

AQUÍ
SÍ PASA
BOGOTÁ
MI CIUDAD
MI CASA

BOGOTÁ

ESTADO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS DE BOGOTÁ EN EL 2025

Diagnóstico del ecosistema cultural y creativo de la ciudad



Cámara
de Comercio
de Bogotá



Cámara de Comercio de Bogotá

Presidente Ejecutivo

Ovidio Claros Polanco

Vicepresidente Ejecutiva

Constanza del Pilar Puentes Trujillo

Vicepresidente de Competitividad

Juan Carlos González Vergara

Vicepresidenta de Articulación Público-Privada

Schalma Díaz Granados Abadía

Gerente de Estrategia de Clústeres

Daniel Gómez González

Equipo de Iniciativas Clústeres:

Director Macrosector Industrias Creativas

Camilo Andrés Fonseca Velásquez

Profesional Senior

Daniela Sánchez Prieto

Equipo de Gestión del Conocimiento:

Director de Gestión del Conocimiento

David Monroy Londoño

Coordinador de Gestión de Información

John Wilson Buitrago Acosta

Analista Senior

Yizeth Andrea Quintero Cardona

Analista Senior

José Ramón Ortigón

Alcaldía Mayor de Bogotá

Alcalde Mayor

Carlos Fernando Galán Pachón

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte

Secretario de Cultura, Recreación y Deporte

Santiago Trujillo Escobar

Subsecretaria de Gobernanza

Ana María Boada Ayala

Director de Economía, Estudios y Política

Mario Arturo Suárez Mendoza

Equipo técnico Gestión del Conocimiento

Nathalia Graffe Núñez

Anamaría Arrigui Urquiza

Fundación Gilberto Alzate Avendaño

Directora

Blanca Andrea Sánchez Duarte

Equipo Dirección General

Daniela Bejarano Quintero

Subdirector para la Gestión del Centro de Bogotá

José Luis Aldana Romero

Equipo técnico Economía Cultural y Creativa

Ángela María Reyes Gómez

Equipo de Comunicaciones

Tania Lorena Castellanos Barragán

Edición, corrección de estilo, diseño y diagramación

Edición y corrección de estilo

Roberto Sepúlveda, Papeles Pa' Ya

Diseño y diagramación

Jeniffer Acosta Gutiérrez, Papeles Pa' Ya

ISBN digital: 978-958-8471-93-8

ISBN impreso: 978-958-8471-94-5

Primera edición: febrero de 2026

Fundación Gilberto Alzate Avendaño

Sede Principal

Dirección: Calle 10 # 3-16, Bogotá, D.C.

Sede Casa Amarilla

Dirección: Calle 10 # 2-54, Bogotá, D.C.

Titularidad de los Derechos de Autor

Esta publicación es el resultado de un esfuerzo interinstitucional enmarcado en el Memorando de Entendimiento No. 6200018367 entre la Cámara de Comercio de Bogotá y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Los derechos patrimoniales de autor sobre esta obra pertenecen de manera conjunta y proindiviso a la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA), la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) y la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD), quien aportó desde la Dirección de Estudios, Economía y Política. En consecuencia, el registro de ISBN y el depósito legal se tramitarán bajo la figura de coedición entre las entidades titulares.

Créditos de Autoría y Colaboración

Gestión del Conocimiento y Datos: Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) - Iniciativa Clúster de Industrias Creativas.

Lineamientos de Política Pública y textos: Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD).

Coordinación Editorial, textos y Gestión Contractual: Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Diseño y Diagramación: Comercializadora de Papeles "Pa'ya Hace la Diferencia" SAS. Esta labor se realizó en virtud del Contrato FUGA 167 de 2025, cuyos derechos patrimoniales han sido cedidos para integrar esta obra colectiva de titularidad compartida.

Licencia de Uso y Circulación

En coherencia con el espíritu de difusión y socialización del proyecto, esta obra se acoge a la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0).

CONTENIDO

5

A manera de presentación
**Entidades que promueven
la cultura y la creatividad**

7

Prólogo
**Bogotá es el corazón
creativo del país**

11

Introducción
**En la Cámara de Comercio
de Bogotá Somos Llaves**

19

Bogotá
La ciudad que crea valor

31

La encuesta
**Panorama de las
Industrias Culturales y
Creativas de la ciudad**

37

Capítulo 1
**Perfil directivo de quienes
respondieron la encuesta**

47

Capítulo 2
**Características de
las empresas**

65

Capítulo 3
**Clientes, públicos
y audiencias**

77

Capítulo 4
**Tipo de espacios
de operación y
equipamientos utilizados**

85

Capítulo 5
**Buenas prácticas de
propiedad intelectual**

93

Capítulo 6
**Uso y apropiación de
tecnologías emergentes**

105

Capítulo 7
Cifras al Centro

111

El Bronx Distrito Creativo
Un sueño de ciudad

117

Glosario

119

Referencias



Elysium, danza inmersiva en el Bronx Distrito Creativo, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA

A manera de presentación

ENTIDADES QUE PROMUEVEN LA CULTURA Y LA CREATIVIDAD

La Cámara de Comercio de Bogotá, con el apoyo técnico de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA), en representación de la Alcaldía Mayor de Bogotá, ratifica su compromiso con el fortalecimiento de las Industrias Culturales y Creativas. Para ello, lideraron una encuesta aplicada a 2.000, empresas con el fin de conocer el estado actual y caracterizar al empresariado del sector en 2025, logrando así un diagnóstico preciso y actualizado del ecosistema creativo de la ciudad.

Como se sabe, desde su misión, cada entidad contribuye a impulsar las Industrias Culturales y Creativas en la capital. La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte garantiza y fortalece los derechos culturales, recreativos y deportivos; la Fundación Gilberto Alzate Avendaño lidera, articula y promueve de manera incluyente y participativa la actividad artística, la gestión cultural y el fortalecimiento de las Industrias Culturales y Creativas en el centro de Bogotá y la Cámara de Comercio de Bogotá fomenta las Industrias Culturales y Creativas, conecta empresarios, genera eventos y apoya la sostenibilidad de sectores como el arte, la música, la moda y la gastronomía.



Desfile de Comparsas, Bogotá, Colombia. Foto: SCRD

Prólogo

BOGOTÁ ES EL CORAZÓN CREATIVO DEL PAÍS

Bogotá es una ciudad que se crea todos los días. En sus calles, barrios y escenarios culturales se produce una energía creativa que expresa nuestra diversidad, nuestra historia y nuestra capacidad de imaginar futuro. Las Industrias Culturales y Creativas no solo hacen parte de esa identidad: hoy constituyen uno de los motores más relevantes para el desarrollo económico, social y simbólico de la ciudad.

Esta publicación ofrece una mirada rigurosa y actualizada al estado del ecosistema creativo de Bogotá. Bajo el liderazgo de la Cámara de Comercio de Bogotá, y a partir de un ejercicio técnico robusto desarrollado de manera articulada con la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, la Fundación Gilberto Alzate Avendaño y otros aliados estratégicos, se logró encuestar



2.000 empresas del sector, construyendo una radiografía precisa de sus capacidades, dinámicas y desafíos. Contar con esta información es fundamental para tomar mejores decisiones, orientar la inversión pública y fortalecer el diálogo entre lo público, lo privado, la academia y la cooperación internacional.

Los resultados aquí consignados confirman una realidad contundente: Bogotá es el corazón creativo del país. Con más de 21.000 empresas culturales y creativas, en su mayoría microempresas lideradas por talento joven, diverso y altamente calificado, la ciudad concentra una oferta creativa amplia que abarca sectores como la música, el audiovisual, el diseño, la publicidad, los libros, las artes escénicas y los contenidos digitales. Este ecosistema genera empleo, dinamiza territorios, fortalece el tejido social y proyecta a Bogotá como una ciudad innovadora, abierta y con vocación global.

Desde la Alcaldía Mayor de Bogotá hemos asumido el compromiso de poner la cultura y la creatividad en el centro del desarrollo urbano y económico. Nuestra administración entiende que fortalecer este sector no es un asunto accesorio, sino una apuesta estratégica para construir una ciudad más incluyente, competitiva y sostenible. Por eso, hemos impulsado políticas, programas y proyectos orientados a mejorar las condiciones para la creación, la circulación, la formación y la sostenibilidad de las Industrias Culturales y Creativas.

Un ejemplo emblemático de esta visión es el avance del Bronx Distrito Creativo, un proyecto de transformación urbana y cultural que resignifica un territorio históricamente marcado por la exclusión para convertirlo en un espacio de encuentro, producción y proyección creativa. Iniciativas como esta dialogan directamente con los hallazgos de esta publicación y permiten



Desde la Alcaldía Mayor de Bogotá hemos asumido el compromiso de poner la cultura y la creatividad en el centro del desarrollo urbano y económico. Nuestra administración entiende que fortalecer este sector no es un asunto accesorio, sino una apuesta estratégica para construir una ciudad más incluyente, competitiva y sostenible.



convertir los datos en acciones concretas que benefician a los creadores, emprendedores y empresas del sector.

Esta caracterización demuestra, además, el valor del trabajo colaborativo liderado por la Cámara de Comercio de Bogotá, que ha sabido articular capacidades institucionales, conocimiento técnico y visión de largo plazo para fortalecer el ecosistema creativo de la ciudad. La información aquí presentada no es un punto de llegada, sino una hoja de ruta compartida para cerrar brechas, ampliar mercados y consolidar a Bogotá como un referente cultural y creativo en América Latina.

Invito a leer esta publicación como una herramienta para la acción. Como un insumo que permita alinear esfuerzos, generar nuevas alianzas y profundizar una visión común de ciudad. Una Bogotá que reconoce en la cultura y la creatividad, no solo una expresión de su identidad, sino una fuente de bienestar, innovación y futuro.

Carlos Fernando Galán
Alcalde Mayor de Bogotá



La Bienal Internacional de Arte y Ciudad, BOG25, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA



Introducción

EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ SOMOS LLAVES

Las Industrias Culturales y Creativas se han consolidado como uno de los pilares más dinámicos y transformadores de la economía de Bogotá. No solo por su aporte al empleo, a la generación de valor y a la diversificación productiva, sino por su capacidad de proyectar identidad, innovación y futuro. Por esa fortaleza que evidenció la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) en el pasado, la entidad cuenta con una gran apuesta por impulsar estas industrias desde hace más de 21 años.

Entendemos que conocer es el primer paso para transformar. Por ello, la CCB presenta esta publicación de resultados como una herramienta estratégica para comprender, fortalecer y proyectar el ecosistema creativo de la ciudad.

Este ejercicio de caracterización, liderado por el Macrosector de Industrias Culturales y Creativas, responde a una convicción institucional: las decisiones que impactan el desarrollo empresarial y económico de la ciudad deben construirse sobre información rigurosa, actualizada y conectada con la realidad de quienes crean, producen y emprenden desde la cultura y la creatividad.



Este documento no es únicamente una recopilación de datos. Es una lectura estratégica del ecosistema creativo, de sus capacidades, desafíos y oportunidades. Es una base para el diálogo entre el sector público, el sector privado, la academia, los inversionistas y la cooperación internacional. Y es, sobre todo, una invitación a trabajar de manera articulada para potenciar un sector que es clave para la competitividad de Bogotá Región.

En la Cámara de Comercio de Bogotá hemos asumido una narrativa clara: Somos Llaves. Somos llaves porque conectamos actores, habilitamos capacidades y abrimos oportunidades para las empresas y los emprendimientos de la ciudad. En el caso de las Industrias Culturales y Creativas, ser llaves significa entender la especificidad del sector, acompañar su crecimiento empresarial y facilitar su conexión con mercados, financiamiento, talento y conocimiento.

Esta publicación está alineada con ese propósito. A través de la caracterización, la Cámara fortalece su rol como articulador del ecosistema creativo, promoviendo una visión integral que reconoce, tanto el valor económico como el valor cultural, social y simbólico de estas industrias. Una visión que entiende que la creatividad no es un atributo aislado, sino un activo estratégico que debe integrarse a las políticas de desarrollo empresarial, innovación e internacionalización de la ciudad.

Bogotá cuenta hoy con un ecosistema creativo diverso, resiliente y en constante evolución. Sin embargo, este mismo dinamismo plantea retos relevantes en términos de formalización, escalabilidad, sostenibilidad financiera y acceso a oportunidades. Identificar estas brechas es fundamental para diseñar respuestas más efectivas, pertinentes y alineadas con las necesidades reales del sector. Esta publicación aporta precisamente a ese objetivo: convertir la información en acción.

Con esta publicación la CCB reafirma su compromiso con el fortalecimiento de las Industrias Culturales y Creativas como motor de desarrollo económico y de construcción de ciudad, el cual se manifiesta en programas, clústeres, plataformas, espacios de conexión y estrategias de largo plazo orientadas a hacer de Bogotá un referente creativo a nivel regional e internacional.

En ese sentido, esta publicación es una llave compartida que abre conversaciones informadas, decisiones estratégicas y nuevas formas de colaboración. Una llave que conecta el talento creativo de la ciudad con un ecosistema empresarial más competitivo, sostenible y global.

Que estas páginas sirvan como punto de partida para seguir construyendo, juntos, una Bogotá creativa, innovadora y abierta al mundo.

Ovidio Claros Polanco
Presidente

Cámara de Comercio de Bogotá



Festival musical Colombia al Parque en Bogotá, Colombia. Foto: SCRD

Las Industrias Culturales y Creativas son una fuerza estratégica para proyectar a Bogotá como una ciudad innovadora, competitiva y con vocación global

Bogotá es una ciudad que se piensa, se crea y se construye cada día. Su identidad se teje a partir de múltiples lenguajes, saberes y expresiones que no solo enriquecen la vida cultural, sino que movilizan capacidades económicas, potencian talentos y generan oportunidades reales para millones de personas. En este contexto, las Industrias Culturales y Creativas no son un sector marginal: constituyen una fuerza estratégica para proyectar a Bogotá como una ciudad innovadora, competitiva y con vocación global.

Contar con información rigurosa, comparable y de calidad es un paso indispensable para comprender esa fuerza, orientar la inversión pública, fortalecer las decisiones del sector privado y reconocer el valor económico, social y simbólico que la cultura aporta a la ciudad. Este estudio –resultado del trabajo articulado entre la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA) y la Cámara de Comercio de Bogotá– ofrece un análisis preciso del ecosistema creativo de la capital: quiénes lo conforman, cómo

producen valor, cuáles son sus oportunidades y qué desafíos deben superarse para consolidar un sector robusto, competitivo e inclusivo.

Los datos aquí presentados confirman un mensaje contundente: Bogotá es el corazón creativo del país. Y esa creatividad, cuando se reconoce, se protege y se potencia, se convierte en una fuente de empleo, innovación, resiliencia y futuro. Nuestra tarea es avanzar hacia una economía cultural capaz de cerrar brechas, ampliar mercados y convertirse en motor del bienestar colectivo.

En esta misma perspectiva, el avance contundente de las obras del Distrito Cultural del Bronx, una iniciativa liderada por la FUGA, representa uno de los hitos más significativos de la política cultural de la ciudad en los últimos años. Su próxima apertura no solo simboliza la recuperación y resignificación de un territorio históricamente marcado por la exclusión, sino la consolidación de un espacio estratégico donde la creación,

la circulación, la formación y la producción cultural se articulan de manera estructural. El Bronx será un entorno vivo en el que los datos, capacidades y dinámicas que aquí se caracterizan encontrarán un lugar concreto para amplificarse: un ecosistema que fomentará el crecimiento de las economías culturales y creativas, fortalecerá el empleo cultural, atraerá inversión, ampliará públicos y proyectará a Bogotá como un referente regional en innovación cultural y desarrollo urbano basado en la cultura.

Invito a leer estas páginas como una hoja de ruta y, al mismo tiempo, como un punto de partida. Confiamos en que este esfuerzo técnico y colaborativo se traduzca en nuevas decisiones, alianzas y acciones que permitan que Bogotá continúe creciendo desde la cultura, con la cultura y para la cultura.

Santiago Trujillo Escobar
**Secretario de Cultura,
Recreación y Deporte**

Los datos aquí presentados confirman un mensaje contundente: Bogotá es el corazón creativo del país. Y esa creatividad, cuando se reconoce, se protege y se potencia, se convierte en una fuente de empleo, innovación, resiliencia y futuro.



Jornada de ciudades creativas Kreanta | Bronx Distrito Creativo, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA

Bogotá, epicentro cultural del país y de Latinoamérica

Bogotá se ha consolidado como la ciudad epicentro cultural del país y de Latinoamérica, con un ecosistema creativo dinámico y en constante evolución, reconocido por su capacidad de articular creación, circulación y participación ciudadana. El Centro de Bogotá es un reflejo de estas dinámicas y punto de origen de múltiples manifestaciones pluriculturales y diversas, que son reconocidas a nivel nacional e internacional como referentes en materia de cultura y creatividad. Este territorio ha concentrado, históricamente, procesos culturales que han incidido de manera directa en la identidad de la ciudad y en su proyección como capital

creativa; además, de hacer honor a la declaración de Bogotá ciudad creativa de la música de la UNESCO.

El Centro, por ejemplo, ha sido la cuna del teatro. Alberga más de 18 salas y algunos de los equipamientos culturales más importantes de la ciudad y es punto de concentración de los museos, librerías y galerías más emblemáticas, además de ser casa de la Cinemateca y el Planetario, así como numerosos espacios independientes de circulación turística y artística que han impulsado a creadores emergentes y consolidados, muchos de los cuales hoy cuentan con reconocimiento nacional e



El presente estudio hace parte de un esfuerzo conjunto entre tres entidades, que reconocen el poder transformador de la cultura y la creatividad en las dinámicas sociales, su incidencia en el desarrollo económico y su aporte a la construcción de una identidad compartida, una bogotaneidad que fortalece el posicionamiento de Bogotá como urbe de naturaleza cultural y artística en el ámbito nacional e internacional.

internacional. Esta densidad cultural ha permitido que la capital se mantenga como un laboratorio vivo de creación, experimentación y encuentro ciudadano.

La Fundación Gilberto Alzate Avendaño, FUGA, entidad pública del sector Cultura, Recreación y Deporte del Distrito Capital, lidera, articula y promueve de manera incluyente y participativa la actividad artística, la gestión cultural y el fortalecimiento de las Industrias Culturales y Creativas. Su labor se desarrolla bajo los lineamientos de la Administración Distrital, contribuyendo a la transformación cultural, social, económica y patrimonial del centro de Bogotá, en coherencia con una ciudad que reconoce la cultura como eje de su desarrollo y la diversidad y pluriculturalidad como parte de su ADN.

Desde hace 55 años, la FUGA ha sido un pilar fundamental de la cultura en la ciudad. Su sede en La Candelaria se ha convertido en escenario permanente para las artes plásticas y visuales y las artes vivas y musicales, consolidándose como el primer espacio en el que múltiples artistas encontraron un lugar para exponer sus obras o presentarse ante el público. Esta trayectoria ha permitido fortalecer procesos de creación y circulación que hoy hacen parte del patrimonio cultural vivo de Bogotá, tanto de artistas emergentes como de mediana y larga trayectoria.

Desde hace 17 años, la entidad impulsa la circulación musical en el corazón de la ciudad, fortaleciendo la escena musical bogotana y del país, a través del Festival Centro, donde todos los géneros hacen presencia demostrando que nos unen los “Sonidos

de la diferencia”; el Festival Centro es un circuito vital para el encuentro, la diversidad y el acceso ciudadano a la música, alineado con los objetivos de democratización cultural promovidos por la Alcaldía Mayor de Bogotá; así como también ha abierto caminos para ser sede de la FILBo Inuyente, Monumentum – fiesta electrónica, el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto en Bogotá, el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez, entre otros.

Asimismo, desde hace 9 años, la Alcaldía Mayor de Bogotá, a través de la FUGA y en convenio con RenoBo, lidera la consolidación del Bronx Distrito Creativo, un proyecto metropolitano de recuperación y revitalización patrimonial, urbana, arquitectónica y social, que avanza para convertirse en la futura Casa de las Industrias Culturales y Creativas. Este proceso, que articula memoria, identidad e innovación, se proyecta bajo el liderazgo del alcalde Carlos Fernando Galán, como un referente cultural y creativo para Latinoamérica. Se trata del primer distrito inducido, concebido para impulsar la creación, el emprendimiento y las economías culturales, al tiempo que contribuye a la transformación integral del Centro de Bogotá, como un territorio dinámico, productivo, activo y que reconoce su memoria y riqueza en todos los sentidos al ubicarse en el eje fundacional de la capital del país.

El presente estudio hace parte de un esfuerzo conjunto entre tres entidades, que reconocen el poder transformador de la cultura y la creatividad en las dinámicas sociales, su incidencia en el desarrollo económico y su aporte a la construcción de una identidad compartida, una bogotaneidad que fortalece el posicionamiento de Bogotá como urbe de naturaleza cultural y artística en el ámbito nacional e internacional.

Para capitalizar plenamente este potencial, es fundamental contar con una comprensión profunda de la estructura, las dinámicas y los desafíos del sector, postpandemia COVID-19. La caracterización que da vida a este documento, busca actualizar la información disponible y ofrecer una radiografía detallada de las Industrias Culturales y Creativas en la capital, con el propósito de aportar insumos técnicos que respalden la toma de decisiones estratégicas orientadas a su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

Así, al contar con información periódica, es posible comprender con mayor precisión las dinámicas de las empresas y emprendimientos del Centro, identificar sus cuellos de botella y reconocer sus potencialidades. En 2022, como resultado de un estudio contratado por la FUGA¹, se identificó un universo de 6.027 empresas ubicadas en las localidades de La Candelaria, Santa Fe y Los Mártires.

1 Situación económica de las empresas culturales y creativas del Centro de Bogotá y las acciones que adelantaron para su reactivación económica, durante el año 2021 y 2022, Contrato de Prestación de Servicios FUGA 106-2023 entre Organización y Gestión de Proyectos. Deproyectos SAS y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, FUGA.

Hoy, a partir de una nueva muestra, se confirma la permanencia de patrones similares. La gran mayoría de las empresas del Centro corresponden a microempresas, que en 2024 representaron el 95,2 %, mientras que solo el 3,8 % se clasifican como pequeñas empresas. Estos resultados reafirman la necesidad de continuar fortaleciendo los emprendimientos y unidades productivas que requieren mayores condiciones de visibilización, circulación y comercialización, a través de instrumentos, como las ferias culturales y la vitrina digital de la entidad, la plataforma En El Centro Encuentro.

También, esta versión del estudio evidencia la fortaleza del sector de la Publicidad en el centro de la ciudad, que se consolida como punto de referencia para las empresas ubicadas en el sector del Ricaurte, en la localidad de Los Mártires. A este sector le sigue el de Libros y publicaciones, donde las librerías del Centro continúan desempeñando un papel clave como espacios de encuentro, circulación y consumo cultural para la ciudad.

La Joyería, además, figura como otro sector relevante para el centro de Bogotá, lo que no solo evidencia este estudio, sino que también se refleja en el reconocimiento otorgado por la Secretaría de Desarrollo Económico a la localidad de La Candelaria, como uno de los Corazones Productivos de la ciudad. Así, en 2025, la Secretaría Distrital de Desarrollo

Económico acompañó una aglomeración joyera compuesta por 250 empresas, de las cuales el 7,56 % se encuentran en etapa de nacimiento, el 72,44 % en crecimiento y el 19,56 % en aceleración².

La FUGA, a través de articulaciones público-privadas y en coherencia con las directrices de la Administración Distrital, continuará trabajando para fortalecer la cultura y la creatividad del centro de Bogotá. Reconoce que la información y los datos son insumos estratégicos para definir el horizonte de planes, proyectos y programas orientados a consolidar de manera sostenible el ecosistema de la Economía Cultural y Creativa de este territorio, aportando al desarrollo urbano, social y económico de la ciudad.

Blanca Andrea Sánchez Duarte
Directora General
Fundación Gilberto Alzate Avendaño
y Bronx Distrito Creativo

2 Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (2025). Corazón Productivo de La Candelaria. Documento interno de trabajo.



Festival de música, Estéreo Picnic, Bogotá, Colombia. Foto: Archivo IDT

Bogotá

LA CIUDAD QUE CREA VALOR

Bogotá es una ciudad que se explica a sí misma a través de la cultura. No solo porque en sus calles, escenarios y barrios circulan símbolos, memorias y expresiones que le dan identidad, sino porque buena parte de su vida cotidiana —y de su salud social— se teje en prácticas culturales: la creación artística, la apropiación del patrimonio, la música, la lectura, los oficios, los festivales, las artes escénicas, el audiovisual, el diseño, la publicidad y los nuevos medios que atraviesan la vida urbana.

En ese ecosistema aparecen fenómenos que pocas veces se miran juntos. Por un lado, la cultura actúa como un lenguaje compartido: fortalece vínculos comunitarios, promueve convivencia, activa sentidos de pertenencia y hace posible que distintos grupos se reconozcan en una ciudad diversa. Por otro lado, la cultura es también una fuerza productiva: moviliza trabajo, genera ingresos, demanda insumos, sostiene empresas y organizaciones, dinamiza



mercados y, en muchos casos, se conecta con cadenas de valor que van desde la formación hasta la circulación y el consumo.

La pregunta que suele quedar en el aire no es si la cultura importa —eso Bogotá lo sabe por experiencia—, sino cómo traducir esa importancia en evidencia sólida que permita planear y decidir mejor. ¿Qué tanto aporta el sector cultural y creativo a la economía distrital? ¿Cómo se distribuye ese valor entre trabajo, impuestos y excedentes? ¿Cómo se mueve el empleo en el sector cuando se mira no solo cuántas personas trabajan, sino cuántas horas efectivas se trabajan? ¿Qué sectores empujan los cambios y cuáles se rezagan? ¿Dónde están las oportunidades y dónde las alertas?

Para responder de manera consistente, no basta con estudios aislados. Se requiere un sistema de información que produzca resultados continuos, comparables y confiables, con metodologías compatibles con las estadísticas oficiales de la ciudad y del país. Ahí aparece la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB): una operación estadística diseñada para medir el sector cultural y creativo de Bogotá en variables macroeconómicas clave —como valor agregado y empleo— y hacerlo de forma sostenida, con estándares técnicos y un proceso de validación institucional.

La CSECCB no parte de cero ni intenta inventar un “mundo paralelo” de cifras culturales. Se construye sobre una idea

metodológica muy precisa: la cultura y la creatividad pueden medirse económicamente sin perder su singularidad, siempre que se delimite bien el universo (qué actividades cuentan y por qué), se usen clasificaciones reconocidas (como la CIIU y la CPC adaptadas para Colombia) y se adopte un marco que permita compararse con otros sectores y con el nivel nacional. Es lo que hace una cuenta satélite: profundiza en un dominio específico —la cultura y la creatividad—, pero se mantiene compatible con el Sistema de Cuentas Nacionales, para que sus resultados sean leíbles dentro de la economía en su conjunto.

En ese sentido, la cuenta es una herramienta de doble utilidad. Para quienes toman decisiones públicas, ofrece un tablero estable para orientar políticas, inversiones, programas y estrategias sectoriales con base en evidencia. Para el ecosistema cultural y creativo, constituye un reconocimiento formal: la cultura no se reduce a “impactos intangibles”; también tiene un comportamiento macroeconómico que debe hacerse visible, medible y discutible. Para la ciudadanía y la academia, habilita una lectura más completa del valor de la cultura: no solo como expresión simbólica, sino como sistema que produce bienes, servicios, empleo y encadenamientos productivos.

