1. Aspectos generales del programa Desarrollo y promoción de las industrias culturales

<i>Problema Identificado</i>	<i>Población Objetivo</i>	<i>Resultado Específico</i>	<i>Sector</i>	<i>Entidad Responsable del PP</i>	<i>Niveles de gobierno que participan en la ejecución del PP</i>
Limitado desarrollo y promoción de las artes e industrias culturales que restringe las oportunidades de desarrollo individual y colectivo de la población	5.2 millones de personas (1.3 millones de hogares) que acceden a la producción cultural y que podrían acceder a dicha	Adecuado desarrollo y promoción de las artes e industrias culturales que propicia las oportunidades de desarrollo integral	Cultura.	Ministerio de Cultura	Gobierno nacional, gobiernos regionales y gobiernos locales

Nota: Extraído de <https://www.mef.gob.pe/contenidos/articulados/articulado.pdf>

Tabla 2. Matriz de productos del PP 0140

<i>Productos</i>			
<i>Descripción</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Medios de verificación</i>	<i>Supuestos</i>
3000766 <i>Emprendedores acceden a mecanismos para el desarrollo de una oferta cultural diversa</i>	<ul style="list-style-type: none"> • % de personas ocupadas en actividades culturales que acceden a mecanismos para el desarrollo de una oferta cultural diversa • % de personas que consideran que los servicios implementados pueden incrementar su capacidad como emprendedor cultural o de su emprendimiento cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de emprendedores beneficiados • Reporte de niveles de satisfacción de los servicios brindados a emprendedores culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • El emprendedor beneficiario de los servicios, cuenta con mecanismos complementarios para aplicar de manera óptima las nuevas herramientas adquiridas. • Existan capacidades para que se generen mecanismos y espacios de oferta cultural diversa
3000766 <i>Emprendedores acceden a mecanismos para el desarrollo de una oferta cultural diversa</i>	<ul style="list-style-type: none"> • % de personas ocupadas en actividades culturales que acceden a mecanismos para el desarrollo de una oferta cultural diversa • % de personas que consideran que los servicios implementados pueden incrementar su capacidad como emprendedor cultural o el de su emprendimiento cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de emprendedores beneficiados • Reporte de niveles de satisfacción de los servicios brindados a emprendedores culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • El emprendedor beneficiario de los servicios, cuenta con mecanismos complementarios para aplicar de manera óptima las nuevas herramientas adquiridas. • Existan capacidades para que se generen mecanismos y espacios de oferta cultural diversa
3000767 <i>Artistas acceden a herramientas para el desarrollo de sus procesos creativos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • % de personas con ocupaciones culturales que acceden a herramientas para el desarrollo de sus procesos creativos • % de personas que consideran que los servicios implementados han beneficiado el desarrollo de sus procesos creativos • Variación porcentual del número de beneficiarios de las herramientas para el desarrollo de procesos creativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de artistas beneficiadas • Reportes de los niveles de satisfacción de los servicios brindados 	<ul style="list-style-type: none"> • El artista beneficiario de los servicios cuenta con mecanismos complementarios para aplicar de manera óptima las nuevas herramientas adquiridas para el desarrollo de sus procesos creativos. • Existan espacios para el desarrollo del potencial creativo para artistas a nivel del sector privado nacional e internacional
3000768 <i>Instituciones públicas y organizaciones culturales cuentan con herramientas para una adecuada gestión de políticas culturales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • % de instituciones que implementan herramientas para una adecuada gestión de políticas culturales • Variación porcentual del gasto público en Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos oficiales • Gasto ejecutado en el Grupo Funcional “Promoción y Desarrollo Cultural” - SIAF 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un cumplimiento del contenido de los acuerdos o de los documentos incluidos en el cálculo del indicador. • Existe un uso adecuado de los recursos por parte de las entidades y la optimización de las estrategias en el gasto a la función Cultura.
3000773 <i>Población se beneficia de una oferta cultural diversa y reconocida a nivel nacional e internacional</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Variación porcentual de personas que acceden a los bienes y/o servicios artísticos y culturales promovidos, directa o indirectamente, por el Ministerio de Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Registros Administrativos de las actividades, talleres, eventos, etc. promovidos por el Ministerio de Cultura a los que accede la población 	

Nota: Extraído de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/ppr/prog_presupuestal/articulados/articulado_0140_2019.pdf

Tabla 3. Matriz de actividades del PP 0140

<i>Descripción</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Actividades</i>	
		<i>Medios de verificación</i>	<i>Supuestos</i>
5005772 <i>Implementación de una plataforma de servicios al emprendedor cultural</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de beneficiarios de los servicios implementados • Número de emprendedores satisfechos con los servicios brindados 		<ul style="list-style-type: none"> • Involucramiento de instituciones aliadas para la adecuada gestión de las iniciativas
5005773 <i>Organización y participación en eventos para posicionamiento de las artes e industrias culturales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Números de actividades efectuadas • Número de beneficiarios de los servicios implementados • Número de emprendedores satisfechos con los servicios brindados 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de emprendedores beneficiados con los servicios implementados • Reporte estadístico con los niveles de satisfacción brindados • ENAHO (2014): • Población objetivo de emprendedores culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones que compartan información relevante y dentro de su competencia para la generación de estudios e investigaciones especializadas del sector artístico y de las industrias culturales • Existencia de voluntad intersectorial para generar procesos de intercambio e innovación • Existencia de espacios institucionalizados para concertar intereses a favor del desarrollo de las artes e industrias culturales
5005774 <i>Elaboración y gestión de mecanismos de financiamiento para el desarrollo de emprendimientos culturales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de beneficiarios de los servicios implementados • Número de emprendedores satisfechos con los servicios brindados 		<ul style="list-style-type: none"> • Voluntad en la producción de espacios de intercambio de la industria cultural
5005775 <i>Capacitación para el desempeño profesional del sector artístico</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de beneficiarios • Número de artistas satisfechos con los servicios brindados 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de emprendedores beneficiados con los servicios brindados 	<ul style="list-style-type: none"> • Artistas y productores adquieren competencias para optimizar su desempeño en la producción artística
5005776 <i>Incentivos para el desarrollo del potencial artístico</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de beneficiarios • Número de artistas satisfechos con los servicios brindados 	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte estadístico con los niveles de satisfacción brindados 	<ul style="list-style-type: none"> • Logística adecuada a los artistas en representación del país
5005777 <i>Actividades para el intercambio y fortalecimiento de los procesos creativos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de actividades efectuadas • Número de beneficiarios • Número de artistas satisfechos con los servicios brindados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes trimestrales de gestión 	
5005778 <i>Elaboración y difusión de lineamientos y guías para la adecuada gestión pública en materia de artes e industrias culturales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de documentos suscritos con instituciones y/o organizaciones culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de instituciones y/u organizaciones culturales con las que se llevan a cabo acciones a partir de documentos oficiales (resoluciones, ordenanzas, convenios, 	<ul style="list-style-type: none"> • Marco normativo sea propicio para gestión pública de las artes e industrias culturales
5005779 <i>Cooperación y asistencia técnica a organizaciones y entidades en estrategias de</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de organizaciones culturales con las que el Ministerio de Cultura coordina la implementación de herramientas para una adecuada gestión 	<ul style="list-style-type: none"> • informes, planes de trabajo, etc.) • Reporte estadístico con los niveles de satisfacción de las organizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones públicas y privadas cuentan con la capacidad y el compromiso de promover acciones de capacitación y asistencia técnica

cultura para el desarrollo

y/o instituciones con las que

- se trabaja

5005769

Implementación de acciones para la valoración y el reconocimiento a la actividad artística y cultural

- Número de acciones
- Número de beneficiarios de las acciones implementadas

- Reporte de ocupabilidad del Gran Teatro Nacional

- Reporte de ticketera

- Contar con socios estratégicos socialmente responsables, cuyo aporte contribuya al reconocimiento de la labor artística y al reconocimiento de buenas prácticas.

- Agentes culturales comprometidos en la creación de valor público a partir de la valoración de las distintas manifestaciones artísticas

- Voluntad de instituciones aliadas para la adecuada gestión de las iniciativas

5005770

Implementación de acciones para el acceso a la diversidad de una oferta cultural

- Número de beneficiarios
- Número de beneficiarios satisfechos con los servicios brindados

- Registro de asistentes a los servicios artísticos brindados por el Ministerio de Cultura

- Reporte estadístico con niveles de satisfacción brindados

- Ciudadanos interesados en participar de manera activa de las distintas manifestaciones artísticas

5005771

Organización de eventos dirigidos a incrementar la diversidad de la oferta cultural y su reconocimiento a nivel nacional e internacional a través de elencos nacionales

- Número de beneficiarios
- Número de beneficiarios satisfechos con los servicios brindados

- Existencia de espacios e infraestructura adecuada para la presentación de los eventos culturales

Nota: Extraído de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/ppr/prog_presupuestal/articulados/articulado_0140_2019.pdf

Tabla 4. Matriz de producto

<i>Detalle del producto</i>				
<i>Producto</i>	3000766: Emprendedores acceden a mecanismos para el desarrollo de una oferta	3000767 Artistas acceden a herramientas para el desarrollo de sus procesos	3000768: Instituciones públicas y organizaciones culturales cuentan con herramientas para una adecuada gestión de políticas culturales	3000773: Población se beneficia de una oferta cultural diversa y reconocida a nivel nacional e internacional
<i>Unidad de medida</i>	010. Beneficiario	010. Beneficiario	194. Organización	010. Beneficiario
<i>¿Quién recibe el producto o sobre quién se interviene? – Grupo poblacional que recibe el producto</i>	Personas naturales cuya actividad profesional está vinculada a las distintas etapas de la cadena de valor de las industrias culturales y artes, y las personas jurídicas (empresas u organizaciones) cuyos servicios y/o productos está vinculado a las industrias culturales y artes.	El grupo poblacional que recibe el producto son los artistas: creadores e intérpretes. Este grupo está compuesto por personas naturales y jurídicas dedicadas principalmente a la creación e interpretación de los productos de las industrias culturales	Instituciones públicas a nivel nacional, regional y local, universidades e institutos y organizaciones culturales reconocidas por el Ministerio de Cultura	Personas que acceden y se benefician de la oferta cultural del Ministerio de Cultura en el territorio nacional.
<i>¿Qué bienes y/o servicios específicos– recibirá dicho grupo poblacional?</i>	Servicio 1: Creación de una plataforma de formación y capacitación para el emprendedor cultural, de manera física o virtual que brinde aprendizaje y acompañamiento personalizado a los emprendedores culturales de acuerdo a sus necesidades. Servicio 2: Fomento a la participación de emprendimientos culturales en eventos nacionales e internacionales, que sean estos organizados por el Ministerio de Cultura o éste haga de coorganizador a través de una invitación. Servicio 3: Generación de mecanismos de financiamiento y regulación en los distintos campos de las industrias culturales y creativas, teniendo como finalidad última impulsa un mayor dinamismo en el ciclo cultural.	Servicio 1: Capacitación para el desempeño profesional del Sector artístico: Oferta de capacitaciones (cursos, talleres, diplomados, becas entre otros) que contribuyan a profesionalizar el quehacer artístico a través de contenidos teóricos y/o prácticos que innoven en procesos creativos, fortalecer herramientas de gestión y pedagogía de diversos promotores culturales, y formación de formadores y promotores de las artes con miras a estimular y promover un acercamiento a la apreciación y creación artística bajo una mirada de ciudadanía e interculturalidad Servicio 2: Incentivos para el desarrollo del potencial artístico, abarca los reconocimientos a la trayectoria y la creación artística Servicio 3: Actividades para el intercambio y fortalecimiento de los procesos creativos, considera espacios de intercambio donde se fomente la creación artística o el proceso creativo	- Elaboración y difusión de lineamientos y guías para la adecuada gestión pública en materia de artes e industrias culturales. -Cooperación y asistencia técnica a organizaciones y entidades en estrategias de cultura para el desarrollo	-Implementación de acciones para la valoración y el reconocimiento a la actividad artística y cultural Implementación de acciones para el acceso y diversidad de una oferta cultural -Organización de eventos dirigidos a incrementar la diversidad de la oferta cultural y su reconocimiento a nivel nacional e internacional a través de elencos nacionales.
<i>¿Cuál es la modalidad de entrega del</i>	1. Servicio 1 puede ser presencial y/o virtual 2. Servicio 2: puede ser en ferias, exposiciones, mercados, workshops y	La modalidad de entrega de los productos varía según los servicios. Para el Servicio 1 y 2: El producto es	Las modalidades de entrega del producto son presencial y virtual.	a) Implementación de acciones para la valoración y el reconocimiento a la

<i>producto a dicho grupo poblacional?</i>	<p>otros espacios de encuentro.</p> <p>3. Servicio 3: se da a través de concursos nacionales de convocatoria pública, en espacios asignados de acuerdo al tipo de modalidad sean a nivel nacional o internacional.</p>	<p>entregado de manera presencial, para el servicio 3: el producto es entregado de manera virtual</p>	<p>actividad artística y cultural.</p> <p>b) Implementación de acciones para el acceso y diversidad de una oferta cultural.</p> <p>El servicio Organización de eventos dirigidos a incrementar la diversidad de la oferta cultural y su reconocimiento a nivel nacional e internacional a través de elencos nacionales se entrega de manera presencial.</p>	
<i>¿Quién realiza la entrega del producto?</i>	<p>La Dirección General de industrias culturales y Artes (DGIA) emite la Resolución Directoral que consigna la relación de proyectos, productos y/o servicios culturales seleccionados.</p>	<p>-Servicio 1: Capacitación para el desempeño profesional del Sector artístico, la realiza la Dirección de Artes – coordinación con Artes Escénicas y la Dirección del libro y la lectura – acceso al libro y fomento de la lectura.</p> <p>-Servicio 2: Incentivo para el desarrollo del potencial artístico, la realiza la Dirección de Artes – coordinación con Artes Escénicas y coordinación de música. Así como, la Dirección General de Industrias Culturales y Artes (DGIA)- Coordinación de Gestión Cultural</p> <p>-Servicio 3: Actividades para el intercambio y fortalecimiento de los procesos creativos lo realiza la Dirección de Artes (DIA)- Coordinación de cultura24.tv y Coordinación de Infoartes</p>	<p>Dada la diversidad de acciones y de ámbitos de intervención en el conjunto de oficinas a cargo de la ejecución de las actividades, no es posible definir un procedimiento general que sea representativo.</p>	<p>La entrega de los Servicios 1 y 2 lo realiza la Dirección de Artes (DIA) en coordinación con otras direcciones del Ministerio de Cultura.</p> <p>La entrega del Servicio 3 lo realiza la Dirección de Elencos en coordinación de Programación y Direcciones Artísticas de cada elenco.</p>
<i>¿Dónde se entrega el producto?</i>	<p>Los resultados son publicados en la plataforma: conecta.cultura.pe</p>	<p>La entrega de los productos está sujeta al lugar donde se realicen los servicios brindados.</p>	<p>La entrega del producto se hará en el lugar designado</p>	<p>El producto se entrega según la programación</p>

Nota: Extraído de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/ppr/prog_presupuestal/articulados/articulado_0140_2019.pdf

Tabla 5. Actividades por producto

Producto	Actividad	Unidad de medida	Niveles de gobierno que ejecutan		
			Nacional	Regional	Local
3000766: <i>Emprendedores acceden a mecanismos para el desarrollo de una oferta cultural diversa</i>	5005772. Implementación de una plataforma de servicios al emprendedor cultural	010. Beneficiario	X	X	
	5005773. Organización y participación en eventos para posicionamiento de las artes e industrias culturales	117. Eventos	X	X	
	5005774. Elaboración y gestión de mecanismos de financiamiento para el desarrollo de emprendimientos culturales	010. Beneficiario	X	X	
3000767: <i>Artistas acceden a herramientas para el desarrollo de sus procesos creativos</i>	5005775. Capacitación para el desempeño profesional del sector artístico	010. Beneficiario	X	X	
	5005776. Incentivos para el desarrollo del potencial artístico	010. Beneficiario	X	X	X
	5005777. Actividades para el intercambio y fortalecimiento de los procesos creativos	363. Actividad Efectuada	X	X	
3000768: <i>Instituciones públicas y organizaciones culturales cuentan con herramientas para una adecuada gestión de políticas culturales</i>	5005778. Elaboración y difusión de lineamientos y guías para la adecuada gestión pública en materia de artes e industrias culturales	036. Documento	X	X	
	5005779. Asistencia técnica a organizaciones y entidades para estrategias desarrollo cultural regionales y locales	194. Organización	X	X	
3000773: <i>Población se beneficia de una oferta cultural diversa y reconocida a nivel nacional e internacional</i>	5005769. Implementación de acciones para la valoración y el reconocimiento a la actividad artística y cultural	001. Acción	X	X	X
	5005770. Implementación de acciones para el acceso a la diversidad de una oferta cultural	010. Beneficiario	X	X	X
	5005771. Organización de eventos dirigidos a incrementar la diversidad de la oferta cultural y su reconocimiento a nivel nacional e internacional a través de elencos nacionales	010. Beneficiario	X	X	

Nota: Extraído de https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/ppr/prog_presupuestal.pdf

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Economía naranja

La Economía Naranja es una cadena de actividades que transforman ideas en bienes y servicios culturales, cuyo valor depende de su contenido de propiedad intelectual. (Región Naranja - BID, 2018)

2.2.2. La Economía Creativa

La economía creativa o industrias creativas es el sector de la economía que implica generar conocimiento e ideas. Abarca principalmente las industrias culturales (entretenimiento, arte, diseño, gastronomía, publicidad) y la economía del conocimiento (investigación, educación y desarrollo, informática, alta tecnología, telecomunicaciones, nanotecnología, robótica, industria aeroespacial). (Benavente y Grazzi, 2009)

2.2.3. Las industrias creativas

Sector de actividades organizadas de bienes, servicios y actividades cuyo objeto principal es producir o reproducir, promover, difundir y/o comercializar contenidos culturales, artísticos o patrimoniales. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2017)

2.2.4. Bienes culturales

Bienes muebles o inmuebles de gran relevancia para el patrimonio cultural de los pueblos, tales como sitios arqueológicos, arquitectónicos, artísticos o históricos, religiosos o seculares, conjuntos de edificios, manuscritos, libros, obras de arte, y otros elementos históricos, arqueológicos y artísticos, así como colecciones importantes de libros y colecciones históricas, reproducciones o archivos de los anteriores. (CICR, 1996)

2.2.5. Servicios culturales

Actividades artísticas consideradas o consumidas en el momento de la exhibición o actuación. Estas actividades son hasta cierto punto perecederas y su reproducción es baja, lo que nos permite estar seguros de que tienen propiedades únicas. (The education club, 2018)

2.2.6. Free rider

Consumidores de bienes o servicios indivisibles, especialmente bienes o servicios públicos, de los que se benefician gratuitamente. También se le conoce como el "problema del polizón". Esto ocurre cuando una persona (polizón) intenta beneficiarse del uso de un bien o servicio, pero evita pagar por ello.

2.2.7. Diferencias entre las denominaciones de “Economía Naranja”

Tabla 6. Denominaciones alternativas de “Economía Naranja”

Denominación	Elementos que enfatiza
Industrias creativas	La creatividad: énfasis en el individuo
Industrias culturales	La cultura: énfasis en la sociedad
Industrias de contenidos	El producto: Énfasis en aquello que se crea, produce, distribuye y consume a través de un soporte
Industrias protegidas por los derechos de autor	La autoría: Énfasis en los derechos y deberes que surgen como consecuencia de la creación, la producción y el consumo cultural

2.3. Antecedentes empíricos de la investigación

2.3.1. Antecedentes Internacionales

Ramírez Peñaloza y Rodríguez Mo, (2018) en la tesis “Desarrollo de la Propiedad Intelectual como pilar de la Economía Creativa en la Economía Colombiana”, plantean los criterios teóricos fundamentales, la cuantificación de la creatividad, y examina y detalla el progreso de la producción y el consumo de diferentes actividades, los cuales son medidos, comparando datos de ocupación y producción en las industrias culturales y creativas de Colombia entre 2007 y 2016. Fue para resaltar la importancia que tiene el universo de la innovación en este momento y lo que puede llevar a cabo en la economía colombiana, para revelar formas de fomentar una economía de conocimiento y creatividad sin límites. Esto apunta al desarrollo de una nueva generación.

La economía creativa, genera un interés creciente durante la última década, brindando información sobre cómo aprovechar el desarrollo económico mediante la transformación de ideas en bienes y servicios. La economía creativa integra diversas actividades económicas en el mundo, relacionadas con la función específica de la industria, e incluye ámbitos que anexa la producción, creación, y comercialización de bienes y servicios a través de compendios inmateriales de índole cultural. Colombia es uno de los países donde la economía naranja está comenzando a contribuir al PIB, con prestaciones directas e indirectas que representan constantemente más del 3% del PIB. Sin embargo, se busca demostrar que este aporte económico contribuye en el desarrollo económico y social del país.

Díaz Munizaga, (2013) en la tesis, “Industrias culturales e industrias creativas, evolución histórica y conceptual, confluencias y divergencias: El caso de Santiago creativo, plataforma para la exportación de la industria creativa” plantea, la revisión de las políticas públicas

implementadas mediante el programa de gobierno, enfatizando en su reciente interés de estudio, señala también como esto permite entender de una nueva manera la relación entre cultura y economía, tratándola como una industria, y en consecuencia, generar el mecanismo que se adapte a la realidad y transformación de la industria cultural, dejando de verla solo como una expresión artística y viéndola como un sector que aporta grandemente a la economía.

Romero Guillen, (2021) en su tesis Diagnóstico de la economía naranja en El Salvador y la generación de una propuesta desde la perspectiva de Ingeniería Industrial, aborda el estudio de la economía naranja con el método de la caja negra, que le permite diagnosticar el sector, por actividad de forma detallada, para lo cual diseñó indicadores para países que tienen cuentas satélite, es decir permite obtener indicadores culturales, basado en 4 pilares, social, económico, tecnológico y político, evaluando de forma cualitativa y cuantitativa la realidad, de los bienes y servicios culturales y en base a esto, genera la propuesta de acortar brechas salariales, de género, así como mejorar las condiciones laborales bajo los cuales se desarrolla dicha actividad.

2.3.2. Antecedentes nacionales

Izquierdo (2015), en su tesis “Las industrias culturales en el Perú durante el período 2005-2015: Estudio, análisis y propuesta.” examina las industrias culturales, enfocándose en dos aspectos fundamentales: una interpretación crítica de los conceptos de "industrias culturales" y "cultura" desde una perspectiva latinoamericana y andina, y un análisis de la evolución de los conceptos. La industria (especialmente sus tres subsectores) en 2005 y 2015 en un contexto de crecimiento específico.

Armas, (2018) de igual forma, pretende dilucidar la relación bidireccional que existe entre ambos campos (económico y cultural) y brindar un espacio abierto para futuras reflexiones e investigaciones, apuntando a realidades sociales, culturales e históricas específicas, como la de los peruanos, caracterizada por su multiculturalidad y diversidad.

En el caso de Aliaga (2019) en su documento “Las industrias creativas y culturales del Perú: Consideraciones para el fortalecimiento de la actividad diplomática en materia de promoción cultural en el exterior”, considera la "economía naranja" como una gran oportunidad de desarrollo para el Perú. Por qué contribuyen de manera concreta al crecimiento económico del país y ayudan a consolidar la identidad nacional, valorizan los aportes culturales del Perú y construyen una sociedad civil cada vez más civilizada, las iniciativas del Ministerio de Relaciones Exteriores para promover la economía naranja, que se fortalecerán con la incorporación sistemática de actividades de promoción cultural en el extranjero en el trabajo diplomático.

2.3.3. Antecedentes locales

Se realizó la búsqueda en repositorios de las diferentes universidades de la ciudad del Cusco, y no se encontró información disponible referente a estudios sobre la Economía Naranja.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Se presencia un proceso de desarrollo informal, fuertemente asociado al turismo, con poco apoyo en políticas públicas implementadas, por parte de las entidades estatales, del sector creatividad y medios de la economía naranja en la ciudad de Cusco.

3.1.2. Hipótesis específicas

1. El desarrollo de la economía naranja, sector creatividad y medios, se desarrolla en base a emprendimientos privados con fuerte informalidad, y asociados a la demanda turística existente en la ciudad de Cusco.

2. La economía naranja, sector creatividad y medios por tener fuertes características de bienes públicos requiere de políticas de apoyo, protección de derechos de autor, organización, capacitación, promoción, etc. para desarrollarse formalmente en la ciudad de Cusco.

3.2. Identificación de variables

- **Variable dependiente**
 - Desarrollo de la economía naranja
- **Variable independiente**
 - Emprendimientos privados informales de B.1 y B.4
 - Políticas Públicas de apoyo a B.1 y B.4

3.3. Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 7 Operacionalización de Variables es Indicadores

<i>Variable</i>	<i>Definición conceptual</i>	<i>Definición operativa</i>	<i>Dimensión</i>	<i>Indicador</i>
<i>Dependiente</i> Desarrollo de la economía naranja	Modelo de desarrollo compuesto por la prestación de bienes y servicios culturales. en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares de transformación social y económica del país,	La variable desarrollo de economía naranja, fue medida cualitativamente a través de sus dimensiones, para lo cual se ha empleado la encuesta que permitió conocer aseveraciones en Cusco, al 2019.	Económica Empresarial Legal Gestión pública	Normas legales Promoción Políticas publicas Producción Organización
<i>Independiente</i> Emprendimientos privados informales	Actividades y negocios independientes que no se encuentran el marco de la formalidad (tributaria, laboral, económica) y realizan sus actividades al margen de la ley.	La variable emprendimientos privados informales, fue medida cualitativamente a través de sus dimensiones para lo cual se ha empleado la encuesta para conocer su incidencia en el desarrollo de la economía naranja en Cusco al 2019.	Económica Empresarial Artísticos	Producción Comercialización Licencias Financiamiento
<i>Independiente</i> Políticas públicas de apoyo	Acciones de gobierno con objetivos de interés público que surgen de decisiones sustentadas en un proceso de diagnóstico y análisis de factibilidad, para la atención efectiva de problemas públicos específicos, en donde participa la ciudadanía en la definición de problemas y soluciones.	La variable política públicas de apoyo, fue medida a través de sus dimensiones, para lo cual se ha empleado la encuesta que permitió conocer su implicancia en la economía naranja de Cusco, 2019.	Económica Gestión pública Políticas públicas	Normas de derechos de autor Licencias Promoción Organización

CAPITULO IV: METODOLOGÍA

4.1. **Ámbito de estudio: Localización política y geográfica**

4.1.1. **Ubicación**

La ciudad del Cusco está ubicada en la provincia y región de Cusco y. Limita al norte con las provincias de Urubamba, Calca y Anta, al este con el distrito de San Sebastián, al sur con los distritos de Wanchaq y Santiago y al oeste con el distrito de San Sebastián. Poroy y Corca.