La construcción de esta cuenta, además, se apoya en un elemento central: la cooperación técnica entre la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y el



Monumentum, fiesta electrónica a cielo abierto, Plaza de Bolívar, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Esa articulación no es un detalle administrativo; es parte del corazón metodológico del proyecto. Garantiza que la CSECCB se sostenga en capacidades estadísticas consolidadas, en procedimientos de aseguramiento de la calidad y en protocolos institucionales de validación que protegen la credibilidad de las cifras.

Medir cultura a escala ciudad, sin embargo, no es un ejercicio simple. Bogotá concentra actividades culturales y creativas de alto peso nacional, pero también enfrenta retos técnicos propios: la disponibilidad territorial de ciertas fuentes, la heterogeneidad del sector —donde conviven grandes empresas, microorganizaciones y creadores independientes— y la dificultad de capturar con precisión actividades que se desplazan entre lo formal y lo informal, o entre lo local

y lo metropolitano. Una cuenta satélite debe reconocer esa complejidad y responder con decisiones metodológicas claras: incluir lo medible con robustez, distinguir actividades nucleares de actividades parcialmente creativas, y no publicar cifras débiles cuando no hay fuentes suficientes para sostenerlas.

Por eso, la CSECCB también es una forma de gobernanza del conocimiento. No se limita a producir resultados: establece una ruta de trabajo con etapas definidas —desde la identificación de necesidades hasta la difusión y la evaluación— siguiendo modelos internacionales de producción estadística (como el GSBPM). En otras palabras, la cuenta no “aparece” cada año; se fabrica con un proceso que integra acopio, procesamiento, análisis, validación y comunicación, de manera que los resultados no dependan de improvisación sino de método.

En el marco del sistema de información de la Economía Cultural y Creativa de Bogotá, se ha definido un doble propósito para los documentos metodológicos que acompañan la producción estadística. Por un lado, explicitar el diseño técnico que sustenta la medición, mediante la definición de variables, fuentes, delimitaciones, procedimientos y criterios de calidad. Por otro, facilitar una lectura comprensible de los resultados, que permita entender cómo se construyen las cifras y cuáles son sus alcances y limitaciones. La confianza en la información estadística no se fundamenta únicamente en el resultado numérico, sino en la transparencia del proceso que lo produce: conocer de dónde proviene el dato, qué incorpora, qué excluye y bajo qué supuestos se calcula.

En este contexto, la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB) se consolida como un instrumento para observar la ciudad con mayor precisión, al permitir comprender qué produce el sector cultural y creativo, cómo circula su valor, cómo se expresa en el empleo y qué nuevas preguntas plantea esta evidencia para fortalecer políticas públicas, alianzas institucionales y procesos de toma de decisiones que reconozcan la cultura como un componente estructural del desarrollo urbano.

Cuando la cultura necesitó datos. Origen, contexto y sentido de la Cuenta Satélite en Bogotá

Antes de contar con una medición económica especializada, la cultura en Bogotá era visible sobre todo a través de sus manifestaciones simbólicas, su vitalidad artística y su presencia en el espacio público. Sin embargo, cuando se trataba de evaluar su peso dentro de la estructura económica de la ciudad, las respuestas eran fragmentadas. Las estadísticas tradicionales —como el PIB distrital o las cuentas departamentales— diluían las actividades culturales dentro de agregados más amplios, mezclándolas con sectores no culturales y dificultando la identificación precisa de su aporte real.

Esta ausencia de información macroeconómica específica no era un vacío menor. En la práctica, significaba que la formulación de políticas públicas para el sector cultural y creativo se apoyaba en diagnósticos parciales, estudios puntuales o aproximaciones indirectas, sin una base estadística continua que permitiera observar tendencias, comparar periodos o evaluar impactos de largo plazo. La cultura aparecía como relevante, pero difícil de dimensionar; importante, pero poco visible en términos económicos.

A nivel nacional, Colombia había avanzado desde finales de la década de 2000 en la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura, liderada por el Ministerio de Cultura y el DANE. Ese ejercicio posicionó

al país como referente regional y permitió desarrollar capacidades técnicas que luego serían transferidas a otros países de América Latina. No obstante, esas mediciones, por definición, respondían a una escala nacional. Para una ciudad como Bogotá —que concentra una proporción significativa del ecosistema cultural y creativo del país—; esa escala resultaba insuficiente para capturar dinámicas territoriales, particularidades del mercado laboral urbano y relaciones propias entre cultura, ciudad y economía.

En el ámbito distrital, el interés por comprender la relación entre cultura y economía no era nuevo. Diversas entidades públicas, universidades, gremios y organizaciones culturales habían impulsado investigaciones y diagnósticos sobre sectores específicos, clústeres creativos o prácticas artísticas. Sin embargo, estos esfuerzos compartían una limitación estructural: no existía una medición oficial, continua y comparable que integrara el conjunto del sector cultural y creativo bajo un mismo marco conceptual y metodológico.

Este déficit de información se hizo especialmente evidente durante el proceso de formulación de la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa (PPDECC), desarrollado entre 2017 y 2018 con la participación de miles de actores del ecosistema cultural. Uno de los hallazgos más reiterados fue la dificultad para identificar con claridad las necesidades reales del sector, sus capacidades productivas, sus brechas

y sus oportunidades de crecimiento. Sin datos robustos, la inversión pública corría el riesgo de dispersarse, y las intervenciones de política perdían precisión.

En este contexto es donde surge la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB), como respuesta a una necesidad concreta: dotar a la ciudad de un sistema de información económico propio para el sector cultural y creativo, capaz de dialogar con las estadísticas nacionales, pero ajustado a la realidad urbana de Bogotá. La cuenta no nace como un ejercicio académico aislado, sino como una herramienta estratégica para fortalecer la gestión pública basada en evidencia.

La decisión de construirla de manera conjunta entre la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística no fue casual. Supuso reconocer que la legitimidad de las cifras culturales depende, tanto del conocimiento sectorial como del rigor estadístico. La SCRD aporta la comprensión profunda del ecosistema cultural, sus prácticas, sectores y dinámicas; el DANE aporta la experiencia en producción estadística oficial, estandarización metodológica y aseguramiento de la calidad. Esta articulación institucional es uno de los pilares que distingue a la CSECCB de otros ejercicios de medición cultural.

Desde su inicio, la cuenta se concibió como una operación estadística de carácter

continuo y de publicación anual. Esto implica una apuesta de largo plazo: no se trata de producir una “fotografía” puntual del sector, sino de construir una serie histórica que permita observar ciclos, rupturas, procesos de recuperación y transformaciones estructurales. En un sector tan sensible a choques externos —como se evidenció durante la pandemia— esta continuidad se vuelve especialmente valiosa.

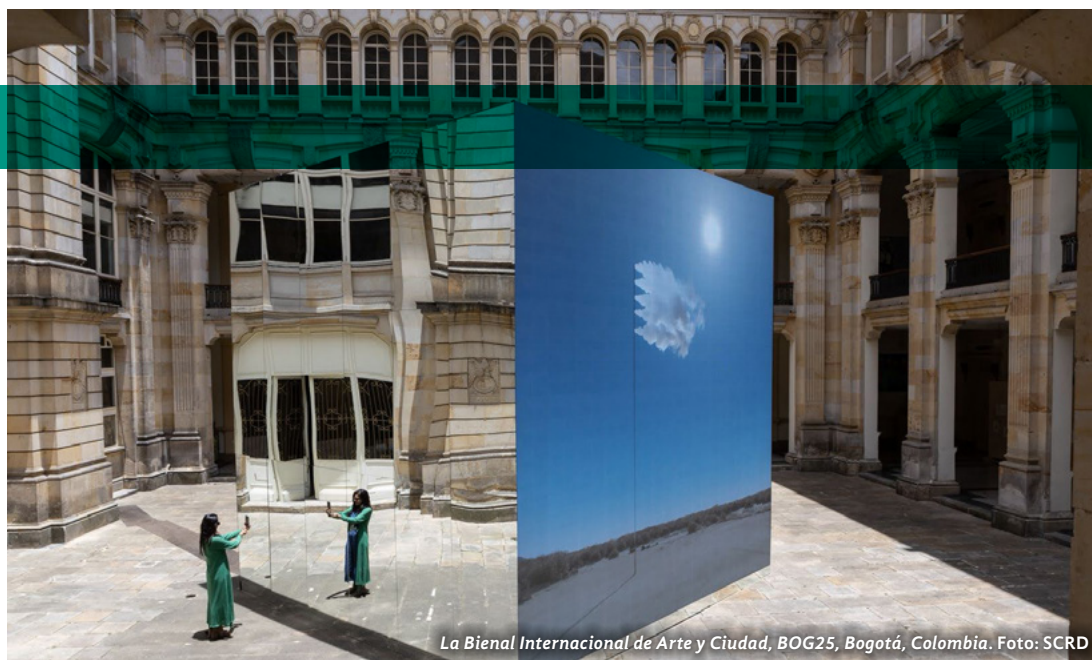
Otro elemento clave de su origen es la ampliación conceptual que se introduce a partir de 2019. Inicialmente, la medición se centraba en actividades culturales tradicionales, entendidas como aquellas directamente asociadas a las artes y al patrimonio. Con el tiempo, y en coherencia con los

desarrollos nacionales, la cuenta incorporó las actividades creativas y aquellas que integran procesos creativos dentro de su producción. Este tránsito dio lugar a la denominación actual de Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB), reflejando una visión más amplia y contemporánea del sector.

Este cambio no fue solo nominal. Implicó repensar la delimitación del universo de actividades, diferenciar entre aquellas de inclusión total y parcial, y reconocer que la creatividad atraviesa sectores como el diseño, la publicidad, el software y los nuevos medios. Al mismo tiempo, exigió tomar decisiones metodológicas cuidadosas: no todo lo creativo es medible con la misma



El origen de la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB) puede leerse como el resultado de una convergencia: la madurez institucional del sistema estadístico, la demanda del sector cultural por mayor visibilidad económica y la necesidad de la ciudad de contar con herramientas sólidas para planear su desarrollo cultural y creativo. Más que un punto de llegada, la cuenta marca el inicio de una forma distinta de mirar la cultura: como un campo donde el valor simbólico y el valor económico no se oponen, sino que se complementan y se explican mutuamente.



La Bienal Internacional de Arte y Ciudad, BOG25, Bogotá, Colombia. Foto: SCRD

precisión, y no todas las actividades relacionadas con la cultura cuentan con fuentes estadísticas suficientemente robustas a nivel distrital. La cuenta opta, entonces, por un principio de prudencia técnica: incluir aquello que puede medirse con consistencia y dejar explícitas las exclusiones temporales, como ocurre con el turismo cultural o ciertas actividades digitales de alcance global.

En este sentido, la CSECCB no solo responde a una necesidad de información, sino que establece una forma de relación entre cultura y estadística basada en la transparencia metodológica. Cada decisión de inclusión, exclusión o clasificación está sustentada en criterios técnicos y documentada, permitiendo que los usuarios comprendan los alcances y límites de la medición.

Más allá de su función informativa, la cuenta ha ido consolidándose como un referente para distintos procesos de política pública y análisis sectorial. Sus resultados han alimentado diagnósticos, evaluaciones de impacto, ejercicios de planeación y discusiones sobre el rol de la cultura en el desarrollo económico de la ciudad. En ese tránsito, la CSECCB se ha convertido, no solo en una fuente de datos, sino en un lenguaje común que permite a instituciones, agentes culturales y tomadores de decisión dialogar sobre el sector con una base compartida.

Así, el origen de la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB) puede leerse como el resultado de una convergencia: la madurez institucional del sistema estadístico, la demanda

del sector cultural por mayor visibilidad económica y la necesidad de la ciudad de contar con herramientas sólidas para planear su desarrollo cultural y creativo. Más que un punto de llegada, la cuenta marca el inicio de una forma distinta de mirar la cultura: como un campo donde el valor simbólico y el valor económico no se oponen, sino que se complementan y se explican mutuamente.

Qué se mide cuando se mide Cultura. Delimitar el sector como decisión estratégica

Medir la Economía Cultural y Creativa no es simplemente sumar actividades “artísticas” o contar empresas vinculadas al entretenimiento. Es, ante todo, un ejercicio de delimitación: decidir qué prácticas productivas forman parte del sector, cuáles se relacionan de manera indirecta y cuáles, aun siendo culturalmente relevantes, no pueden incorporarse todavía por falta de información estadística sólida. En esa frontera —lo que entra y lo que queda fuera— se juega buena parte del sentido de la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB), ejercicio que también se hizo en la Caracterización de Industrias Culturales y Creativas de Bogotá 2025, adelantado por la Cámara de Comercio de Bogotá, con apoyo técnico de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, FUGA.

La CSECCB parte de una premisa fundamental: la cultura y la creatividad constituyen un sistema productivo heterogéneo, donde conviven actividades intensivas en contenido simbólico con otras donde la creatividad se expresa como insumo dentro de procesos más amplios. Esta diversidad obliga a abandonar definiciones rígidas y adoptar un enfoque estructurado, que permita ordenar el sector sin simplificarlo en exceso.

Por esta razón, la cuenta organiza la medición en tres grandes áreas: Artes y Patrimonio, Industrias Culturales Convencionales y Creaciones Funcionales. Esta clasificación no responde únicamente a afinidades artísticas, sino a la forma en que las actividades se insertan en los procesos productivos, en los mercados y en las dinámicas de empleo de la ciudad. Cada área agrupa sectores y actividades que comparten lógicas económicas similares, aunque sus expresiones culturales sean distintas.

El área de Artes y Patrimonio concentra aquellas actividades donde la creación simbólica y la preservación de la memoria cultural son el núcleo del proceso productivo. Aquí se encuentran las artes escénicas, las artes visuales, la música en vivo, el patrimonio material e inmaterial, la educación cultural y creativa, así como ciertas actividades manufactureras asociadas a oficios tradicionales y artesanales. En este conjunto, el valor no se genera únicamente por la venta de un bien o servicio, sino por la experiencia cultural, la transmisión de conocimiento

y la construcción de identidad. La cuenta reconoce esta especificidad y la traduce en variables económicas comparables, sin perder de vista su singularidad.

Las Industrias Culturales Convencionales, por su parte, operan como un puente entre la creación y el público masivo. Editoriales, producción audiovisual, fonografía, agencias de noticias y otros servicios de información conforman un entramado donde la cultura se reproduce, circula y amplifica a través de soportes industriales y tecnológicos. Estas actividades suelen mostrar mayores niveles de formalización empresarial y una integración más directa a mercados nacionales e internacionales, lo que se refleja en sus estructuras de costos, sus modelos de negocio y sus dinámicas laborales. La CSECCB las agrupa no por tradición, sino por su papel como sistemas de producción cultural a escala.

El tercer bloque, el de Creaciones Funcionales, refleja una de las transformaciones más profundas de la economía cultural contemporánea. Aquí la creatividad se articula con la utilidad, la innovación y la solución de problemas concretos. Diseño, publicidad, software y medios digitales forman parte de esta área, donde la frontera entre cultura, tecnología y servicios avanzados se vuelve cada vez más difusa. La inclusión de estas actividades reconoce que la creatividad no se limita a la producción artística tradicional, sino que atraviesa sectores estratégicos para la economía urbana y del conocimiento.

Ahora bien, esta organización por áreas no implica que todas las actividades incluidas tengan el mismo estatus dentro de la medición. La CSECCB introduce una distinción clave entre actividades de inclusión total y actividades de inclusión parcial. Las primeras corresponden a aquellas cuya producción está completamente asociada a la cultura y la creatividad, y cuyos productos suelen estar protegidos por derechos de autor. En estos casos, la totalidad de la actividad económica se considera parte del sector cultural y creativo.

Las actividades de inclusión parcial, en cambio, son aquellas donde solo una parte de los procesos productivos o de los bienes y servicios generados puede considerarse cultural o creativa. Aquí se ubican numerosas actividades manufactureras, comerciales y de servicios que incorporan diseño, estética, contenido simbólico o innovación creativa, pero que no pueden clasificarse íntegramente como culturales. En estos casos, la cuenta aplica ponderaciones técnicas que permiten aislar el componente creativo, evitando inflar artificialmente el tamaño del sector.

Esta decisión metodológica es crucial. Incluir actividades creativas de forma indiscriminada podría aumentar el valor agregado del sector en el corto plazo, pero debilitaría la credibilidad de la medición. La CSECCB opta por un enfoque conservador y transparente: reconoce la creatividad donde existe evidencia técnica para hacerlo y documenta claramente los criterios utilizados. Este

principio refuerza la confiabilidad de los resultados y facilita su comparación en el tiempo.

En este punto, la CSECCB deja claro que medir cultura no significa capturarlo todo, sino medir bien aquello que puede sostenerse estadísticamente. Al hacerlo, establece una base sólida sobre la cual es posible avanzar, mejorar fuentes, ampliar coberturas y, en el futuro, incorporar nuevos segmentos del ecosistema cultural y creativo.

Otro aspecto relevante de la delimitación es su alineación con clasificaciones internacionales adaptadas al contexto colombiano. El uso de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4 A.C.) y su articulación con la Clasificación Central de Productos permite que la medición sea compatible con otros sistemas estadísticos,

al tiempo que se ajusta a las particularidades del sector cultural. Esta compatibilidad es la que permite comparar la economía cultural con otros sectores productivos de la ciudad sin perder coherencia metodológica.

Así, la delimitación del sector cultural y creativo en la CSECCB no debe leerse como una lista cerrada de actividades, sino como un marco analítico en constante revisión. Es una fotografía construida con criterios técnicos, pero también una invitación a seguir fortaleciendo las capacidades estadísticas del sector. Cada inclusión y cada exclusión hablan de una decisión consciente: privilegiar la calidad de la información sobre la cantidad de actividades, y construir una medición que sirva para comprender, no para exagerar.



Desfile de Comparsas, Bogotá, Colombia. Foto: SCRD

En suma, cuando la CSECCB mide cultura, mide mucho más que eventos, obras o empresas. Mide un sistema productivo complejo, atravesado por la creación simbólica, la innovación, la educación, la tecnología y el trabajo. Lo hace delimitando con cuidado sus fronteras, para que las cifras resultantes no solo sean atractivas, sino, sobre todo, creíbles y útiles para pensar el desarrollo cultural y económico de Bogotá.

Con el ánimo de profundizar en las dinámicas de las empresas relacionadas con las actividades económicas de la CSECCB, el presente estudio se enfocó en profundizar en las características de las empresas y unidades productivas con algún grado de formalidad, con la cual se pueda hacer correspondencia y análisis frente a las cuentas nacionales.

El diseño metodológico de este diagnóstico del ecosistema cultural y creativo de la ciudad a 2025 tomó como base la CSECCB en cuanto a los tres grandes sectores, y abordó 27 de los 103 códigos CIIU que la componen. Estas decisiones se fundamentan en optimizar la medición de los sectores de inclusión total, y teniendo en cuenta los sectores que cubre el Macrosector de Industrias Culturales y Creativas de la Cámara de Comercio de Bogotá. Adicionalmente, se incluyó un sector emergente, el de Medios interactivos, que no cuenta con un código CIIU exclusivo, pero que representa un sector creciente dentro de la Economía Cultural y Creativa de Bogotá.

En su novena edición, que analiza la serie 2014–2024, la CSECCB muestra que en 2024 el sector cultural y creativo aportó más de \$20,8 billones de pesos al valor agregado de Bogotá, equivalentes al 5,5 % de la economía de la ciudad. Este resultado supera incluso al de sectores como la construcción, confirmando el peso económico de la cultura.

Bogotá concentra más del 60 % de la Economía Cultural y Creativa del país y se consolida como el principal hub creativo de Colombia. En 2024, el sector generó empleo para más de 235.000 personas, con una participación femenina del 40 %, destacando su rol en el empleo, el emprendimiento y la innovación.

El crecimiento estuvo liderado por las artes y el patrimonio, con un aumento del 4,2 %, impulsado por los espectáculos en vivo y las artes visuales, seguido por las creaciones funcionales —como software, publicidad y diseño—, que crecieron 1,0 %.

Más allá de las cifras, la CSECCB se consolida como una herramienta estratégica para la gestión pública, al reconocer la cultura como un sector productivo clave para el desarrollo económico y social de Bogotá.



FILBo | Feria Internacional del Libro de Bogotá. Foto: FILBo



La encuesta

PANORAMA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS DE LA CIUDAD

En el 2025, el sector de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) de Bogotá está compuesto por 21.938 empresas, de las cuales el 94,5 % son microempresas y el 3,9 % pequeñas. El 46,7 % son personas naturales.

De acuerdo con la observación por sectores, el 30,1 % son de Publicidad; el 28,3 % de Libros y publicaciones; el 13,7 % de Audiovisual y radio; el 8,3 % de Diseño; el 7,1 % de Música; el 4,3 % de Artes visuales; el 4,1 % de Artes escénicas y espectáculos artísticos; el 3 % de Joyería y bisutería; el 1 % de Creación de juguetes y el 0,2 % de Medios interactivos.

Por su localización geográfica, las empresas ICC están en toda la ciudad, con una mayor concentración en las localidades de Chapinero, Suba y Usaquén.



Ficha Técnica y Metodológica

Objetivo de la encuesta: Caracterizar el empresariado de las Industrias Culturales y Creativas en Bogotá.

Unidad de observación: Empresas en el sector de Industrias Culturales y Creativas.

Informante idóneo: Dueño, propietario, socio, accionista, representante legal, director (administrador, gerente, director, presidente, vicepresidente, subgerente), Empleado del nivel estratégico o táctico con alto nivel con conocimiento de la empresa (asesor, coordinador o jefe financiero o administrativo, secretario general, contador).

Periodo de recolección: Del 17 de febrero del 2024 al 11 de julio del 2025.

Tamaño de la muestra: 2.000 empresas.

Tamaño del universo: 21.938 empresas.

Técnica de recolección: Encuesta telefónica.

Técnica de muestreo: Probabilístico.

Margen de error: 2,1 %.

Nivel de confianza: 95 %.

Alcance geográfico: Bogotá.

Temas: 1. Características de las empresas, 2. Clientes, públicos y audiencias, 3. Espacios y equipamientos utilizados, 4. Propiedad intelectual, 5. Sostenibilidad.



Bogotá tiene 21.938 empresas en el sector de las Industrias Culturales y Creativas, el 94,5 % son microempresas y el 46,7 % son personas naturales.



Publicidad 30,1 %



Libros y publicaciones 28,3 %



Audiovisual y radio 13,7 %



Diseño 8,3 %

Música 7,1 %



Artes visuales 4,3 %



Artes escénicas y espectáculos artísticos 4,1 %

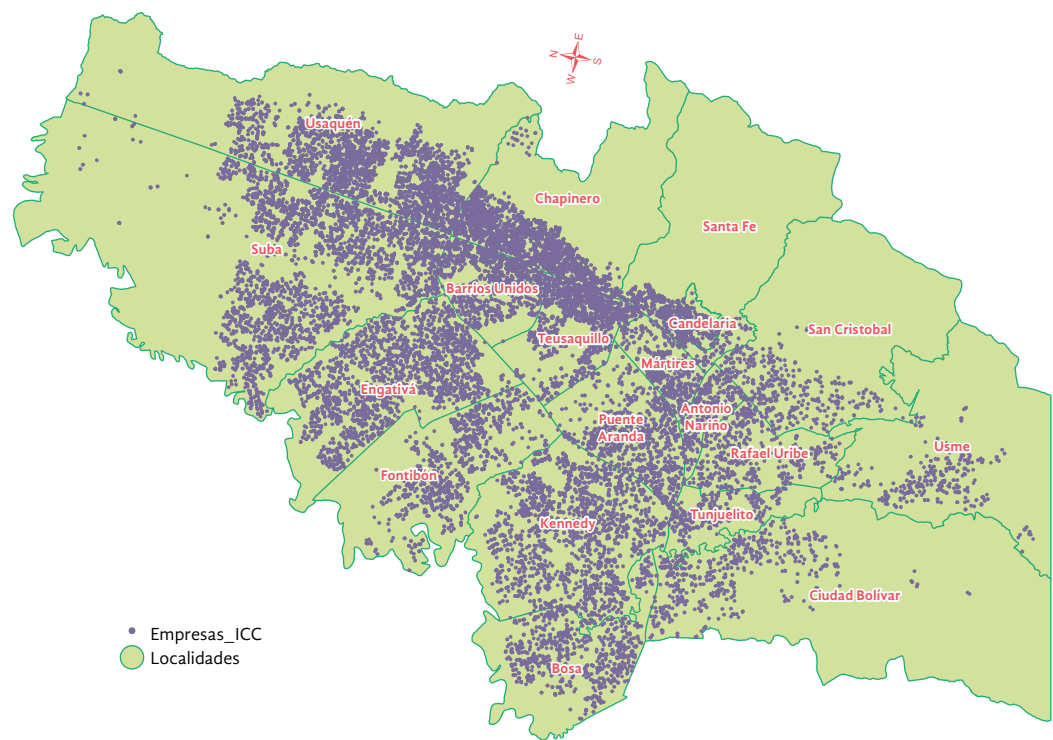
Joyería y bisutería 3 %



Creación de juguetes 1 %



Medios interactivos 0,2 %



Fuente: SCRD / SDP Decreto POT 555 / Cámara de Comercio de Bogotá.

La composición de actividades económicas en cada sector a nivel de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), fue de la siguiente manera:

		Muestra	Universo	Margen de error
Publicidad		526	5615	4,1%
Libros y publicaciones		507	5372	4,2%
Audiovisual y radio		286	3311	5,4%
Diseño		211	2408	6,5%
Música		148	1706	7,6%
Artes visuales		102	1138	9,2%
Artes escénicas y espectáculos artísticos		90	1001	9,8%
Joyería y bisutería		84	816	10%
Creación de juguetes		36	452	14,9%
Medios interactivos		10	118	26,6%
Total:		2.000	21.938	2,1%

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Los Coeficientes de Variación Estimados (CVE), permiten evaluar la precisión de las estimaciones¹.

La distribución sectorial y por actividad en cada sector, de acuerdo con CIIU, es la siguiente:

Distribución sectorial y por actividad		
Sector	CIIU	Actividad
Artes escénicas y espectáculos artísticos	9006	Actividades teatrales
	9008	Otras actividades de espectáculos en vivo n.c.p.
	9003	Creación teatral
	8553	Enseñanza cultural
Artes visuales	9005	Artes plásticas y visuales
	7420	Actividades de fotografía
Música	9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo
	5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música
	9002	Creación musical
Libros y publicaciones	5811	Edición de libros
	5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
	5819	Otros trabajos de edición
	9001	Creación literaria
	9101	Actividades de bibliotecas y archivos
	4761	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados

1 Se pueden considerar excelentes si están entre 0 y 5 %, buenos si están entre 5 y 10 %, aceptables entre 10 y 15 %. Superior al 15 % se recomienda usar la estimación con fines descriptivos, ya que no es muy precisa.