Figura 5. Mapa de la Provincia de Cusco



Nota: Extraído de <https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicacione/Est/Lib1253/Mapas.pdf>

4.1.2. **Territorio**

El distrito de Cusco se extiende en 116,22 kilómetros cuadrados.

4.1.3. **Altitud**

Tiene una altitud de 3339 msnm.

4.1.4. Clima

El clima es frío y seco de mayo a diciembre, y lluvioso de enero a abril. La temperatura promedio en la capital es de 12°C, con una máxima de 18°C y una mínima de alrededor de 4°C.

4.2. Tipo y nivel de investigación

El tipo de investigación es no experimental, pues se llevó a cabo sin manipular las variables, y se basó en la observación de las mismas y desempeño en el ámbito de estudio.

El nivel de la investigación será descriptivo y correlacional, porque se describe la realidad de la economía naranja en la ciudad de Cusco y las políticas públicas de promoción existentes, y a su vez se identifica la relación que existe entre las variables y los datos obtenidos sobre la base de las hipótesis formuladas, las teorías y modelos, que aportan y fundamentan la investigación.

4.3. Enfoque y método de la investigación

El enfoque de la investigación es mixto, ya que se cuenta con un segmento cualitativo en el que se detalla el diagnóstico de la Economía Naranja en Perú y Cusco para el año 2019, y un segmento cuantitativo en el que se miden ciertas características de las industrias culturales.

El método de la investigación es analítico porque a partir de las entrevistas y encuestas, se pudo contrastar las hipótesis formuladas y deductivo porque se partió de la teoría de los bienes públicos para fundamentar la investigación.

Unidad de análisis

La unidad de análisis de la investigación es la realidad de la economía naranja en la ciudad de Cusco.

4.4. Población de estudio

La población de estudio de esta investigación son los productores bienes y servicios culturales de la ciudad de Cusco.

4.5. Tamaño de muestra

Para determinar el tamaño de muestra se usó la formula determinación del tamaño adecuado de la muestra, para lo cual se hizo un muestreo aleatorio debido a que el universo es reducido.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza = 1,96

p = Probabilidad de éxito = 0,5.

q = Probabilidad de fracaso = 0,5

N = Tamaño de la población = 175

e = Límite aceptable de error muestral = 0,05

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5 * 0.5)(175)}{0.05^2(175 - 1) + 1.96^2(0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(175)}{0.0025 (174) + 3.8416(0.25)}$$

$$n = \frac{168.07}{1.3954}$$

$$n = 120.44$$

$$n = 120$$

La muestra es 120 encuestados.

El universo fue proporcionado por la Sub Dirección de Industrias Culturales y Artes de la Dirección Desconcertada de Cultura Cusco, y la muestra comprende a productores de bienes y servicios culturales de los grupos B.1 y B.4. según la UNESCO.

4.6. Técnicas de selección de muestra.

Para la selección de la muestra se hizo el uso de método de muestreo aleatorio simple.

4.7. Técnicas de recolección de información

Para la recolección de información se hizo uso de fuentes primarias y secundarias.

Fuentes Primarias:

- Encuesta realizada a los productores de artes visuales y artesanías del distrito de Cusco.
- Entrevista

Fuentes Secundarias:

- Registro Nacional de Artesanos.
- Estadísticas de ENAHO.
- Estadísticas del MINCETUR
- Estadísticas del INEI.
- Información y datos de la GERCETUR Cusco.
- Información de la DDC
- Internet
- Libros
- Revistas

- Trabajos de investigación de instituciones públicas
- Tesis

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Para analizar e interpretar la información y los datos que utilizan métodos como el emparejamiento, la interacción, el análisis histórico, etc., que permiten sacar mejores conclusiones se hará uso de:

- Preparación de la base de información completa e identificación de puntos clave.
- Elección y aplicación de los métodos de análisis.

4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis, se seguirá el siguiente proceso:

Paso 1: Elección de la población a encuestar.

Paso 2: Ejecución de las encuestas.

Paso 3: Vaciado de datos de las encuestas.

Paso 4: Interpretación de los resultados

Paso 5: Analizar la hipótesis propuesta a través de los resultados de las encuestas.

Paso 6: Demostrar los resultados obtenidos.

CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Análisis e interpretación de la realidad de la economía naranja en Perú y Cusco

Perú es un país multicultural y multiétnico, su creatividad individual y / o colectiva, así como la diversidad e interacción de los grupos culturales que conviven en nuestra sociedad, es hogar de innumerables expresiones culturales ancestrales y contemporáneas en su territorio. Nuestro enorme patrimonio cultural, la diversidad de expresiones artísticas y culturales, nuestra industria cultural y la heterogeneidad étnica de nuestros individuos y grupos son prueba ello.

Basado en el diagnóstico elaborado para establecer la Política Nacional de Cultura al 2030, el principal problema encontrado es: “*Limitado ejercicio de los derechos culturales de la población*”.

5.1.1. Política cultural sectorizada

Figura 6. Política cultural peruana sectoriza con indicadores



Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

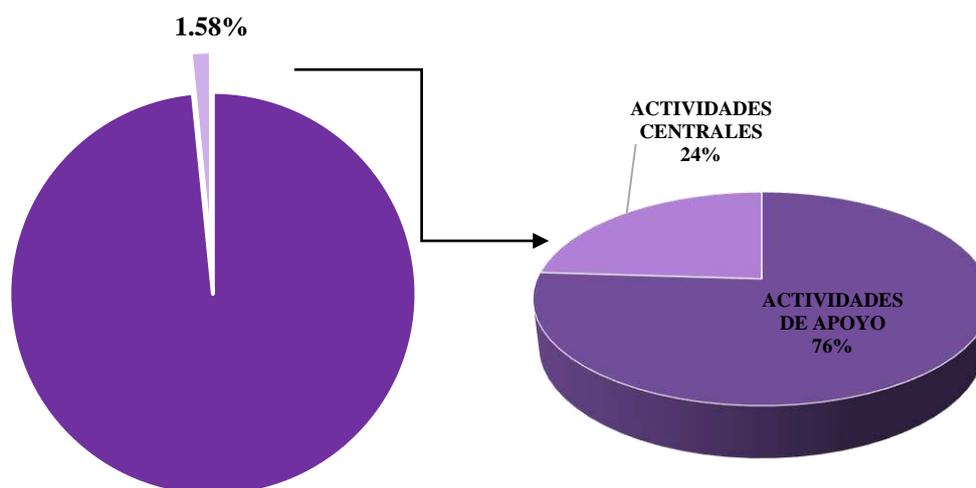
5.1.1.1. Economía

Las industrias culturales y creativas son industrias dinámicas y de crecimiento acelerado en la economía global. Estas industrias contribuyen al crecimiento de la economía nacional, diversifican la economía nacional, generan ingresos y crean oportunidades de empleo. También, facilita la producción, creación, y divulgación de materia figurativa, cuya influencia se expande a intereses no económicos, esto ayuda a ampliar las oportunidades para que la gente participe en la vida cultural y promueva la diversidad cultural.

La dimensión económica evalúa la cooperación de las actividades culturales al PIB y al desarrollo económico, el papel de la cultura como proveedora de empleo y cómo se valoran los bienes y servicios culturales, a través de transacciones comerciales.

Según la estadística recopilada para la cuenta satélite el aporte al PBI del sector cultura fue de 1.58 %, y esto distribuido en 76% en actividades de apoyo y 24 % en actividades centrales del desarrollo de la economía naranja. (CEPAL y OEI, 2021)

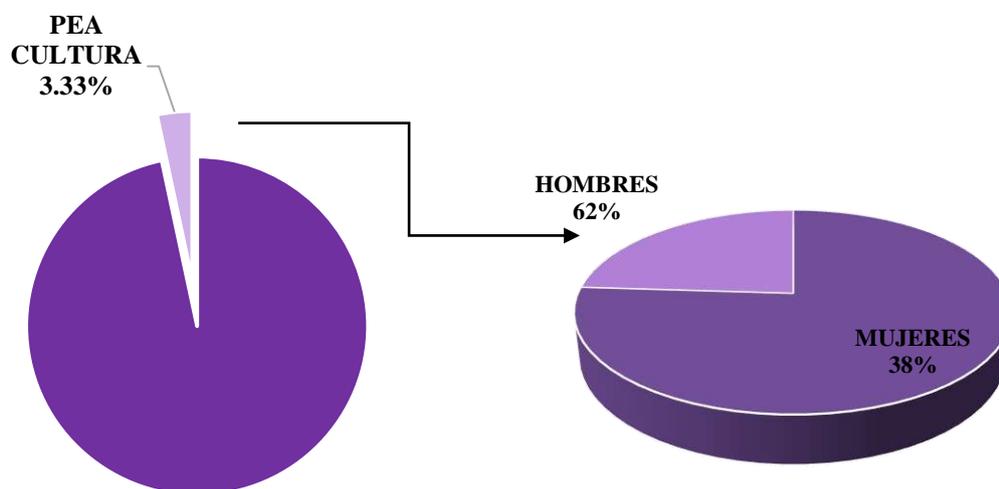
Figura 7. % de contribución de las actividades culturales privadas y formales al PBI



Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

De la misma manera del total de la PEA en Perú 3.33 % se dedica a actividades relacionadas con la economía naranja de los cuales el 62% son hombres y 38% son mujeres

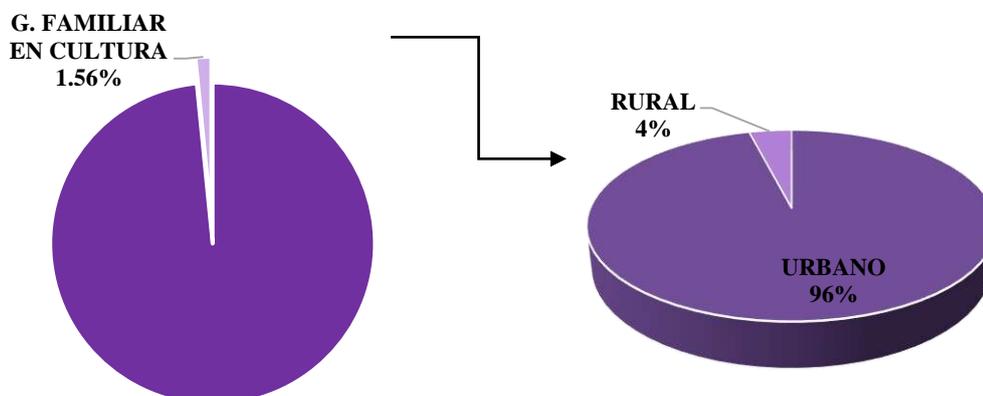
Figura 8. Gasto familiar en cultura por zona de residencia



Nota: <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

En el caso del gasto de hogares en cultura es del 1,56%, sitúa el gasto cultural de los hogares después de alimentación, vivienda, telecomunicaciones y salud. El 58% del gasto total fue en bienes y servicios puramente culturales, y el 42% en equipamiento y bienes y servicios de apoyo. Adicionalmente este gasto realiza por el 96% en la zona urbana y el 4% en la zona rural. (UNESCO y MINCUL, 2018)

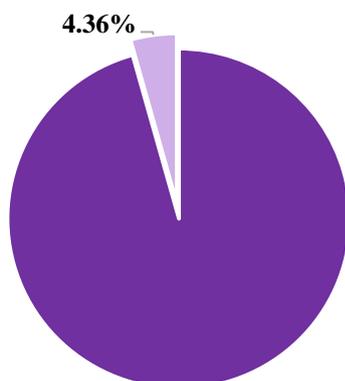
Figura 9. Gasto familiar en cultura por zona de residencia



Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

En el siguiente gráfico se muestra que, del total de población activa ocupada, el 4,36% son ocupaciones (culturales y no culturales) en instituciones culturales. (UNESCO y MINCUL, 2018)

Figura 10. % de trabajadores culturales y no culturales en establecimientos culturales respecto a la PEA total



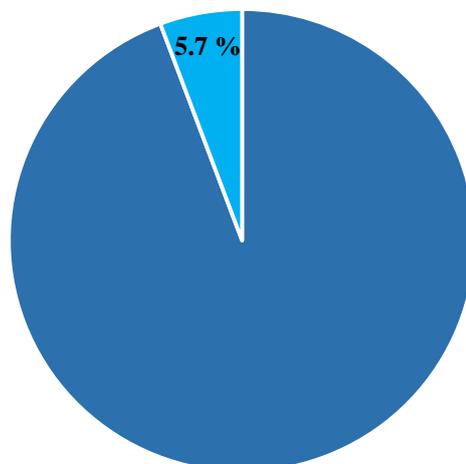
Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

5.1.1.2. Educación

La educación es fundamental para promover y valorar la diversidad cultural, y fomentar la creatividad y los nuevos talentos. El Sector Educación examina la relación entre educación, cultura y desarrollo humano integrando competencias educativas, valores entre culturas, diversidad cultural y creatividad, y oportunidades de formación profesional en el ámbito cultural.

La educación artística es un mecanismo para llevar a las personas a valorar y apreciar la diversidad cultural, desarrollar su capacidad creadora, adquirir habilidades, y ayudar a desarrollar un código cultural de motivación para la lectura. Los resultados de dedicar el 5,7% del tiempo total de enseñanza a la educación artística, reflejan los compromisos recientes de las autoridades para aumentar el acceso a las artes y la cultura. (UNESCO y MINCUL, 2018)

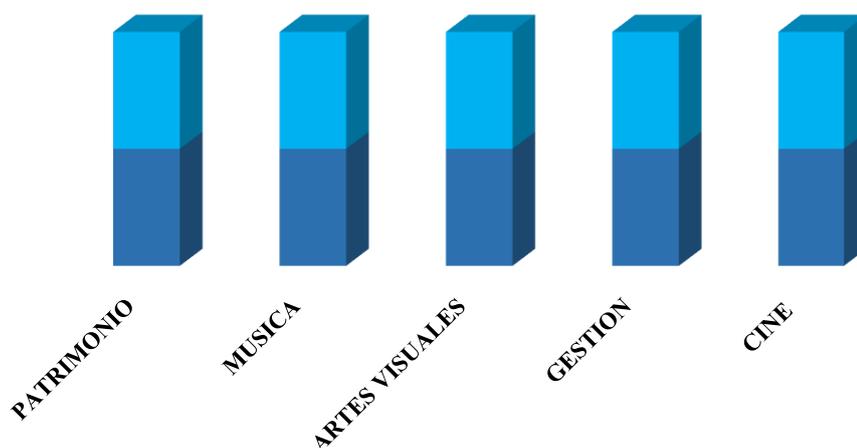
Figura 11. % de horas de instrucción en educación artística del total de horas de instrucción



Nota: Extraído de://www.infoartes.pe/ libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf

En el caso formación de los profesionales del sector cultura, la medida en que los sistemas nacionales de educación pública y "privada dependiente del gobierno" son lo suficientemente sofisticados para recomendar a los profesionales culturales actuales y futuros de diversos tipos de formación (técnica y profesional) para las diversas áreas culturales. Perú tuvo un resultado de 0.70/1 que demuestra que los gobernantes estatales, se orientan a dedicar recursos de diversa índole en la formación profesional en determinados campos culturales. (UNESCO y MINCUL, 2018)

Figura 12. Índice de coherencia y cobertura del sistema educativo técnico en cultura



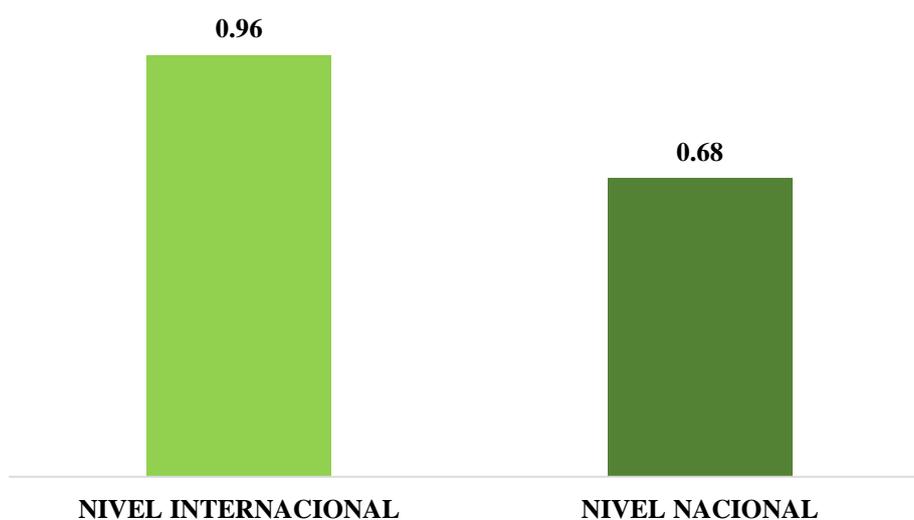
Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/> libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf

5.1.1.3. Gobernanza

La gobernanza cultural incluye marcos regulatorios, políticas públicas, infraestructura, capacidades institucionales y procesos diseñados para fomentar el desarrollo cultural inclusivo, construir sectores culturales vibrantes y promover la diversidad. La gobernanza cultural crea condiciones favorables para el ejercicio de los derechos culturales, que son esenciales para el desarrollo de sociedades en las que las personas tengan la oportunidad de llevar vidas plenas y creativas.

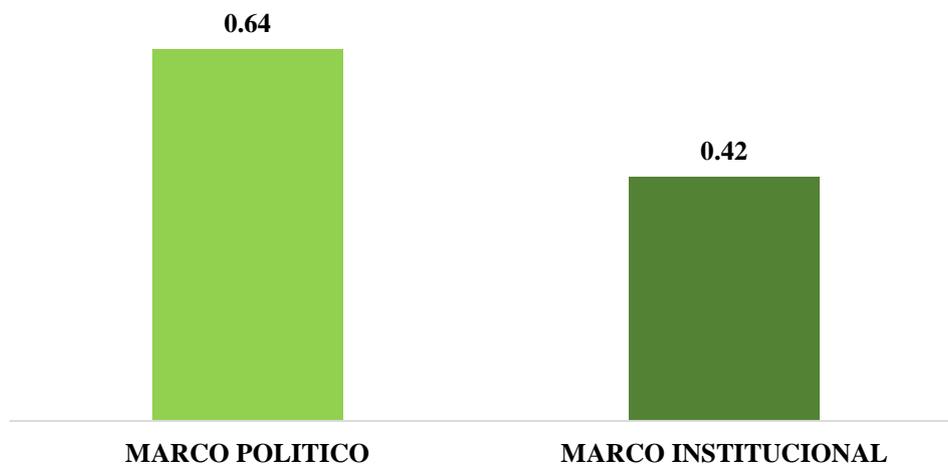
Consiguientemente, la gestión cultural juega el rol crucial, permitiendo que la cultura contribuya absolutamente al desarrollo humano inclusivo y basado en los derechos. La dimensión de gobernanza, evaluando lineamientos de medidas existentes para la protección y promoción de la cultura, los derechos culturales y la diversidad cultural, y asignando infraestructuras culturales seleccionadas que faciliten la participación en la vida cultural y la toma de decisiones en la sociedad civil cultural. (UNESCO y MINCUL, 2018)

Figura 13. *Índice de desarrollo de la normatividad para protección y difusión de cultura, derechos y diversidad cultural*



Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

Figura 14. Índice de desarrollo de decisiones políticas e institucionales para protección y difusión de la cultura, derechos culturales y diversidad cultural



Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

5.1.2. El marco de la política nacional de cultura

Regidos en los lineamientos de la política cultural en el apartado 6to se encuentra: “Apoyar a las industrias culturales”. Que consiste en:

La cultura es a la vez identidad, y bienes y servicios intercambiados por el mercado, por lo que los proyectos de política cultural deben vincularse creativamente a sus reglas. La competencia es desleal en el mercado y a los consumidores les queda únicamente la posibilidad de selección entre lo que ofrece el mercado, que no ha agotado la diversidad de la producción cultural. Sin embargo, lo que es más importante, la creatividad y cultura son un sector creador de puestos de trabajo y continua manteniéndose como un medio sin explotar de recursos económicos.

El efecto que causa en el PIB y los volúmenes exportados pueden incrementarse, por lo que es necesario generar medidas para explotar el potencial de este sector. Se procura fomentar una gestión eficiente de las industrias culturales partiendo de políticas de promoción y recomendaciones para las pequeñas empresas culturales. Si bien las industrias culturales existentes tienden a ser oligopólicas y los productos culturales no pueden disfrutarse en

igualdad de condiciones con precios relativamente altos o poco tránsito, El hecho es que el mercado actual es el sujeto con mayor grado de influencia en la producción de bienes y servicios culturales. Gracias a la libre competencia, es en el mercado donde se establecen las diversas encarnaciones comunales y se establecen la mayoría de los gustos.

El Ministerio de Cultura tiene el compromiso de generar estrategias que fomenten la mayor producción y difusión de las industrias culturales. Y esto no será efectivo sin simultáneamente fortalecer las instituciones del sector a través del diálogo abierto y transparente, y perfeccionar a los profesionales del sector, para hacer más y mejor a través de la formación y el asesoramiento arte y cultura.

Desde un plano normativo se deben generar propuestas legales que optimicen la cadena de valor de los bienes y servicios culturales con el fin de hacer ofertas competitivas y ampliar su presencia en el mercado, incluyendo siempre las necesidades de los pequeños artistas que realizan sus proyectos comerciales con grandes expectativas y superan muchos obstáculos. Los canales de distribución y transmisión son también materia de interés. Sin embargo, lo anterior no tendrá el impacto deseado si no se fomenta la cultura y el arte entre los peruanos conjuntamente con las entidades competentes a nivel nacional, regional y local.

El Ministerio se centra en este trabajo y establece objetivos de crecimiento específicos, pero lo más importante es considerar, que el impacto de sus acciones refleja consumo cultural.

El impulso a la industria artística y cultural, por su parte, cuenta con importante apoyo en el programa de puntos culturales, como la confección y edición de islas a través de equipos y facilitación de la circulación de bienes y servicios culturales en redes digitales y festivales, estimulando así una extensa participación de grupos de creadores.

De la misma forma, el predominio de los medios digitales en la actualidad, determina una nueva fuerza de comunicación social, entregando formatos y contenidos aproximando a diversos públicos a la creatividad y la cultura.

Por este motivo, el Ministerio de Cultura estima necesario implementar una medida de generación de plataformas digitales y tecnológicas para facilitar la accesibilidad al conocimiento y a la información, promover las industrias cinematográfica, editorial, y discográfica, democratizar la apertura a estos bienes intangibles mediante la masa consumidora, situando a generadores de contenido en el escaparate, constituyendo un espacio de reunión entre productores y creadores, cuya sociedad permitiría la realización de planes.

La institución que proporcione a los integrantes de las industrias culturales, las herramientas desarrollables, debe ser el Ministerio de Cultura, como una plataforma virtual que faculte el resguardo exclusivo concedido por el creador, permitiendo solamente la visibilización de la creación, no su descarga o modificación. Esta plataforma virtual simultáneamente necesita resguardo legal, que autorice la transferencia de derechos de autor y derechos conexos, ya sea para su utilización y/o divulgación en la plataforma, o para crear una federación entre productores, creadores y/o editores.

Una herramienta trascendente es la formación, para que creadores artísticos y culturales, entiendan los derechos que poseen como autores, o cómo preparar contratos, etc. La industria cultural es un habilitador clave de la construcción de ciudadanía, por lo que es necesario diseñar e implementar estrategias para que los medios masivos difundan contenidos que promuevan valores democráticos y no discriminen ninguna identidad o cultura grupal de la nación. (MNCUL, 2020)

5.1.2.1. Artesanía

Perú es conocido como un país de artesanos, por el rico valor cultural de los productos existentes y la artesanía. La artesanía es una primordial ocupación económica que posee doble impacto: brinda utilidades directas a cada población que se encarga de producirla, en simultáneo promueve el turismo receptivo, ubicado en la tercera posición de generación de ingresos de divisas para el país.

Los artesanos dirigen una variedad de técnicas y líneas artesanales, como cerámica, textiles, joyería y fibras vegetales.

Según la Dirección General de Artesanías del Viceministerio de Turismo de Perú, el 91% de los turistas compran artesanías durante su viaje, dato considerable que exige más énfasis en la abundancia y valor de las artesanías auténticas en la experiencia turística. No obstante, el turismo no es el medio cualitativo para comercializar, principalmente las artesanías, aun cuando es el canal con relevante representación figurativa. La artesanía se sustenta en la comercialización a locales afines a decoración, tiendas de museos y, por supuesto, una estrategia de exportación. Sin duda, la actividad artesanal más antigua del Perú es la textil.

Los tejedores artesanos, se basan en la sabiduría ancestral y utilizando materias primas oriundas. Las regiones más importantes son Cusco, Arequipa, Puno, Ayacucho, Cajamarca Huancavelica, Lambayeque y Ucayali, que son merecidos representantes de los textiles peruanos.

En Cusco el tejido de fibra de alpaca es muy rico, utilizando tintes naturales y técnicas tradicionales. La riqueza y calidad de este arte son revaluadas por una serie de entidades, sobresaliendo el Centro Textil Tradicional del Cusco, así como un centro creado para que los

turistas puedan apreciar el proceso completo del arte textil, de diferentes camélidos sudamericanos hasta la ropa y el producto final.

Las ferias y exposiciones artesanales locales organizadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), como la anual "De Nuestras Manos", son oportunidades de mercadeo. La platería data desde la antigüedad, más es uno de los diseños y fusiones más innovadores.

Cabe mencionar que instituciones como el Centro de Innovación Tecnológica Artesanal y Turística han venido contribuyendo al desarrollo de las habilidades artesanales, la innovación de productos y el desarrollo de la tecnología artesanal.

Para el año 2018 según el registro nacional de artesanos se tienen 72,795 artesanos, de los cuales el 74% son varones y 26 % son mujeres, de los cuales el 17% se encuentran en Cusco, siendo esta la región con mayor porcentaje de artesanos a nivel nacional.

5.1.2.2. Música y danzas

La pluralidad cultural del Perú también se refleja en innumerables danzas de distintas procedencias y competencias. Las más remotas entre los andinos son las vinculadas con las tareas agrícolas, que simultáneamente precisan determinados periodos en la vida de las personas: el inicio de la juventud, el noviazgo, el matrimonio, la resolución de disputas, representaciones históricas, los funerales, etc. El repertorio completo de danzas tradicionales peruanas, es inexistente; y con las que los turistas identificarán más al Perú son el huayno, marinera y las celebraciones afroperuanas.

Considerando solo el caso Cusqueño, se conocen más de 50 danzas, las cuales están codificadas para ser exhibidas en espectáculos públicos. De hecho, la variedad y cantidad de

danzas peruanas, sean masculinas o femeninas, en comparsas o pareja son ilimitadas. Varias son ceremoniales, otras son festivas y la mayoría combina lo sagrado y lo terrenal.

Actualmente, la música más popular en el Perú entre los consumidores es esa mezcla entre diferentes géneros, se asemeja a la gráfica chicha, con colores extraordinarios y penetrantes decoraciones que siguen una misma línea, diseño urbano, público monumental, en definitiva, la cara artística del Perú. Por otro lado, existe una verdadera industria a base de orquestas provinciales, produciendo versiones muy alegres y bailables de la cumbia andina.

5.1.2.3. Teatro y cine

La producción bienes cinematográficos nacionales en Perú es reducida y limitada. Según la UNESCO, Perú es un país de pequeña producción con un promedio de 1 a 19 películas nacionales estrenadas cada año.

El rol del Estado, en este sentido, se orientó a apoyar el financiamiento o cofinanciamiento de las producciones nacionales, a distintas empresas cinematográficas. Por la misma razón, muchas producciones nacionales terminaron difundándose por el mundo a través de las salas de festivales antes de estrenarse en las carteleras peruanas. Enlazando a productores y cineastas con entornos internacionales de producción y transmisión. Nuevamente, esto está relacionado con las necesidades fundamentales económicas del sector.

Estas películas son de gran calidad y originalidad, donde se combinan teatro, música escénica, arte de la máscara, narración, actuación, siempre haciendo referencia a los mitos e historias peruanas y sobre todo revelando el conflicto entre la tradición y la modernidad, de una manera mágica y creativa.

Durante el desarrollo del espectáculo, se genera una oportunidad para disfrute de películas de todo el mundo que no llegan a los cines comerciales.

En paralelo, ciertos municipios locales alrededor de Perú, organizan funciones gratuitas de cine al aire libre en parques de zonas populosas de la ciudad, o en casas culturales o espacios establecidos para exposiciones culturales, orientado a personas que no tienen el hábito, ni las posibilidades económicas de ir a una sala de cine y/o teatro. Todas estas manifestaciones forman parte de una oferta de cultura viva y de las industrias culturales que hacen referencia a una cultura.

5.1.2.4. Artes plásticas y fotografía

Las artes plásticas peruanas, en los términos más tradicionales distingue la creación de una galería o museo de la osadía de la imaginación posmodernista, manifestada en injerencias públicas, recintos con argumento político, performances y todo evento expuesto al aire libre con barreras inexistentes en medio de ellos y el público, el cual, eventualmente se convierte en parte de ellos y de la representación.

La fotografía es una de las escuelas que, con mayor fuerza y calidad de desarrollo en el Perú, y su referente universal es Martín Chambi, máximo representante de la escuela de fotografía sur andina. En muchos casos, la fotografía peruana actual se asocia a una corriente posmoderna que busca una síntesis entre la cultura pop (chicha) y las representaciones tradicionales occidentales.

5.1.3. Cultura en cifras por el lado de la oferta y la demanda

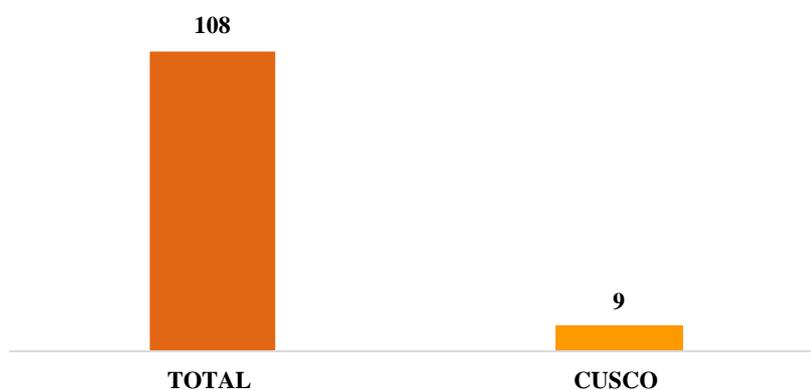
5.1.3.1. Centros culturales

El aporte del Centro Sociocultural del Perú surge en la conservación de la cultura local, así como en la promoción de intercambios y diálogos sobre la diversidad cultural a nivel local y global. En el contexto del surgimiento de las realidades culturales nacionales, los centros culturales han adquirido mayor relevancia, ya que son en muchos sectores la única oportunidad

para disfrutar y desarrollar las expresiones culturales. Su presencia es aún más importante en algunas comunidades rurales que carecen de teatros, auditorios, cines o salas de conciertos. Se espera que el Centro Cultural constituya como un espacio democrático abierto al compromiso político y cívico de la comunidad.

Perú cuenta con 108 centros culturales registrados, de los cuales Cusco tiene 9.

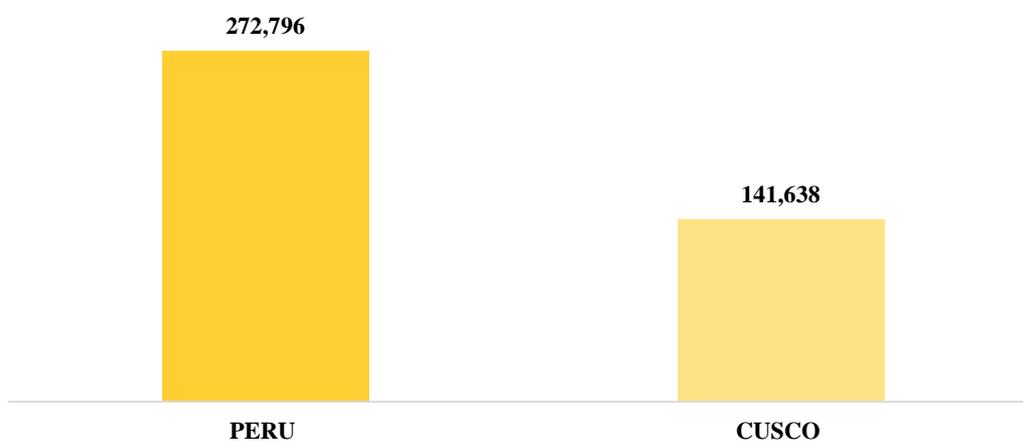
Figura 15. Cantidad de centros culturales en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

Los habitantes en Perú por centro cultural son de 272,796. El menor número de habitantes por centro cultural, lo tiene el departamento de Cusco con 141,638 habitantes por centro cultural.

Figura 16. Cantidad de habitantes por centro cultural en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

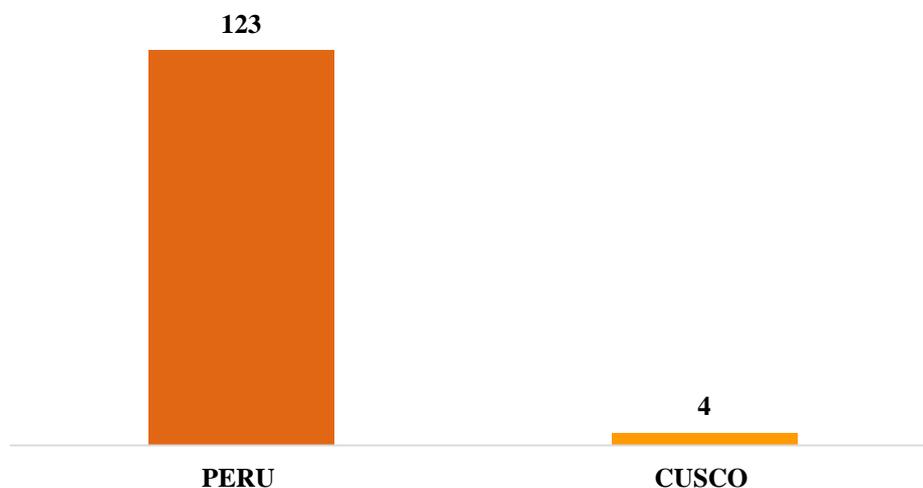
5.1.3.2. Librerías

La industria editorial peruana está mostrando signos de recuperación, con un aumento significativo en el número de libros nuevos y reediciones en los últimos años, sin embargo, esta situación no significa progreso. Todavía se presencia un cuello de botella entre la producción del libro y su disposición a los lectores. El mercadeo por medio de librerías es pequeño aún. Todavía no cuenta con un sistema de distribución unificado en todo el país. Las librerías están concentradas en unos pocos centros urbanos, y las que existen en las principales ciudades del país son completamente inaccesibles para las poblaciones minoritarias de otras regiones y localidades. Por otro lado, hay que tener en cuenta los altos costes de transacción y envío de los libros.

El precio aproximado de un libro en Perú oscila entre S/.40 y S/.45, donde la narrativa e infantil son los géneros más demandados, y representan el 40% del total de sus ventas y el mes destacado para la industria es entre julio y agosto, los escritores tienen mucha interacción directa con el público debido al mayor gasto en fiestas e incentivos, y ferias del libro.

Hay 123 librerías en el país y 4 en Cusco.

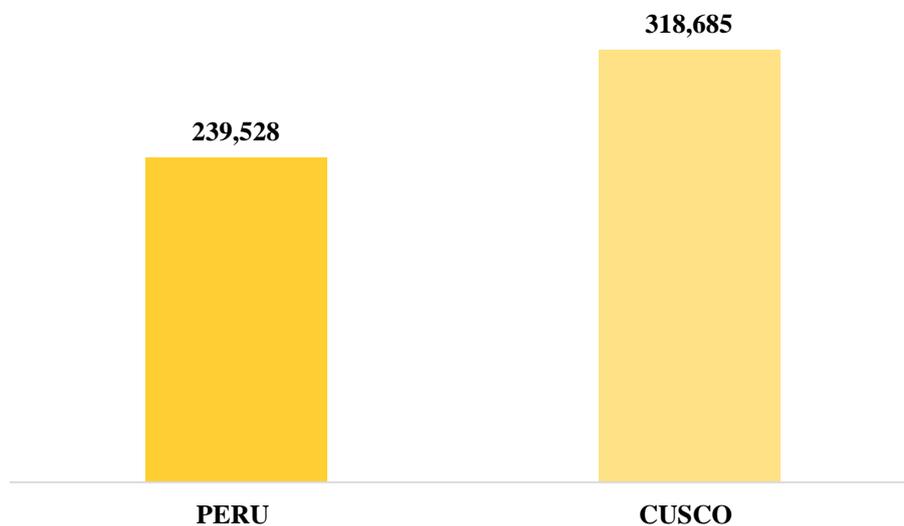
Figura 17. Cantidad de librerías en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

Los habitantes en Perú por librería son de 239,528 y el departamento de Cusco con 318,685 habitantes por librería.

Figura 18. Habitantes por librería en Perú y Cusco

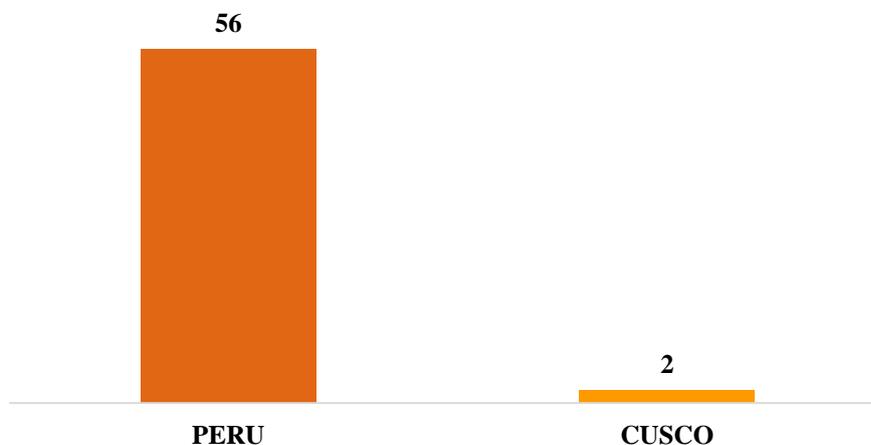


Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

5.1.3.3. Salas de cine

En Lima y Callao se concentra el 74 % del total de pantallas del Perú, hay unos 33 millones de habitantes aproximadamente, en el país y unos 10 millones en Lima, y la suficiencia de infraestructura para la expansión de la cinematografía cultural, a nivel mercantil está muy concentrada, en Cusco solo existen 2 salas de cine.

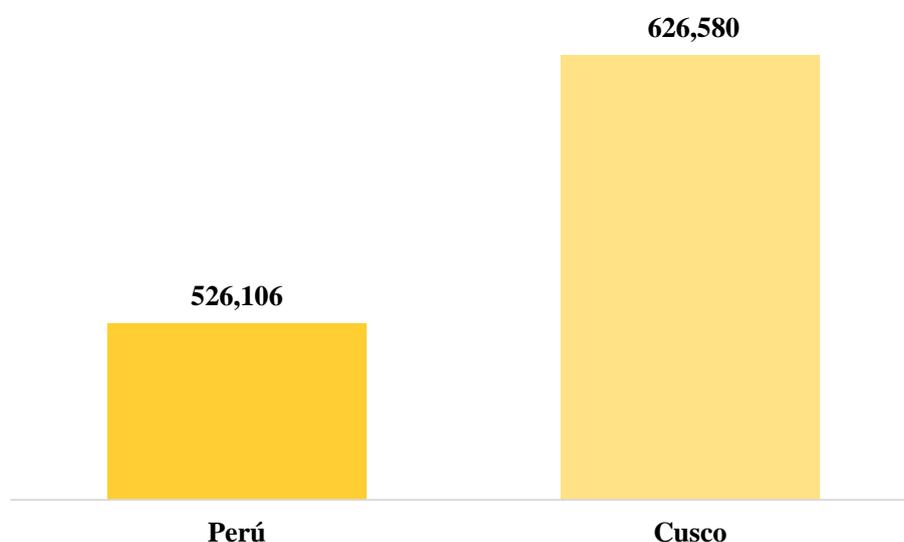
Figura 19. Cantidad de salas de cine en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

Los habitantes en Perú por sala de cine son 526,106 y en Cusco son 626,580 habitantes.

Figura 20. Habitantes por Sala de Cine en Perú y Cusco



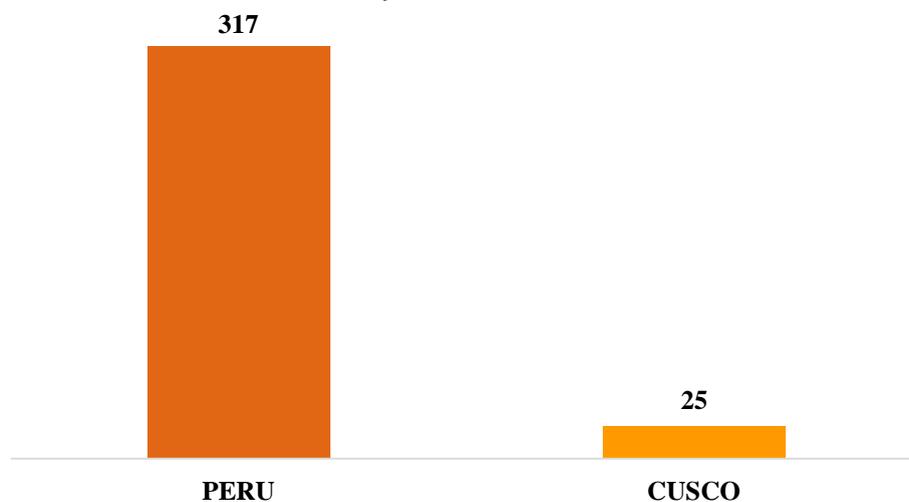
Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

5.1.3.4. Museos

El museo es un ambiente que contextualiza simbólicamente las colecciones que protege, y afirma al visitante que el pasado está indisolublemente ligado a nuestro presente y futuro. De esta manera, el museo desarrolla un estrecho vínculo con la sociedad contemporánea.

Perú cuenta con 317 museos registrados de los cuales Cusco tiene 25.

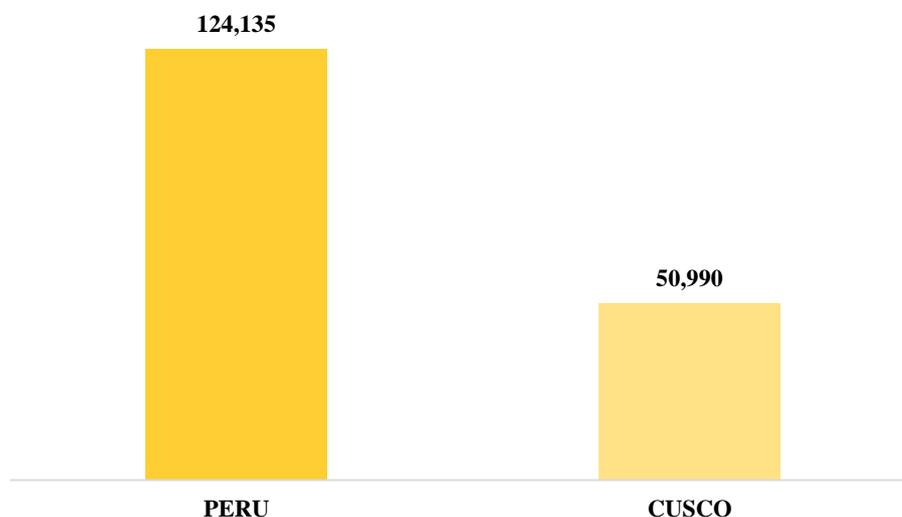
Figura 21. Cantidad de Museos en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

El número de habitantes por museo en Perú es de 124,135 y en Cusco 50,990.

Figura 22. Cantidad de habitantes por museo en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

5.1.3.5. Teatro

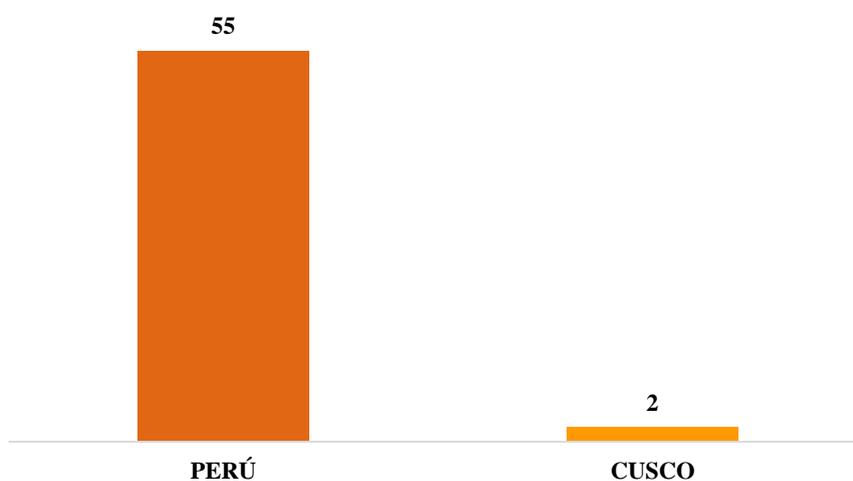
Es imprescindible el reconocimiento del valor de los impulsos en la búsqueda de la generación de espacios formales para el desarrollo teatral. Actualmente, la mayoría de los grupos que quieren especializarse en el trabajo tienen que alquilar salas y auditorios, lo que significa alrededor del 30% de la taquilla en recursos económicos, y un 20% si le sumamos el llamado costo de "telón". El 30% de los costes directos e indirectos del espectáculo (producción, mantenimiento, reparto, derechos, costes de difusión y publicidad, etc.)

Se concluye que el grupo corre incluso el riesgo de no poder recuperar sus propias inversiones financieras y de recursos humanos. Es una situación aflictiva cuando el espacio del teatro o los auditorios, se alquilan para otros fines comerciales más demandados, sin dejar espacio para producciones teatrales, y generar menos tiempo en cartelera, donde surge una clara necesidad de sincronización cuidadosa para fortalecer una conexión genuina con el público. Tomando en cuenta el comportamiento social del sector cultural del país, aún queda un largo camino por recorrer en la formalización de grupos especializados en este arte, lo que

también se vincula con el fortalecimiento de la institucionalización de espacios de expresión, formación de públicos, asistencia a la movilidad cultural, turismo interregional, promoción de premios, registro de personas naturales y jurídicas con fines culturales, y otros puntos que la comunidad teatral considere para desarrollar políticas propicias que contribuyan a la cultura nacional.

Perú cuenta con 55 teatros registrados de los cuales 2 se encuentran en Cusco.

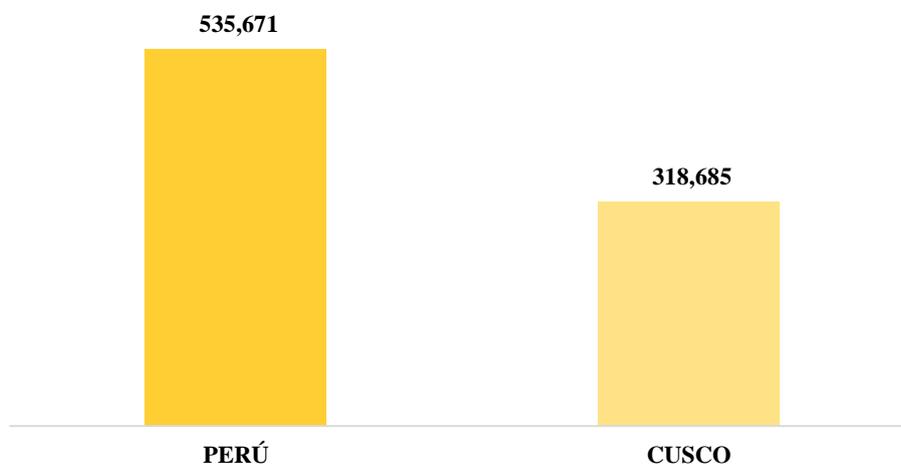
Figura 23. Cantidad de teatros en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

El número de habitantes por teatro en Perú es de 535,671 y de Cusco 318,685

Figura 24. Habitantes por teatro en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

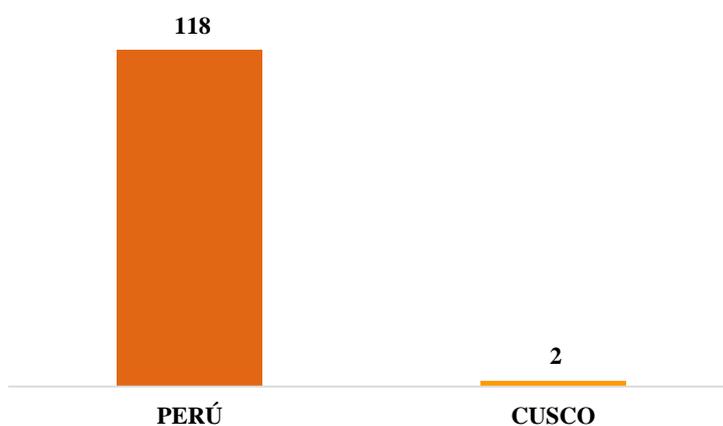
5.1.4. Medios de difusión de las industrias culturales

5.1.4.1. Editorial

La cadena productiva de la industria editorial se está transformando, hay menos distribuidores, y emerge la venta directa al consumidor y con ello la desaparición de las librerías, el último eslabón formal donde los libros tienen más contacto con la comunidad circundante. Su alta capacidad para enfrentar creativamente las dificultades económicas, sociales, profesionales, etc. y seguir produciendo, creciendo y avanzando es la fortaleza de la industria. Últimamente los libros y su problemática en el sector, ingresan con ventaja comparativa a la agenda social, posibilitando métodos de posicionamiento. La existencia de un enorme potencial de mercado que aún necesita entrar al hábito de consumo lector. La tecnología ha permitido el desarrollo de procesos nuevo y métodos para una producción mejorada y más rápida, y también se ha desarrollado el soporte, en diferentes procesos de producción de libros. También se confirma la existencia de varios nichos de mercado desatendidos por las editoriales. Además, se ha observado que el estado peruano está comprando libros de texto escolares al alza.

Perú cuenta con 118 casas editoriales y Cusco con 2.