Audiovisual y radio	5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
	5912	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
	5913	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
	5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos
	6010	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora
	6020	Actividades de programación y transmisión de televisión
	9004	Creación audiovisual
	6391	Actividades de agencias de noticias
Publicidad	7310	Publicidad
Diseño	7410	Actividades especializadas de diseño
Joyería y bisutería	3210	Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
Creación de juguetes	3240	Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas
Medios interactivos		Videojuegos, animación

Para esta medición se incluyeron 12 nuevos CIU y un sector adicional emergente, el de Medios interactivos, con respecto al estudio Caracterización Industrias Culturales y Creativas de Bogotá (2019).



Capítulo 1

PERFIL DIRECTIVO DE QUIENES RESPONDIERON LA ENCUESTA

Aquí se presenta información sobre los gerentes, directores y otros líderes de las empresas de las Industrias Culturales y Creativas de Bogotá, que contestaron la encuesta. En la medición se especifica el cargo, el género, la edad, el nivel educativo. Asimismo, se relacionan conclusiones sobre la composición de los órganos de decisión y la participación femenina en los cargos directivos.



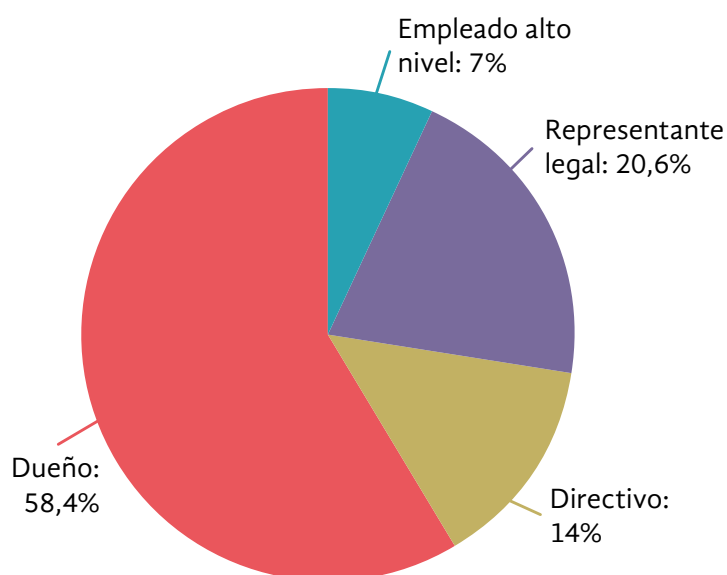
En la dirección empresarial hay más hombres (57,1 %), que mujeres (42,7 %).

El 54,4 % de las empresas están dirigidas por personas de la generación Z y *Millennials*.

8 de cada 10 gerentes, directores o líderes tienen un título de educación superior.

Cargo que desempeña quien responde

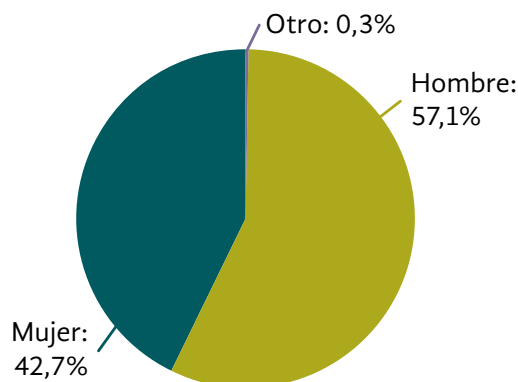
La caracterización empresarial fue respondida en su mayoría por dueños (58,4 %) y representantes legales (20,6 %) de las empresas. En su mayoría las respuestas se obtuvieron de altos cargos y directivos.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

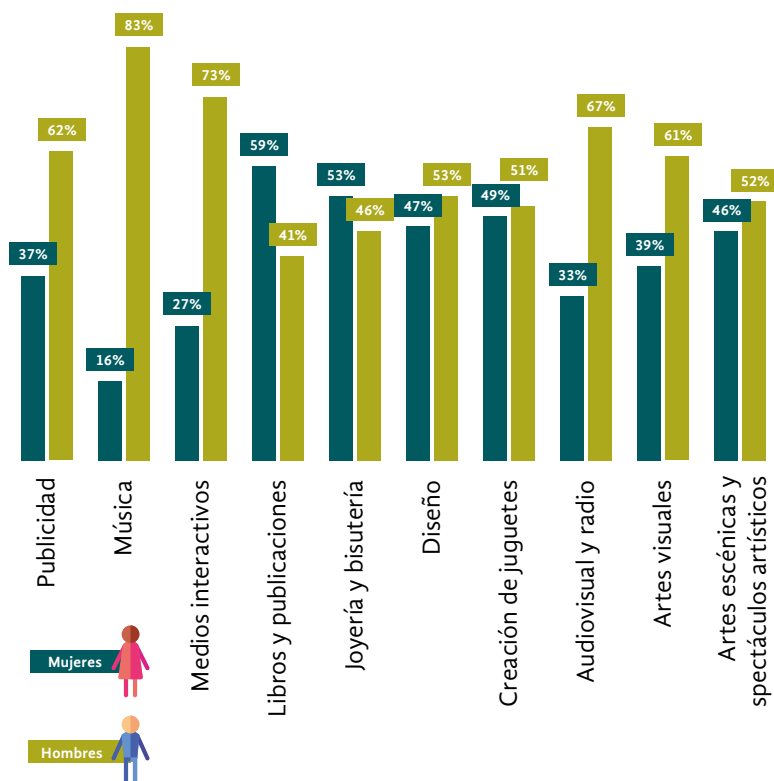
Sexo

Muestra predominancia en la dirección empresarial de hombres (57,1 %), todavía lejos de ser paritaria con las mujeres (42,7 %).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

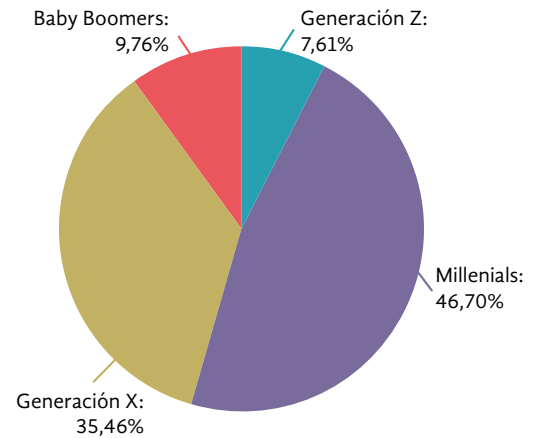
Los sectores que presentan mayor proporción de mujeres son el de Joyería y bisutería, seguido del sector de Libros y publicaciones.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Edad

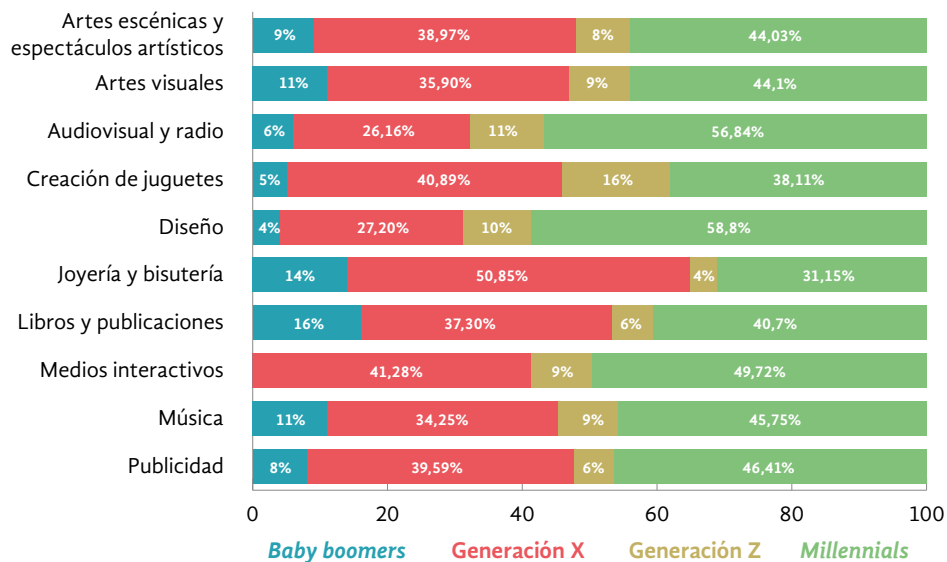
El 54,4 % de las empresas encuestadas están dirigidas por personas de la generación Z (de los 13 a los 28 años) y *Millennials* (29 a 44 años).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Las generaciones X (de los 45 a 60 años) y *Baby boomers* (de los 61 a 79 años) representan el 45,22 % de las empresas encuestadas.

Los sectores de Diseño y el de Audiovisual y radio tienen la mayor proporción de directivos de la generación Z (de los 13 a los 28 años) y Millennials (29 a 44 años).

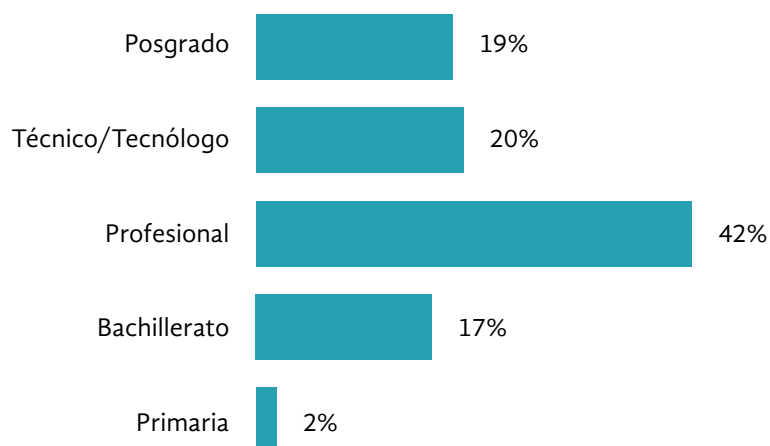


Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Por su parte, el sector Joyería y bisutería, junto con el de Libros y publicaciones son los que lideran con mayor proporción las generaciones X (de los 45 a 60 años) y *Baby boomers* (de los 61 a 79 años).

Máximo nivel educativo alcanzado

8 de cada 10 gerentes, directores o líderes tienen un título de educación superior.



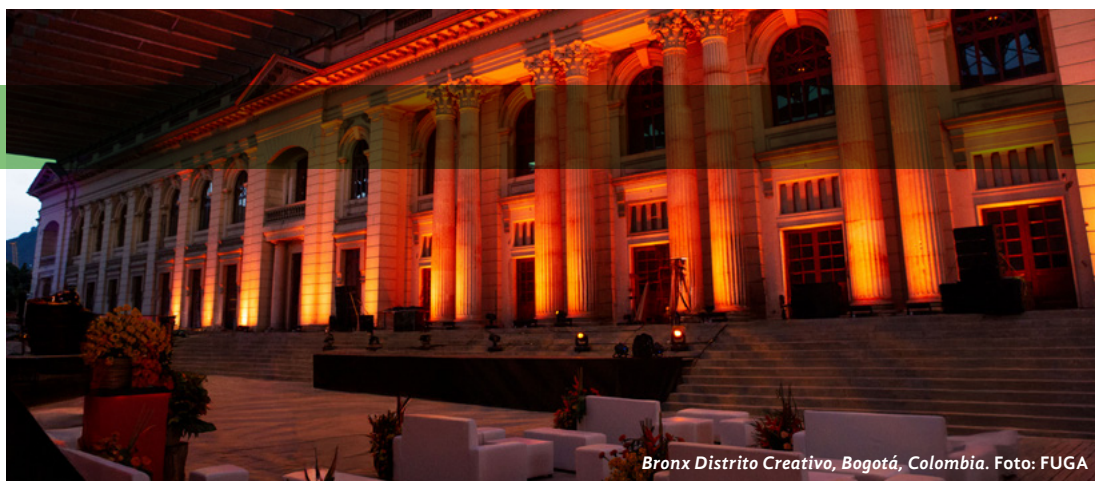
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Según el Ministerio de Educación Nacional (2024), la Educación superior se imparte en dos niveles: pregrado y posgrado. El nivel de pregrado tiene, a su vez, tres niveles de formación:

- Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales).
- Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos).
- Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios).

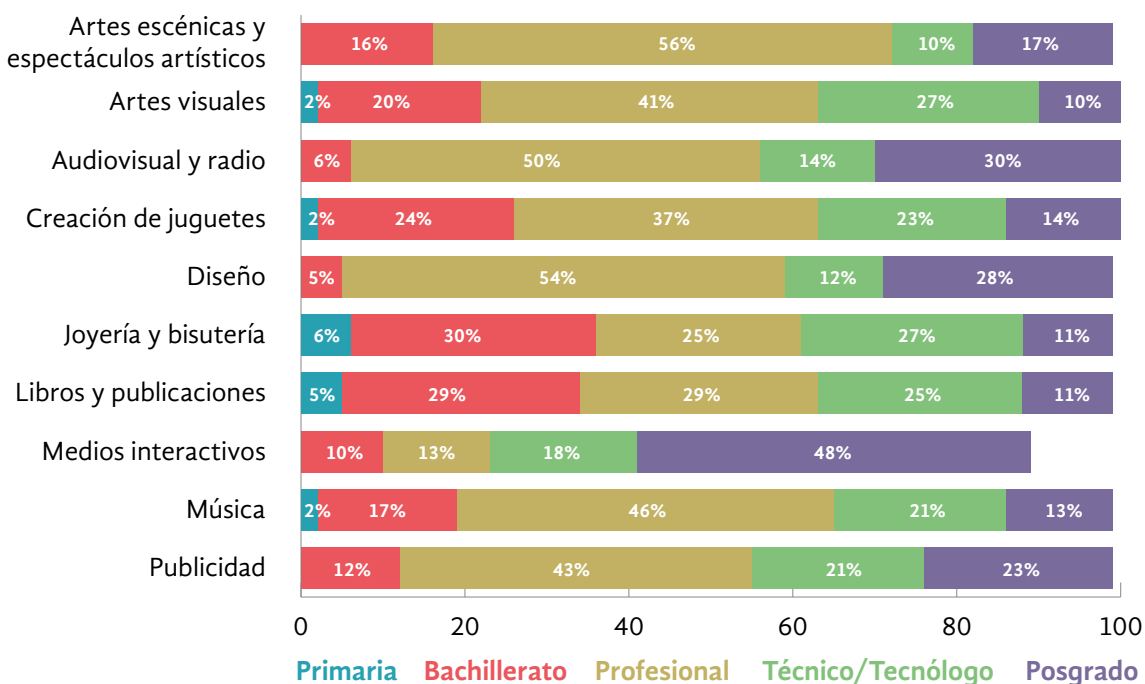
Y la educación de posgrado comprende los siguientes niveles:

- Especializaciones (relativas a programas de Especialización Técnica
- Profesional, Especialización Tecnológica y Especializaciones Profesionales).
- Maestrías.
- Doctorados.



Bronx Distrito Creativo, Bogotá, Colombia. Foto: FUGA

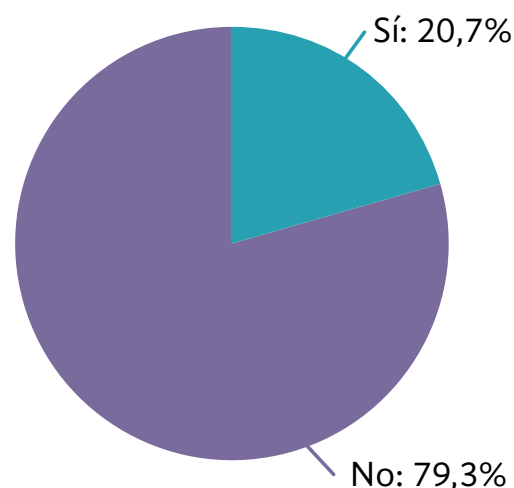
Los sectores de Diseño, Audiovisual y radio, y Medios interactivos, son los que tienen la mayor proporción de directivos con posgrado como máximo nivel educativo alcanzado.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Órganos máximos de decisión por subsector

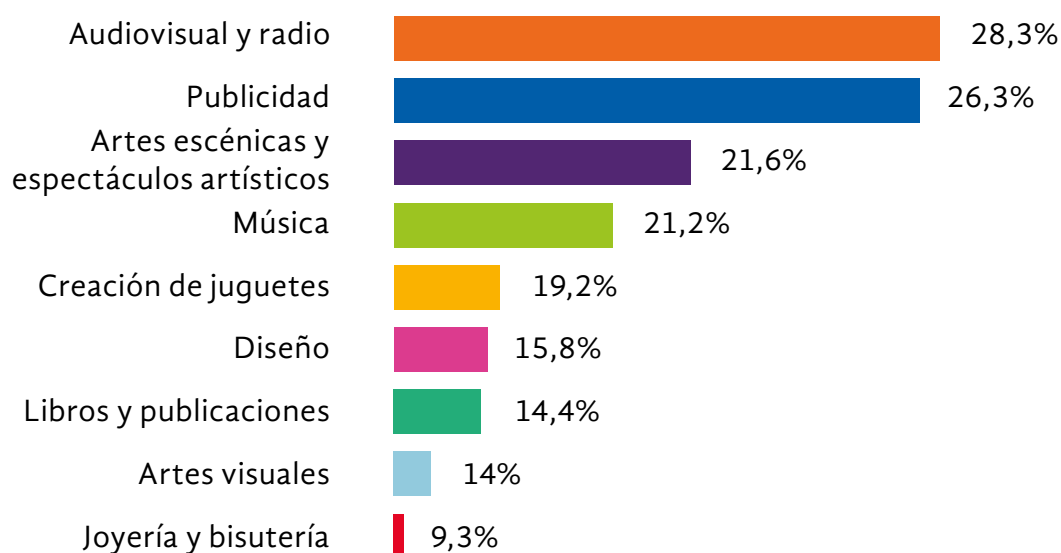
En la gobernanza empresarial, solo el 20 % cuenta con un órgano máximo de decisión, como Junta Directiva, Consejo de Administración, Consejo Directivo o Consejo de Fundadores activo.



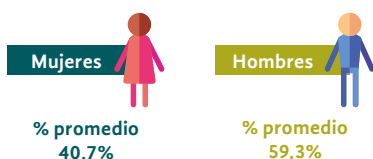
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Las empresas de los sectores Audiovisual y radio y Publicidad presentan mayor prevalencia de órganos máximos de decisión que los demás sectores.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



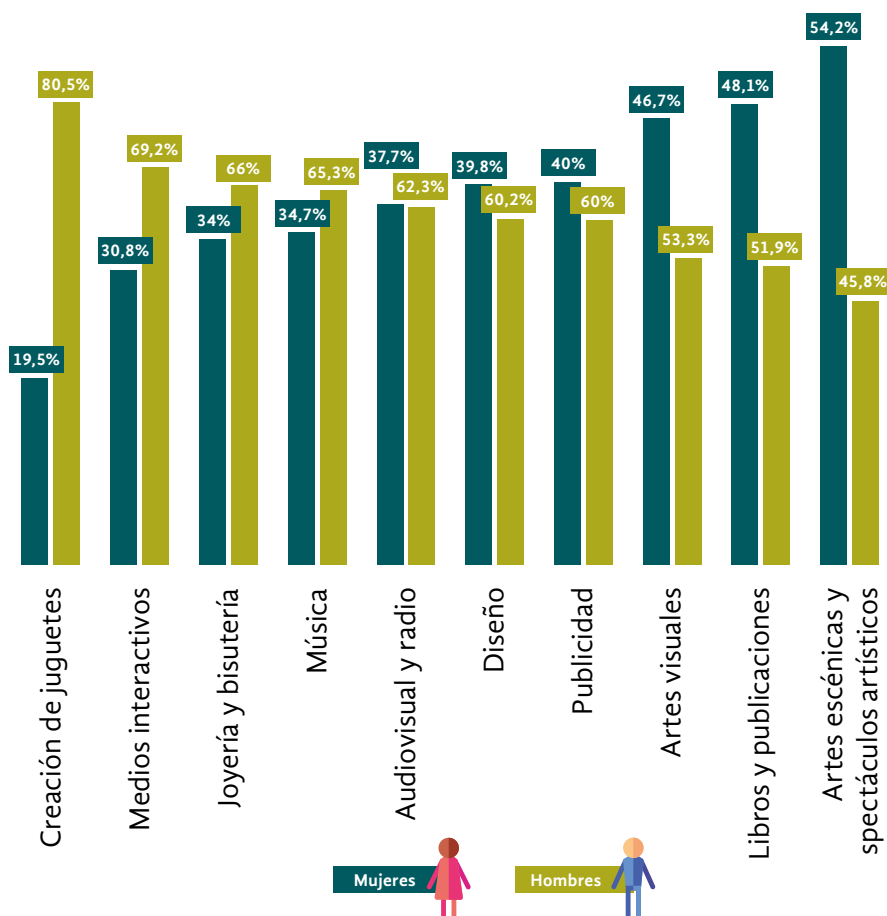
Participación femenina en órganos máximos de decisión por subsector

Del total de integrantes de ese órgano de decisión, el 40,7 % corresponde a mujeres y el 59,3 % a hombres.

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Participación de hombres y mujeres en órganos de decisión según sector

El sector de Artes escénicas y espectáculos artísticos es el único que muestra una participación mayoritaria de mujeres en los espacios directivos, con el 54,2 % de participación femenina y el 45,8 % de hombres.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Festival Cordillera, Bogotá, Colombia. Foto: Archivo IDT



Capítulo 2

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

En esta parte se presenta información sobre el tipo de empresa y su tamaño, las áreas funcionales con las que cuentan, los empleos generados y los tipos de vinculación laboral más frecuentes.

Se incluye información sobre las fuentes de financiación más utilizadas, así como las fortalezas y debilidades, las áreas de formación requeridas y las necesidades percibidas para el crecimiento empresarial.

Se muestra información sobre la aplicación, reporte y buenas prácticas de sostenibilidad.



El 51 % de las personas encuestadas tienen algún tipo de personería jurídica.

El 94 % de las personas jurídicas son microempresas.

El 91 % de las empresas cuenta con entre uno y 10 empleados.

La mayoría de las empresas se concentran en producción/edición (75 %) y creación-investigación (63 %), lo que evidencia la creatividad y la innovación en estas empresas.

Las empresas tienen fortalezas en servicio al cliente (81,3 %), experiencia y trayectoria organizacional (80,3 %) y reconocimiento del público y en el proceso creativo y de producción (70 % y 71 %).

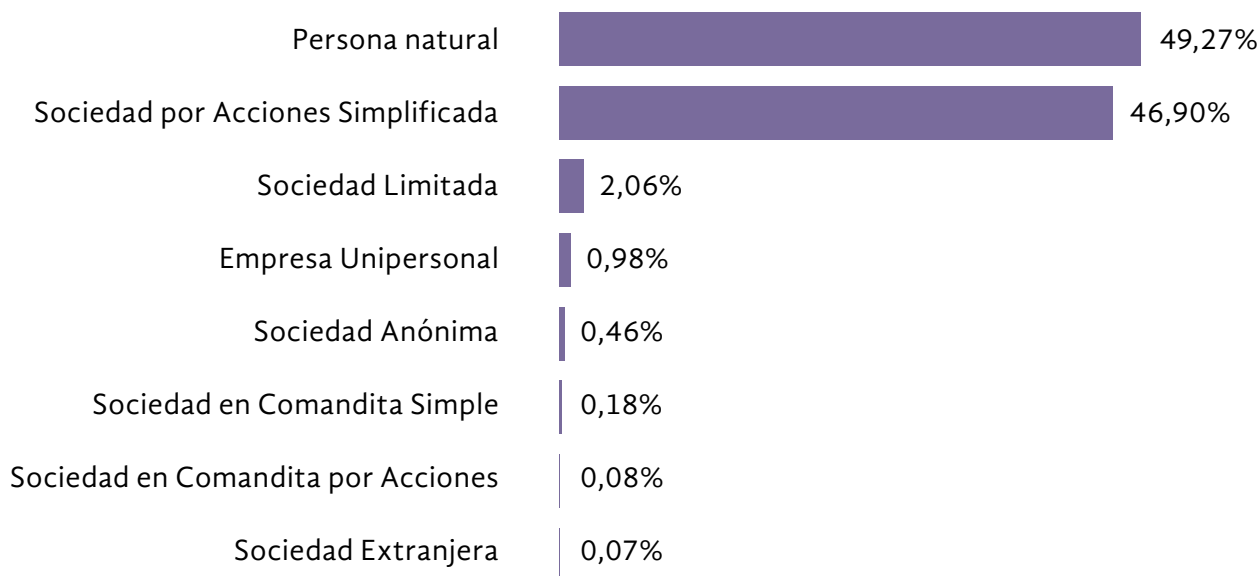
El 7,4 % de las empresas encuestadas reporta acciones en sostenibilidad.



BAM | Bogotá Audiovisual Market, rueda de negocios. Foto: Cámara de Comercio de Bogotá

Tipo de empresa

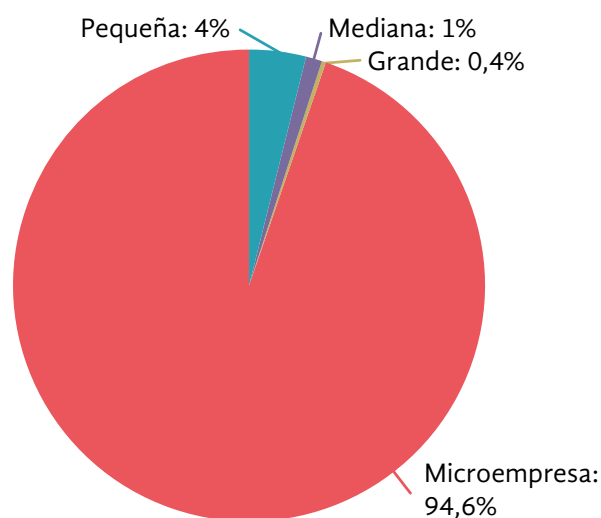
El 51 % de las personas encuestados manifestaron tener algún tipo de personería jurídica, lo que refleja un ecosistema con bases sólidas hacia la formalización empresarial.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Tamaño empresarial

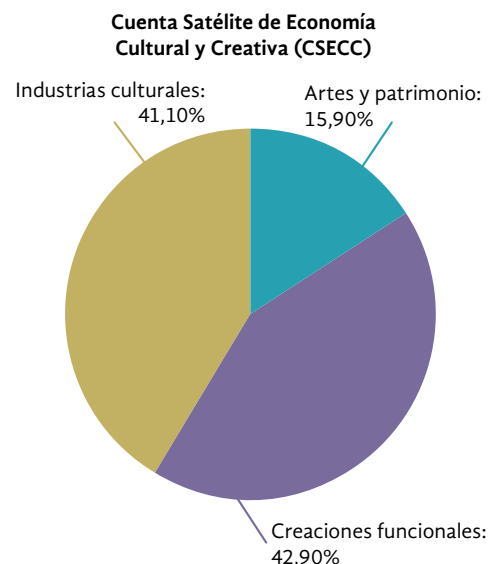
El 94 % de las personas jurídicas encuestadas son microempresas. Confirma un sector que está compuesto mayoritariamente por unidades ágiles y flexibles, con alto potencial creativo y de innovación.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Distribución de la muestra y correspondencia con el área de la cuenta satélite

El 84 % de las empresas encuestadas pertenece a los sectores de Industrias culturales y creaciones funcionales, consolidando a Bogotá como un epicentro de una oferta cultural y creativa diversificada, donde en complemento a las artes y el patrimonio predominan actividades que generan valor agregado a través del conocimiento, la creatividad y la innovación.