Figura 25. Cantidad de editoriales en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

5.1.4.2. Radio y televisión

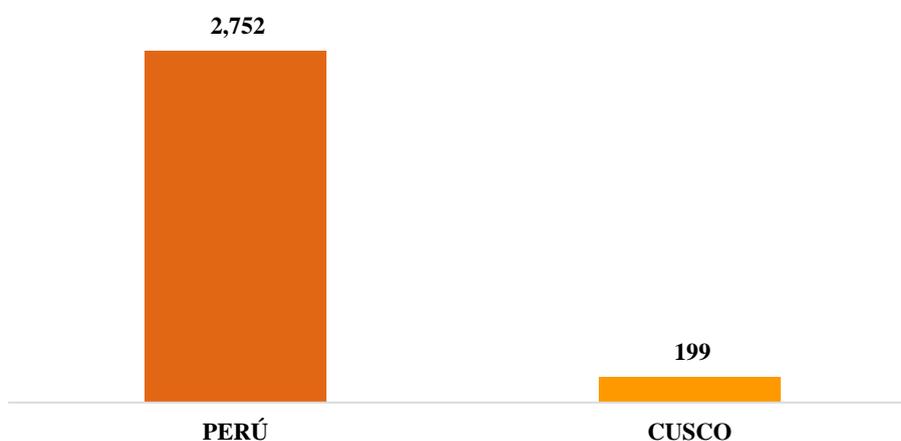
En el contexto de países multiculturales y multilingües como el Perú, el potencial cultural de los medios de comunicación y su compromiso con los derechos culturales es un tema delicado.

La riqueza cultural peruana está efectivamente bloqueada por las mismas estructuras y vínculos de poder que los medios construyen y recrean inconscientemente. Teniendo en cuenta el quechua o aimara, y que estos idiomas son hablados por grandes poblaciones a nivel nacional o regional, respectivamente, ninguno de los canales de televisión nacionales tiene programas en estos idiomas.

En el caso de la radio, esta inversa de la diversidad cultural es similar en el nivel de cobertura de la señal en todo el país. A nivel regional, sin embargo, y más precisamente en el campo de la radiodifusión local, la situación es bastante diferente, generando un interesante proceso identitario y un fenómeno transcultural en el espacio de la radiodifusión. Aunque muchas de estas transmisiones son informales, constituyen el único medio de comunicación para que nuestros ciudadanos culturalmente diversos se expresen.

Perú cuenta con 2,752 estaciones de radio y Cusco con 199.

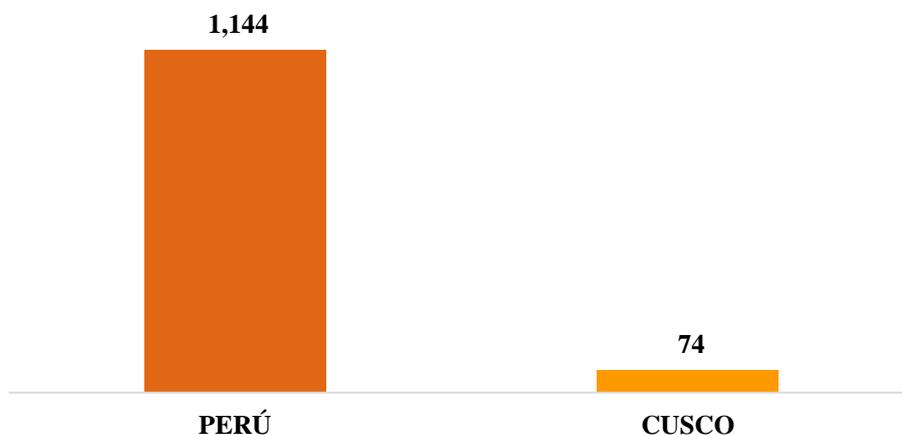
Figura 26. Cantidad de estaciones de radio en Perú y Cusco



Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

Perú cuenta con 1,144 estaciones de televisión y Cusco con 74 estaciones.

Figura 27. Cantidad de estaciones de television en Perú y Cusco



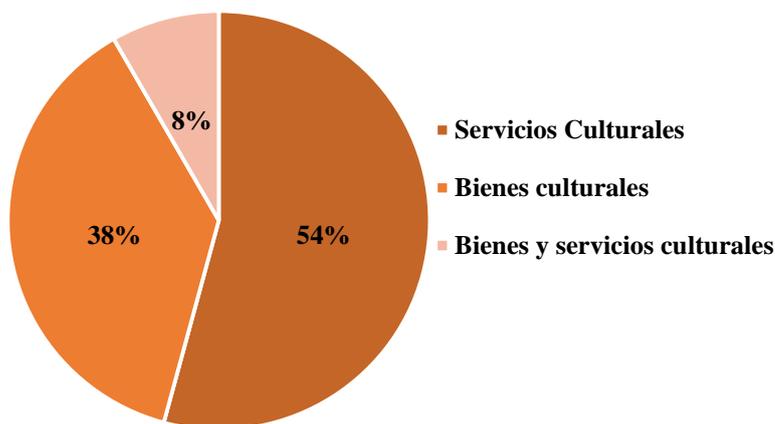
Nota: Extraído de Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las américas – Perú

5.2. Discusión de resultados

Las encuestas realizadas en la presente investigación, dieron los siguientes resultados:

- Pregunta 1. ¿Qué produce?

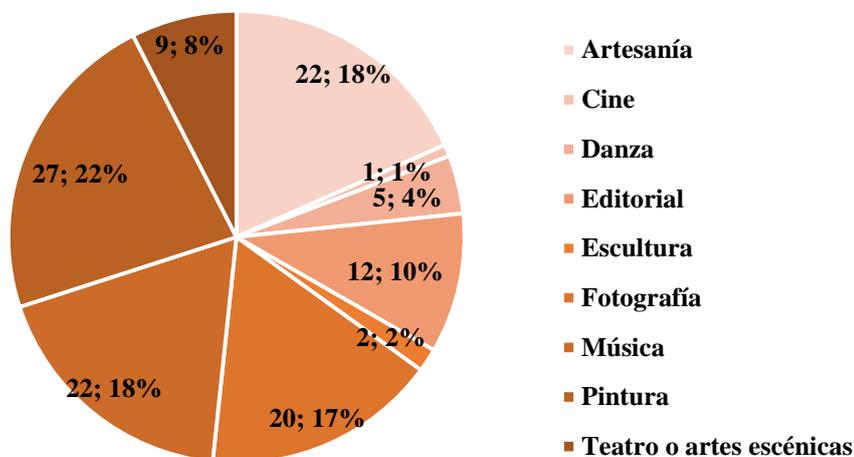
Figura 28. % por rubro de producción cultural en Cusco, 2019



Interpretación: Según los resultados de la figura 28, se observa que el mayor porcentaje productivo se concentra en Servicios Culturales con 54 %, seguido del 38 % que produce bienes culturales y el 8% que produce bienes y servicios culturales, debiendo considerarse el desarrollo igualitario de ambos sectores, ya que permite crear valor agregado en los bienes.

- Pregunta 2: ¿A qué sector de industria cultural al que se dedica?

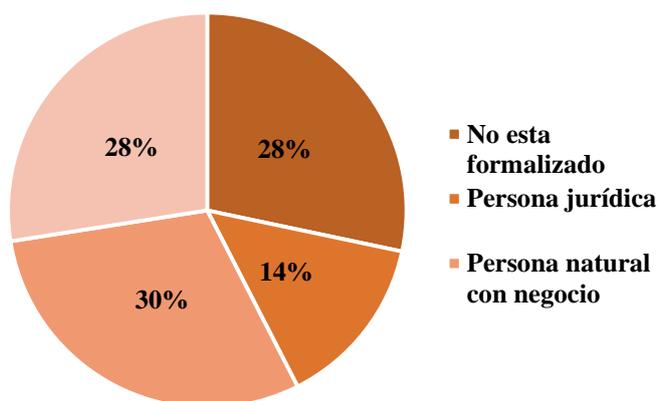
Figura 29. % por sector en las industrias culturales en Cusco, 2019



Interpretación: Según los resultados de la figura 29, el mayor porcentaje de bienes y servicios culturales se concentra en pintura con 27,22 %, seguido de música con 22,18 % y artesanía con el mismo valor, y fotografía con el 20,17%, lo que significa que es necesario seguir impulsando el desarrollo de las demás actividades artísticas y culturales a través de las políticas públicas idóneas a sus necesidades.

- Pregunta 3: ¿Se encuentra formalizado?

Figura 30. % de productores de bienes y servicios culturales formalizados

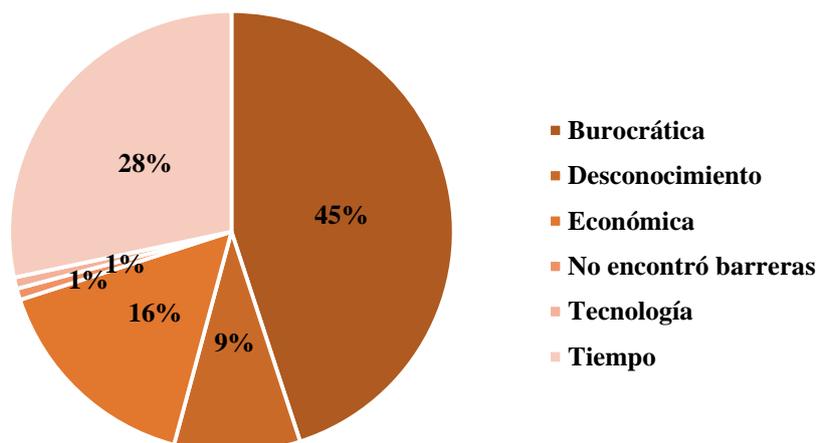


Interpretación: Según los resultados obtenidos en la figura 30, se aprecia que el 28 % de los productores de bienes y servicios culturales no se encuentra formalizado, solo el 14 % cuenta con personería jurídica, y el 58 % está registrado como personal natural, lo cual indica

que hay una ardua labor en el proceso de formalización y dar el tratamiento como industria, que corresponde al arte y la cultura, pues el impacto de estas actividades a nivel económico y social ha ido evolucionando a lo largo de los años.

- Pregunta 4: ¿Qué tipo de barreras ha identificado en el proceso de formalización?

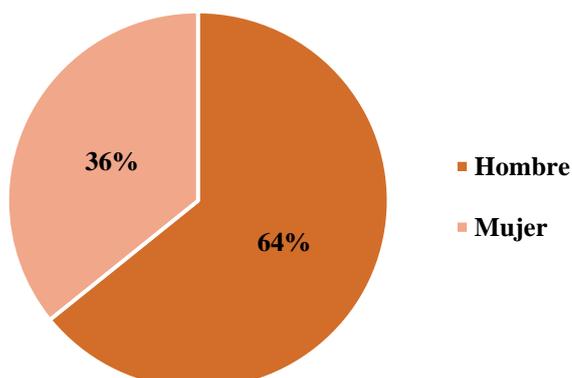
Figura 31. % de barreras identificadas en el proceso de formalización



Interpretación: Según la figura 31, la principal barrera para la formalización fue la burocracia con un valor de 45 % y el factor tiempo con 28% la segunda barrera de formalización, sin embargo pese a los resultados obtenidos, el estado peruano viene impulsando el programa Tu Empresa, a través de PRODUCE que ha reducido al mínimo el tiempo y costo de la constitución y formalización empresarial que permite acceder a su vez a diversos programas para el desarrollo de la competitividad productiva de forma gratuita.

- Pregunta 5: ¿Cuál es su género?

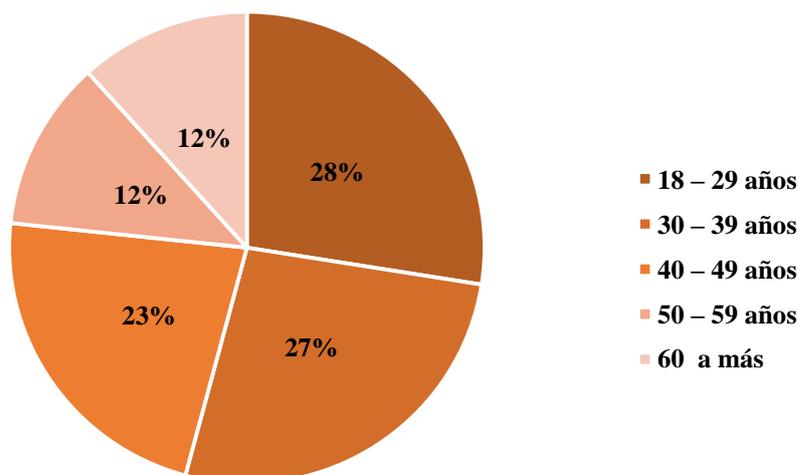
Figura 32. Género de productores de bienes y servicios culturales en Cusco 2019



Interpretación: Según la figura 32, el 64 % de los productores de bienes y servicios culturales es varón, y el 36% es mujer, a lo cual se deduce que aún es importante impulsar la igualdad de género en las actividades artísticas y culturales.

- Pregunta 6: ¿Cuál es su edad?

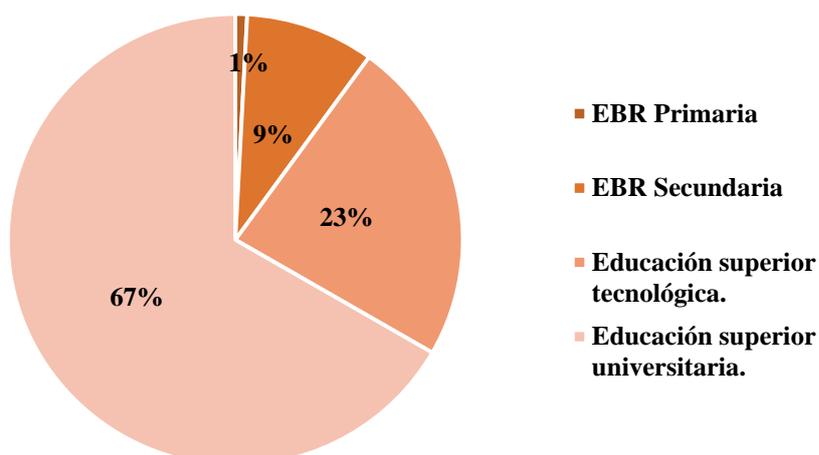
Figura 33. Rango de edad de las personas dedicadas a la producción de bienes y servicios culturales en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 33, la mayor concentración de productores de bienes y servicios culturales, se encuentra entre personas de 18 a 49 años, acumulando el 76 %, es necesario fomentar políticas públicas de inclusión a la modernidad del arte y la cultura, a los artistas más antiguos, que les permitan adaptarse a las nuevas tendencias del mercado.

- Pregunta 7: ¿Cuál es el nivel educativo obtenido?

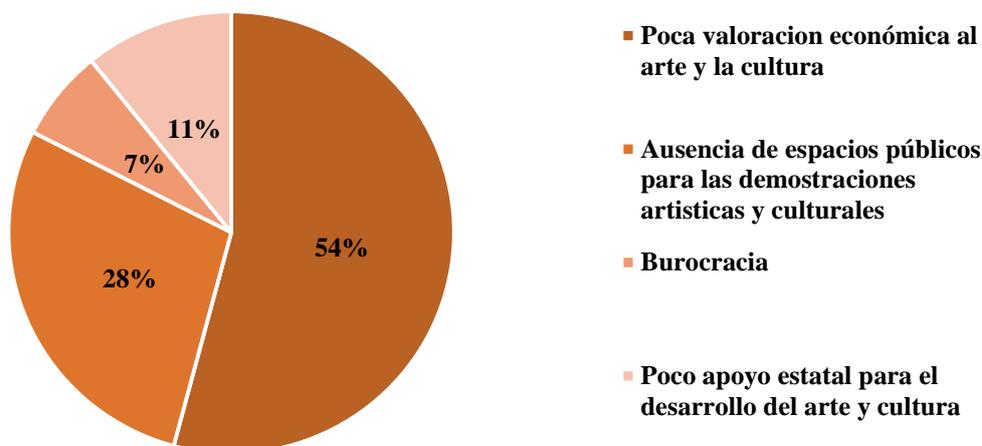
Figura 34. Nivel educativo obtenido por los productores de bienes y servicios culturales en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 34, se observa que los productores de bienes y servicios culturales, cuentan con un nivel óptimo de educación para el desarrollo de sus actividades, sin embargo, es necesario seguir potenciando la educación artística y cultural, a nivel técnico y profesional, para permitir a las personas dedicadas al sector obtener un salario adecuado.

- Pregunta 8: ¿Cuál es la mayor dificultad que atraviesa su sector?

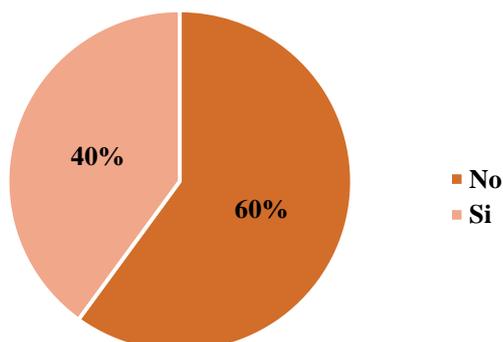
Figura 35. Dificultades atravesadas por el sector cultural en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 35, las principales dificultades por las que atraviesa el sector cultural es la poca valoración económica al arte, seguido de la ausencia de espacios públicos para poder generar demostraciones artísticas y culturales, lo que denota la necesidad de generar un programa de concientización sobre la importancia del sector.

- Pregunta 9: ¿Fue o es beneficiario de algún programa cultural impulsado por alguna institución del estado?

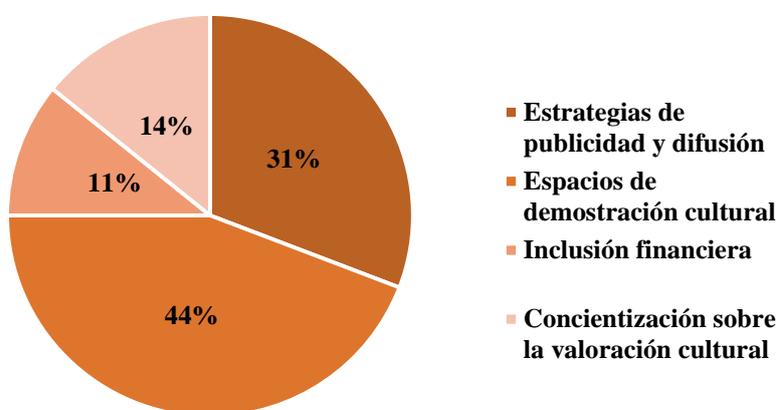
Figura 36. % de beneficiarios de programas culturales en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 36, solo el 40% de los productores fue beneficiario de algún programa cultural en Cusco el año 2019, se consideraron programas culturales, ferias, eventos, espacios para ventas o demostración cultural, sin embargo, se observa una amplia brecha en el nivel de cobertura de los programas propuestos, que necesitan incrementar el número de beneficiarios para poder seguir impulsando el desarrollo del sector.

- Pregunta 10: ¿Cómo cree que podrían ayudarlo las instituciones del estado?

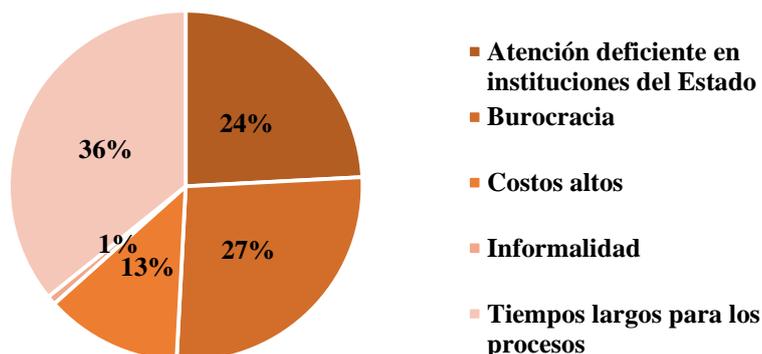
Figura 37. Opciones de apoyo por parte del estado para las industrias culturales en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 37, las dos mejores formas de apoyo al sector cultural serían a través de publicidad y difusión, y la generación de espacios para demostraciones culturales, concentrando el 75% de opiniones, para esto se utilizarían mecanismos como redes sociales oficiales institucionales, en el que se difunda información sobre los productores que permita incrementar su alcance al mercado nacional e internacional, ya que genera mayor confianza.

- Pregunta 11: ¿Qué barreras estatales identificó para el desarrollo de sus actividades?

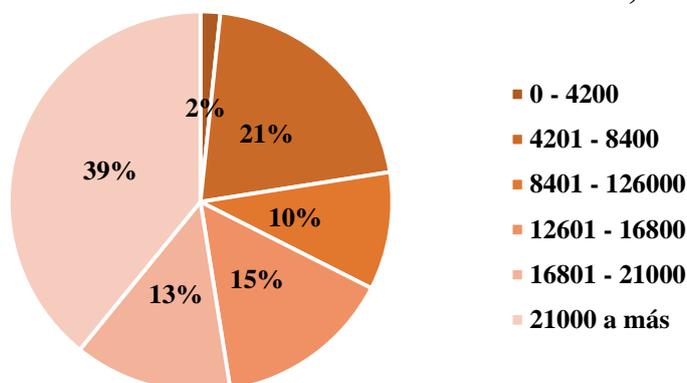
Figura 38. Barreras estatales en el desarrollo de actividades culturales y artísticas en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 38, las principales barreras para el desarrollo de las actividades culturales son la atención deficiente por las instituciones del estado y la burocracia concentrando el 51% de opiniones, a lo cual se puede abordar simplificando los procesos para acceder a los programas culturales, y teniendo en los niveles de atención a personal capacitado y con conocimiento en arte y cultura, con pleno entendimiento que este no es un sector estático y requiere de mecanismos que se adapten a su realidad a nivel local y nacional.

- Pregunta 12: ¿Cuánto facturó en promedio el año 2019?

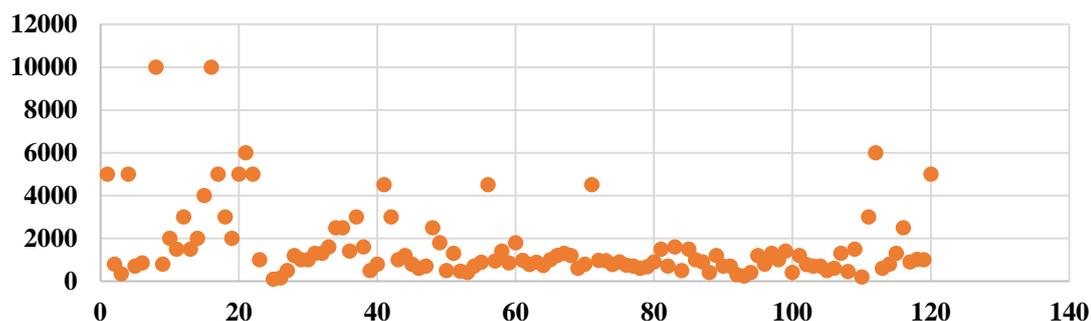
Figura 39. Facturación promedio en el sector industrias culturales Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 39, la facturación anual promedio de los productores de bienes y servicios culturales se concentra en el rango 21000 soles a más, monto superior a las 5 UITs, lo que requiere un incremento en el fomento en el consumo de bienes y servicios culturales pues como ingreso promedio mensual brinda un monto estándar poco significativo para alcanzar un nivel de vida idóneo para las personas que se dedican a dichas actividades.

- Pregunta 13: ¿Cuál es el monto de gastos fijos mensuales?

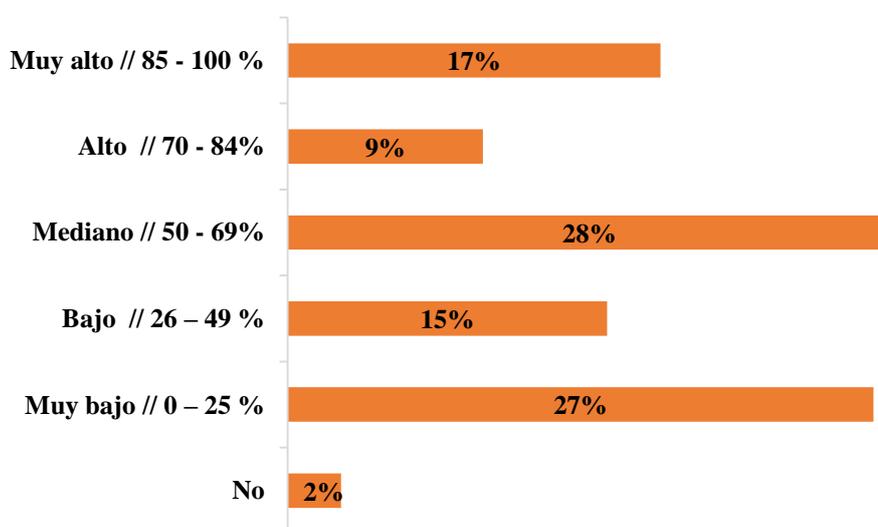
Figura 40. Gastos fijos mensuales de los productores de bienes y servicios culturales en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 40, los gastos fijos mensuales oscilan desde los 100 hasta los 10000 soles, dependiendo del tipo de actividad, se requiere un mayor impulso al desarrollo de la actividad cultural que permita a la cadena de valor cultural obtener mayor rentabilidad.

- Pregunta 14: ¿El desarrollo de sus actividades culturales está ligado al turismo?

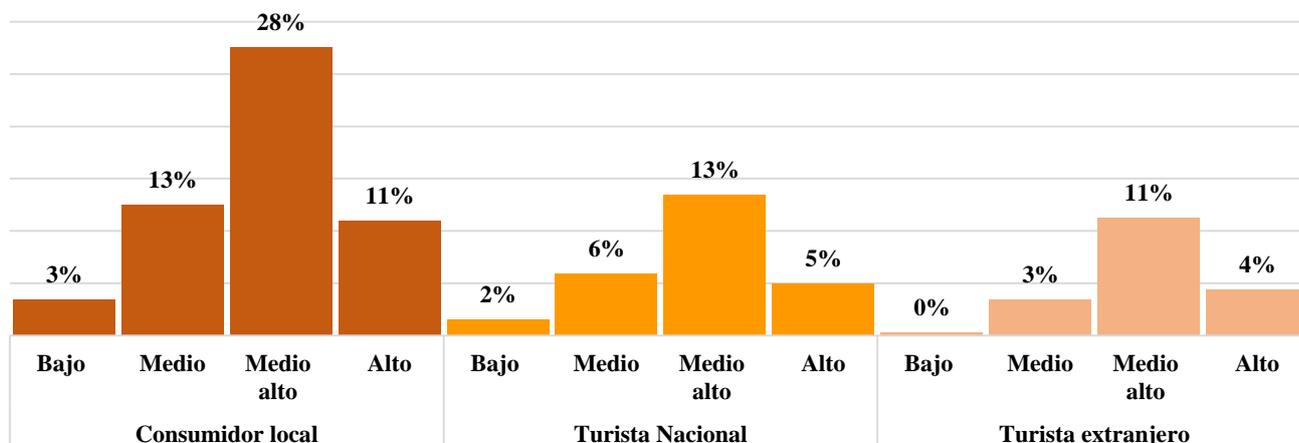
Figura 41. % de relación entre la producción de bienes y servicios culturales ligados al turismo en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 41, el 98% de las actividades artísticas y culturales están relacionadas al turismo, en diferentes niveles, este resultado denota un punto crítico que frente a una situación de crisis externa, en la que se reduzca el nivel de actividad turística, el sector se vería perjudicado directamente, pues existe un alto nivel de dependencia, por lo cual es necesario impulsar el consumo de arte y cultura por parte del público local, lo que permitiría mejorar el nivel de ventas e ingresos de los artistas y así mismo beneficiar al resto de componentes de la cadena de valor de estas actividades.

- Pregunta 15: ¿A qué sector y estrato económico están dirigidos sus bienes y/o servicios culturales?

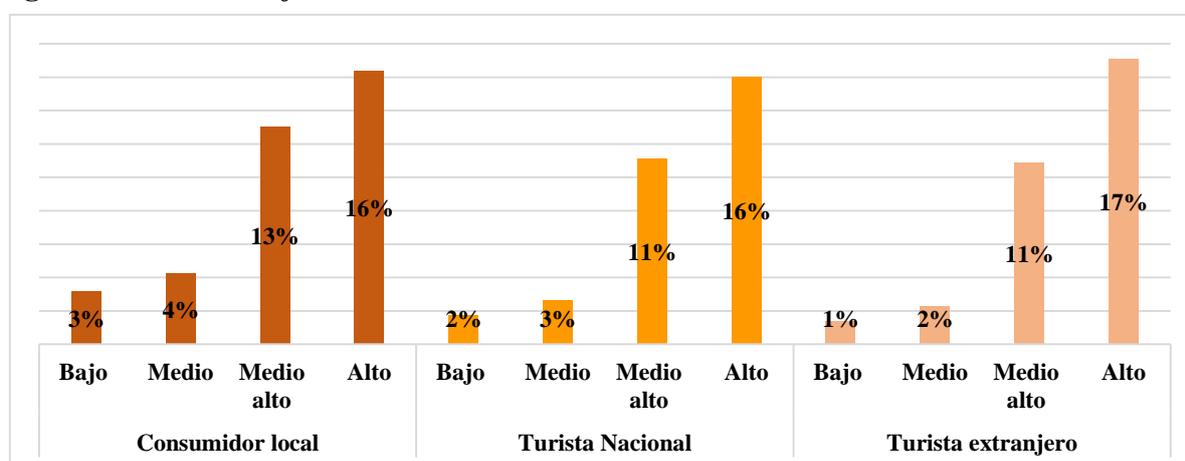
Figura 42. Sector y estrato económicos de consumidores de bienes y servicios culturales en Cusco, 2019



Interpretación: Según la figura 42, el consumidor local de clase media alta abarca el 28% de los clientes, seguido de del turista nacional de clase media alta, que representa el 13% y culmina con el turista extranjero con un 11%, esto denota que existe una creencia sobre el costo de la cultura por un lado se observa como algo inalcanzable o muy costoso, y por otro lado, muchas personas hacen disfrute del arte y la cultura sin generar algún pago o remuneración, demostrando que la percepción cultural local y nacional está ubicada en polos opuestos a lo que es realmente, ya que los artistas, ofrecen bienes y servicios culturales para todos los gustos y precios, pues es una actividad no excluyente.

- Pregunta 16: ¿A qué público objetivo le gustaría llegar?

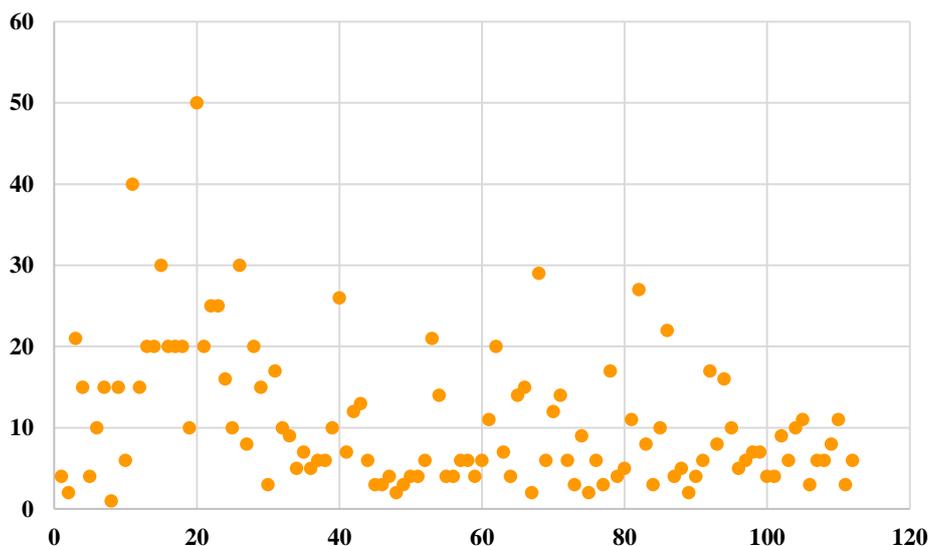
Figura 43. Público objetivo a alcanzar



Interpretación: Según la figura 43, la concentración de clientes objetivos en los diferentes sectores: local, nacional e internacional se concentra en la clase media alta y alta, abarcando el 84% de concentración respecto al total.

- Pregunta 17: ¿Cuántos años lleva en el mercado?

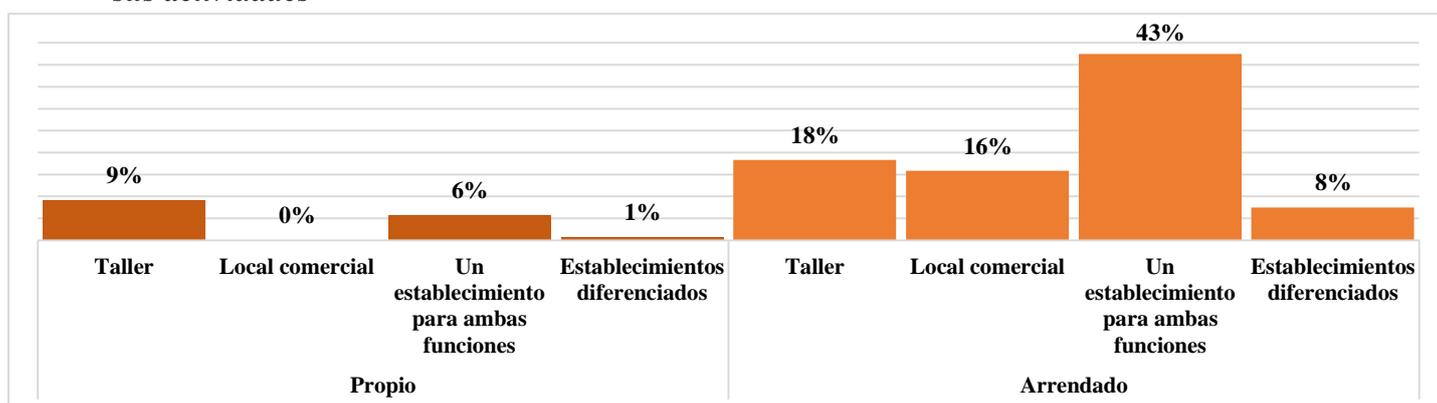
Figura 44. *Cantidad de años que lleva en el mercado*



Interpretación: Según la figura 44, se observa que la cantidad de años que los productores de bienes y servicios culturales lleva en el mercado oscila entre los 02 y 50 años, demostrando que la actividad artística y cultural, es la base y sustento de muchas personas durante toda su vida, siendo necesario el impulso de sus capacidades a través de políticas públicas.

- Pregunta 18: ¿Cuenta con un taller y/o local comercial?

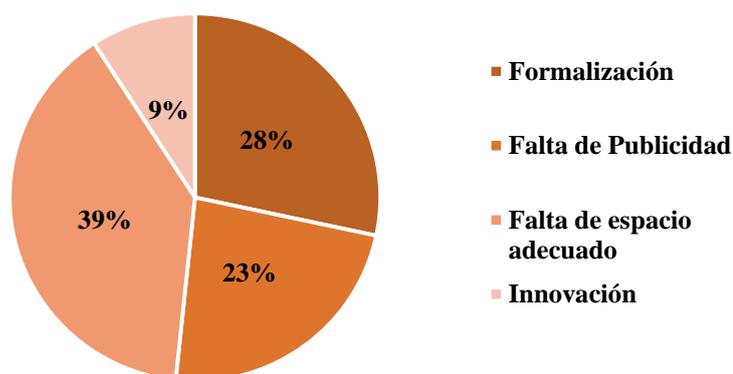
Figura 45. *% de productores que cuentan con establecimientos propios y/o alquilados para sus actividades*



Interpretación: Según la figura 45, el 84% de los productores de bienes y servicios, arrienda un espacio para el desarrollo de sus actividades, solo el 16% posee un espacio propio, a lo cual es necesario fomentar la formalidad y estabilidad de los artistas en establecimiento comerciales.

- Pregunta 19: ¿Qué auto deficiencias ha identificado en el desarrollo de sus actividades?

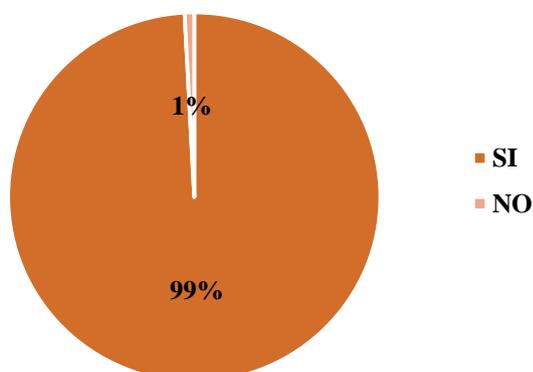
Figura 46. Auto deficiencias en el desarrollo de sus actividades



Interpretación: Según la figura 46, la principal auto deficiencia detecta es la falta de un espacio adecuado, abarcando el 38% respecto al total, seguida de falta de formalización y publicidad sumando el 51%, por lo cual es necesario hacer de conocimiento el procedimiento simplificado para la formalización y simplificado.

- Pregunta 20: ¿Lleva sus cuentas?

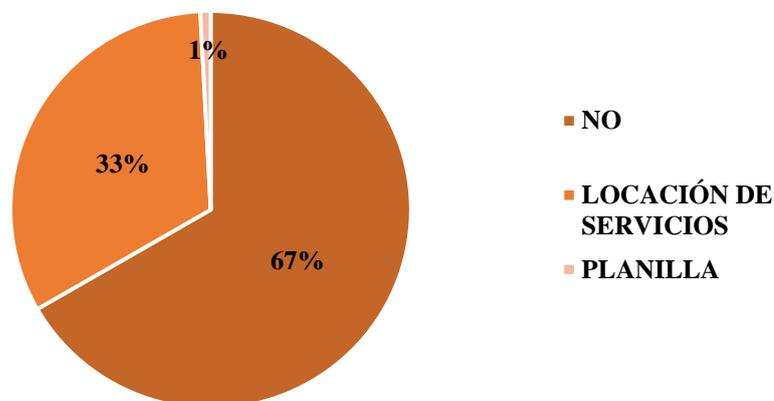
Figura 47. % de productores que llevan sus cuentas



Interpretación: Según la figura 47, el 99% de los productores de bienes y servicios culturales lleva sus cuentas.

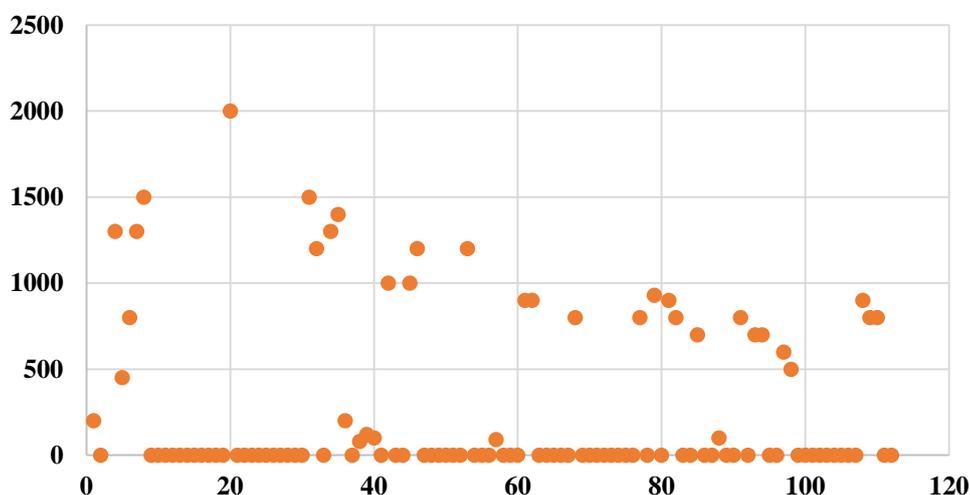
- Pregunta 21: ¿Tiene personal? En caso de ser afirmativo ¿Cuál es la remuneración?

Figura 48. % de productores que tienen personal



Interpretación: Según la figura 48, el 67% de los productores de bienes y servicios culturales no tiene personal, el 33% que, si cuenta con personal, contrata a través de locación de servicios y solo el 1% en planilla, lo cual requiere de intervención urgente para el fomento de la formalización laboral en el sector cultural.

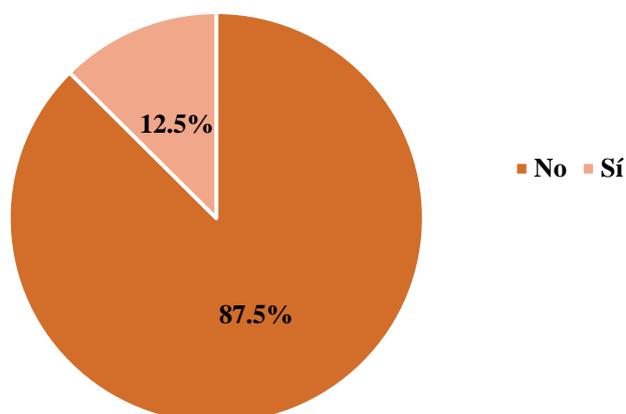
Figura 49. Remuneración



Interpretación: Según la figura 49, del 34% de productores que, si tiene personal, brinda salarios que oscilan desde los 80 soles por presentación hasta los 2000 soles mensuales, se requieren de políticas laborales orientadas a la cultura, pues este sector tiene un tratamiento diferente.

- Pregunta 22: ¿Sus obras están protegidas o patentadas?

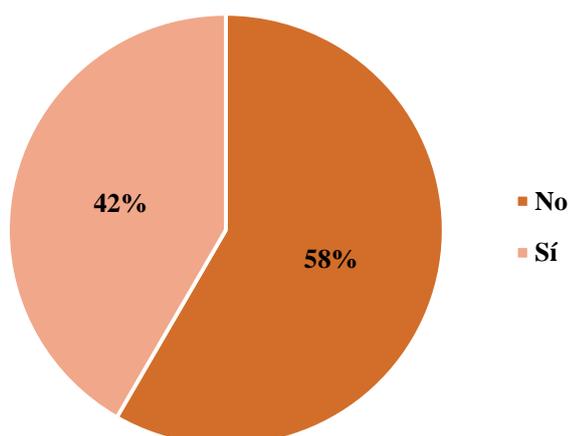
Figura 50. % de productores que patentaron sus obras



Interpretación: Según la figura 50 solo el 12.5 % de productores de bienes y servicios culturales patentó sus obras, lo que denota un proceso burocrático, y no correspondiente a la actividad cultural, porque resulta ser contraproducente.

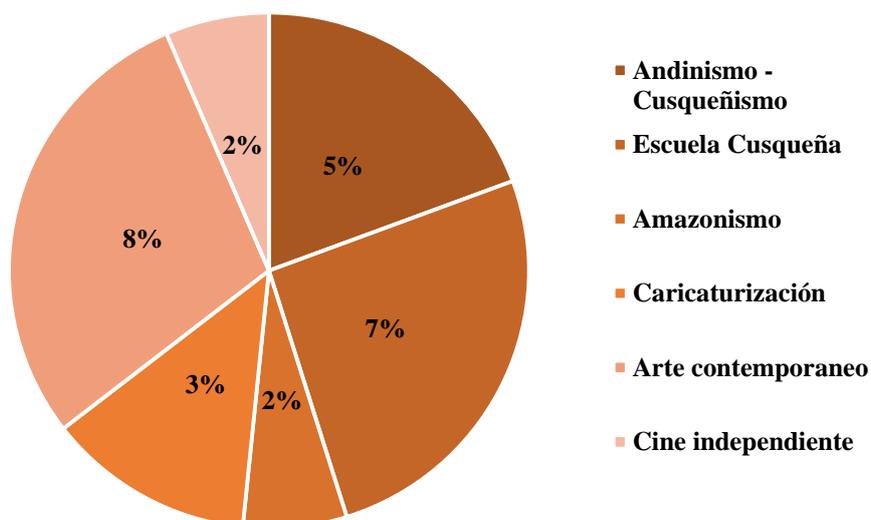
- Pregunta 23: ¿Sigue algún patrón existente para la elaboración de sus obras? En caso de ser afirmativo indique autor o corriente.

Figura 51. % de productores que siguen algún patrón cultural o artístico



Interpretación: Según la figura 51, el 42% sigue un patrón artístico o cultural, debido a que se cuenta con centros de formación profesional artístico en Cusco, que permiten generar un factor de diferenciación en el arte local.

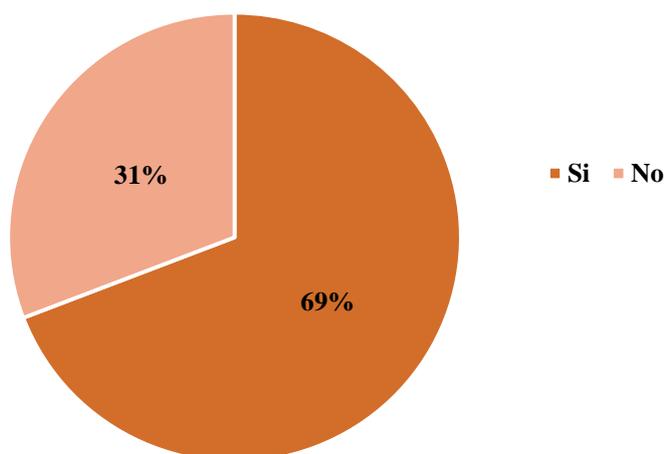
Figura 52. Patrón seguido por los productores de bienes y servicios culturales



Interpretación: Según la figura 52, el patrón artístico y cultural más seguido es la caricaturización y el arte contemporáneo con un 15% de representación.

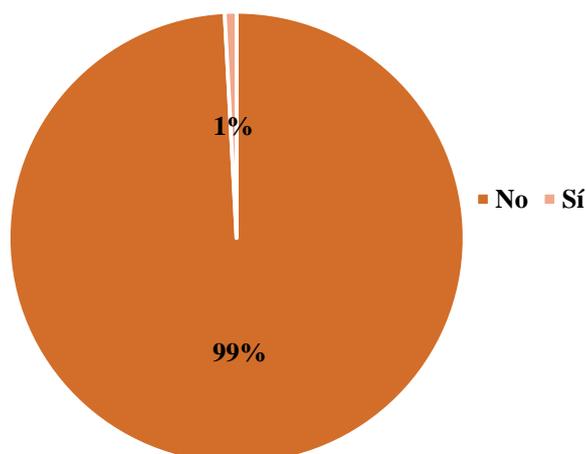
- Pregunta 24: ¿Ha identificado en algún momento durante el desarrollo de sus actividades en el mercado el plagio, copia, replica o similitud de sus obras, en trabajos producidos por sus colegas de las cuales no ha recibido retribución económica? En caso de ser afirmativo ¿Ejerció acción legal?

Figura 53. % de productores que identificaron copia o plagio de sus obras



Interpretación: Según la figura 53, el 69 % de productores de bienes y servicios culturales ha identificado la copia o plagio de sus obras.

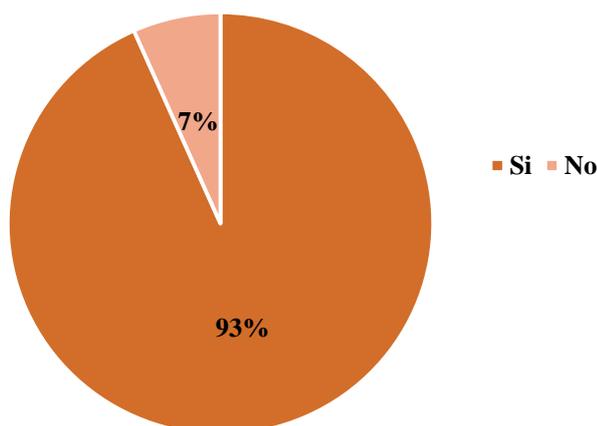
Figura 54. % de personas que ejercieron acción legal frente a la copia o plagio de sus obras



Interpretación: Según la figura 54, de los productores que identificaron copia o plagio de sus obras el 99% no ejerció acción legal. Se denota, la necesidad de generar políticas públicas adecuadas para la patente del arte.

- Pregunta 25: ¿Recibe retribución económica por la reproducción total o parcial de sus obras?

Figura 55. % de productores que reciben retribución económica por la reproducción de sus obras



Interpretación: Según la figura 55, el 93% de los productores de bienes y servicios culturales no recibe retribución económica por la reproducción de sus obras, esto debido a no patentar sus obras reincidiendo en la necesidad de políticas públicas de patente, adecuadas al arte y la cultura.

5.3. Pruebas de hipótesis

Según las hipótesis planteadas se llegó a los siguientes resultados. Con respecto a la hipótesis general se afirma que, si existe un proceso de desarrollo informal ya que solo 14 % de los encuestados se encuentra formalizado como empresa, 58% formalizado como persona natural y el 28% no se encuentra formalizado, esto fuertemente asociado al turismo, ya que las actividades del 98% de los productores de bienes y servicios culturales está relacionada al turismo y se cuenta con poco apoyo de políticas públicas, de las cuales solo el 40% de los encuestados fue beneficiario de algún programa cultural , del sector creatividad y medios (B.1 y B.4) de la economía naranja en la ciudad de Cusco en el año 2019.

Con respecto a la **primera hipótesis** específica se demuestra que el desarrollo de la economía naranja, sector creatividad y medios (B.1 y B.4), se desarrolla en base a emprendimientos privados con un nivel de informalidad del 28 % y asociados a la demanda turística existente en la ciudad de Cusco en el año 2019.

Con respecto a la **segunda hipótesis** la economía naranja, sector creatividad y medios (B.1 y B.4) por tener fuertes características de bienes públicos requiere de políticas de apoyo, protección de derechos de autor, organización, capacitación, promoción, etc. para desarrollarse formalmente, ya que el 87.5% ha detectado el plagio o copia de sus obras, de los cuales solo el 1% ejerció acción legal, adicionalmente solo el 40 % fue beneficiario del algún programa cultural para mejorar el desarrollo de sus actividades.

5.4. Presentación de resultados

La discusión de los resultados de la presente tesis, se centra en las variables propuestas y los indicadores planteados en la matriz de operacionalización de la investigación.

5.4.1. Resultados sobre emprendimientos privados informales de B.1 y B.4

En el análisis de la primera variable se observa un valor promedio del 28% de informalidad en los emprendimientos privados dedicados a la producción de bienes y servicios culturales de B.1 y B.4, en Cusco, 2019.

Tabla 8. Frecuencia y porcentaje de formalización de productores de bienes y servicios culturales

<i>Se encuentra formalizado</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
No esta formalizado	34	28%
Persona jurídica	17	14%
Persona natural con negocio	36	30%
Persona natural sin negocio	33	28%

Figura 56. Frecuencia de formalización en los productores de bienes y servicios culturales

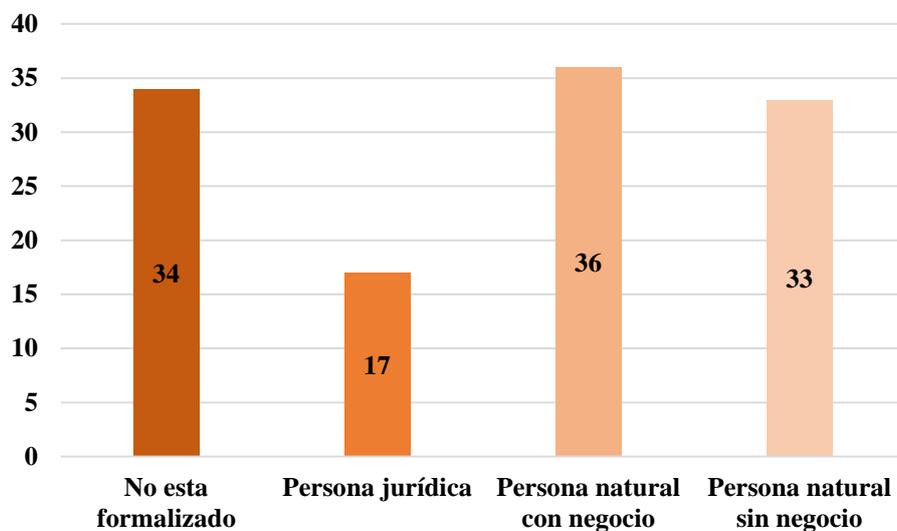


Tabla 9. Frecuencia y porcentaje de contratación de personal

<i>Tiene personal</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
No	80	67%
Locación de servicios	39	33%
Planilla	1	1%

En conclusión, se presencia un alto grado de informalidad, que implica no solo la informalidad tributaria, sino abarca también la informalidad laboral, que abarca el 99% de los contratados, por los productores de los bienes y servicios culturales en Cusco, 2019.