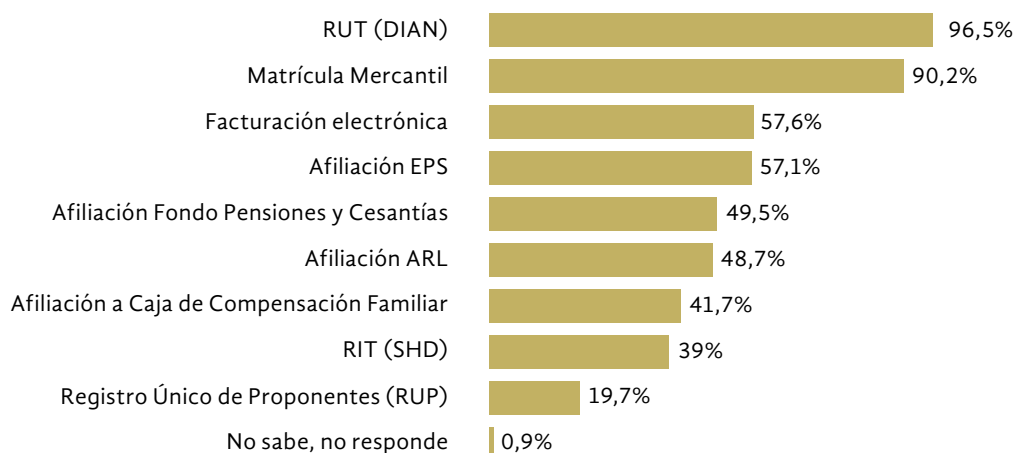


Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

** Nota: Categorías de los bienes relacionados con la Economía Cultural y Creativa, según los Reportes del sector Cultural, Creativo y de Saberes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB).*

Formalización empresarial: Registros y afiliaciones con los que cuenta la empresa

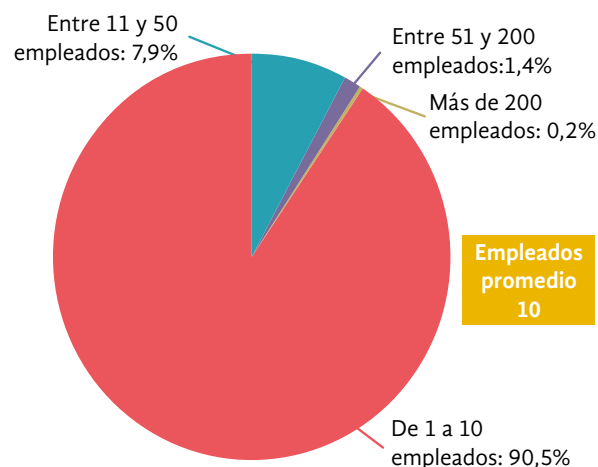
El 19 % de las empresas manifiesta contar con el Registro Único de Proponentes, lo cual es una muestra de la distancia del sector para ingresar al sistema de compras públicas del país.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Empleos generados por subsector

El 91 % de las empresas cuenta con entre 1 y 10 empleados, lo que refleja la realidad de las microempresas en el sector.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Promedio de empleos generados por sector

Las empresas de los sectores de Publicidad y Medios interactivos manifiestan crear empleos por encima del promedio de la muestra. Libros, Artes visuales, Joyería y bisutería, tienen menor cantidad de empleados, la mayoría de estas empresas tienen hasta 5 empleados.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

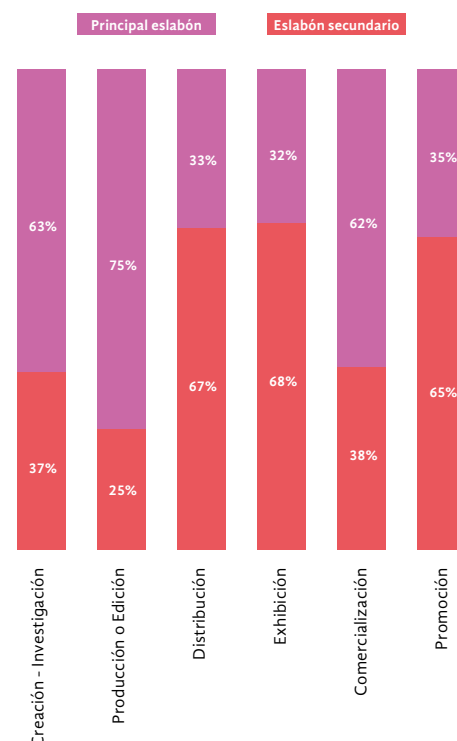
Empleos por tipo de vinculación

Más de la mitad de los trabajadores se vincula mediante contratos laborales a término indefinido (52,2 %), un 33,6 % lo hace bajo prestación de servicios (obra por encargo, *freelance* y similares).

Tipo de Contrato	Indefinido	A Término fijo	Otros**	Total
Laboral	52,2 %	6,4 %	0,3 %	58,9 %
Prestación de servicios (Obra por encargo, free lance y similares)	11,8 %	17,3 %	4,4 %	33,6 %
Contrato de Aprendizaje	0,4 %	0,5 %	0,2 %	1,0 %
Trabajo Voluntario	2,0 %	0,2 %	0,4 %	2,6 %
Otro, ¿cuál?	0,7 %	0,1 %	3,1 %	3,9 %
TOTAL	67,1 %	24,5 %	8,4 %	100,0 %

Eslabón (principal y secundario) de la cadena de valor

La mayoría de empresas se concentran en los eslabones de producción/edición (75 %) y creación-investigación (63 %), lo que evidencia una prevalencia hacia la creatividad y la innovación en estas empresas.

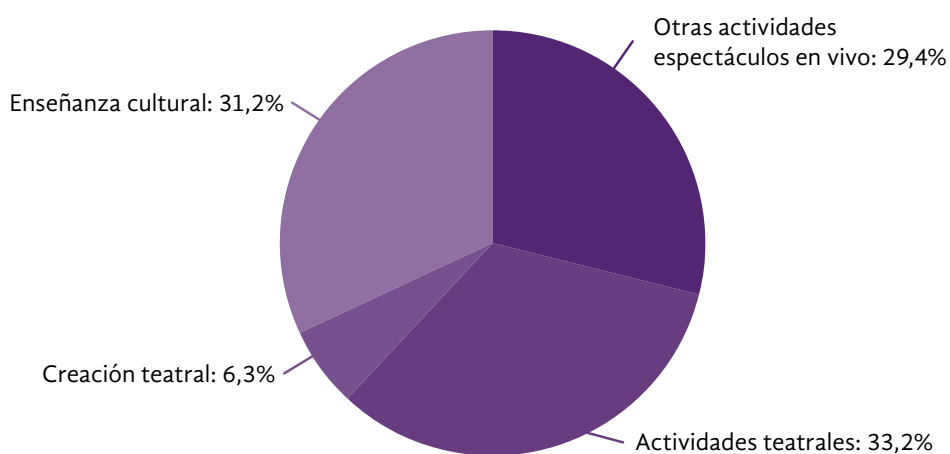


Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Sector y subsector que más genera ingresos a su empresa o negocio

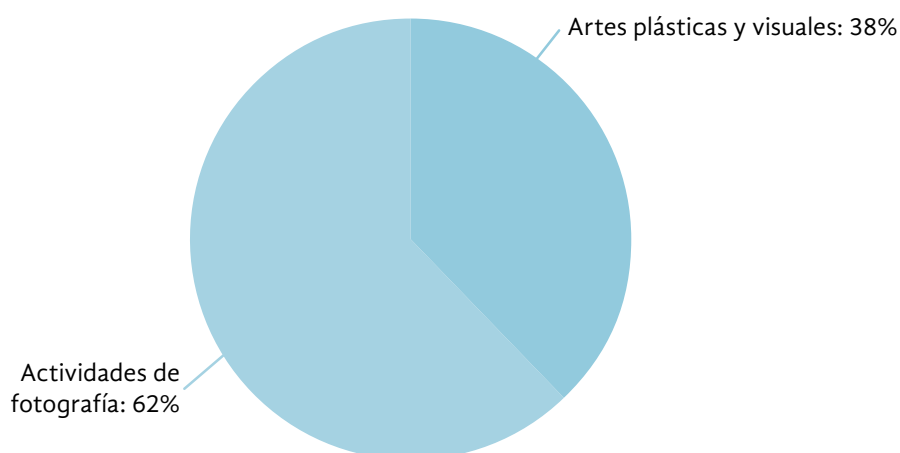
En cuanto a los ingresos, estos provienen de actividades concretas. Para las Artes escénicas provienen del teatro (33,2 %) y la enseñanza cultural (31,2 %), las cuales representan el 64,4 % de los ingresos. Por su parte, la fotografía representa el 62 % de los ingresos en las Artes visuales; las actividades en vivo el 55,9 % en las Artes musicales; el comercio al por menor el 51,6 % en el sector de Publicaciones; y la producción de películas, videos o comerciales el 45 % en el sector Audiovisual.

1. Artes escénicas y espectáculos artísticos



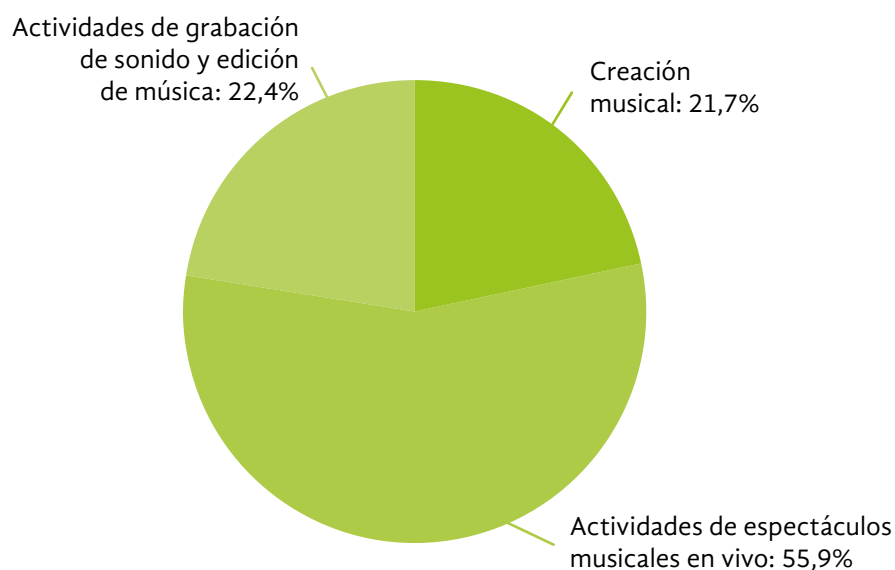
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

2. Artes visuales



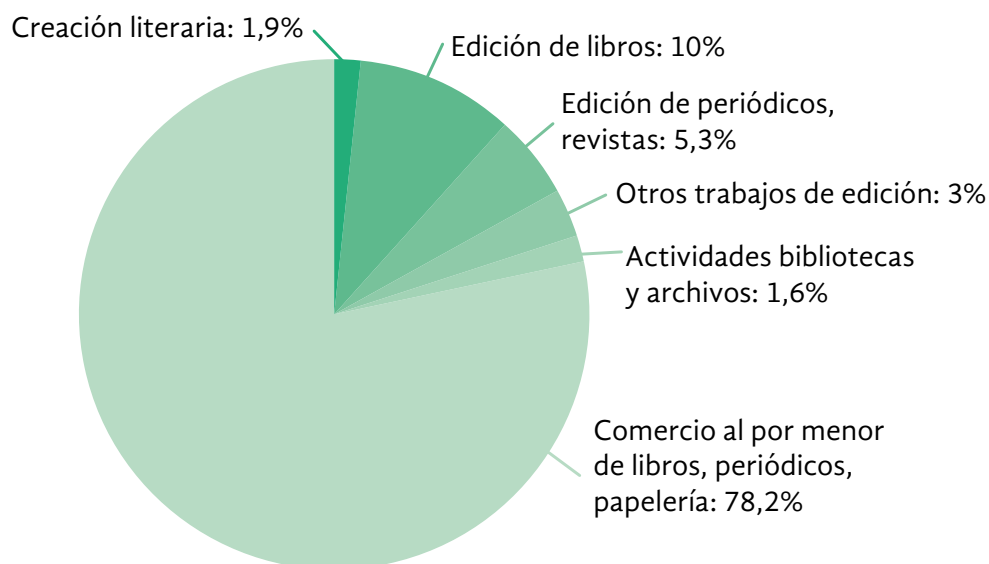
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

3. Música

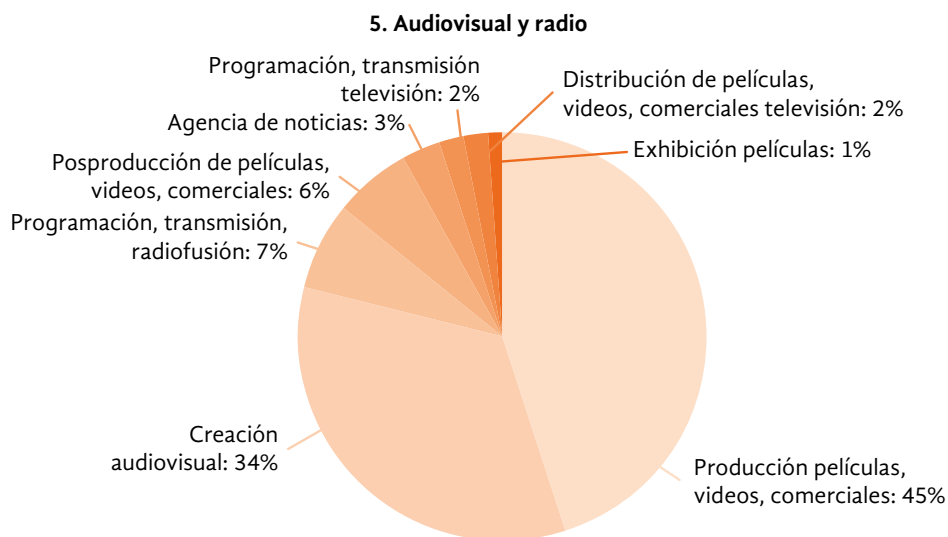


Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

4. Libros y publicaciones



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



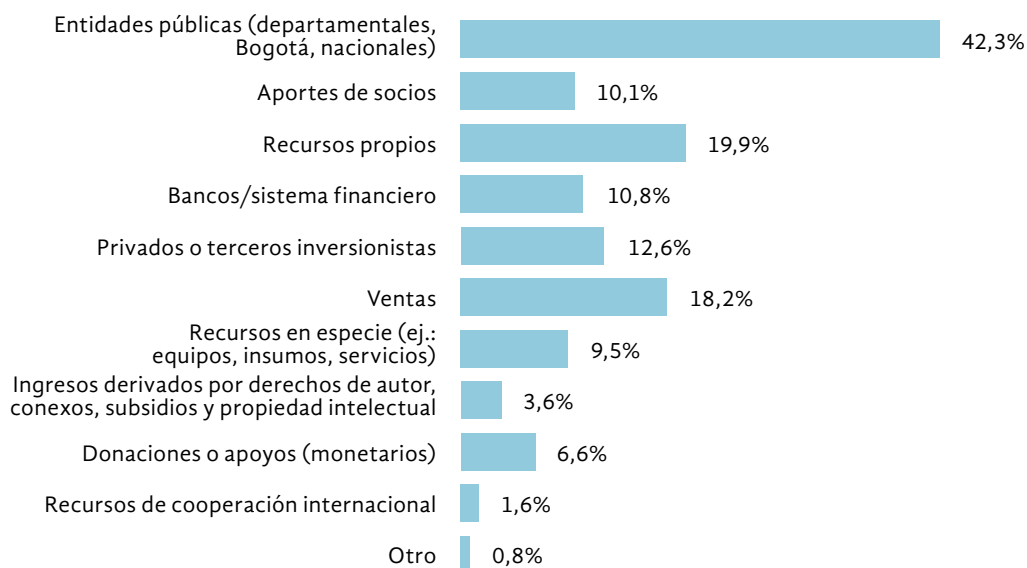
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Fuentes de financiación por subsector



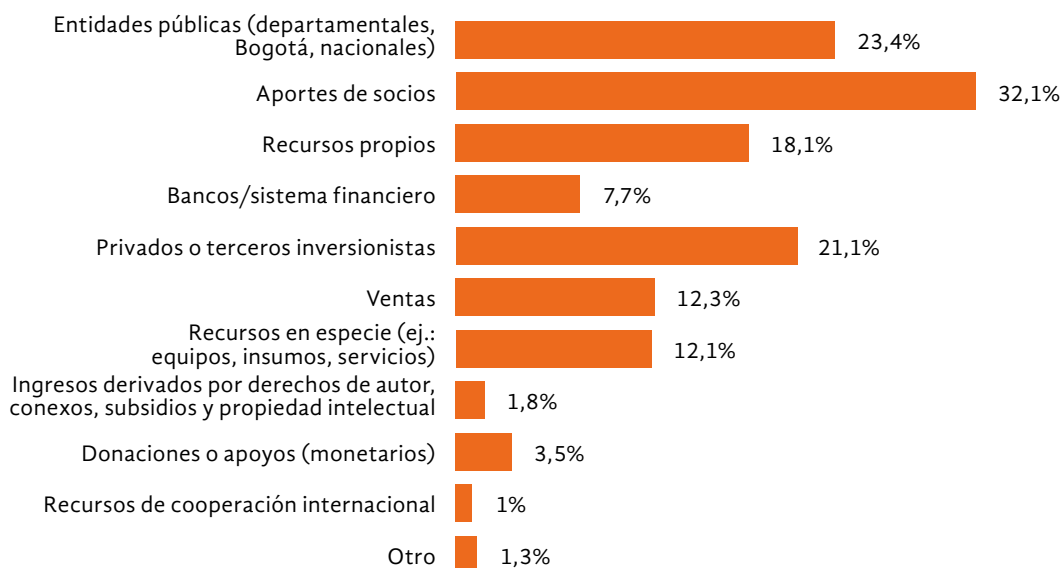
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Artes visuales



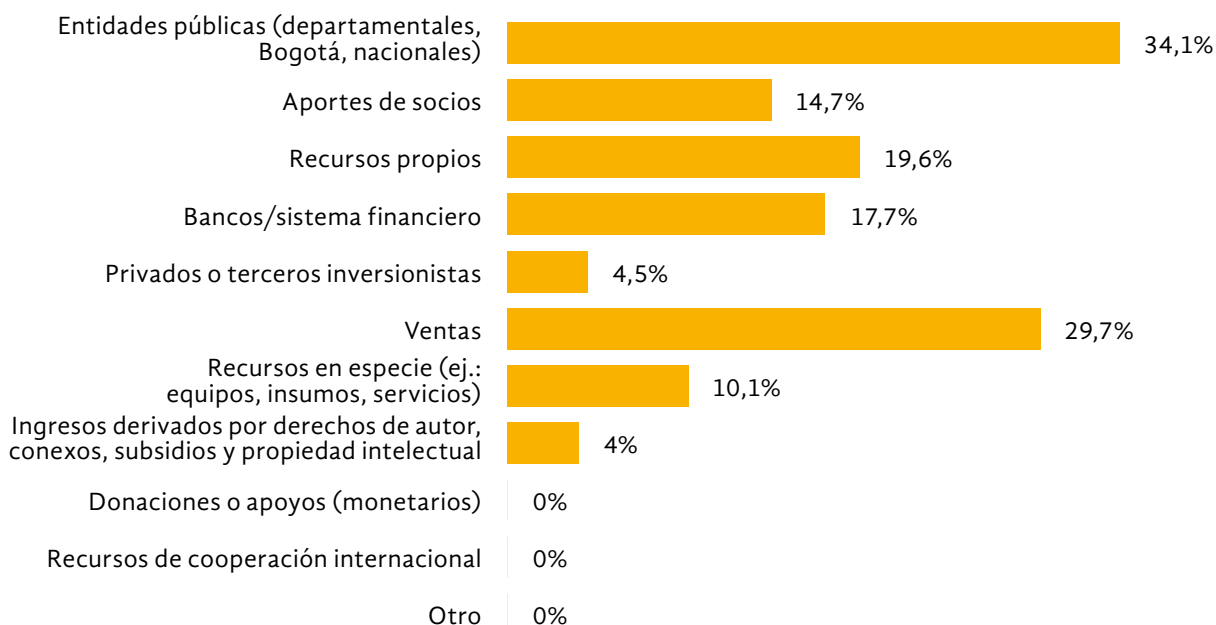
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Audiovisual y radio



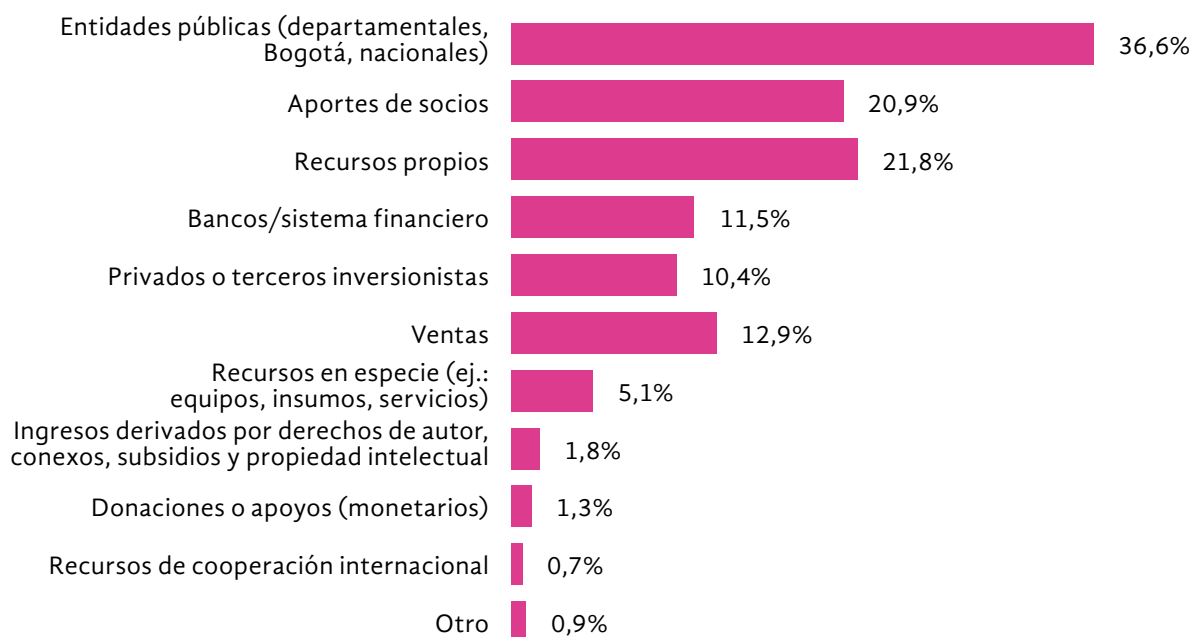
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Creación de juguetes



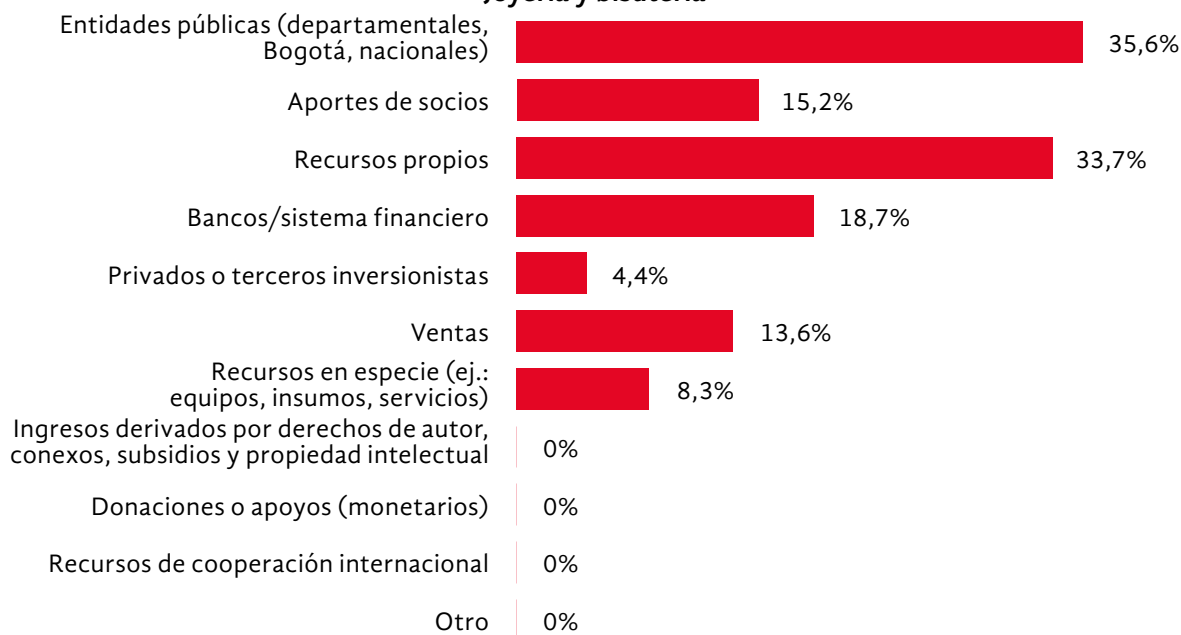
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Diseño



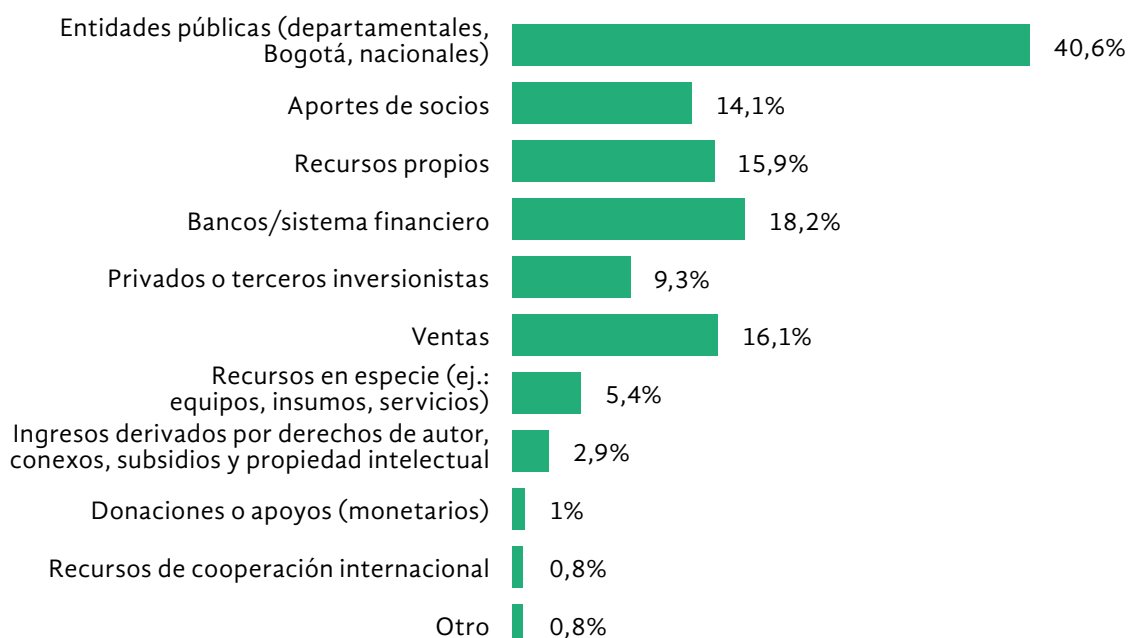
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Joyería y bisutería