5.4.2. Resultados sobre Políticas Públicas de apoyo a B.1 y B.4

En el análisis de la segunda variable se observa un valor promedio de 40% de soporte a los productores de bienes y servicios culturales, esto relacionado a la concentración de solicitudes de apoyo y atención a una sola institución (Dirección Desconcertada de Cultura Cusco), que tiene diversas actividades programadas de promoción pero que sin embargo cuenta con un presupuesto reducido. Adicionalmente que, por las características de los bienes y servicios culturales, resulta complicado generar una patente por cada obra realizada.

Tabla 10. Frecuencia y porcentaje de beneficiarios de algún programa cultural

<i>Fue o es beneficiario de algún programa cultural</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
No	72	60%
Si	48	40%

En conclusión, los productores de bienes y servicios culturales requieren de políticas públicas que los impulsen y orienten a desarrollarse formalmente.

Conclusiones

1. El sector creatividad y medios de la economía naranja en la ciudad de Cusco tiene un proceso de desarrollo en la informalidad, con un alto nivel de relación con el turismo y con poco apoyo de políticas públicas.
2. El sector creatividad y medios de la economía naranja, se desarrolla en base a emprendimientos privados que llegan a un 28 % de informalidad tributaria y un 99% de informalidad laboral, asociado en un 98% a la demanda turística existente en la ciudad de Cusco.
3. El sector creatividad y medios de la economía naranja tiene fuertes características de bienes públicos en la que el 87.5% no patentó sus obras y el 69.5 % detectó copia ó plagio de sus obras, y el 60% no recibió apoyo de ninguna institución pública para mejorar el desarrollo de sus actividades, lo que requiere de políticas de apoyo, protección de derechos de autor, organización, capacitación y promoción para desarrollarse formalmente.

Recomendaciones

- Se recomienda conformar de la “Mesa Técnica de Desarrollo Integral de las Industrias Culturales del Departamento de Cusco”, que tendrá la función de coordinar, apoyar y proponer las medidas y acciones necesarias que contribuyan al desarrollo del sector, e involucre y articule a las autoridades e instituciones competentes, así como a los productores de bienes y servicios culturales.
- Se recomienda generar concientización sobre la valoración económica de los bienes y servicios culturales, e incrementar el alcance del programa “Tu Empresa” de PRODUCE, que permite simplificar en 4 pasos la formalización de empresas, y reducir a un monto mínimo el costo de constitución, que permite a su vez el acceso a la inclusión financiera y financiamiento a una tasa de interés competitiva.
- Se recomienda generar un nuevo mecanismo de registro y patentes para los bienes y servicios, culturales y artísticos que permitan reducir la característica de bien público, y ofrecer de espacios públicos para las demostraciones artísticas y culturales, que permitan ampliar el alcance de las mismas al público local.
- Se recomienda generar estrategias por parte del Estado para incrementar el nivel de consumo de bienes y servicios culturales a nivel local, garantizar la sostenibilidad de la economía naranja y reducir el alto nivel de dependencia asociada al sector turismo.
- Se recomienda continuar investigando la economía naranja, en los casos creaciones funcionales y herencia cultural

BIBLIOGRAFÍA

- Aliaga, M. (2019). *Las industrias creativas y culturales del Perú: Consideraciones para el fortalecimiento de la actividad diplomática en materia de promoción cultural en el exterior*. Lima: ACADEMIA DIPLOMÁTICA DEL PERÚ “JAVIER PÉREZ DE CUÉLLAR”.
<http://repositorio.adp.edu.pe/handle/ADP/129>
- Álvarez, D., Salazar, Ó., y Padilla, J. (2015). Teoría de la propiedad intelectual, Fundamentos en la filosofía, el derecho y la economía. *Civilizar*, 61-76.
- Armas, F. (2018). *LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PERÚ DURANTE EL PERÍODO 2005-2015: ESTUDIO, ANÁLISIS Y PROPUESTA* . Lima: Universidad San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4102?show=full>
- Benavente, J., y Grazzi, M. (2009). *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano del Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/publicacion/17293/politicas-publicas-para-la-creatividad-y-la-innovacion-impulsando-la-economia>
- BID . (2018). *Banco Interamericano de Desarrollo* . Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo : <https://www.iadb.org/es>
- BID. (2018). *Economía creativa en América Latina y el Caribe: mediciones y desafío*. BID.
- Buitrago Restrepo, F., y Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*”. Banco Interamericano de Desarrollo . <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>
- CEPAL. (2007). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe:

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/11969-industria-cultural-nuevos-codigos-modernidad>

CEPAL, y OEI. (2021). *La contribución de la cultura al desarrollo económico en Iberoamérica*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe; Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47444-la-contribucion-la-cultura-al-desarrollo-economico-iberoamerica>

CICR. (1996). *Derecho Internacional relativo a la conducción de las hostilidades*.

Díaz Munizaga, P. L. (2013). *Industrias culturales e industrias creativas, evolución histórica y conceptual, confluencias y divergencias : El caso de Santiago creativo, plataforma para la exportación de la industria creativa*. Santiago de Chile: Universidad de Chile . <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/115940>

Government, U. (2014). *Government of United Kingdom*. <https://www.gov.uk/>

Guízar López, V. M. (2005). *JORNADAS DE DERECHO DE AUTOR*. México, D.F.: OMPI,INDAUTOR. https://www.wipo.int/meetings/es/doc_details.jsp?doc_id=54979

Hawkins, J. (2001). *The creative economy*. London: Penguin Books.

Intelectual, O. M. (1970). *OMPI*. Obtenido de <https://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html>

Izquierdo, J. C. (2015). *Las industrias culturales en el Perú durante el periodo 2005-2015*. Lima. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4102/paredes_ijc.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Levèque, F., y Menière, Y. (2004). *Economie de la propriété intellectuelle (Repères) (French Edition)*. Paris: LADECOUVERTE. <https://books.openedition.org/editions-cnrs/19467?lang=es>
- Ministerio de Cultura. (2019). <https://www.gob.pe/cultura>. [https://www.gob.pe/cultura](https://www.gob.pe/cultura:https://www.gob.pe/cultura)
- MNCUL. (2020). *Política Nacional de Cultura al 2030*. Lima. <https://www.gob.pe/institucion/cultura/colecciones/89-politica-nacional-de-cultura-al-2030>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2017). *Gobierno de Colombia*. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/glosario/industrias-creativas-y-culturales>. <https://www.cancilleria.gov.co/international/multilateral/united-nations/unesco>
- PNUD; UNESCO. (2013). *Informe sobre la economía creativa*. New York: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000230576>
- Ramírez Peñaloza, H. F., y Rodríguez Mo, L. N. (2018). *Desarrollo de la Propiedad Intelectual como pilar de la Economía Creativa en la Economía Colombiana*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia. <http://bibliotecavirtualoducal.uc.cl:8081/handle/10983/15979>
- Región Naranja - BID. (2018). *IBD*. <https://www.regionnaranja.org/economiaNaranja>
- Restrepo, F. B., y Márquez, I. D. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

- Romero Guillen, J. (2021). *Diagnóstico de la economía naranja en El Salvador y la generación de una propuesta desde la perspectiva de ingeniería industrial*. Universidad de El Salvador. <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/24732/1/Tesis%20digital%20economia%20naranja.pdf>
- Shavell , y Van Ypersele. (2005). *Rewards versus Intellectual Property Rights*. Harvard Law School and National Bureau of Economic Research University of Namur and Catholic University of Louvain. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/322811>
- The education club. (2018). *The education club*. Obtenido de <https://www.divulgaciondinamica.es/gestion-cultural-concepto-objetivos-clasificacion/>
- UNCTAD. (2004). Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo : GRUPO DE ALTO NIVEL SOBRE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS ., (pág. 3).
- UNESCO, y MINCUL. (2018). *INDICADORES DE CULTURA PARA EL DESAROLLO EN PERÚ*. Lima. <https://www.infoartes.pe/wp-content/uploads/2014/12/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>
- Uriarte, F. (2015). *Metodología de la investigación científica y técnicas de estudio*. Lima. <http://sbiblio.uandina.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=10721>.

ANEXOS

a. Matriz de consistencia

	<i>Problemas</i>	<i>Objetivos</i>	<i>Hipótesis</i>	<i>Variables</i>		<i>Indicadores</i>
<i>General</i>	¿Cuál es la realidad y cuáles son las políticas públicas implementadas para la economía naranja en el caso creatividad y medios en la ciudad de Cusco?	Analizar la realidad y las políticas públicas de promoción implementadas, en la economía naranja en el caso creatividad y medios en la ciudad de Cusco.	Se presencia un proceso de desarrollo informal, fuertemente asociado al turismo, con poco apoyo en políticas públicas implementadas, por parte de las entidades estatales, del sector creatividad y medios de la economía naranja en la ciudad de Cusco.	<i>Dependiente</i>	Desarrollo de la economía naranja	Normas legales Promoción Políticas publicas Producción Organización
<i>Específicos</i>	1. ¿Cuál es la realidad de la economía naranja en la ciudad de Cusco en el caso creatividad y medios?	1. Identificar la realidad de la economía naranja en la ciudad de Cusco en el caso creatividad y medios.	1. El desarrollo de la economía naranja, sector creatividad y medios, se desarrolla en base a emprendimientos privados con fuerte informalidad, y asociados a la demanda turística existente en la ciudad de Cusco	<i>Independiente</i>	Emprendimientos privados informales de B.1 y B.4	Producción Comercialización Licencias Financiamiento
	2. ¿Cuáles son las políticas públicas implementadas respecto de la economía naranja en el caso creatividad y medios en la ciudad de Cusco?	2. Determinar cuáles son las políticas públicas implementadas para el desarrollo de la economía naranja en el caso creatividad y medios en la ciudad de Cusco.	2. La economía naranja, sector creatividad y medios por tener fuertes características de bienes públicos requiere de políticas de apoyo, protección de derechos de autor, organización, capacitación, promoción, etc. para desarrollarse formalmente en la ciudad de Cusco.		Políticas Públicas de apoyo a B.1 y B.4	Normas de derechos de autor Promoción Organización

b. Instrumentos de recolección de información

b.1. Encuesta

ENCUESTA LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DE CUSCO: REALIDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN EN 2019

1. NOMBRE EMPRESA

BIEN CULTURAL	SERVICIO CULTURAL	BB Y SS CULTURALES

2. ¿A qué sector de industria cultural al que se dedica?

- a) Pintura
- b) Escultura
- c) Artesanía
- d) Fotografía
- e) Música
- f) Teatro
- g) Otros, Especifique: _____

3. ¿Se encuentra formalizado?

- a) SI, RUC _____

Persona natural sin negocio	Persona natural con negocio	Persona jurídica

- b) NO

4. ¿Qué tipo de barreras ha identificado en el proceso de formalización?

- a) Económica
- b) Burocrática
- c) Tiempo
- d) Desconocimiento
- e) Otros, especifique: _____

5. Género

6. Edad

FEMENINO	MASCULINO

- a) Menor de 18 años
- b) 18 – 29 años
- c) 30 – 39 años
- d) 40 – 49 años
- e) 50 – 59 años
- f) 60 a más

7. Nivel educativo obtenido

- a) EBR Inicial
- b) EBR Primaria
- c) EBR Secundaria
- d) Educación superior tecnológica. Especifique: _____
- e) Educación superior universitaria. Especifique: _____

8. ¿Cuál es la mayor dificultad que atraviesa su sector?

9. ¿Fue o es beneficiario de algún programa cultural impulsado por alguna institución del estado?

10. ¿Cómo cree que podrían ayudarlo las instituciones del estado?

11. ¿Qué barreras estatales identificó para el desarrollo de sus actividades?

- a) Burocracia
- b) Costos altos
- c) Tiempos largos para los procesos
- d) Atención deficiente en instituciones del Estado
- e) Otros, especifique

12. ¿Cuánto facturó en promedio el año 2019? (SOLES)

13. ¿Cuál es el monto de gastos fijos mensuales?

¿El desarrollo de sus actividades culturales está ligado al turismo?

a) Si, ¿En qué nivel?

Muy alto 85 - 100 %	
Alto 70 - 84%	
Mediano 50 - 69%	
Bajo 26 - 49 %	
Muy bajo 0 - 25 %	

b) No

14. ¿A qué sector y estrato económico están dirigidos sus bienes y/o servicios culturales?

SECTOR	
Consumidor local	
Turista nacional	
Turista extranjero	
Otros, especifique	

ESTRATO SOCIOECONÓMICO	
BAJO	
MEDIO	
MEDIO	
ALTO	
ALTO	

15. ¿A qué público objetivo le gustaría llegar

SECTOR	
Consumidor local	
Turista nacional	
Turista extranjero	
Otros, especifique	

ESTRATO SOCIOECONÓMICO	
BAJO	
MEDIO	
MEDIO	
ALTO	
ALTO	

16. ¿Cuántos años lleva en el mercado?

17. ¿Cuenta con un taller y/o local comercial?

	Taller	Local comercial	Cuenta con un establecimiento que cumple ambas funciones	Cuenta con ambos establecimientos diferenciados
Propio				
Arrendado				

18. ¿Qué autodeficiencias ha identificado en el desarrollo de sus actividades?

19. ¿Lleva sus cuentas?

- a) SI
- b) NO

20. ¿Tiene personal?

- a) SI.

Régimen laboral	Cantidad de trabajadores
Planilla	
Locación de servicios	
Retribución	

- b) NO

21. ¿Sus obras están protegidas o patentadas?

- a) SI
- b) NO

22. ¿Sigue algún patrón existente para la elaboración de sus obras?

- a) SI.
- b) NO

23. ¿Ha identificado en algún momento durante el desarrollo de sus actividades en el mercado el plagio, copia, replica o similitud de sus obras, en trabajos producidos por sus colegas de las cuales no ha recibido retribución económica?

- a) Si

	Ejerció acción legal	No ejerció acción legal
¿Por qué?		

- b) No

24. ¿Recibe retribución económica por la reproducción total o parcial de sus obras?

- a) Si
- b) No

b.2. Entrevistas

ENTREVISTA AUTORIDADES DE LA DIRECCIÓN DESCONCERTADA DE CULTURA CUSCO - LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DE CUSCO: REALIDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN EN 2019.

1. Datos personales

Área	Fomento a las Artes y Acceso a la Cultura
Cargo	Coordinador
Nombre	Hilario Arque
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Emitir opinión técnica para el otorgamiento de reconocimientos a personas naturales y jurídicas cuya labor y trayectoria en el campo de las artes constituyan un aporte al desarrollo cultural del país. • Emitir opinión técnica para la calificación cultural de los espectáculos públicos no deportivos. • Emitir opiniones técnicas para las declaratorias de interés cultural, auspicios nominales y cartas de presentación en el ámbito de su competencia. • Emitir opiniones técnicas para otorgar el reconocimiento de centros culturales y asociaciones culturales sin fines de lucro a las entidades que lo ameriten.

Área	Industrias Culturales y Nuevos Medios
Cargo	Coordinador
Nombre	Ricardo Guevara Cárdenas
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar, implementar y difundir las políticas, planes, programas, proyectos y estrategias para el desarrollo y promoción de las industrias culturales y para el fomento de las artes y el acceso de la ciudadanía a la diversidad de expresiones artístico-culturales. • Administrar y supervisar el registro de personas naturales y jurídicas que se dedican a actividades relacionadas a las industrias culturales, a las artes, así como el de proyectos culturales. • Coordinar con otras entidades del sector público y privado, regional y nacional, en asuntos vinculados al ámbito de su competencia. • Supervisar el debido cumplimiento de los procedimientos administrativos a su cargo. • Emitir opinión técnica sobre asuntos de su competencia, conforme a los lineamientos que para tal efecto apruebe la Dirección General de Industrias Culturales y Artes.

2. Debilidades detectadas en el sector de industrias culturales

- Responsabilización absoluta del sector de industrias culturales a la Dirección Desconcertada de Cultura Cusco.
- Ausencia de organización empresarial.
- Gobiernos locales ausentes en el apoyo a la gestión cultural.
- Solicitud exclusiva de apoyo económico

- Devaluación del trabajo del artista (considera el arte como algo secundario o un monto por debajo del valor de mercado)
- Ausencia de transmisiones culturales locales en los medios de comunicación
- Las artes están muy inmersas en la actividad turística, pero se tiende a ver como un accesorio a la cultura es transversal, pues es parte de la supervivencia del ser humano desde su origen.

3. Fortalezas detectadas en el sector de industrias culturales

- Existencia de la Dirección Desconcertada de Cultura Cusco y la Sub Gerencia de Industrias Culturales
- Existencia de la Universidad Nacional Diego Quispe Tito
- El ser parte de una cultura muy simbolizada de gran riqueza cultural
- Cusco en una cantera de propuestas artísticas, el ecosistema artístico cultural de mucha talla no solo aprovechada por el turismo sino por las disciplinas artísticas.
- Resiliencia y trabajo colaborativo pues el círculo inmediato brinda mucho apoyo, se genera reciprocidad funciona el Ayni cultural entre productores, Dirección Desconcertada de Cultura Cusco, Gobiernos Locales empresas) pese a presupuesto 0.
- El arte y cultura son tradición y formación familiar, se enseña de generación en generación, la cultura es hereditaria, a los hijos de artistas se les incentiva a seguir generando cultura, pero de una manera más profesional.

4. Debilidades institucionales para la promoción de industrias culturales

- Trámite interno burocrático
- La Ley de Contrataciones con el Estado no está adaptado al sector cultural lo que dificulta la ejecución presupuestaria y requerimientos, dentro de la cultura cada artista es diferente área de abastecimientos muy rígida y pegada a la ley
- Fuente de RDR, se va a mantenimiento de áreas, en caso de fenómenos, es la primera área, en la que se reduce presupuesto.
- Discontinuidad de personal, que retrasa la ejecución de actividades.
- Presupuesto escaso para la promoción de artes y cultura.

- No hay asignación presupuestaria a los Gobiernos Locales para el programa presupuestal 140.
- Infraestructura cultural escasa solo existe 01 teatro municipal y 01 casa de la cultura.

5. Fortalezas institucionales para la promoción de las industrias culturales

- Presupuesto asignado, reducido pero existente.
- El sector cultura no ve educación y capacitación, pero si acredita los programas que desarrollan.
- La DDC brinda al sector la posibilidad de tener docentes de talla nacional e internacional con constancias y acreditación.
- Servidores públicos quechua hablantes
- Pertinencia cultural, ya que el quechua es fundamental para los eventos formativos

6. ¿Cuánto presupuesto se destinó a la sub gerencia de industrias culturales?

El 2019 se destinó S/. 1'743,700.00 de presupuesto a la Sub Gerencia de Industrias Culturales

7. Qué porcentaje de ejecución del PIM

El 2019 se ejecutó el 90 % del PIM.

8. ¿En qué gasta?

Realiza eventos de fomento y promoción de la Cinematografía, Fotografía, Fonografía, promoción del Libro y fomento de la Lectura, Archivos Audiovisuales y Emprendimientos Culturales, enmarcadas en un enfoque interculturalidad y de género de manera transversal; así también, de acuerdo al Plan Nacional de Cultura al 2030. Las tareas que ejecuta contemplan programas de capacitación en composición musical,

cinematografía, fotografía, archivos audiovisuales, emprendimientos culturales; así también, festivales y eventos como la Feria Internacional del Libro de Cusco, el Festival

de cine de Cusco Cinesuyu, Qispicine; doblaje de películas a lenguas originarias; implementación de bibliotecas a nivel regional y publicación de libros.

9. Qué programas tienen previstos para impulsar las industrias culturales en el Cusco

- a) Programa de capacitación para el desempeño profesional en cinematográfica y animación en cusco, La Convención y Urubamba
- b) Programa de formación en fotografía y nuevos medios en Cusco
- c) Programa de capacitación en composición musical, producción discográfica y distribución en medias digitales en Cusco, Canas, Quispicanchi y Canchis
- d) Incentivos para el desarrollo del potencial artístico en animación digital en Cusco
- e) Taller de proyectos cinematográficos-producción

10. Quiénes serán los responsables

La DDC, a través de la Sub Gerencia de Industrias Culturales

11. Cuántos productores de bienes y servicios culturales se beneficiarán

Se beneficiarán 50 productores de bienes y servicios culturales

12. Cuántos consumidores de bienes y servicios culturales se beneficiarán

Se beneficiarían 1000 consumidores de bienes y servicios culturales

13. Propuesta de políticas públicas para el impulso de las industrias culturales

Actividades descentralizadas en los diferentes distritos y articulado y coorganizado con Gobiernos Locales, para hacer gasto responsable mediante a gestión actividades presupuesto 0

14. Tienen o planean tener alianzas institucionales ¿Con quién, qué vigencia tendrá, que actividades se realizaran, cuantos beneficiarios habrá?

Se tiene planeado la ejecución de alianzas con los diversos gobiernos locales, que permitan ser un nexo de gestión cultural.

15. Con que sectores trabajan (música, danza, teatro, cine, fotografía, artesanía, otros)

Dadas las propias condiciones de la institución se trabajan con todos los sectores dedicados al arte y la cultura, sin exclusiones

**ENTREVISTA AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DIEGO QUISEP
TITO DEL CUSCO, RESPONSABLES DE LA ECONOMÍA NARANJA EN LA
CIUDAD DE CUSCO: REALIDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN EN
2019.**

1. Datos personales

Área	Dirección de incubadora de empresas
Cargo	Director
Nombre	Mgt. Mario Curasi Rodríguez
Funciones	Promueve la realización de micro y pequeñas empresas de propiedad de los estudiantes Dentro de la universidad se formen artistas empresarios para que los estudiantes se inserten en el mercado laboral

2. Debilidades detectadas en el sector de industrias culturales

- Institucionalidad desarticulada proponer fondos concursables tiene el propósito de proponer cultura no hay seguimiento a los emprendimientos culturales no hay una promoción sostenible, es solo activismo cultural temporal no hay una actividad sostenida.
- Falta de compromiso político discontinuidad en las actividades, los gestores tienen una plataforma independiente (VIENAMP independiente) duplicidad de actividades con propósito eminentemente político.
- Los agentes culturales no tienen expertis y el asociado tampoco porque no existe soporte.
- Contradicción en el reconocimiento al arte.
- Informalidad.

3. Fortalezas detectadas en el sector de industrias culturales

- Capacidad de asociatividad
- Gran diversidad de propuestas artísticas y culturales
- Gestión pública orientada al desarrollo de la cultura

- Incremento de investigación e innovación en arte y cultura.

4. Debilidades institucionales para la promoción de industrias culturales

- La universidad no logra consolidarse como una institución de renombre pese a la posición, ya que no son considerados, en temas culturales como en los años 70
- Debilidad de la institucionalidad por la falta de actividades como ferias del arte, alegorías, etc.

5. Fortalezas institucionales para la promoción de las industrias culturales

- Archivo profesional de arte, tratando de estimular a estudiantes y egresados
- Lanzamiento fondos concursables y la revista contraste portafolio Ruway con avances novedosos frente a otras instituciones e iniciativas diferentes por especialidades.
- Propuesta de incubadora de empresas del exterior “Con arte” etapa de sensibilización.
- Las redes sociales son una buena plataforma para difundir el trabajo, reduce cuestiones de corrupción y amiguismos.

6. ¿Cuánto presupuesto se asignó a la universidad el 2019?

El 2019 se aginaron 33, 854,197.00 de soles a la Universidad Nacional Diego Quispe Tito.

7. Qué porcentaje de ejecución del PIM

El porcentaje de ejecución del PIM es del 75%.

8. ¿En qué gasto la universidad el 2019?

- Eventos de promoción y difusión de emprendimientos culturales
- Programa para la Mejora de la Calidad y Pertinencia de los Servicios de Educación Superior Universitaria y Tecnología a Nivel Nacional (PMESUT).

- Contrata de docentes y capacitadores

9. Qué programas tienen previstos para impulsar las industrias culturales en el Cusco

Ruway y la revista Chaski.

10. ¿Quiénes serán los responsables?

Incubadora de negocios de la Universidad Diego Quispe Tito: Ruway

11. ¿Cuántos productores de bienes y servicios culturales se beneficiarán?

60 Beneficiarios por año

12. ¿Cuántos consumidores de bienes y servicios culturales se beneficiarán

1000 consumidores de bienes y servicios culturales.

13. Propuesta de políticas públicas para el impulso de las industrias culturales

Se propone a la comisión organizadora la incubadora de empresas.

Lanzamiento de revista “Contrastes” y Ruway coberturaron 100 usuarios, se impulsaron 5 videos profesionales intelectuales en el arte, que a diferencia de otras universidades tienen una naturaleza diferente porque cada artista es un emprendedor.

14. Tienen o planean tener alianzas institucionales ¿Con quién, qué vigencia tendrá, que actividades se realizaran, cuantos beneficiarios habrá?

Impulsar el arte concatenado porque lo de la región de cusco para el mundo hay problemas de carácter político cuestiones de protagonismo hacer un trabajo conjunto.

c. Medios de verificación

- Resultados de las encuestas

1. Qué produce?

Produce	FRECUENCIA	%
Servicios Culturales	65	54%
Bienes culturales	45	38%
Bienes y servicios culturales	10	8%

2. A qué sector industrial se dedica?

SECTOR	FRECUENCIA	%
Artesanía	22	18%
Cine	1	1%
Danza	5	4%
Editorial	12	0.1
Escultura	2	2%
Fotografía	20	17%
Música	22	18%
Pintura	27	0.225
Teatro o artes escénicas	9	8%

3. ¿Se encuentra formalizado?

Se encuentra formalizado	FRECUENCIA	%
No esta formalizado	34	28%
Persona jurídica	17	14%
Persona natural con negocio	36	30%
Persona natural sin negocio	33	28%

4. ¿Qué tipo de barreras ha identificado en el proceso de formalización?

Barreras de formalización	FRECUENCIA	%
Burocrática	54	45%
Desconocimiento	11	9%
Económica	19	16%
No encontró barreras	1	1%
Tecnología	1	1%
Tiempo	34	28%

5. Genero

GENERO	FRECUENCIA	%
Hombre	77	64%
Mujer	43	36%

6. Edad

Edad	FRECUENCIA	%
18 – 29 años	33	28%
30 – 39 años	32	27%
40 – 49 años	27	23%
50 – 59 años	14	12%
60 a más	14	12%

7. Nivel educativo obtenido

Nivel educativo obtenido	Cuenta de Nivel educativo obtenido	%
EBR Primaria	1	1%
EBR Secundaria	11	9%
Educación superior tecnológica.	28	23%
Educación superior universitaria.	80	67%

8. Dificultades que atraviesa el sector

Dificultades que atraviesa el sector	FRECUENCIA	%
Poca valoración económica al arte y la cultura	65	54%
Ausencia de espacios públicos para las demostraciones artísticas y culturales	34	28%
Burocracia	8	7%
Poco apoyo estatal para el desarrollo del arte y cultura	13	11%

9. Fue o es beneficiario de algún programa cultural

Dificultades que atraviesa el sector	FRECUENCIA	%
No	72	60%
Si	48	40%

10. Opciones de apoyo de políticas públicas

Ayuda de las instituciones del estado	FRECUENCIA	%
Estrategias de publicidad y difusión	37	31%
Espacios de demostración cultural	53	44%
Inclusión financiera	13	11%
Concientización sobre la valoración cultural	17	14%

11. Barreras estatales para formalizar

Barreras estatales	FRECUENCIA	%
Atención deficiente en instituciones del Estado	29	24%
Burocracia	32	27%
Costos altos	15	13%
Informalidad	1	1%
Tiempos largos para los procesos	43	36%

12. Monto de facturación 2019

Facturación 2019	FRECUENCIA	%
0 - 4200	2	2%
4201 - 8400	25	21%
8401 - 126000	12	10%
12601 - 16800	18	15%
16801 - 21000	16	13%

13. Gastos fijos mensuales 2019

Gastos fijos	FRECUENCIA
Indistinto	120

14. Grado de relación con el turismo

Nivel de relación con el turismo	FRECUENCIA	%
No	3	2%
Muy bajo // 0 – 25 %	33	27%
Bajo // 26 – 49 %	18	15%
Mediano // 50 - 69%	34	28%
Alto // 70 - 84%	11	9%
Muy alto // 85 - 100 %	21	17%

15. Sector y estrato económico están dirigidos sus bienes y/o servicios culturales

Sector	Estrato socioeconómico	FRECUENCIA	%
Consumidor local	Bajo	4	3%
	Medio	15	13%
	Medio alto	33	28%
	Alto	13	11%
Turista Nacional	Bajo	2	2%
	Medio	7	6%
	Medio alto	16	13%
	Alto	6	5%
Turista extranjero	Bajo	0	0%
	Medio	4	3%
	Medio alto	14	11%
	Alto	5	4%

16. Sector y estrato económico están dirigidos sus bienes y/o servicios culturales

Sector	Estrato socioeconómico	FRECUENCIA	%
Consumidor local	Bajo	4	3%
	Medio	5	4%
	Medio alto	16	13%
	Alto	20	16%
Turista Nacional	Bajo	2	2%
	Medio	3	3%
	Medio alto	13	11%
Turista extranjero	Alto	19	16%
	Bajo	2	1%
	Medio	3	2%
	Medio alto	13	11%
	Alto	20	17%

17. Años en el mercado

Años en el mercado	FRECUENCIA
Indistinto	120

18. Sector y estrato económico están dirigidos sus bienes y/o servicios culturales

Modalidad	Espacio	FRECUENCIA	%
Propio	Taller	11	9%
	Local comercial	0	0%
	Un establecimiento para ambas funciones	7	6%
	Establecimientos diferenciados	1	1%
Arrendado	Taller	22	18%
	Local comercial	19	16%
	Un establecimiento para ambas funciones	51	43%
	Establecimientos diferenciados	9	8%

19. Autodeficiencias

Autodeficiencias	FRECUENCIA	%
Formalización	34	28%
Falta de Publicidad	28	23%
Falta de espacio adecuado	47	39%
Innovación	11	9%

20. Lleva sus cuentas

Dificultades que atraviesa el sector	FRECUENCIA	%
Si	119	99%

No	1	1%
----	---	----

21. Tiene personal

Tiene personal	FRECUENCIA	%
NO	80	67%
LOCACIÓN DE SERVICIOS	39	33%
PLANILLA	1	1%

22. Sus obras están protegidas o patentadas

Patento sus obras	FRECUENCIA	%
No	105	87.5%
Si	15	12.5%

23. Sigue algún patrón para sus obras

Patento sus obras	FRECUENCIA	%
No	70	58%
Si	50	42%

Corriente	FRECUENCIA	%
Andinismo - Cusqueñismo	6	5%
Escuela Cusqueña	8	7%
Amazonismo	2	2%
Caricaturización	4	3%
Arte contemporáneo	9	8%
Cine independiente	2	2%

24. Identifico el plagio de sus obras

Patento sus obras	FRECUENCIA	%
Si	83	69%
No	37	31%

Ejerció acción legal	FRECUENCIA	%
No	119	99%
Si	1	1%

25. Recibe retribución económica por la reproducción de sus obras

Patento sus obras	FRECUENCIA	%
Si	112	93%
No	8	7%

d. Solicitud de información Dirección Desconcentrada de Cultura Cusco

SOLICITUD DE INGRESO DE DOCUMENTOS WEB

DATOS DE RECEPCIÓN:

Solicitud ingresada por casilla electrónica.

RECEPTOR:	MESA DE PARTES	DIRECCION DESCONCENTRADA CUSCO
FECHA DE CREACIÓN:	09/09/2021 21:56:21	EXPEDIENTE:
FECHA DE OBSERVACIÓN:	13/09/2021 17:02:51	0082900-2021
FECHA DE SUBSANACIÓN:	14/09/2021 11:46:43	
TIPO DOC.:	FORMULARIO WEB	Nº. DOC. :
		S/N

I. DATOS DEL SOLICITANTE

APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL:		
CIUDADANO - LIRA CASTRO LESLIE ROSA - DNI: 73038371		
DOMICILIO LEGAL (AV. / CALLE / JIRÓN / PSJE. / N° / DPTO / MZ / LOTE / URB.)		
URB. COVIPOL MZ. H-5 LT. B		
DEPARTAMENTO - PROVINCIA - DISTRITO		
CUSCO - CUSCO - CUSCO		
TELÉFONO / FAX	CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO
	938756567	LESLIELIRCAS28@GMAIL.COM
REPRESENTANTE LEGAL		
DOMICILIO REPRESENTANTE LEGAL (AV. / CALLE / JIRÓN / PSJE. / N° / DPTO / MZ / LOTE / URB.)		

II. ASUNTO (Expresión concreta y precisa de lo solicitado)

Cusco, 10/09/2021 SOLICITO INFORMACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN DE POSGRADO, ADJUNTO RESOLUCIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO QUE RESPALDA LO SOLICITADO: - PRESUPUESTO ASIGNADO A LA SUB GERENCIA DE INDUSTRIAS CULTURALES Y ARTES DEL 2015 AL 2019 - POLÍTICAS PUBLICAS PARA PROMOVER LAS INDUSTRIAS CULTURALES - CAPACITACIONES Y ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL ÁREA EN 2019 - RELACION DE BENEFICIARIOS DE ACTIVIDADES, PROGRAMAS Y CAPACITACIONES LESLIE LIRA CASTRO

N° de Expediente	N° de Documento
-------------------------	------------------------

Procedimiento TUPA relacionado

SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA QUE PRODUZCA O POSEA EL MINISTERIO DE CULTURA

Oficina destino

CUSCO

LISTA DE ANEXOS

Nro	Nombre
1	CamScanner 08-17-2021 14.41.pdf
2	SOLCITUD INFORMACION.pdf

IV. DECLARACIÓN JURADA Y ACEPTACIÓN DE TÉRMINOS Y CONDICIONES

DECLARO BAJO JURAMENTO que los datos consignados en la presente solicitud responden a la verdad. En caso de resultar falsa la información que proporciono, me sujeto a los alcances de lo establecido en el artículo 411 del Código Penal, concordante con el artículo 34.3 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. (SI)

Asimismo como administrado/a, ACEPTO que: (SI)

- Los/las administrados/as verifican que los documentos e información presentada se encuentren de acuerdo a los requisitos señalados en el procedimiento administrativo, servicios o solicitudes; así como, estén conforme a lo indicado en el artículo 124 del TUO de la Ley N° 27444, y en el marco de las disposiciones internas vigentes. Asimismo, se encuentren debidamente registrados en la Plataforma Virtual de Atención a la Ciudadanía, procediendo luego a enviar el formulario correspondiente.
- Para el ingreso de documentos a través de la Plataforma Virtual de Atención a la Ciudadanía previamente el/la administrado/a debe digitalizar, de manera completa y legible, la documentación que desee ingresar por la Plataforma Virtual de Atención a la Ciudadanía, incluyendo aquellos que sean requisitos indispensables para su presentación (peso estandarizado por cada documento como máximo de 20 MB.).
- La Plataforma Virtual de Atención a la Ciudadanía del Ministerio de Cultura, está habilitada las veinticuatro (24) horas del día, durante los siete (7) días de la semana. Sin embargo, la recepción de los documentos se efectúa luego de la validación del cumplimiento de los requisitos establecidos en el TUO de la Ley N° 27444 y el Texto Único de Procedimientos Administrativos del Ministerio de Cultura (en adelante, TUPA), de corresponder, de acuerdo con el horario de Mesa de Partes Presencial del Ministerio de Cultura (lunes a viernes de 08:30 a.m. a 04:30 p.m.).

• El Ministerio de Cultura asigna a el/la administrado/a una casilla electrónica, siempre que autorice su creación. Las comunicaciones y notificaciones relacionadas a los documentos presentados a través de la Plataforma Virtual de Atención a la Ciudadanía se efectúan por este medio.

• En cumplimiento de lo dispuesto en la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales, desde el momento de su ingreso y/o utilización de la Plataforma Virtual de Atención a la Ciudadanía, los/las administrados/as dan expresamente su consentimiento para el tratamiento de los datos personales que por ellos sean facilitados o que se faciliten a través de la Plataforma Virtual de Atención a la Ciudadanía.

EN CASO DE SOLICITAR LA CREACIÓN de la casilla electrónica que me asigne el Ministerio de Cultura, en atención a lo establecido en el artículo 20 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, solicito se me remita el usuario y contraseña de acceso a la casilla electrónica que me asigne el Ministerio de Cultura, así como las alertas de notificación respectivas, al correo electrónico y al número de teléfono móvil, indicados en el presente formulario. En tal sentido, AUTORIZO que todo acto administrativo se me notifique a la casilla electrónica asignada por el Ministerio de Cultura y DECLARO que conozco las obligaciones contenidas en los lineamientos para el uso de la casilla electrónica asignada por el Ministerio de Cultura, las mismas que consisten en:

• Señalar y mantener activo el correo electrónico y número de teléfono móvil consignado en el Formulario de Creación, a efectos de recibir las alertas de notificación que envíe el Ministerio de Cultura al correo electrónico y al número de teléfono móvil indicados bajo responsabilidad de el/la administrado/a.

• Asegurar que el correo electrónico donde se reciben las alertas de notificación cuente con espacio disponible para ello, asimismo revisar el buzón de spam o correo no deseado, en caso no haya recibido las alertas en su bandeja principal de correo electrónico.

• Revisar constantemente la casilla electrónica asignada por el Ministerio de Cultura una vez que ésta haya sido activada.

• Adoptar las medidas de seguridad necesarias para mantener la reserva y confidencialidad de las credenciales de acceso a la casilla electrónica. Asimismo, como medida de seguridad, el/la administrado/a debe cambiar su contraseña de acceso de manera periódica.

• Si el/la administrado/a opta por modificar cualquier información proporcionada al momento de solicitar su usuario y contraseña para la casilla electrónica, procede a actualizarlos a través de la misma.

ACLARACIÓN SOBRE FALSEDAD DE LA INFORMACIÓN DECLARADA

TUO de la Ley N° 27444 (numeral 34.3 del artículo 34°) "En caso de comprobar fraude o falsedad en la declaración, información o en la documentación presentada por el administrado, la entidad considerará no satisfecha la exigencia respectiva para todos sus efectos, procediendo a declarar la nulidad del acto administrativo sustentado en dicha declaración, información o documento; e imponer a quien haya empleado esa declaración, información o documento una multa en favor de la entidad de entre cinco (5) y diez (10) Unidades Impositivas Tributarias vigentes a la fecha de pago; y, además, si la conducta se adecua a los supuestos previstos en el Título XIX Delitos contra la Fe Pública del Código Penal, ésta deberá ser comunicada al Ministerio Público para que interponga la acción penal correspondiente."

En caso de no contar con casilla electrónica, conforme a lo establecido en el Numeral 20.4 del Artículo 20° del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, autorizo expresamente que todo acto administrativo derivado del presente (NO) procedimiento, se me notifique en el correo electrónico consignado en el presente formulario.



PERÚ

Ministerio de Cultura

DIRECCIÓN DESCONCENTRADA DE
CULTURA - CUSCOAREA FUNCIONAL ATENCION AL
CIUDADANO Y GESTION
DOCUMENTARIA

Ministerio de Cultura

MENDOZA Teresa De Jesus FAU
20490045397 soft
Cargo: Jefe De Area
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 16.11.2021 12:22:57 -05:00

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
 "Perú Suyuna Paya Pataka Marapa: paya pataka t'aqwaqtawi maranaka"

Cusco, 16 de Noviembre del 2021

OFICIO N° 003121-2021-AFACGD/MC

Señor(a):

LESLIE ROSA LIRA CASTRO

Correo : LESLIELIRCAS28@GMAIL.COM

Dirección : Urb. Covipol Mz H-5 Lote 8 - Cusco

Celular : 938756567

CIUDAD.-

ASUNTO : Respuesta a solicitud

REFERENCIA : Solicitud N° 2021-0082900 - CE

De mi mayor consideración.

Previo cordial saludo y por encargo del Director de la Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco del Ministerio de Cultura, me dirijo a usted en atención al documento de referencia, por el cual solicita información para realizar investigación de postgrado, adjunto resolución de la universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.

Sobre el particular, manifiesto a usted que su petición fue remitida a la instancia competente donde la Sub Dirección de Industrias Culturales y Artes emite el Informe N° 000224-2021-SDDICA/MC, cuya copia se adjunta al presente como anexo en respuesta a su solicitud para su conocimiento y fines.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para expresarle la muestra de mi especial consideración.

Atentamente,

Documento firmado digitalmente

TERESA DE JESÚS OTAZU MENDOZA

AREA FUNCIONAL ATENCION AL CIUDADANO Y GESTION DOCUMENTARIA

AFACGD/TOM/gar



BICENTENARIO
PERÚ 2021

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por el Ministerio de Cultura, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://tramitedocumentario.cultura.gob.pe:8181/validadorDocumental/inicio/detalle.jsf> e ingresando la siguiente clave: 8PSH8IV



PERÚ

Ministerio de Cultura

DIRECCION DESCONCENTRADA DE
CULTURA - CUSCOSUB DIRECCION DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y ARTES

PERÚ

Ministerio de Cultura

Firmado digitalmente por BONET
GUTIERREZ, Jose Omar FAU
20491345397 soft
Sub Director
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 28.09.2021 08:05:08 -05:00

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
"Perú Suyuna Paya Pataka Marapa: paya pataka t'aqwaqtawi maranaka"

Cusco, 28 de Septiembre del 2021

INFORME N° 000224-2021-SDDICA/MC

A : OSCAR PAREDES PANDO
DIRECCION DESCONCENTRADA DE CULTURA - CUSCO

De : JOSÉ OMAR BONET GUTIERREZ
SUB DIRECCION DE INDUSTRIAS CULTURALES Y ARTES

Asunto : REMITE INFORMACION SOLICITADA POR ESTUDIANTE DE
MAESTRIA DE POST GRADO LESLIE LIRA CASTRO PARA
INVESTIGACION DE CURSO SOBRE INDUSTRIAS
CULTURALES Y ARTES EN CUSCO.

Referencia : FORMULARIO WEB S/N (14SEP2021)
INFORME N° 000215-2021-CAAC/MC (17SEP2021)
INFORME N° 000237-2021-CICNM/MC (24SEP2021)

Previo atento saludo me dirijo a Ud., a fin de hacer llegar la información de acuerdo a los documentos indicados en la referencia, respecto a la solicitud de la Estudiante de Maestría de Post Grado Leslie Lira Castro, a fin de obtener información sobre el presupuesto, actividades, capacitaciones y beneficiarios, del Área de Artes y Acceso a la Cultura y del Área de Industrias Culturales y Nuevos Medios de la Dirección de Industrias Culturales y Artes.

INFORMACION DEL ÁREA DE ARTES Y ACCESO A LA CULTURA DE LA DIRECCIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES Y ARTES

- Presupuesto Asignado a la Sub Dirección De Industrias Culturales y Artes del 2015 al 2019.
- Políticas Públicas para promover las Industrias Culturales del Año 2015 al 2019
- Capacitaciones y Actividades Realizadas por el Área en el 2019
- Relación de beneficiarios de actividades, programas y capacitaciones de Industrias Culturales.

Presupuesto Asignado al Área Funcional de Artes y Acceso a la Cultura 2015 – 2019

Año fiscal	Presupuesto asignado
2015	S/. 1,465,272.00
2016	S/. 1,000.000.00
2017	S/. 1'800,000.00
2018	S/. 1'500,000.00
2019	S/. 1'743,700.00

Políticas Públicas para promover Las Industrias Culturales del Año 2015 al 2019

- Impulsar una perspectiva intercultural;
- Promover la ciudadanía;



BICENTENARIO
PERÚ 2021



PERÚ

Ministerio de Cultura

DIRECCIÓN DESCONCENTRADA DE
CULTURA - CUSCOSUB DIRECCIÓN DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y ARTES

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
"Perú Suyuna Paya Pataka Marapa: paya pataka t'aqwaqtawi maranaka"

- Fortalecer la institucionalidad;
- Alentar la creación cultural.
- Defender, cuidar y poner en valor el patrimonio;
- Apoyar las industrias culturales;
- Promover y difundir las artes
- Política Nacional de Cultura al 2030 (documento adjunto)

Capacitaciones y Actividades realizadas en el año 2019

- 04 talleres de formación en artes escénicas (Dirección, producción, dramaturgia y técnicas para una educación recreativa) de las cuales se beneficiaron a 155 artistas y Docentes de EBR de arte y cultura.
- Conversatorio académico, realizado en el Paraninfo universitario, 200 participantes entre estudiantes, delegaciones de intérpretes de la bandurria, académicos y público interesado.
- 40 Talleres para la formación en artes escénicas con 120 participantes en dos núcleos de trabajo distrito de Tinta y distrito de Sicuani - Prov. de Canchis.
- 18 talleres de Montajes y puestas en escena (proceso de creación y montaje, ensayos generales, organización y difusión de las escenificaciones en el marco de la actividad "Festival Itinerante de Artes Ella la Mitad de la Historia".
- Talleres y charlas de socialización para difundir y transmitir conocimientos referentes al rol protagónico de la mujer en la historia de esta parte del territorio andino.
- Taller de Curaduría con participación de 25 artistas, realizado del 18 al 23 de julio
- Taller de Instalación con material reciclado con participación de 21 artistas realizado del 09 al 16 de agosto.
- Taller de Portafolio realizado los días 10, 11 y 12 de octubre con participación de más de 25.
- Taller de Creación y Exploración en Danza, con un avance físico de 25 beneficiarios.
- Taller de Composición y Exploración Musical, con un avance físico de 25 beneficiarios.
- Taller de Técnica Escénica, Iluminación Escénica, Diseño de Sonido para puestas en escena y seminario de diseño de montaje (tres módulos) con 16 beneficiarios.
- En el marco de Fomento de Creación de Emprendimientos Culturales y Creativos (incubadora cultural y creativa del cusco)se desarrollaron 09 talleres de capacitación con temática relacionada a: Desarrollo del Análisis FODA: Fortaleza del negocio, Debilidades del negocio, Oportunidades del negocio y Amenazas del negocio; Estrategias a desarrollar en base al Análisis FODA de su idea de negocio; Plan de Negocios y Planificación Estratégica, Las 4Ps del Marketing, Proceso productivo, Costeo práctico de un producto, Estrategias para reducir costos, Punto de equilibrio, Plan de inversión, Flujo de caja, Revisión y retroalimentación a los planes de negocio.



BICENTENARIO
PERÚ 2021



PERÚ

Ministerio de Cultura

DIRECCIÓN DESCENTRALIZADA DE
CULTURA - CUSCOSUB DIRECCIÓN DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y ARTES

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
"Perú Suyuna Paya Pataka Marapa: paya pataka t'aqwaqtawi maranaka"

- Taller de gestión y catalogación de archivos filmicos realizado del 23 al 28 de setiembre.
- Seminario "Musicología para el Perú de cara al Bicentenario", Realizado en Cusco del 28 al 30 de agosto, ofrecido por el reconocido maestro peruano Aurelio Tello. Se brindó por primera vez en la ciudad del Cusco un seminario de estas características a donde participaron 16 participantes (13 de Cusco y 3 de Lima).
- Segundo Coloquio de Patrimonio Sonoro: realizado en Cusco del 28 al 30 de octubre, dirigido a estudiantes, investigadores, músicos y gestores en el cual se presentaron investigaciones, iniciativas y proyectos en torno al patrimonio sonoro de Cusco y Latinoamérica; contando con la participación de investigadores invitados locales, nacionales e internacionales. Se tuvo la participación de Costa Rica y Bolivia como países invitados.
- Curso virtual de abordaje de procesos creativos en el arte, a partir de una temática transversal relacionada al mito andino de "la primera humanidad", con un avance físico de 40 participantes.
- Residencia Artística Interdisciplinaria de Danza y Música en la localidad de Calca, con un avance físico de 38 beneficiarios.
- Realización Del Encuentro De Gestores, Emprendedores Culturales Y Artistas - CONECTA desarrollada del 13 al 16 de noviembre, para lo que el Ministerio de Cultura abrió la convocatoria para la participación y otorgamiento de ayudas a la movilidad a artistas, gestores y emprendedores culturales nacionales y extranjeros residentes en el Perú que se encuentren desarrollando un proyecto cultural vinculado a la gestión de estos festivales, con lugar de residencia fuera de la ciudad de Cusco y dentro del territorio nacional el cual tuvo una respuesta muy favorable, y de acuerdo a los criterios establecidos fueron 21 los seleccionados entre artistas, gestores y emprendedores

Relación de beneficiarios de actividades, programas y capacitaciones de industrias culturales.

Participantes en el marco de Fomento de Creación de Emprendimientos Culturales y Creativos (incubadora cultural y creativa del cusco)

Primer grupo de trabajo

- RCQ Editorial
- Walzos canta autor
- Yachay Quechua
- Revista Wifala
- Colectivo Cultural Takiri
- Pallari Saphi
- La Bohemia Arte y Refugio
- Sapan Huayna
- Promover mi arte
- La Dragona E.I.R.L.
- Chillico
- Asociación Tambo de Luz
- Poqen Kancha



BICENTENARIO
PERÚ 2021



PERÚ

Ministerio de Cultura

DIRECCIÓN DESCONCENTRADA DE
CULTURA - CUSCOSUB DIRECCIÓN DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y ARTES

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
 "Perú Suyuna Paya Pataka Marapa: paya pataka t'aqwaqtawi maranaka"

- Prile
- Ichiy
- Qosqomic
- Rosa Acústica
- Wayra Wayna
- Arlisart

Segundo grupo de trabajo

- Da Guerre-Drone Service
- Asociación Cultural Asimtria
- Asociación Trascinema
- Bokeh fotografía
- Kevin fotografía
- Cinemarka Audiovisual
- Black Horse Estudio
- Cachimbo Style
- Publidatazo
- Kuska Purisun
- Casa Ocupa
- Willarisun
- Cuscopolita
- Films Bastardía
- Visual Magic Cusco
- Intihuatana Studio
- Cine Cusco
- Yana Films
- Design 1701
- Yo soy Amauta

Participantes en el VII Encuentro de la red iberoamericana de responsables de política y planes de lectura REDPLANES, cuya finalidad fue de movilizar a los representantes de los países miembros de REDPLANES hacia un país en donde se estén desarrollando actualmente políticas o planes de lectura, con el fin de que dicha experiencia pueda ser conocida en la región iberoamericana y enriquezca los procesos propios de cada uno de los países presentes en el encuentro, participaron en este evento, representantes de:

Buenos Aires (Argentina)

- La Paz (Bolivia)
- Ecuador
- Chile
- Guatemala
- Paraguay
- Colombia
- Washington Estados Unidos)



BICENTENARIO
PERÚ 2021



PERÚ

Ministerio de Cultura

DIRECCIÓN DESCONCENTRADA DE
CULTURA - CUSCOSUB DIRECCIÓN DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y ARTES

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
"Perú Suyuna Paya Pataka Marapa: paya pataka l'aqwaqtawi maranaka"

Entre los años 2014 y 2021, la DDC Cusco, a nivel regional, en cumplimiento a las políticas culturales, relacionadas a las industrias culturales y nuevos medios, realiza eventos de fomento y promoción de la Cinematografía, Fotografía, Fonografía, promoción del Libro y fomento de la Lectura, Archivos Audiovisuales y Emprendimientos Culturales, enmarcadas en un enfoque interculturalidad y de género de manera transversal; así también, de acuerdo al Plan Nacional de Cultura al 2030. Las tareas que ejecuta contemplan programas de capacitación en composición musical, cinematografía, fotografía, archivos audiovisuales, emprendimientos culturales; así también, festivales y eventos como la Feria Internacional del Libro de Cusco, el Festival de cine de Cusco Cinesuyu, Qispicine; doblaje de películas a lenguas originarias; implementación de bibliotecas a nivel regional y publicación de libros.