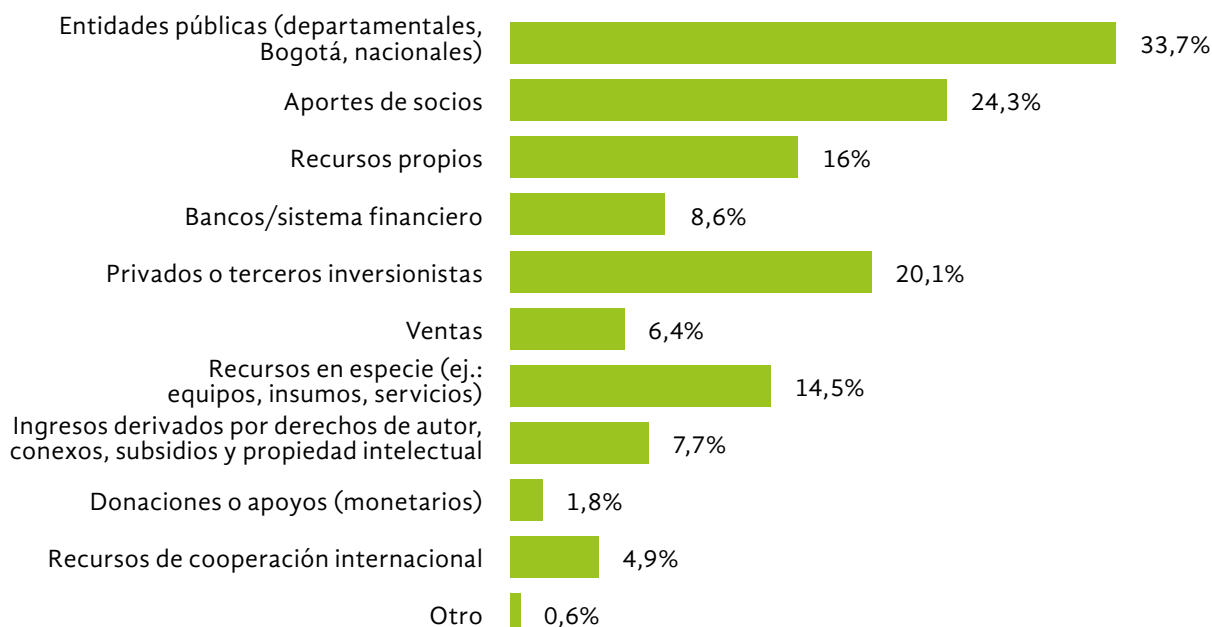
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Libros y publicaciones



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Música



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

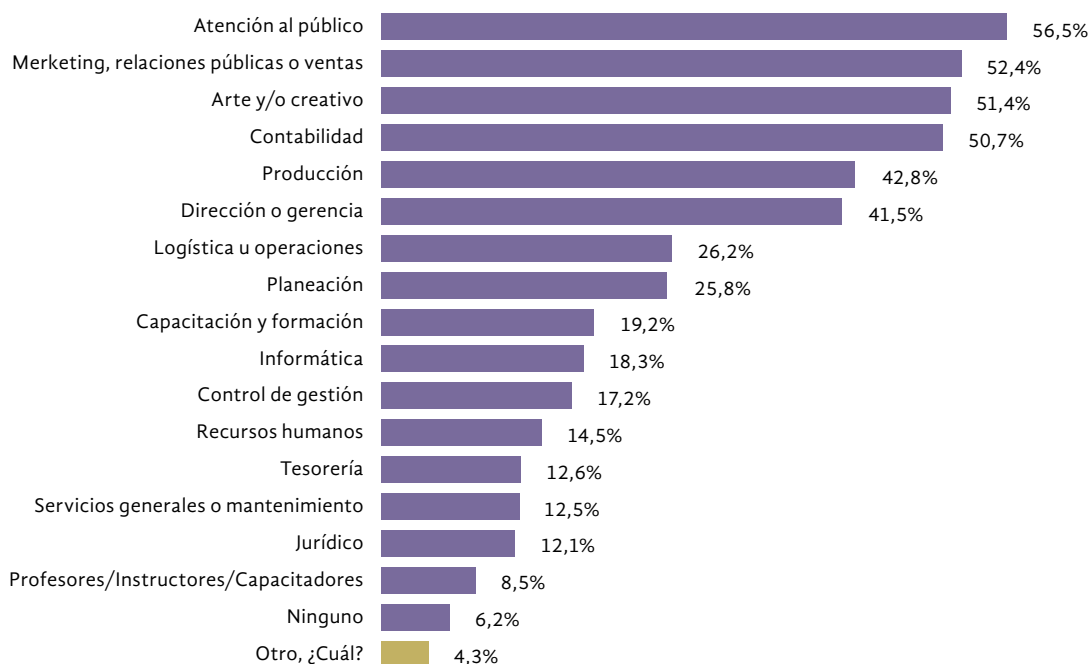
Publicidad



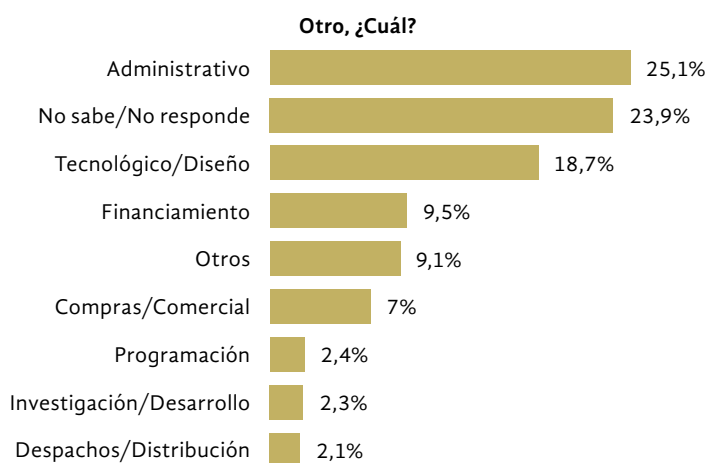
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Áreas funcionales con las que cuenta su empresa, actividad principal

Más de la mitad de las empresas encuestadas manifiestan tener áreas relacionadas con el servicio al cliente y ventas, seguido por áreas creativas y artísticas.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

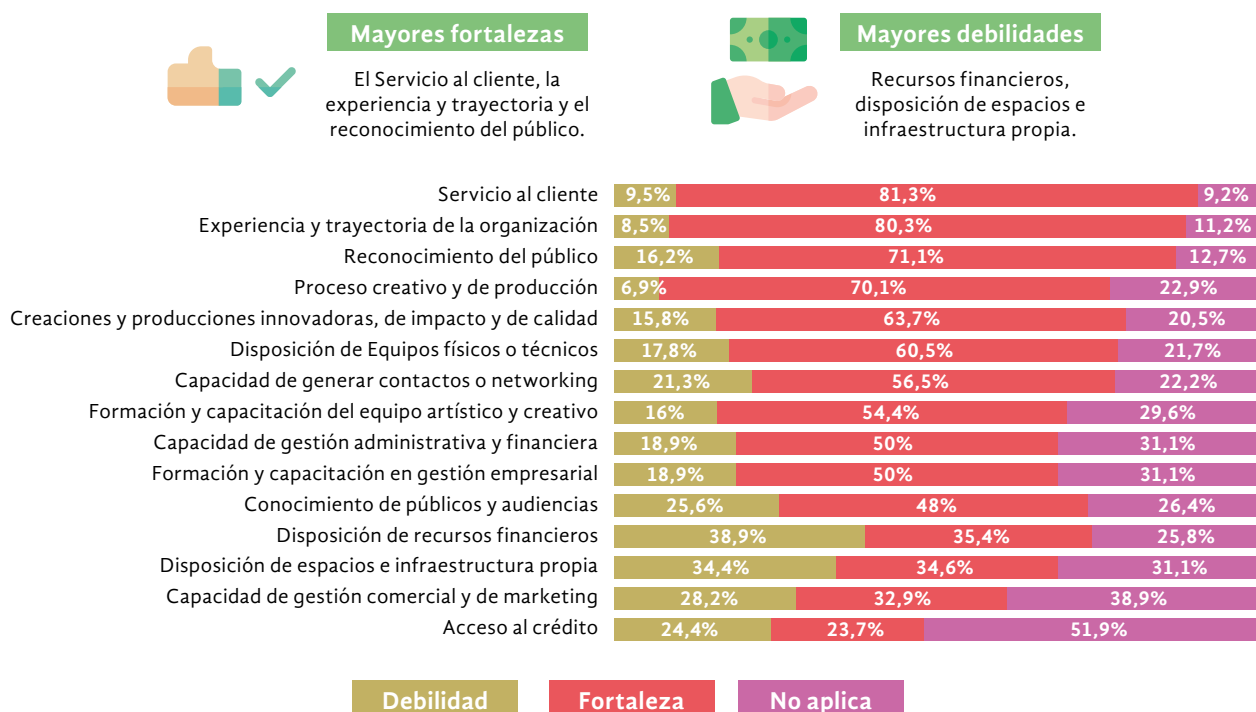
Fortalezas y Debilidades

El sector se destaca por contar con fortalezas sólidas en servicio al cliente (81,3 %), la experiencia y trayectoria organizacional (80,3 %), así como en el reconocimiento del público y en el proceso creativo y de producción (70 % y 71 %).

También, sobresale el reconocimiento de públicos y audiencias por la capacidad para generar producciones innovadoras de impacto y calidad (63,7 %).

Sin embargo, persisten debilidades estructurales ligadas a la disponibilidad de recursos financieros (38,9 %), la falta de espacios e infraestructura propia (34,4 %), la capacidad de gestión comercial y de marketing (28,2 %) y el conocimiento de públicos y audiencias (25,6 %), factores que limitan la consolidación y el escalamiento empresarial.

Esto refleja un ecosistema con un alto potencial creativo y de relación con audiencias, pero con desafíos importantes en materia de sostenibilidad financiera y capacidad instalada.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Áreas o temas en los que requiere capacitación

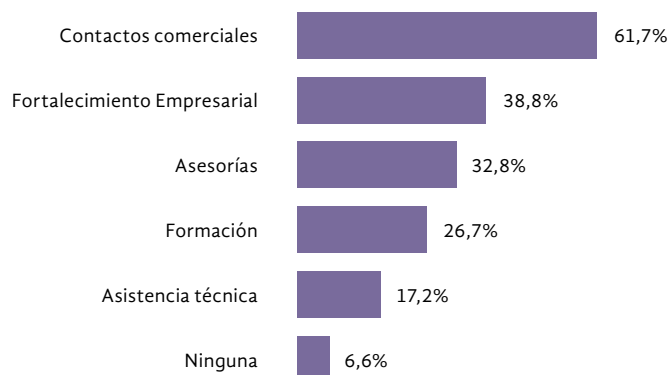
Según los encuestados, los temas que requieren mayor capacitación están relacionados con Gestión comercial, Ventas, Marketing y Servicio al cliente.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Necesidades puntuales para crecer

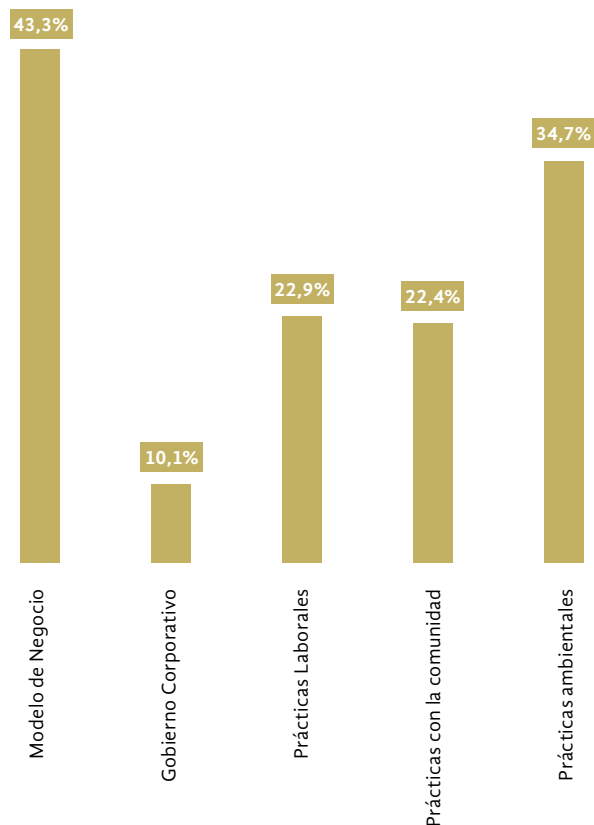
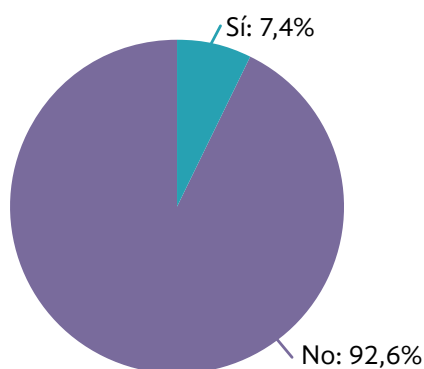
Los empresarios identifican como principales necesidades para crecer tener más contactos comerciales (61,7 %), y mayor apoyo para el fortalecimiento empresarial (38,8 %), además de recibir asesorías, formación y asistencia técnica.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Genera reportes de sostenibilidad

Solo el 7,4 % de las empresas encuestadas reporta acciones en sostenibilidad, lo que abre un campo para fortalecer prácticas ambientales y sociales. El 92,6 % de las empresas no genera reportes de sostenibilidad.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Tipo de actividades de sostenibilidad

Entre quienes sí reportan acciones en sostenibilidad, las acciones se concentran en modelos de negocio y prácticas ambientales, con menor medida en asuntos de gobierno corporativo, prácticas con comunidades o laborales.

De acuerdo con los resultados en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá, de las empresas consultadas:

- El 47,4 % de las empresas consultadas en la caracterización tienen antigüedad menor de 5 años.
- El 20 % tiene antigüedad menor a 10 años.
- El 23,6 % tiene entre 10 y 20 años.
- El 9 % manifiesta tener más de 20 años.



Festival Petronio Álvarez, Plaza Cultural La Santamaría, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA

Capítulo 3

CLIENTES, PÚBLICOS Y AUDIENCIAS

En este capítulo se presenta información sobre los tipos de clientes y segmentos a los que se dirigen las empresas, los sectores económicos a los que les venden, los meses de mayores ventas y la ubicación geográfica de los principales mercados.

Se muestra información sobre los medios y herramientas que utilizan para promocionar sus productos, así como las características de la operación en el exterior y los países a los que se dirigen.



Los productos o servicios de las empresas se dirigen, en su mayoría, a personas naturales (78 %).

Bogotá es el principal mercado de las empresas del sector Industrias Culturales y Creativas, con el 87 %.

Los sectores con mayor circulación internacional son los de Audiovisual y radio, Publicidad, Diseño y Música.

Tipo de cliente o público al que se dirige su actividad

Los productos o servicios de las empresas encuestadas se dirigen, en su mayoría, a clientes, a individuos, personas naturales (78 %); destacándose el rango de 27 a 59 años.

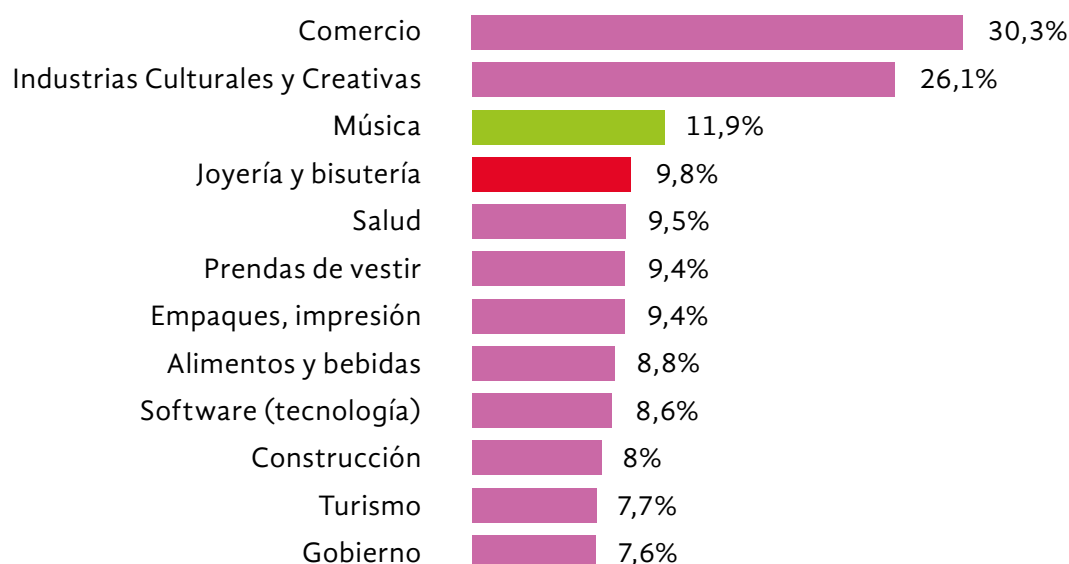


Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

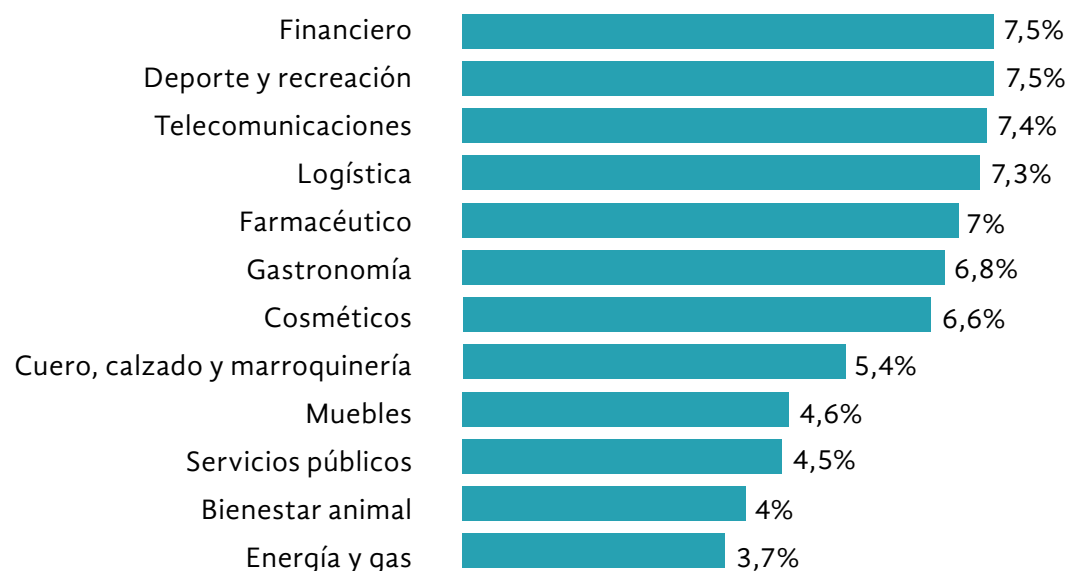


Sectores económicos a los que se enfocan los productos/servicios de la empresa

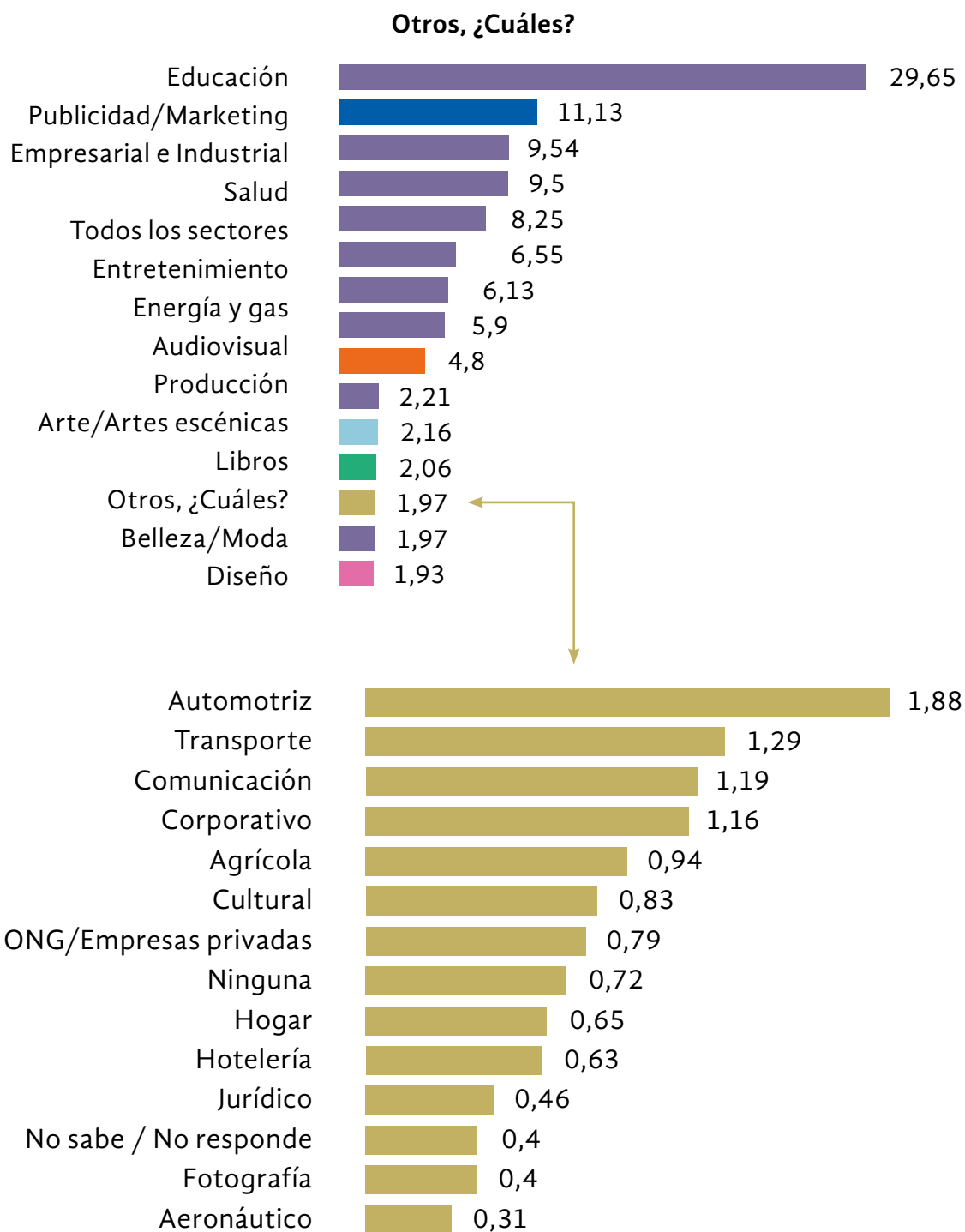
Entre quienes atienden público empresarial o personas jurídicas, estas se enfocan en sectores como el comercio, la educación, y otras Industrias Culturales y Creativas (música y publicidad, principalmente).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



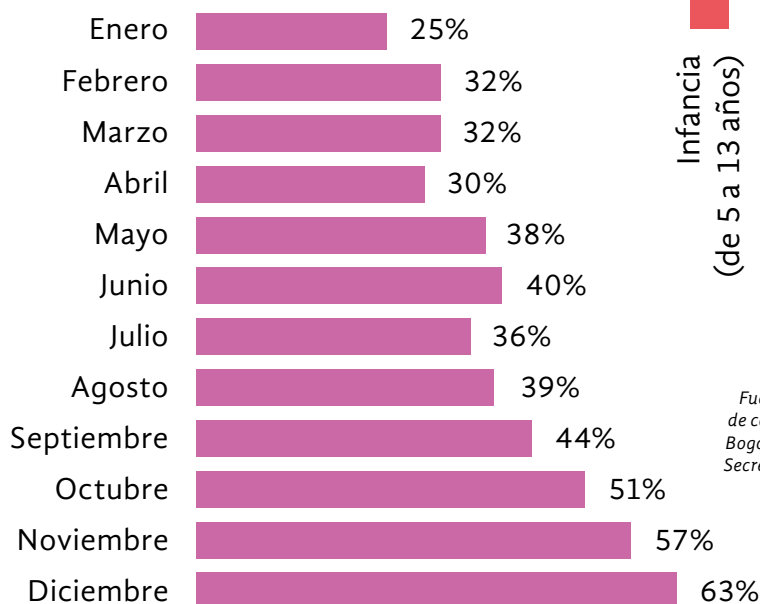
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Meses del año que son de mayor demanda para sus productos/servicios

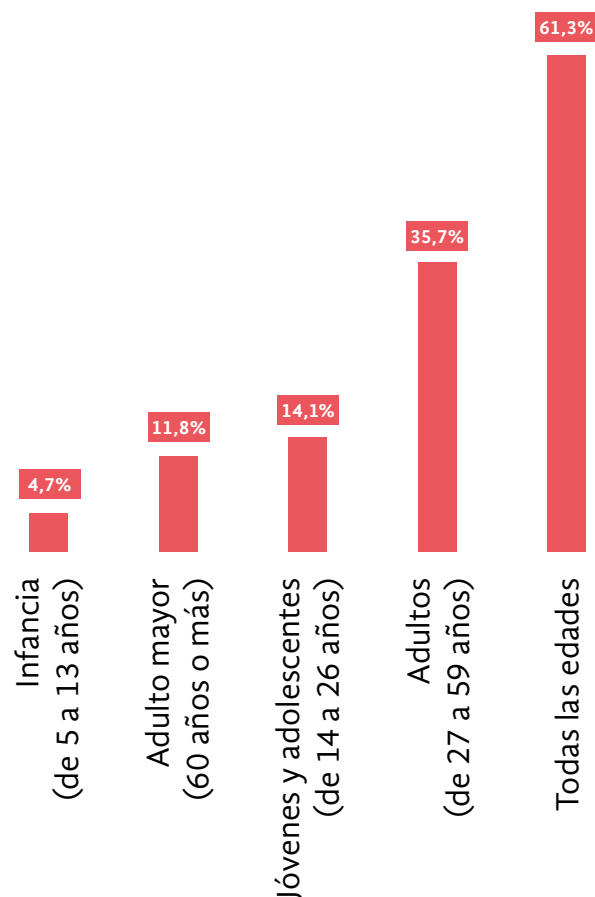
El sector cultural y creativo se mueve con fuerza en el último trimestre del año, octubre (51 %), noviembre (57 %) y diciembre (63 %), mientras que enero (25 %) o abril (30 %) son los de menor demanda para sus productos/servicios.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Grupos etarios a los que se enfocan los productos/servicios de la empresa

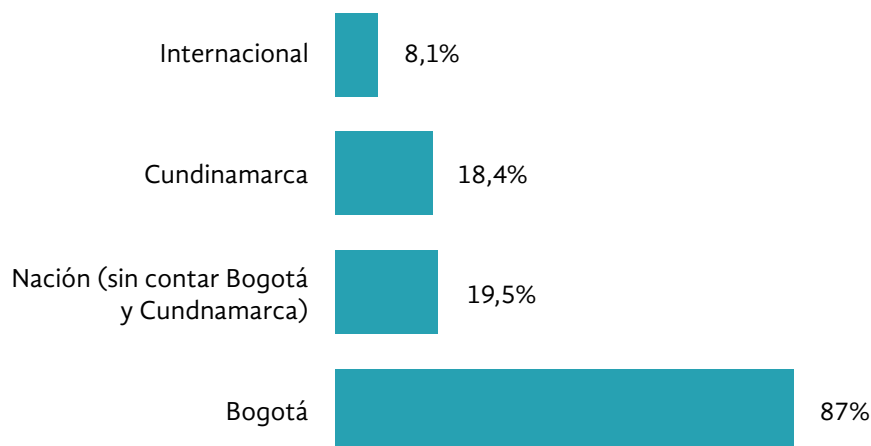
Los públicos objetivo por grupos de edad a los que se enfocan las empresas, muestran públicos adultos mayores de 27 años.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

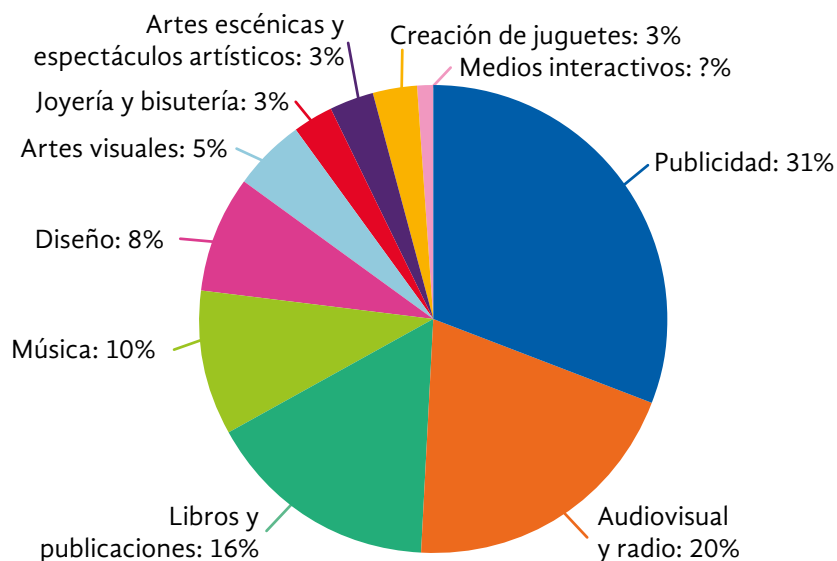
En 2024, principal mercado de su empresa o negocio

Bogotá es el principal mercado de las empresas del sector Industrias Culturales y Creativas con el 87 %, seguido por el mercado nacional (38 %) y solo el 8 % atiende el mercado internacional.



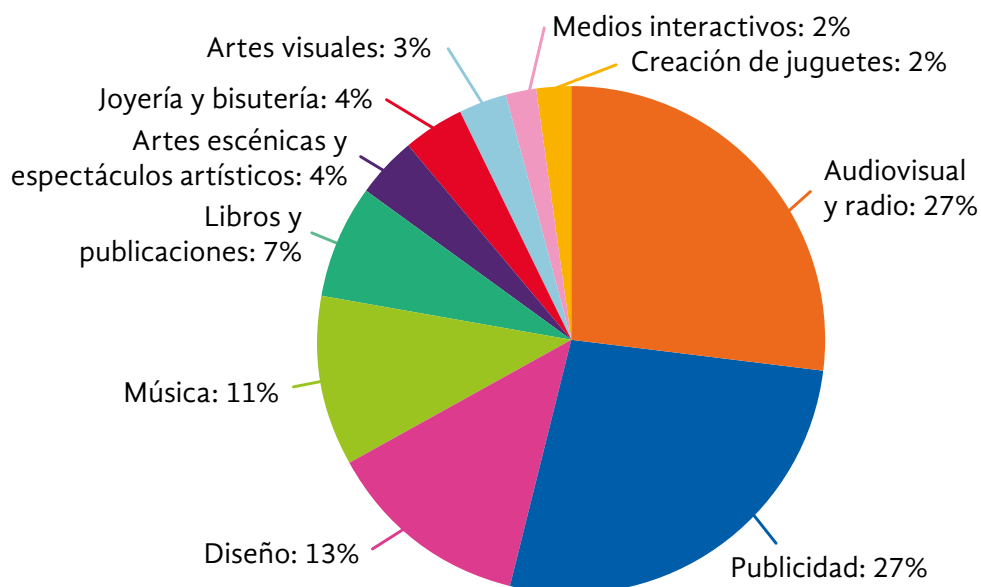
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Los sectores con mayor circulación nacional son los de Audiovisual y radio, Publicidad, Libros y publicaciones.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

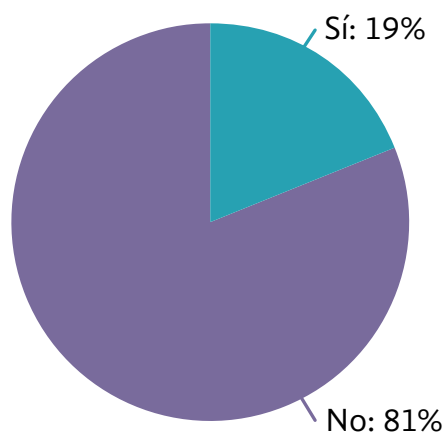
Los sectores con mayor circulación internacional son los de Audiovisual y radio, Publicidad, Diseño y Música.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Realiza ventas al exterior por subsector

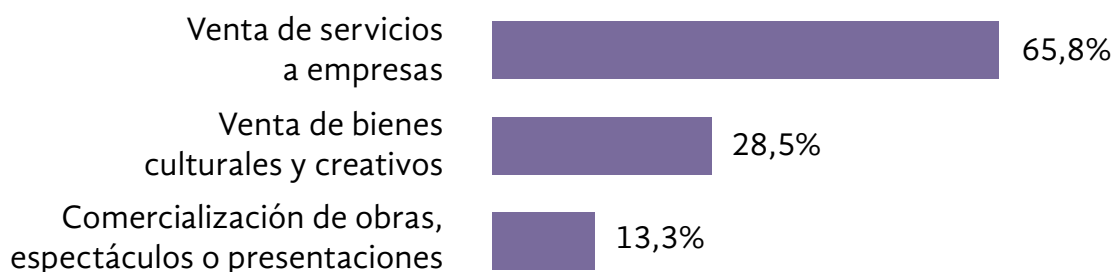
Los sectores Audiovisual y radio son los que mayor vocación reflejan hacia el mercado internacional.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Tipo de operaciones que realiza en el exterior

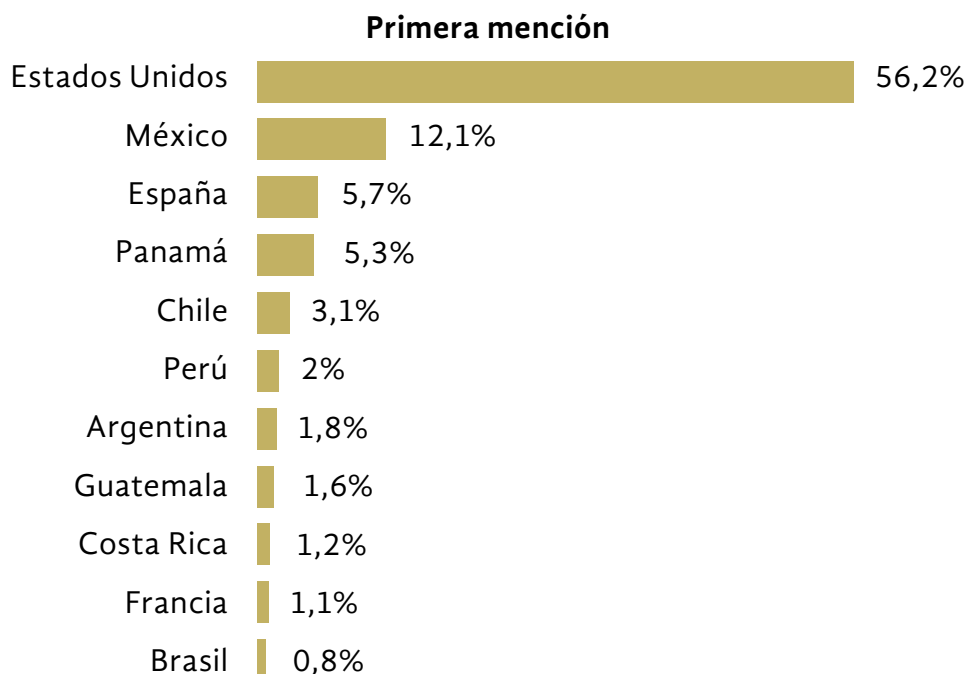
Para quienes exportan, en su mayoría, el tipo de operaciones que realizan en el exterior son la venta de servicios a empresas, seguido de venta de bienes culturales y creativos.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

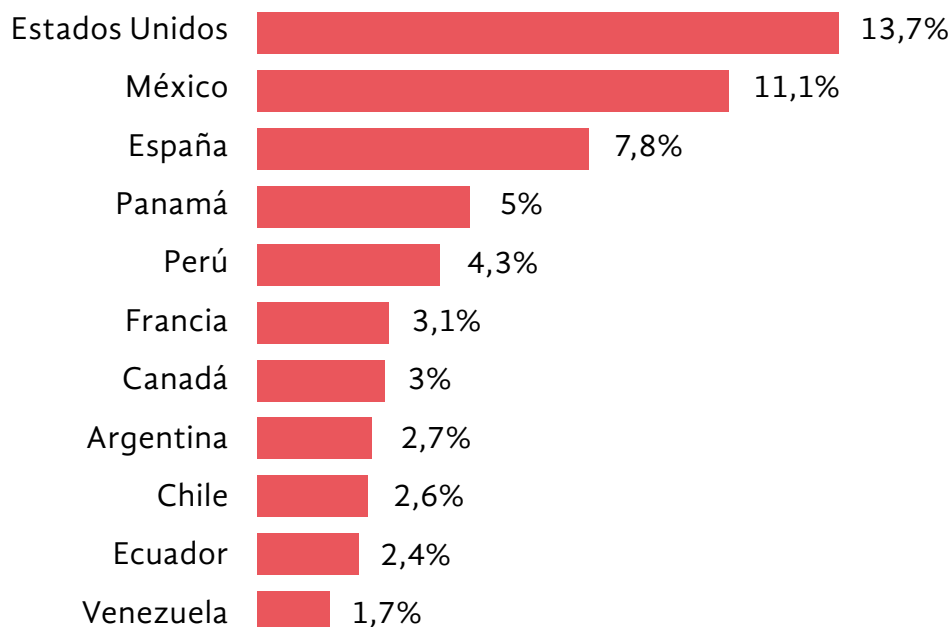
Países a los que venden

En cuanto a los países a los que venden, los principales que atienden son Estados Unidos, México, España, Panamá y Perú.



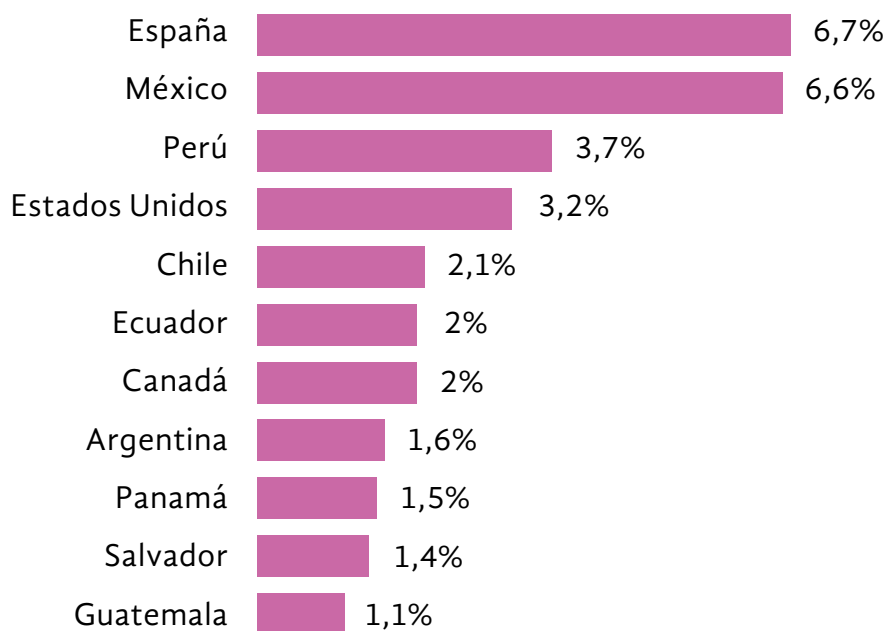
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Segunda mención



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

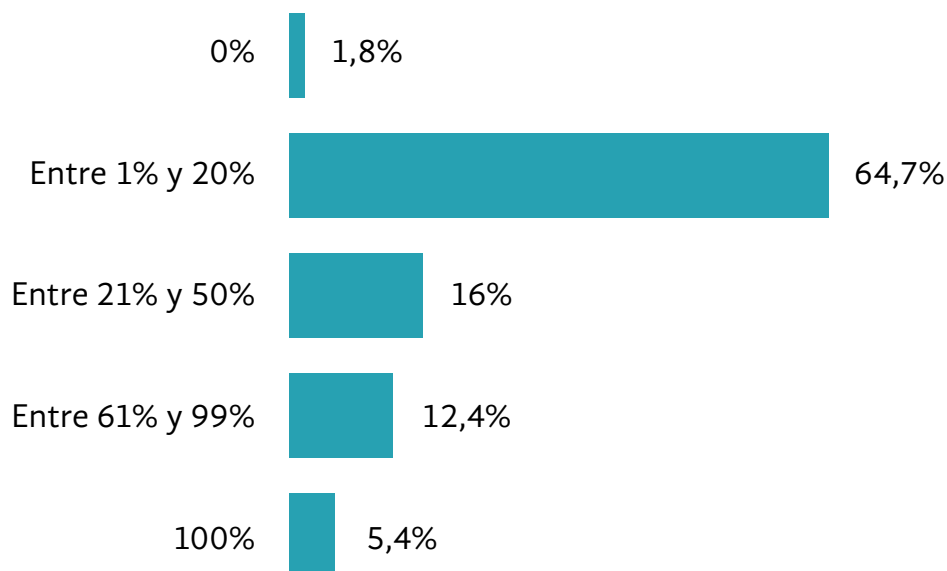
Tercera mención



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Ingresos como ventas del exterior

Para el 64,7 % de las empresas que exportan, estas ventas tienen una distribución en sus ingresos de entre el 1 y el 20 %. Mientras que solo para el 5,4 % de las empresas las ventas al exterior representan el 100 % de sus ingresos.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Día del Orgullo LGBTQ+, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA



La Bienal Internacional de Arte y Ciudad, BOG25, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA



BFW | Bogotá Fashion Week. Foto: Cámara de Comercio de Bogotá

Capítulo 4

TIPO DE ESPACIOS DE OPERACIÓN Y EQUIPAMIENTOS UTILIZADOS

Aquí se presenta información sobre el sitio donde operan y su propiedad, los horarios de trabajo, el uso de equipamientos y espacios públicos y privados.

Se muestran las frecuencias sobre el uso del espacio público, su interés en el funcionamiento en un horario durante 24 horas y los horarios preferidos para operar en la noche.

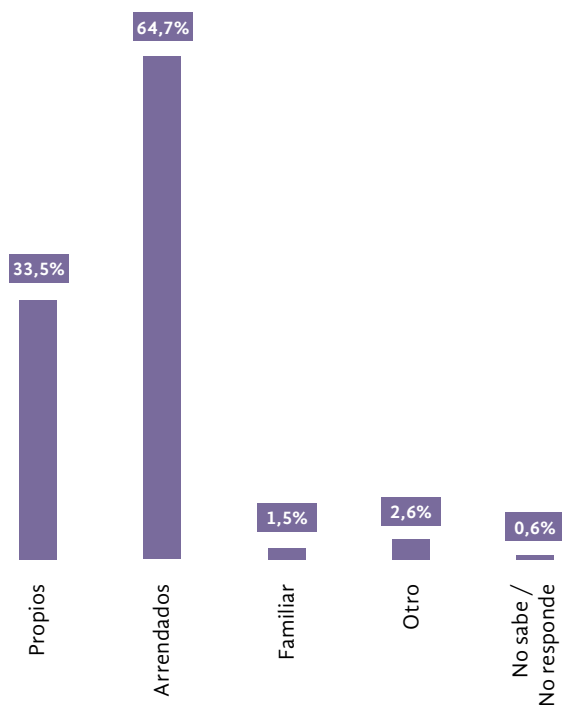


La mayoría de las empresas operan en lugares arrendados (64 %).

El 85 % de las empresas utilizan espacios o equipamientos privados, en menor medida que los públicos.

Propiedad del lugar de operación

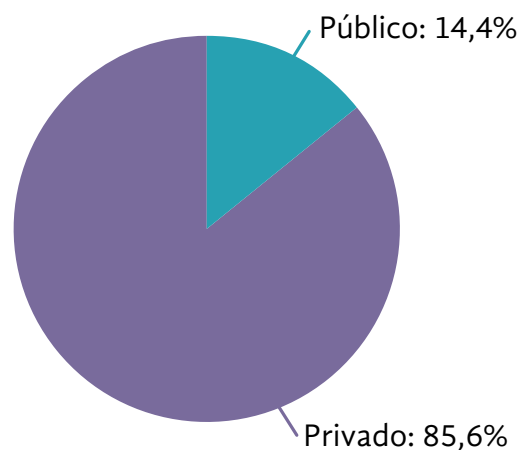
La mayor parte de las empresas mencionan que el lugar donde operan es arrendado (64 %), aunque un tercio cuenta con espacios propios.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Uso habitual de espacios o equipamientos público-privados

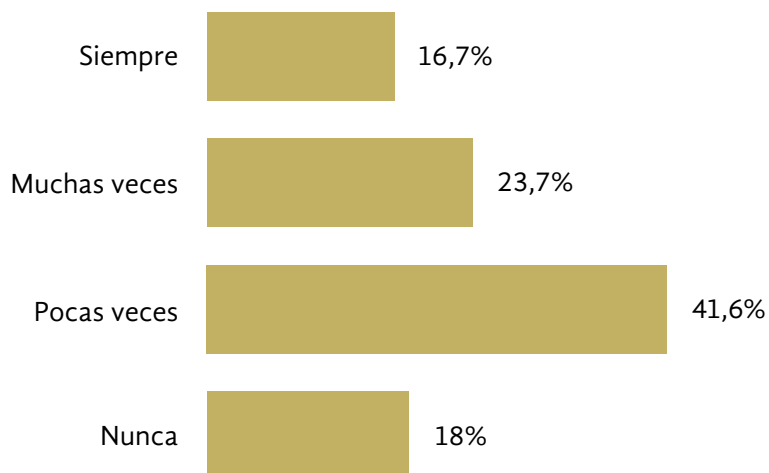
El 85 % de las empresas mencionan que habitualmente utilizan espacios o equipamientos privados, en menor medida que los públicos.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Frecuencia de uso de espacios o equipamientos públicos

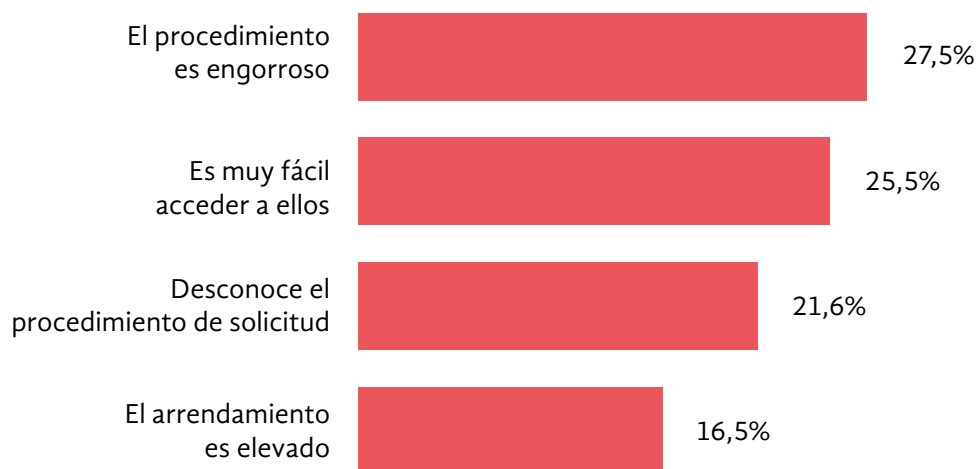
En cuanto a la frecuencia de uso de los espacios o equipamientos públicos, el 40 % los usa regularmente y un 60 % pocas veces o nunca.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Facilidad para acceder a uso de espacios o equipamientos públicos

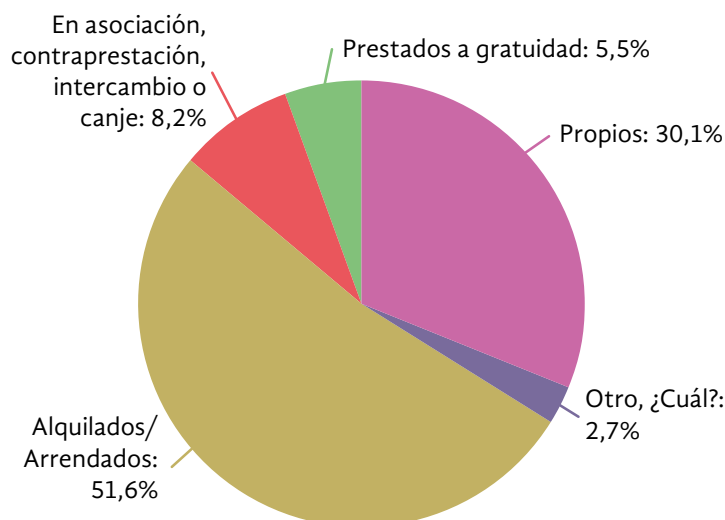
Las principales barreras para acceder a espacios o equipamientos públicos son:



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Modo de uso de espacios o equipamientos públicos

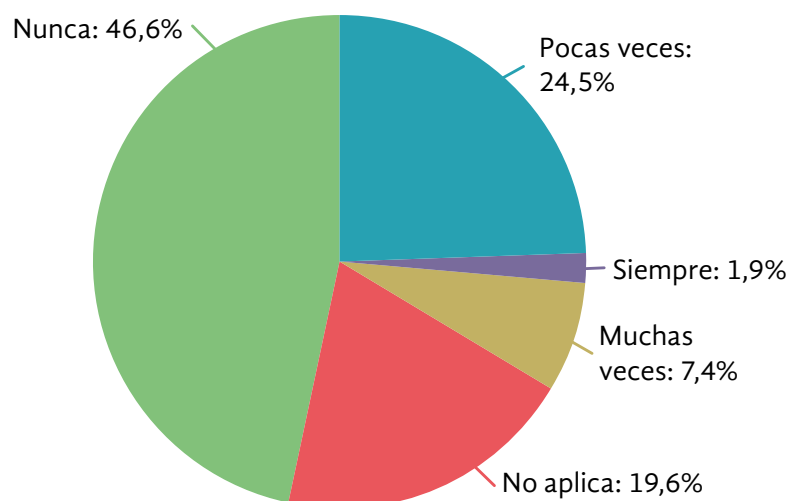
El modo de uso de los espacios o equipamientos es:



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Uso de espacios públicos abiertos

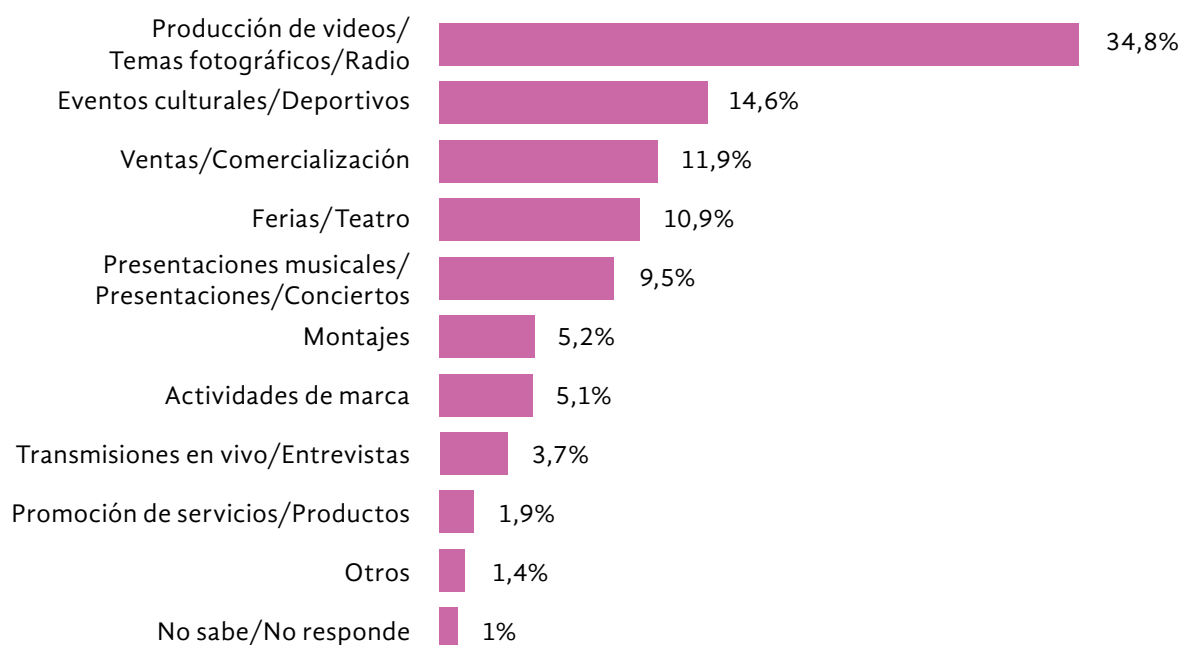
El uso de espacio público abierto es usado pocas veces (el 60 % de las empresas), evidenciando un reto y a la vez una posibilidad para que las políticas públicas faciliten su aprovechamiento y reduzcan la dependencia de arriendos.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Tipo de actividades que realiza o ha realizado en espacios públicos

Los tipos de actividades realizadas en espacio público son:



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

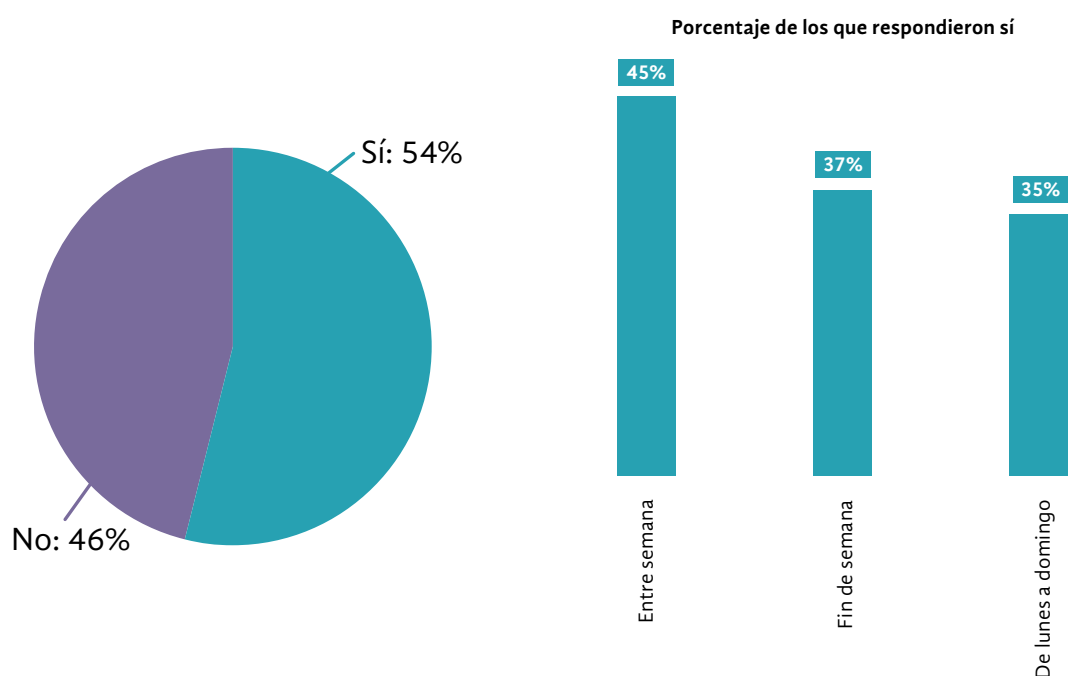
Horario en que realiza normalmente sus negocios o actividades

En cuanto al horario en que realizan normalmente sus negocios o actividades, el 81 % funciona sobre todo en mañana y tarde, mientras que el 18 % lo hace en la noche o madrugada.