Estas tareas, se cumplen y enmarca en el siguiente cuerpo normativo, entre los más importantes:

- Ley N° 29565, de creación del Ministerio de Cultura,
- Decreto de Urgencia N° 022-2019, que promueve la actividad cinematográfica y audiovisual.
- Decreto de Urgencia N° 003-2019, que establece incentivos para el fomento de la lectura y el libro.
- Decreto Ley N° 19414, De defensa, protección e incremento del patrimonio documental de la Nación.
- Ley N° 26370, Ley de la Cinematografía Peruana.
- Ley N° 26905, Ley de Depósito Legal en la Biblioteca Nacional de Perú.
- Ley N° 27270, Ley Contra Actos de Discriminación.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.
- Ley N° 29168, Ley que promueve el desarrollo de espectáculos públicos no deportivos.
- Política Nacional de Cultura al 2030

En el año 2019, como el año anterior, se realizaron las siguientes tareas de capacitación, dirigidas al sector de las industrias culturales por especialidades, las que se siguieron en 2020 y 2021 sin presupuesto producto de la pandemia:

- a) Programa de capacitación para el desempeño profesional en cinematográfica y animación en cusco, La Convención y Urubamba
- b) Programa de formación en fotografía y nuevos medios en Cusco
- c) Programa de capacitación en composición musical, producción discográfica y distribución en medias digitales en Cusco, Canas, Quispicanchi y Canchis
- d) Incentivos para el desarrollo del potencial artístico en animación digital en Cusco
- e) Taller de proyectos cinematográficos-producción

Finalmente, se solicita consolidar esta información con aquella de la propia SDDICA y sus otras áreas, para cumplir con la totalidad de información solicitada.

Es todo cuanto se informa para su conocimiento y fines.

Atentamente,
(Firma y sello)



JBG/vdf

BICENTENARIO
PERÚ 2021

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por el Ministerio de Cultura, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://tramitedocumentario.cultura.gob.pe:8181/validadorDocumental/inicio/detalle.jsf> e ingresando la siguiente clave: W3H8TLG



PERÚ

Ministerio de Cultura

DIRECCIÓN DESCENTRALIZADA DE
CULTURA - CUSCOSUB DIRECCIÓN DE INDUSTRIAS
CULTURALES Y ARTES

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"
 "Perú Suyuna Paya Pataka Marapa: paya pataka t'aqwaqtawi maranaka"

- Nicaragua
 - Venezuela
 - San Salvador
 - Brasil
 - Panamá
 - Uruguay
 - Honduras.
 - República Dominicana
 - Perú.
 - Costa Rica
 - Cuba
 - El Salvador.
 - Portugal
- Instituciones participantes del Taller de gestión y catalogación de archivos filmicos
- Bartolomé de las Casas.
 - Universidad San Antonio Abad de Cusco (UNSAA)
 - Universidad de Palermo.
 - Universidad Particular Andina de Cusco.

INFORMACION DEL ÁREA DE ARTES Y ACCESO A LA CULTURA DE LA DIRECCIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES Y ARTES

Tras reunión virtual sostenida por el Coordinador del Área de Artes y Acceso a la Cultura, con la estudiante Leslie Lira Castro, se brindó información de la situación actual del sector de las industrias culturales de Cusco, labores desarrolladas por la DDC Cusco desde la Sub Dirección de Industrias Culturales, historia de dicha sub dirección, problemática y proyección a partir de la Política Nacional de Cultura al 2030, papel y responsabilidad de los gobiernos locales, por lo que se brinda la siguiente información con que cuenta dicha área:

Presupuesto asignado:

Los presupuestos de los años 2015, 2016 y 2017, no se consignan en archivos de esta área, por lo que la solicitante, puede hacer la consulta en Seguimiento de Ejecución Presupuestal (Consulta amigable) del Ministerio de Economía y Finanzas, visitando: https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100944&lang=es-ES&view=article&id=504 .

A continuación, se indican los presupuestos asignados entre los años 2018 y 2021, debiendo considerar que, por consecuencia de la pandemia, dicha área funcional en el año 2020 y 2021, contó con presupuesto mínimo sólo para 02 de sus 10 tareas en actividad, mientras que las otras actividades se realizaron y realizan a partir de gestión y alianzas con personas e instituciones nacionales e internacionales, que promueven:

Año	Presupuesto asignado
2018	S/. 2'830,000.00
2019	S/. 3,204,470.00
2020	S/. 107,196.00 (presupuesto mínimo en pandemia)
2021	S/. 86,000.00 (presupuesto mínimo en pandemia)



**BICENTENARIO
PERÚ 2021**

e. Solicitud de información Universidad Diego Quispe Tito

Cusco, 08 de febrero de 2022

**SOLICITO: INFORMACIÓN PARA REALIZAR
INVESTIGACIÓN DE POSGRADO.**

Señor: Mgt. Jose Luis Fernandez Salcedo

Vicepresidente de Investigación de la Universidad Nacional Diego Quispe Tito

Es grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente, y manifestarle:

Habiendo culminado la maestría en Economía con mención en Gestión Pública y Desarrollo Regional, en la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, presento mi solicitud ante usted, para que su despacho pueda brindarme información y la base de datos de los alumnos de su honorable Universidad, que se encuentren vinculados a las artes visuales y artesanía comprendidas por : **pintura, escultura, artesanía y fotografía** y a presentaciones artísticas y celebraciones: **artes escénicas, música, festivales, festividades y ferias**, (clasificación de las industrias culturales según la UNESCO).

Que son la base de mi investigación intitulada: *“LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DE CUSCO: REALIDAD Y POLÍTICAS PÚBLICAS DE PROMOCIÓN EN 2019”*, la presente tiene como fin remarcar la importancia que tiene el desarrollo de las industrias culturales en la ciudad del Cusco, en el ámbito económico, social y cultural y a través de los resultados obtenidos emitir una propuesta para la implementación de políticas públicas que permitan impulsar la cultura, ya que dichas actividades representaron según el director de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura, a través del aporte de ocho segmentos culturales a la economía nacional en 2007 un aporte del 1.2% del PBI nacional, que tiene un valor muy aproximado a otras actividades como la pesca, siendo este dato sumamente revelador, y por lo cual el sector cultura requiere de urgente atención, así mismo enmarcados en la política nacional de cultura al año 2030, que tiene como pilar de

desarrollo de educación artística y cultural, línea sobre la cual ustedes tienen injerencia, así mismo del programa de incubadora de negocios implementados a través de la institución a la que usted representa, serán de gran aporte para la investigación, todas las referencias, información y datos que puedan facilitarme, de la misma forma le hago llegar una solicitud para realizar una entrevista a través de una plataforma virtual, que me permitan tener una perspectiva más clara y detallada sobre la realidad de las artes y la cultura en nuestra ciudad, desde el punto de vista de la institucionalidad de la educación y a través de los alumnos y/o egresados que han implementado algún emprendimiento o empresa, desde el punto de vista de los beneficiarios de las políticas públicas.

A usted solicito atender mi petición, para poder continuar con el desarrollo de la investigación, así mismo agradecería si se pudiese tener una comunicación más directa, que a través de este medio, para lo cual le adjunto mi número de celular: 938756567 o si en la respuesta del documento me pudiesen brindar los datos del personal que pueda brindarme mayor orientación.

Agradezco de antemano su buena predisposición,

- Adjunto resolución directoral emitida por la UNSAAC de la aprobación del proyecto de investigación, como aval para la solicitud emitida.

Atentamente,



Leslie Rosa Lira Castro

El potencial de la economía naranja: Realidad y políticas públicas culturales en Perú emergente.

Mgt. Econ. LIRA CASTRO LESLIE ROSA
Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

RESUMEN

El ser humano tiene el arte y la cultura como algo innato, desde su origen como homo sapiens, siendo estas la expresión de su dotación de inteligencia y racionalidad, que son el relato de su evolución, vivencias, emociones y visión, que fueron percibidos y clasificados de diversas formas mundialmente. Es así como la economía basada en el arte y la cultura recibe el nombre de economía naranja, haciendo la asignación de este color un referente para la creatividad e innovación.

Perú cuenta con un inmenso patrimonio cultural, heterogeneidad étnica de sus individuos, y diversidad de expresiones artísticas y culturales, su creatividad individual y colectiva, así como la diversidad e interacción de los grupos culturales que conviven en la sociedad, son hogar de innumerables expresiones culturales ancestrales y contemporáneas en su territorio.

El desafío de la política cultural peruana es cómo nutrir esta realidad y aprovecharla en beneficio de todos los componentes de la cadena de valor de la economía naranja y del país en su conjunto, porque al mirar las condiciones laborales de estas ocupaciones, podemos encontrar características comunes como la informalidad y los bajos ingresos. Es por esto que el trabajo de los hacedores de políticas públicas debe considerar soluciones diseñadas para abordar estos problemas y fomentar el espíritu empresarial mediante el desarrollo de un entorno más favorecedor a sus condiciones.

Palabras Clave: Economía naranja, políticas públicas culturales, arte, cultura.

ABSTRACT

Human beings have art and culture as something innate, from their origin as homo sapiens, these being the expression of their endowment with intelligence and rationality, which are the story of their evolution, experiences, emotions and vision, which were perceived and classified in various ways worldwide. This is how the economy based on art and culture is called the orange economy, making the assignment of this color a benchmark for creativity and innovation.

Peru has an immense cultural heritage, ethnic heterogeneity of its individuals, and diversity of artistic and cultural expressions, its individual and collective creativity, as well as the diversity and interaction of cultural groups that coexist in society, are home to innumerable cultural expressions ancestral and contemporary in their territory.

The challenge of Peruvian cultural policy is how to nurture this reality and take advantage of it for the benefit of all the components of the orange economy value chain and the country as a whole, because when looking at the working conditions of these occupations, we can find common characteristics. such as informality and low income. This is why the work of public policy makers must consider solutions designed to address these problems and encourage entrepreneurship by developing a more favorable environment for their conditions.

Keywords: Orange economy, cultural public policies, art, culture.

1. Introducción:

La economía naranja recibe este nombre porque este color se vincula a la creatividad, la innovación y la cultura, siendo esta una asociación precisa de lo que su nombre representa. Se refiere a la industria creativa y cultural, que incluye sectores como la música, el cine, las artes visuales, la televisión, el diseño y la moda, entre otros. Esta industria posee el potencial para desempeñar un papel clave en el crecimiento económico y el desarrollo social en Perú.

Se ha generado a partir de las diferentes conceptualizaciones que recibe la siguiente tabla:

Tabla 1. Denominaciones alternativas de “Economía Naranja”

Denominación	Elementos que enfatiza
Industrias creativas	La creatividad: Énfasis en el individuo
Industrias culturales	La cultura: Énfasis en la sociedad
Industrias de contenidos	El producto: Énfasis en aquello que se crea, produce, distribuye y consume a través de un soporte
Industrias protegidas por los derechos de autor	La autoría: Énfasis en los derechos y deberes que surgen como consecuencia de la creación, la producción y el consumo cultural

Perú es un país multicultural y multiétnico, su creatividad individual y / o colectiva, así como la diversidad e interacción de los grupos culturales que conviven en la sociedad; es hogar de innumerables expresiones culturales ancestrales y contemporáneas en su territorio. Su enorme patrimonio cultural, y la heterogeneidad étnica de sus individuos y grupos son prueba ello.

El objetivo principal de este artículo es identificar los puntos clave a trabajar en la economía naranja en Perú, por lo cual se formularon los siguientes objetivos específicos a través del diagnóstico de la realidad y políticas públicas:

- Identificar la realidad de la economía naranja en Perú

- Determinar cuáles son las políticas públicas implementadas para el desarrollo de la economía naranja en Perú

2. Análisis e interpretación de la realidad de la economía naranja en Perú

Basado en el diagnóstico elaborado para establecer la Política Nacional de Cultura al 2030, el principal problema encontrado es: “Limitado ejercicio de los derechos culturales de la población”. Centrándola en el consumidor, más no en el productor de los bienes y servicios culturales.

Las industrias culturales y creativas son industrias dinámicas y de crecimiento acelerado en la economía global. Estas industrias contribuyen al crecimiento de la economía nacional, la diversifican, generan ingresos y crean oportunidades de empleo. También, facilita la producción, creación, y divulgación de materia figurativa, cuya influencia se expande a intereses no económicos, esto ayuda a ampliar las oportunidades para que la gente participe en la vida cultural y promueva la diversidad cultural.

Sin embargo, se presencia un proceso de desarrollo informal, fuertemente asociado al turismo, con poco apoyo en políticas públicas implementadas, por parte de las entidades estatales, relacionadas a la cultura en Perú.

Los autores Buitrago Restrepo y Duque Márquez (2013) en su libro la economía naranja: una oportunidad infinita, hacen referencia a la posibilidad de diferenciar servicios creativos (publicidad, investigación y desarrollo, arquitectura, cultura y ocio, etc.) y entre bienes creativos (audiovisuales, artesanía, nuevos medios, artes visuales y escénicas, diseño, etc.) La denominan economía naranja por este color se asocia a la cultura, creatividad e identidad.

Así mismo Hawkins (2001) en su libro la economía creativa: Transformar una idea en beneficios, hace referencia a como las personas con ideas ahora son más poderosas que las personas que operan las máquinas, e impulsan la innovación y creatividad como un proceso disruptivo que cuestiona las limitaciones y los supuestos establecidos. Incluye industrias cuyo valor de bienes y servicios se basa en la propiedad

intelectual: artes visuales y escénicas, arquitectura, artesanía, diseño, cine, publicación, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos.

3. Materiales y métodos

La investigación es de tipo no experimental, pues se llevó a cabo sin manipular las variables, y se basó en la observación de las mismas y desempeño en el ámbito de estudio. El nivel de la investigación es descriptivo y correlacional, porque se describe la realidad de la economía naranja en Perú y las políticas públicas culturales existentes.

El enfoque de la investigación es mixto, ya que se cuenta con un segmento cualitativo en el que se detalla el diagnóstico de la Economía Naranja en Perú y un segmento cuantitativo en el que se miden ciertas características de las industrias culturales. El método de la investigación es analítico porque a partir de las entrevistas y encuestas, se pudo contrastar la hipótesis formulada y deductiva porque se partió de la teoría de los bienes públicos para fundamentar la investigación.

Para la elaboración del presente estudio, se requirieron diferentes técnicas de recolección de información, que provienen de fuentes primarias y secundarias, que comprende entrevistas y reportes estadísticos.

Para analizar e interpretar la información y los datos que utilizan métodos como el emparejamiento, la interacción, el análisis histórico, etc., que permiten sacar mejores conclusiones.

4. Políticas públicas culturales en Perú emergente.

Para considerar a un país como desarrollado se requiere cumplir diferentes parámetros, que permitan obtener un Índice de Desarrollo Humano adecuado en el que el nivel de vida contempla riqueza, nivel educativo y esperanza de vida, y sin embargo no se puede dejar la cultura de lado, porque está implícita en el programa internacional de desarrollo, ya que en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) adoptados en septiembre de 2015 por las Naciones Unidas, esta fue mencionada por primera vez como parte de. La UNESCO ha reconocido este avance, calificándolo de “un reconocimiento sin precedentes”.

Preservar y promover la cultura son dos fines en sí mismos y, al mismo tiempo, muchos medios para contribuir directamente a la consecución de muchos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Lograr ciudades seguras y sostenibles, promover el crecimiento económico y el trabajo digno, reducir las desigualdades y frenar la contaminación y degradación ambiental; para lograr la igualdad de género y promover sociedades pacíficas e inclusivas. Los beneficios indirectos de la cultura tienen efectos acumulativos debido a las actividades eficaces basadas en sí misma, destinadas a lograr los ODS.

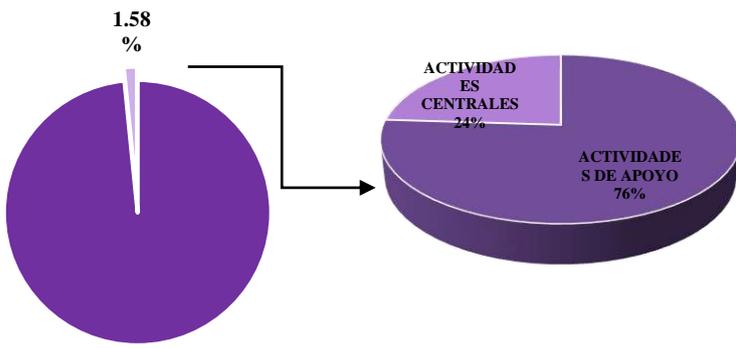
Los Objetivos de Desarrollo Sostenible suponen un cambio en el concepto de desarrollo, que ha superado el mero concepto de crecimiento económico para diseñar un futuro esperanzador basado en la equidad, la inclusión, la paz y la sostenibilidad ambiental. Esta visión audaz requiere respuestas creativas que vayan más allá de los enfoques lineales y sectoriales que normalmente han tenido lugar en la mayoría de los países durante décadas.

En este sentido sería incongruente no considerar las características bajo las cuales se desenvuelve la cultura y como esta incide en el proceso de desprendimiento de Perú del clúster de los países emergentes, al camino de los países desarrollados.

Tomando en cuenta la orientación de las políticas públicas destinadas al sector cultura, se obtuvieron 3 enfoques importantes bajo los cuales se relaciona el IDH, comprendido por el factor economía que va relacionada con la riqueza, el factor educación relacionada el desarrollo educativo y el factor gobernanza que está relacionada con el factor esperanza de vida, que esta entendidos de la siguiente forma:

Dimensión económica: Evalúa la cooperación de las actividades culturales al PIB y al desarrollo económico, el papel de la cultura como proveedora de empleo y cómo se valoran los bienes y servicios culturales, a través de transacciones comerciales. Según la estadística recopilada para la cuenta satélite el aporte al PBI del sector cultura fue de 1.58 %, y esto distribuido en 76% en actividades de apoyo y 24 % en actividades centrales del desarrollo de la economía naranja. (CEPAL y OEI, 2021)

Figura 1. % de contribución de las actividades culturales privadas y formales al PBI

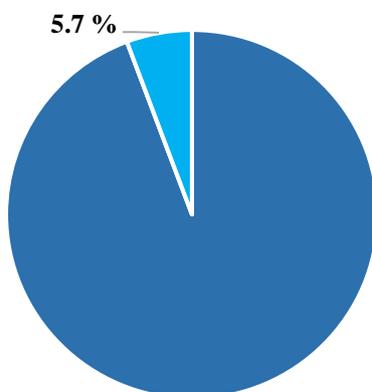


Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

Dimensión educación: Promueve y valora la diversidad cultural, y fomentar la creatividad y los nuevos talentos. El Sector Educación examina la relación entre educación, cultura y desarrollo humano integrando competencias educativas, valores entre culturas, diversidad cultural y creatividad, y oportunidades de formación profesional en el ámbito cultural.

La educación artística es un mecanismo para llevar a las personas a valorar y apreciar la diversidad cultural, desarrollar su capacidad creadora, adquirir habilidades, y ayudar a desarrollar un código cultural de motivación para la lectura. Los resultados de dedicar el 5,7% del tiempo total de enseñanza a la educación artística, reflejan los compromisos recientes de las autoridades para aumentar el acceso a las artes y la cultura. (UNESCO y MINCUL, 2018)

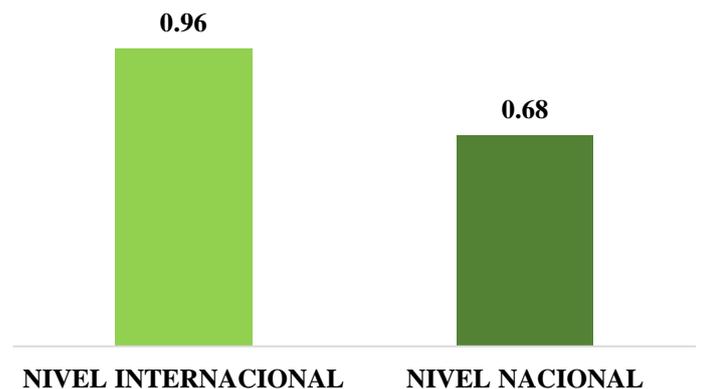
Figura 2. % de contribución de las actividades culturales privadas y formales al PBI



Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

Dimensión gobernanza: Incluye marcos regulatorios, políticas públicas, infraestructura, capacidades institucionales y procesos diseñados para fomentar el desarrollo cultural inclusivo, construir sectores culturales vibrantes y promover la diversidad. La gobernanza cultural crea condiciones favorables para el ejercicio de los derechos culturales, que son esenciales para el desarrollo de sociedades en las que las personas tengan la oportunidad de llevar vidas plenas y creativas. Según la comparativa realizada, la gobernanza a nivel internacional está desarrollada con un índice de 0.96, y a nivel nacional se logró el 0.68, lo que implica, la labor pendiente de los hacedores de política para reducir brechas de las condiciones en las que se desarrolla la Cultura.

Figura 3. Índice de desarrollo de la normatividad para protección y difusión de cultura, derechos y diversidad cultural



Nota: Extraído de <http://www.infoartes.pe/libro-22-Indicadores-de-Cultura-para-el-Desarrollo2.pdf>

El marco de la Política Nacional de Cultura

Regidos en los lineamientos de la política cultural en el apartado 6to se encuentra: “Apoyar a las industrias culturales”. La cultura es a la vez identidad, y bienes y servicios intercambiados por el mercado, por lo que los proyectos de política cultural deben vincularse creativamente a sus reglas. La competencia es desleal en el mercado y a los consumidores les queda únicamente la posibilidad de selección entre lo que ofrece el mercado, que no ha agotado la diversidad de la producción cultural. Sin embargo, lo que es más importante, la creatividad y cultura son un sector creador de puestos de trabajo y continua manteniéndose como un medio sin explotar de recursos económicos.

El Ministerio de Cultura tiene el compromiso de generar estrategias que fomenten la mayor producción y difusión de las industrias culturales. Y esto no será efectivo sin simultáneamente fortalecer las instituciones del sector a través del diálogo abierto y transparente, y perfeccionar a los profesionales del sector, para hacer más y mejor a través de la formación y el asesoramiento arte y cultura. Desde un plano normativo se deben generar propuestas legales que optimicen la cadena de valor de los bienes y servicios culturales con el fin de hacer ofertas competitivas y ampliar su presencia en el mercado, incluyendo siempre las necesidades de los pequeños artistas que realizan sus proyectos comerciales con grandes expectativas y superan muchos obstáculos. Los canales de distribución y transmisión son también materia de interés. Sin embargo, lo anterior no tendrá el impacto deseado si no se fomenta la cultura y el arte entre los peruanos conjuntamente con las entidades competentes a nivel nacional, regional y local.

Programa Presupuestal 0140: Desarrollo y promoción de las industrias culturales.

Plan presupuestario es promover el pleno desarrollo y promoción de las artes y las industrias culturales, creando así oportunidades para el desarrollo integral de la población a través de los siguientes productos: Los empresarios tienen acceso a mecanismos para el desarrollo de diversos productos culturales, los artistas tienen acceso a herramientas para desarrollar sus procesos creativos, las organizaciones culturales e instituciones públicas, cuentan con las herramientas para gestionar adecuadamente las políticas culturales, y la población se beneficia de una diversa gama de productos culturales reconocidos a nivel nacional e internacional. El plan presupuestario es ejecutado por el Ministerio de Cultura como órgano rector.

5. Discusión

Posterior a revisar diferentes bases de datos, acceder a entrevistas, evaluar la referencia bibliográfica sobre la economía naranja, se concluye que existe un proceso de desarrollo informal, con poco apoyo en políticas públicas implementadas, por parte de las entidades estatales, relacionadas a la cultura en Perú la promoción de la cultura

Con base en las diferentes iniciativas que toma un gobierno para fomentar un sector específico, se puede ver que favoreciendo muchos aspectos que llevarían al crecimiento económica, en el sentido de que la Economía Naranja en Perú está parcialmente marginado, debido a las condiciones socioeconómicas y la baja valoración que se le da de su aporte económico, cuando representa lo mismo que sectores como pesca que reciben mayor fomento.

Se observa a su vez que la creatividad y la innovación son conceptos que están relacionados con la economía naranja y, por tanto, también deben ser estimulados, en el sentido de que en espacios donde se genera un ambiente de creatividad para innovar, que satisfagan las necesidades actuales, puede generar mucho valor, lo que se traduciría en la generación de empleo, bienes y servicios de alto valor añadido, que es finalmente en un crecimiento económico sostenible

6. Referencias Bibliográficas

- Restrepo, F. B., y Márquez, I. D. (2013). *La economía naranja, una oportunidad infinita*. Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>
- PNUD; UNESCO. (2013). *Informe sobre la economía creativa*. New York: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000230576>
- CEPAL, y OEI. (2021). *La contribución de la cultura al desarrollo económico en Iberoamérica*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe; Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47444-la-contribucion-la-cultura-al-desarrollo-economico-iberoamerica>
- Hawkins, J. (2001). *The creative economy*. London: Penguin Books.
- MNCUL. (2020). *Política Nacional de Cultura al 2030*. Lima. <https://www.gob.pe/institucion/cultura/colecciones/89-politica-nacional-de-cultura-al-2030>