	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada	Total
Creación - Investigación	44 %	36 %	15 %	5 %	100 %
Producción o Edición	41 %	40 %	14 %	5 %	100 %
Distribución	42 %	44 %	11 %	3 %	100 %
Exhibición	40 %	40 %	16 %	4 %	100 %
Comercialización	40 %	39 %	11 %	10 %	100 %
Promoción	42 %	41 %	14 %	4 %	100 %
Total	41 %	40 %	13 %	5 %	100 %

Disposición para operar 24 horas

Más de la mitad de los encuestados manifiesta estar dispuesto a operar 24 horas, en su mayoría entre semana.



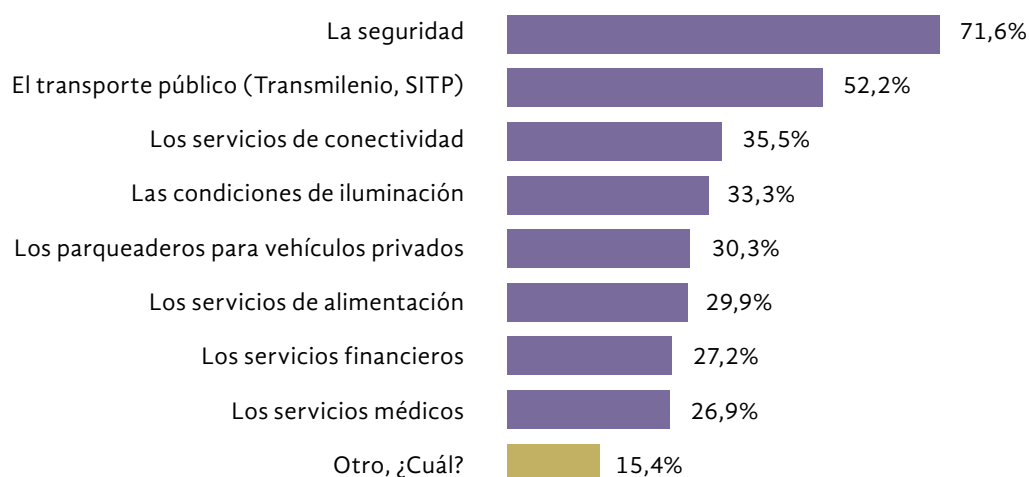
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



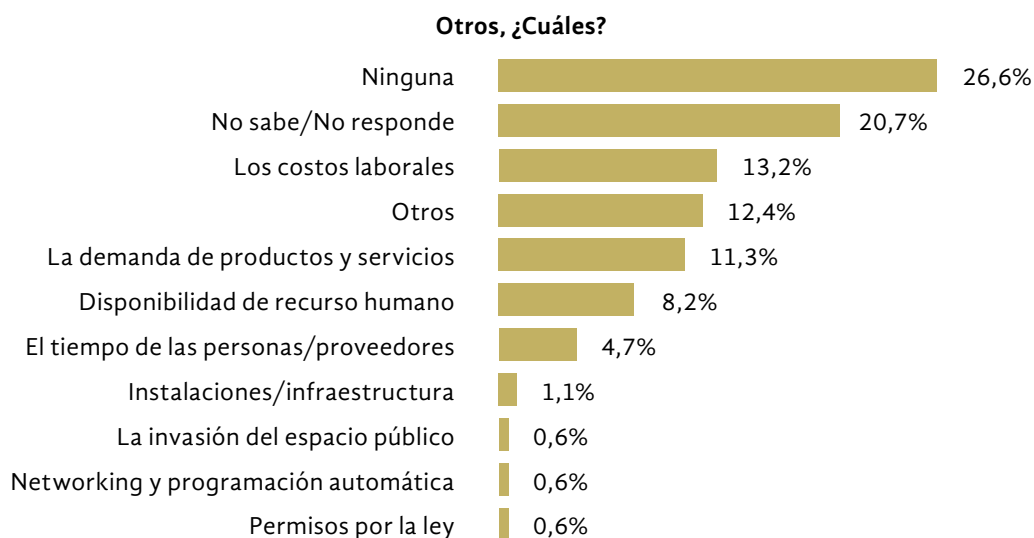
Elementos importantes para operar 24 horas

La seguridad es la condición más relevante para operar las 24 horas.

Si hubiera mejores condiciones de seguridad y transporte, en línea con la estrategia Bogotá 24 horas, más de la mitad de los empresarios abriría en horario 24 horas con actividades entre semana.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Capítulo 5

BUENAS PRÁCTICAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

En este capítulo se presenta información sobre propiedad intelectual y contiene datos del registro de signos distintivos, marcas, obras o creaciones; así como las facilidades para obtener los registros.



El 80,3 % de las empresas cuentan con una marca.

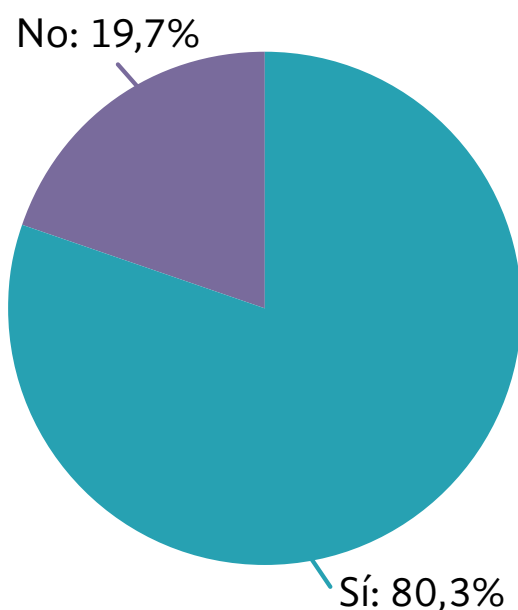
Las empresas han registrado sus distintivos (32,3 %).

El 37,5 % no ha registrado su marca o signos distintivos, porque desconoce el procedimiento de solicitud.

Los sectores con mayor cantidad de empresas con registro de obras o creaciones son el Audiovisual y radio, Libros y publicaciones, Música y Publicidad.

Cuenta con algún signo distintivo

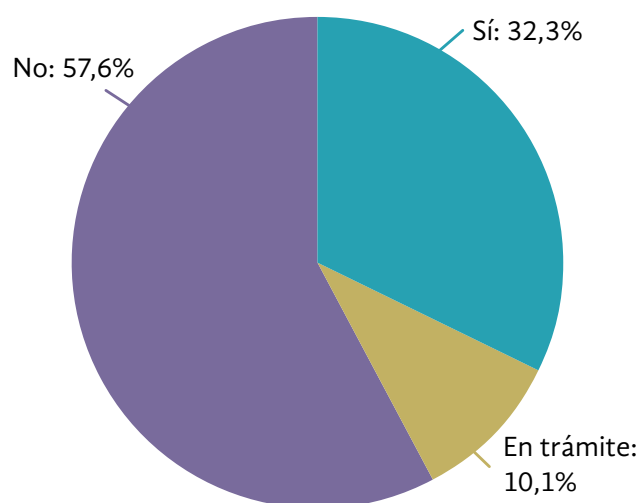
Aunque el 80,3 % de las empresas cuenta con marca, muchas no la registran aún (57,6 %), principalmente, por desconocimiento sobre el proceso (37,5 %).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

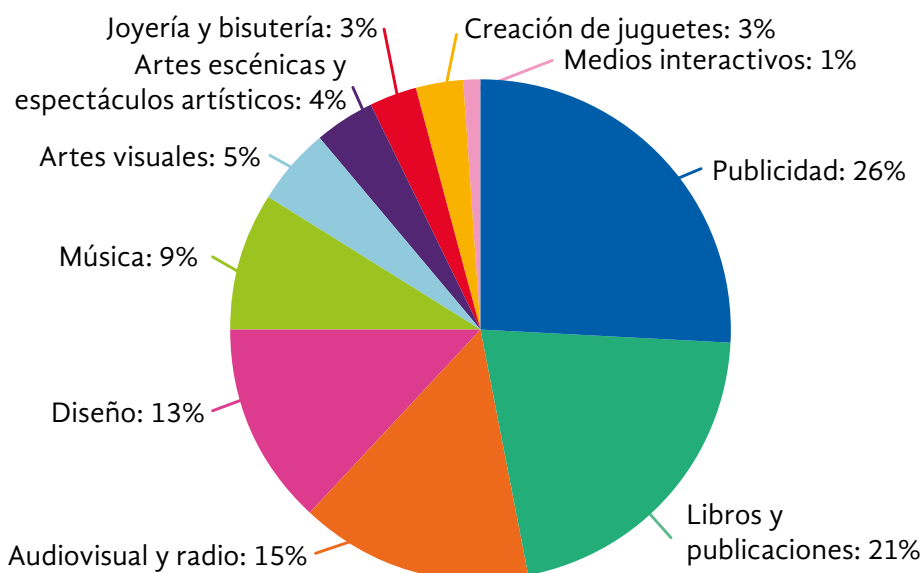
Marca o signo distintivo están registrados ante la Superintendencia de Industria y Comercio

Sin embargo, solo el 32,3 % de las empresas han registrado sus distintivos.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Los sectores con mayor proporción de empresas con marcas o signos distintivos registrados son Publicidad, Libros y publicaciones, Audiovisual y radio, Diseño.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Razones para no hacer un registro distintivo

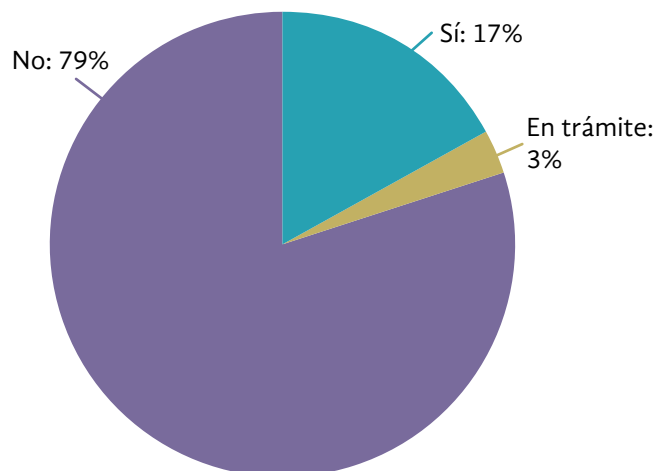
El 37,5 % de las empresas no han registrado su marca o signos distintivos, porque desconocen el procedimiento de solicitud, seguido de los costos (21,5 %) y el desinterés por hacerlo (20,3 %).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

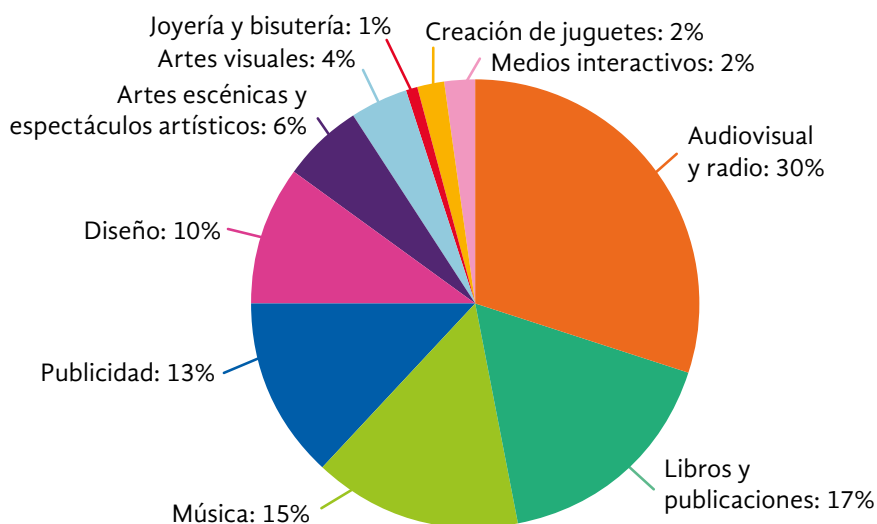
Ha realizado registro de obras o creaciones

En cuanto a registro de obras o creaciones, solo el 17 % de las empresas han registrado sus obras o creaciones y el 3 % se encuentra en trámite.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

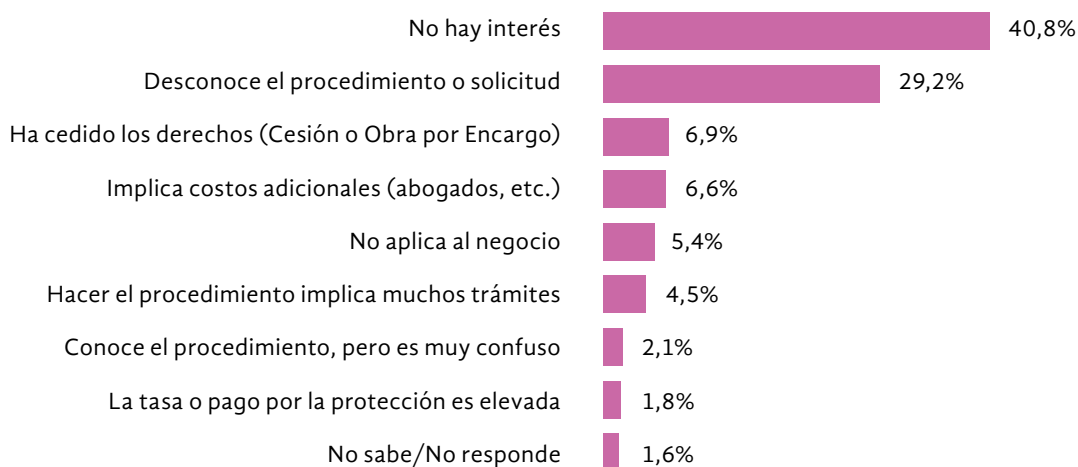
Los sectores con mayor proporción de empresas con registro de obras o creaciones, registrados son el Audiovisual y radio, Libros y publicaciones, Música, y Publicidad.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Razones para no hacer un registro de obras o creaciones

Del 79 % de las empresas que no han registrado sus obras o creaciones, indican que es debido al desinterés (40,8 %), el desconocimiento del proceso (29,2 %) y porque ya ha cedido los derechos (6,9 %).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Ha realizado registro de obras o creaciones en Colombia o en el extranjero

De las empresas que realizaron o están en trámite de registro de sus obras y creaciones (17 %), un 9 % menciona que este registro lo realizó en el extranjero.



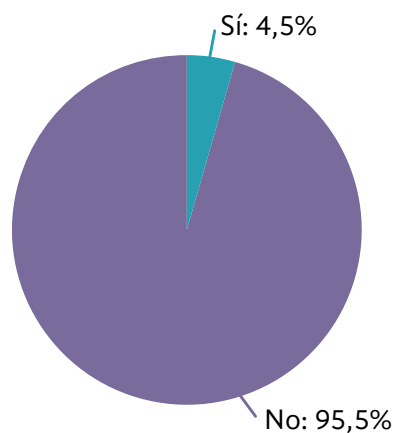
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Nota: por ser respuesta múltiple el total suma más de 100 %

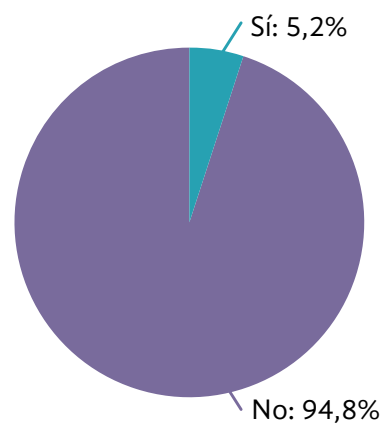
Recibe ingresos por regalías de derechos de autor o provenientes de servicios conexos

Solo 4,5 % de las empresas reciben ingresos o regalías provenientes de derechos de autor.

¿La empresa, recibe ingresos o regalías provenientes de derechos de autor?



¿La empresa, recibe ingresos o regalías provenientes de servicios conexos?



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Este panorama evidencia un amplio margen de acción hacia el crecimiento en la protección y aprovechamiento de activos intangibles, lo que abre una oportunidad para fortalecer la cultura de registro, incrementar el valor de las creaciones y diversificar las fuentes de ingreso del sector.



Registro de obras o creaciones en 2024 - Bogotá

Bogotá lidera la creatividad en Colombia. Concentró el 34 % de todas las obras registradas en 2024 ante la DNDA, con 37.654 inscripciones, posicionando la región como la más creativa del país, por encima de Antioquia (18 %) y Valle del Cauca (9 %).

Predominio de obras literarias inéditas. Esta categoría representó el 43 % del total de registros, seguida por obras musicales y fonogramas (22 % cada una), evidenciando una fuerte dinámica creativa.

Récord histórico de registros. Colombia aprobó 110.980 obras en 2024, la cifra más alta desde que existe el registro de derecho de autor en el país, lo que representa un crecimiento del 22 % frente a 2023¹.

1 Dirección Nacional de Derecho de Autor, DNDA, Informe de registros 2024, comunicado del 3 de febrero de 2025.



GOFEST 2025 | Festival del Emprendimiento de Bogotá – CCB, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA

Capítulo 6

USO Y APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES

Aquí se presenta información sobre el nivel de uso y apropiación de herramientas en los procesos empresariales, las herramientas digitales más utilizadas, el uso de inteligencia artificial; su aplicación, conocimiento y la capacitación y barreras asociadas a su uso.



Las empresas operan en un local físico (31,3 %), en sitios virtuales (29,9 %) y en las viviendas (22,6 %).

Los Medios interactivos lideran, con el 75,4 %, el uso de inteligencia artificial, IA, les siguen Diseño (49 %), Publicidad (46 %) y Audiovisual y radio (44,5 %).

Las empresas que han incorporado IA, lo han hecho para generación de contenidos, edición de textos y presentaciones (75,6 %), edición de imágenes (61,9 %), diseño y creatividad (61,4 %) y marketing digital (55,5 %).

Las herramientas de IA más utilizadas por las empresas son ChatGPT (60,2 %), Gemini (3,3 %), Adobe (3,1 %).

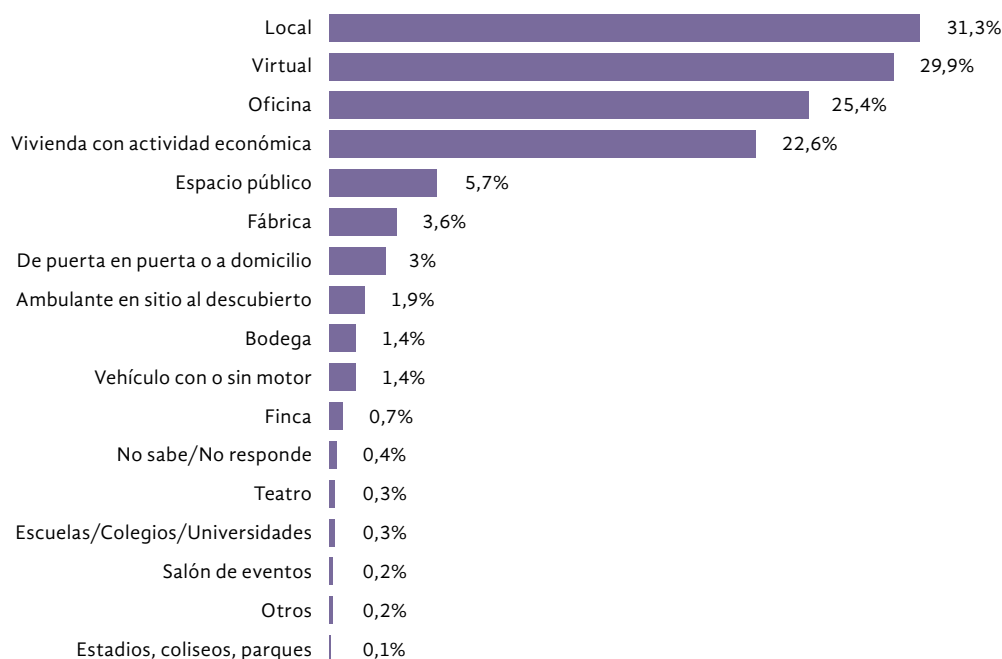
El voz a voz, WhatsApp y las redes sociales Instagram y Facebook son los medios más utilizados para difundir servicios.





¿En cuáles sitios funciona, principalmente, esta empresa o negocio?

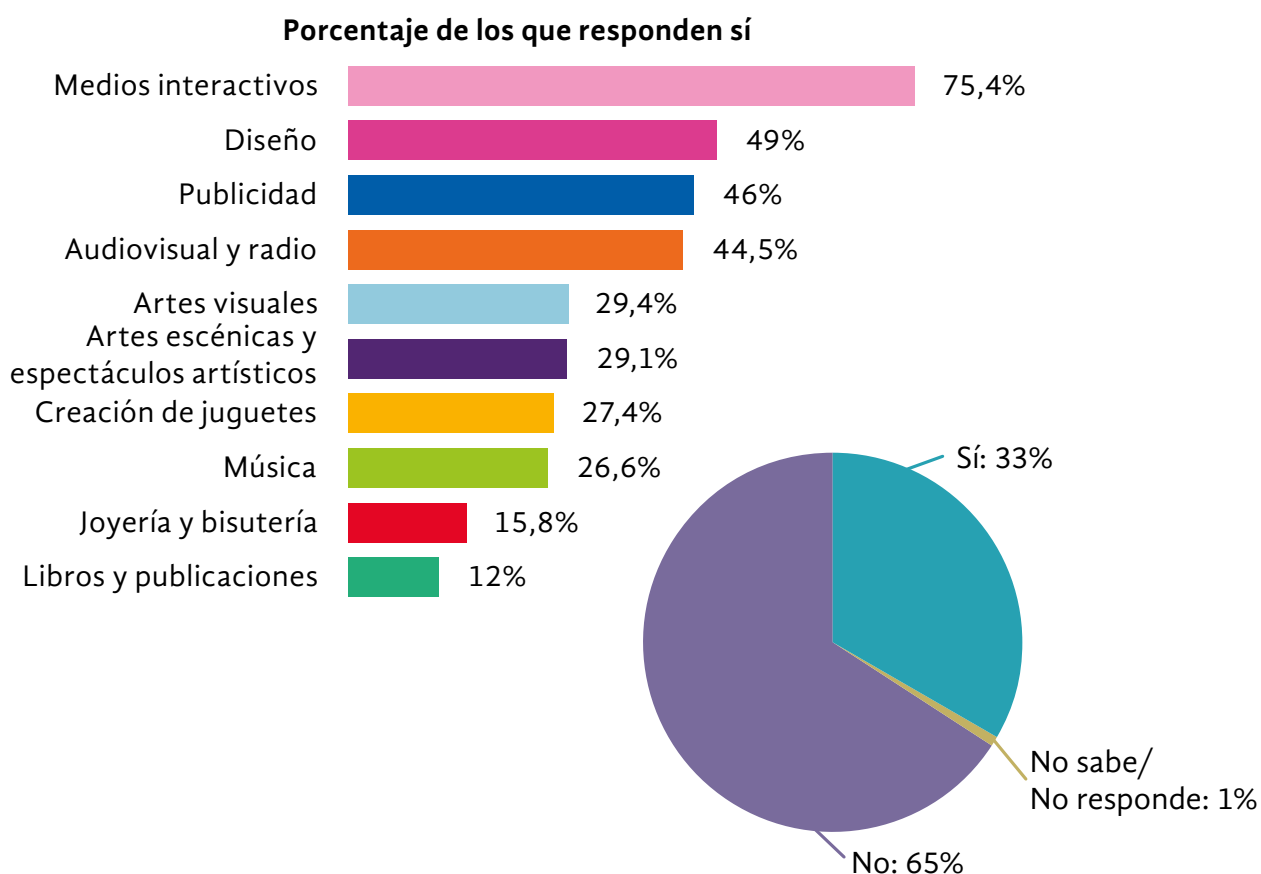
La mayoría de las empresas encuestadas operan, principalmente, desde un local físico (31,3 %), seguido muy de cerca por modalidades virtuales (29,9 %), lo que evidencia una adaptación híbrida entre presencialidad y digitalización. El 22,6 % funciona desde viviendas con actividad económica, mostrando la relevancia de los espacios domésticos y flexibles en los modelos de negocio actuales.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

¿Esta empresa o negocio está implementando actividades soportadas en Inteligencia Artificial?

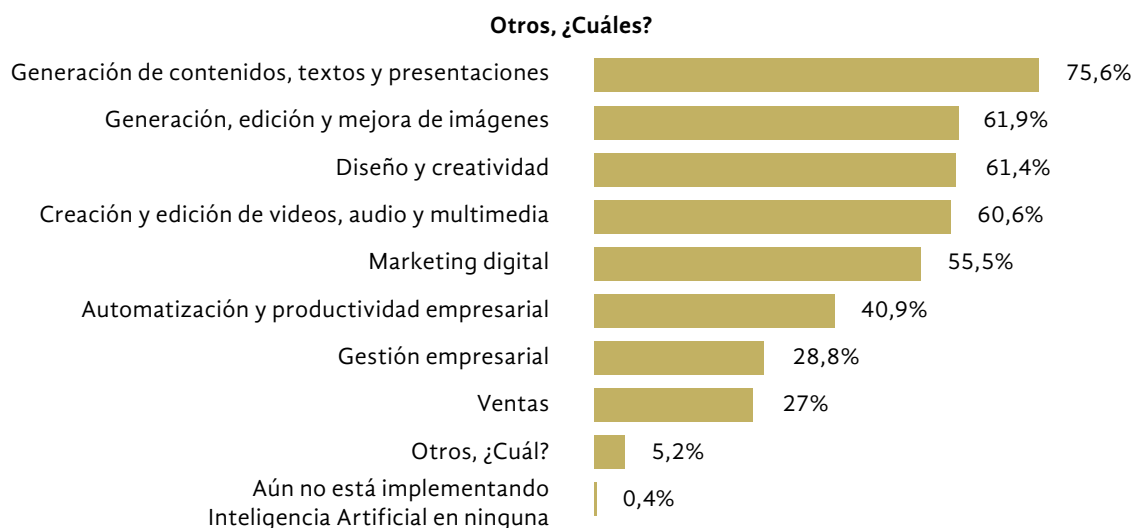
La adopción de inteligencia artificial en las Industrias Creativas y Culturales, presenta avances diferenciados según el sector. Los Medios interactivos lideran ampliamente con el 75,4 % de uso, evidenciando una fuerte integración entre tecnología y contenidos digitales. Les siguen Diseño (49 %), Publicidad (46 %) y Audiovisual y radio (44,5 %), donde la IA se utiliza para creación visual, automatización de contenidos, edición y análisis. Sectores como Artes visuales (29,4 %), Artes escénicas y espacios artísticos (29,1 %), Creación de juguetes (27,4 %) y Música (26,6 %), muestran una adopción intermedia, asociada a procesos de diseño, producción y experimentación creativa. En contraste, actividades altamente tradicionales, como Joyería y bisutería (15,8 %) y Libros y publicaciones (12 %) presentan menores niveles de incorporación, lo que refleja brechas tecnológicas y oportunidades para fortalecer la innovación en estos segmentos.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

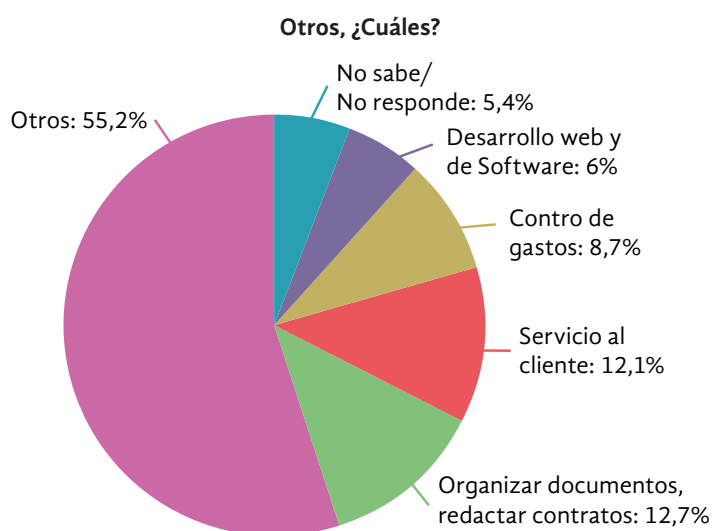
¿En cuál actividad ha implementado Inteligencia Artificial su empresa?

Del 33 % de las empresas que ha incorporado la IA en la empresa, estas lo han hecho para generación de contenidos, la edición de textos y presentaciones (75,6 %), la edición de imágenes (61,9 %), el diseño y creatividad (61,4 %) y el marketing digital (55,5 %).



Nota: por ser respuesta múltiple, el total suma más de 100 %

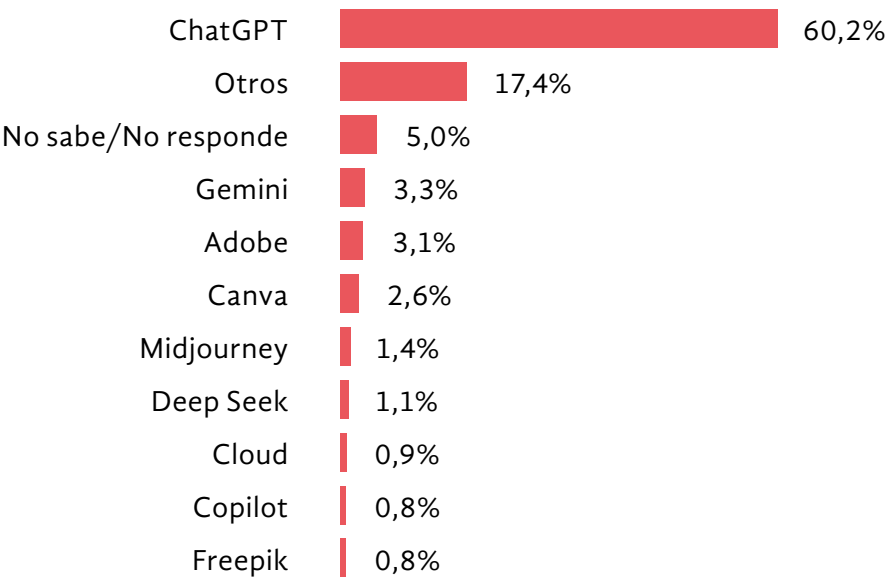
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Herramientas de IA más utilizadas por las empresas

Las herramientas de IA más utilizadas por las empresas son ChatGPT (60,2 %), Gemini (3,3 %), Adobe (3,1 %).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



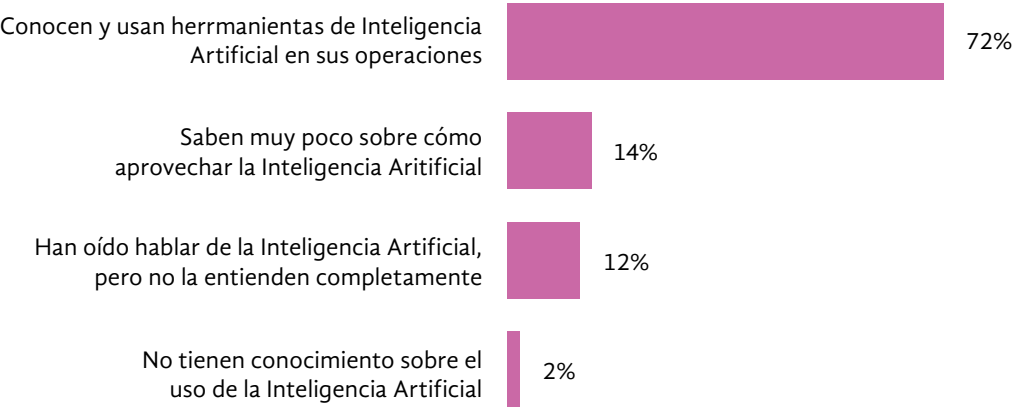


Día del Orgullo LGBTQ+, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA

Nivel de conocimiento y uso de la Inteligencia Artificial de los empleados de la organización/empresa

En cuánto al nivel de apropiación de la IA entre los empleados, el panorama es favorable, el 72 % afirma conocer y usar herramientas de IA en sus operaciones, lo que evidencia un grado significativo de

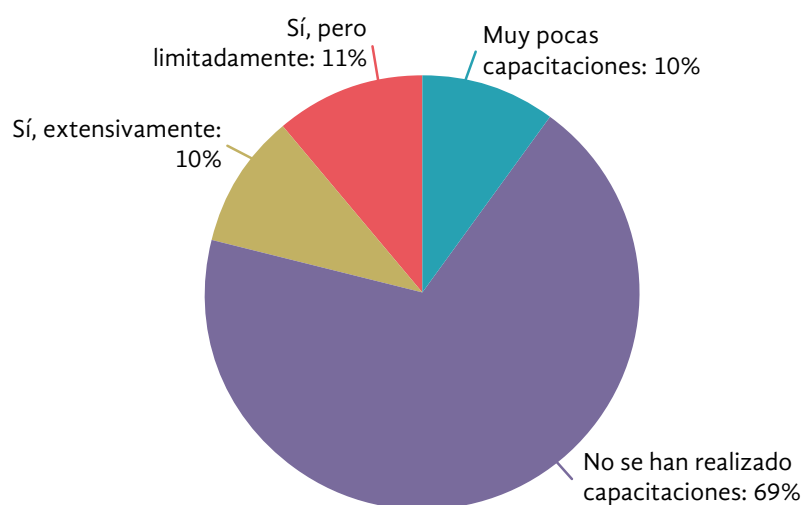
integración tecnológica en los procesos cotidianos de las empresas creativas y culturales. Sin embargo, aún existe un segmento amplio que revela brechas de apropiación. El 28 % declara saber muy poco o solo ha oído hablar del tema sin comprenderlo del todo. El 2 % manifiesta no tener ningún conocimiento.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Ha promovido en la empresa que los empleados participen en capacitaciones relacionadas con el uso de Inteligencia Artificial

Las empresas aún no acompañan con formación sistemática, el 69 % no ha recibido ninguna capacitación, lo que sugiere que gran parte del conocimiento adquirido es autodidacta o informal. Solo el 11 % ha tenido capacitaciones limitadas, y apenas el 10 % menciona formación extensiva, mientras otro 10 % reporta muy pocas capacitaciones. Este contraste revela una brecha entre el uso práctico y la formación formal, lo que puede afectar la profundidad y calidad de la adopción tecnológica en el sector.



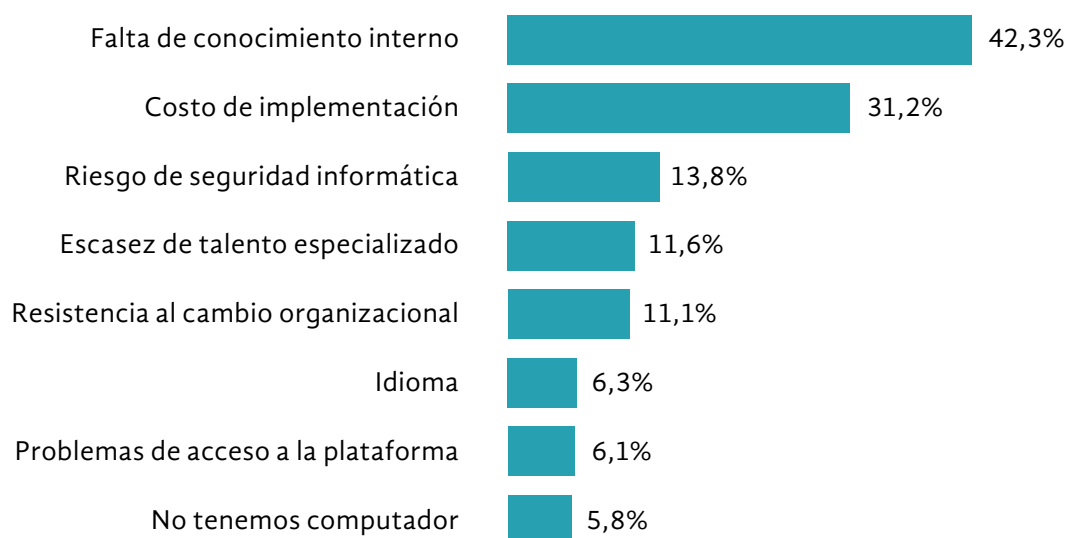
Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Principales barreras que enfrenta su organización/empresa para adoptar la Inteligencia Artificial

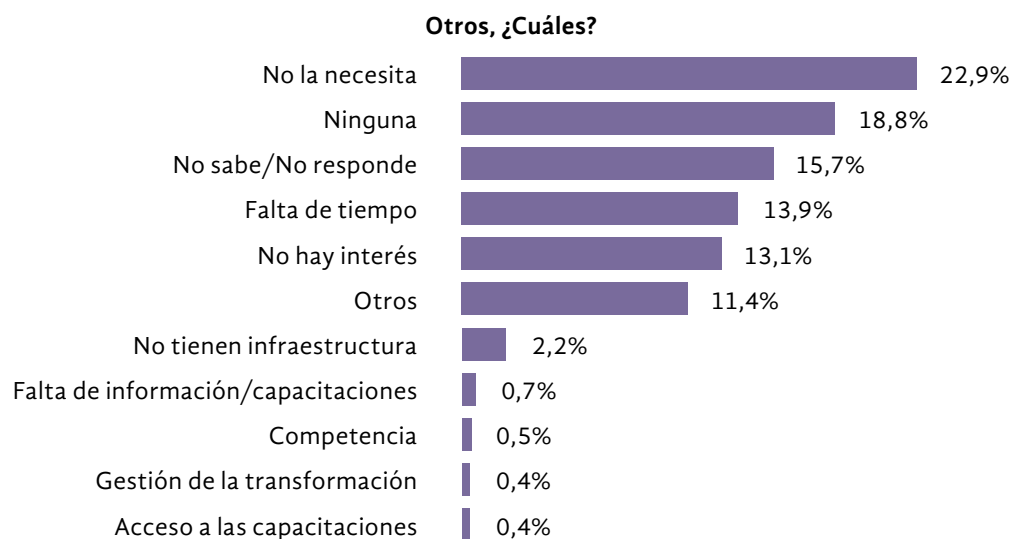
Las principales barreras para la adopción de inteligencia artificial en las empresas del sector cultural y creativo están relacionadas, sobre todo, con brechas de capacitación y recursos. La falta de conocimiento interno es la razón más mencionada (42,3 %), seguida del costo de implementación (31,2 %), lo que evidencia limitaciones, tanto en capacidades técnicas como en

inversión. También, surgen preocupaciones asociadas a seguridad informática (13,8 %), escasez de talento especializado (11,6 %) y resistencia al cambio organizacional (11,1 %), que reflejan retos estructurales para integrar nuevas tecnologías. A esto, se suman factores operativos como el idioma (6,3 %), problemas de acceso a plataformas (6,1 %) o incluso no tener computador (5,8 %), propios de organizaciones con baja infraestructura digital. Entre las respuestas abiertas destacan percepciones como “no la

necesitan” (22,9 %) o “no hay interés” (13,1 %), que muestran que, además de limitaciones técnicas, persiste una baja valoración del uso estratégico de la IA, reforzada por la falta de tiempo (13,9 %), para explorar nuevas herramientas y la ausencia de procesos claros de transformación digital.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Nota: por ser respuesta múltiple no suma 100 %

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Medios de comunicación que emplea para promocionar y dar a conocer sus actividades

Las redes sociales y el voz a voz son los medios de comunicación más comunes para promocionar y dar a conocer sus actividades.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

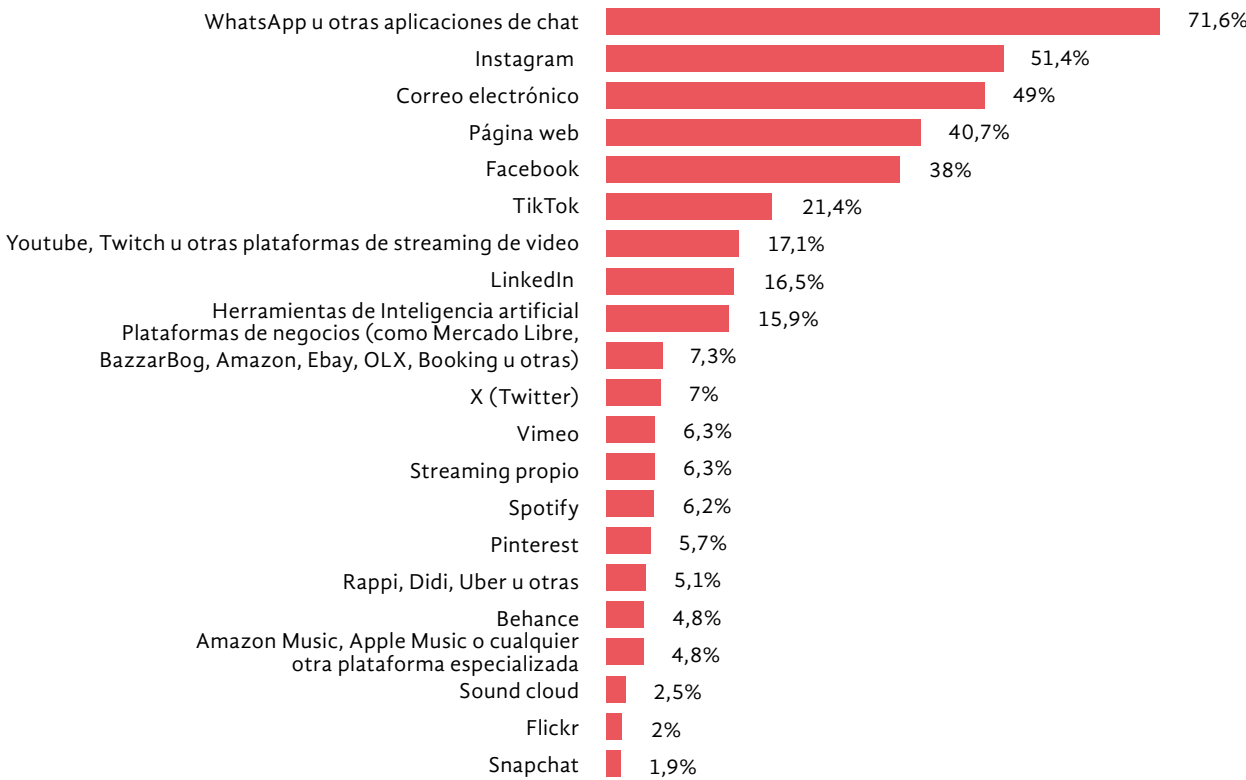


Desfile de Comparsas, Bogotá, Colombia. Foto: SCRD



Frecuencia con la que esta empresa o negocio usa las siguientes herramientas digitales para promocionar o dar a conocer sus productos

El voz a voz, WhatsApp y redes sociales (Instagram, Facebook) son los medios más utilizados para difundir servicios. LinkedIn, TikTok o X tienen poca relevancia en este ecosistema. Al promocionar y dar a conocer sus actividades, las redes sociales que más utilizan las empresas son WhatsApp, instagram y correo electrónico.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).



Capítulo 7

CIFRAS AL CENTRO

El Centro de Bogotá es el reflejo de dinámicas y punto de origen de múltiples manifestaciones pluriculturales y diversas, que son reconocidas a nivel nacional e internacional como referentes en materia de cultura y creatividad. Este territorio ha concentrado, históricamente, procesos culturales y creativos que han incidido de manera directa en la identidad de la ciudad y en su proyección como capital creativa.



Para el Centro de Bogotá, localidades La Candelaria, Santa Fe y Los Mártires, se contó con una muestra de 237 empresas.

El 95.2 % de las empresas encuestadas en el Centro son microempresas y el 3,8 % pequeñas empresas.

Las empresas encuestadas están lideradas por hombres (62 %) y por mujeres (48 %).

Los empresarios encuestados del Centro identifican como principales necesidades para crecer tener más contactos comerciales (59 %) y profundizar el fortalecimiento empresarial (35 %).

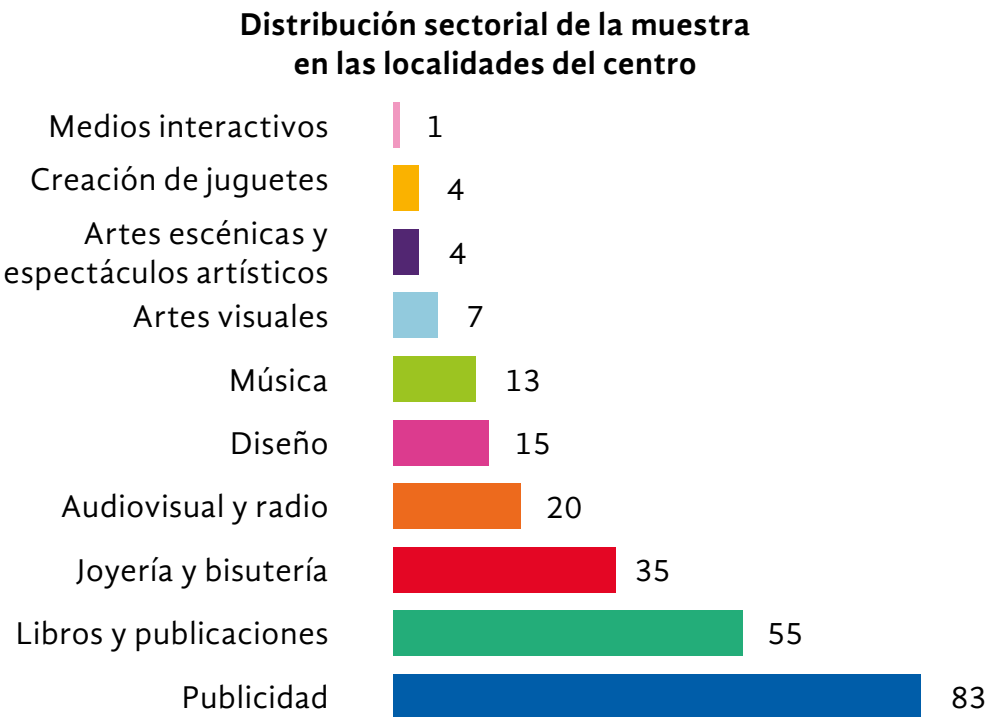
El 53 % abriría en horario nocturno y de madrugada si hubiera mejores condiciones de seguridad (76 %), un mejor transporte público (51 %) y mejores condiciones de iluminación (32 %).



Día internacional de la mujer indígena, Bogotá, Colombia. Foto: SCRD

Características de las empresas encuestadas en el Centro de Bogotá

Para el Centro de Bogotá, localidades de La Candelaria, Santa Fe y Los Mártires, se contó con una muestra de 237 empresas, con un margen de error del 6.0 %, distribuidos en los mismos códigos CIIU analizados para toda Bogotá dentro del presente estudio. Es importante resaltar que los resultados de este estudio son indicativos y responden al comportamiento económico de las empresas encuestadas.



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Para las empresas encuestadas, el 95.2 % de las empresas en el Centro son microempresas y solo el 3,8 % pequeñas empresas.

Las empresas encuestadas del Centro están lideradas por hombres (62 %) y por mujeres (48 %).

En cuanto a la generación de empleo, el 45 % de las empresas encuestadas tienen entre 1 y 10 empleados. Entre los eslabones

de la cadena de valor, las empresas encuestadas del Centro se ubican en la producción y comercialización.

- 9 % son de creación - investigación
- 39 % en producción o edición
- 9 % en distribución
- 6 % de exhibición
- 35 % en comercialización
- 6 % en promoción.

En una escala de 0 a 100 %, los mayores ingresos de las empresas encuestadas del sector provienen de:

- Recursos privados o de terceros inversionistas (47 %)
- Aportes de socios (40 %)
- Recursos provenientes de entidades públicas —departamentales, de Bogotá y nacionales— (24 %)
- Ingresos derivados de derechos de autor, conexos, subsidios y propiedad intelectual (34 %).

Fortalezas, debilidades y fuentes de ingreso de las empresas del Centro

El sector se distingue por sus estándares de servicio al cliente (94 %), proceso creativo y de producción (90 %), y el reconocimiento del público (83 %).

En cuanto a las debilidades que enfrentan las empresas o negocios encuestados del Centro, están la disposición de espacios e infraestructura propia (44 %), la disposición de recursos financieros (44 %) y el acceso al crédito (42 %).

Las empresas encuestadas del Centro tienen necesidades de capacitación y fortalecimiento en ventas, mercadeo y servicio al cliente (42 %), seguido de la correcta gestión y marketing de proyectos (34 %) y del uso de herramientas digitales para las ventas (28 %).



Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá (2025). Encuesta de caracterización de las industrias creativas y culturales de Bogotá 2025. Elaboración propia con asistencia técnica de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD) y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA).

Los empresarios encuestados del Centro identifican como principales necesidades para crecer tener más contactos comerciales (59 %), profundizar el fortalecimiento empresarial (35 %) y contar con mayor asesoría y acompañamiento (30 %), y otro, ¿cuál? (Finanzas / financiamientos / apoyo económico / inversión (51 %).

Propiedad intelectual e Inteligencia Artificial

El 76 % de las empresas encuestadas tienen marca propia, pero la mayoría (62 %) no la registra y solo el 5 % recibe regalías.

El 23 % de las empresas encuestadas conocen y usan herramientas de inteligencia artificial en sus operaciones.

El 58 % de sus empleados manifiesta conocer y usar herramientas de IA en sus operaciones.

Operación 24 horas en el Centro

Mientras que el 89 % de las empresas o negocios encuestados funcionan en horarios de mañana y tarde, solo el 42 % estaría dispuesto a que su empresa o negocio funcione 24 horas entre semana.

El 53 % de los encuestados manifestaron que abrirían en un horario nocturno y de madrugada si hubiera mejores condiciones de seguridad (76 %), seguido de un mejor transporte público (51 %) y mejores condiciones de iluminación (32 %).

Finalmente, solo el 11 % manifestó estar dispuesto a funcionar en horario nocturno y de madrugada.



Bronx Distrito Creativo, Casa de las ICC, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA

El Bronx Distrito Creativo UN SUEÑO DE CIUDAD

El Bronx Distrito Creativo (BDC) constituye uno de los proyectos de renovación urbana y patrimonial más complejos, ambiciosos y técnicamente rigurosos desarrollados en Bogotá en las últimas décadas. Dirigido por la Alcaldía Mayor de Bogotá y gestionado a través de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA), en convenio con Renobo, el BDC es el primer Distrito Creativo inducido por política pública en la capital y se consolida como la futura Casa de las Industrias Culturales y Creativas, concebida como un motor estratégico para el desarrollo económico, cultural y urbano de la ciudad.

Localizado en la localidad de Los Mártires, entre la Avenida Caracas y las calles 9 y 10, el proyecto se inscribe en el Plan Parcial de Renovación Urbana Voto Nacional–La Estanzuela, respaldado por los Decretos 145 de 2013, 329 de 2016 y 529 de 2017, que establecen el marco normativo para la recuperación integral de este entorno.



En este contexto, el BDC actúa sobre un territorio históricamente estigmatizado, transformándolo en un espacio de oportunidades donde el arte, la cultura, la creatividad y el trabajo comunitario habilitan nuevas formas de habitar el Centro, aportando a la construcción de paz, la inclusión social y la resignificación de la memoria urbana. Lejos de borrar el pasado, el proyecto conecta el presente con las raíces históricas de la ciudad y proyecta un futuro que reafirma la identidad bogotana desde una perspectiva crítica y contemporánea.

La potencia del Bronx Distrito Creativo radica en que trasciende la intervención física para consolidarse como un modelo integral de renovación urbana. En un mismo ecosistema convergen la recuperación de bienes patrimoniales de alta complejidad técnica; la arquitectura contemporánea y el espacio público innovador, representados por La Milla; las Industrias Culturales y Creativas como sector estratégico de la economía urbana; y procesos de memoria, investigación y tejido social que fortalecen la cohesión territorial. Este enfoque integral posiciona al BDC como un referente para la articulación entre cultura, economía y ciudad.

El alcance material del proyecto expresa esta ambición de manera contundente. El BDC comprende 34.884 metros cuadrados de intervención, constituyéndose en el mayor proyecto de renovación patrimonial actualmente en curso en Bogotá. Integra dos bienes patrimoniales restaurados y

puestos en valor: la antigua Facultad de Medicina de la Universidad Nacional de Colombia y el edificio La Flauta, ambos con más de cien años de historia y declarados Bienes de Interés Cultural de la Nación. A ello se suma La Milla, un corredor público cubierto de 3.728 metros cuadrados, con capacidad para 4.000 personas, concebido como la primera calle pública cubierta y adaptable de Latinoamérica, diseñada para albergar eventos culturales de gran formato y redefinir la relación entre espacio público, arquitectura y cultura.

Desde el punto de vista ambiental, La Milla incorpora 300 metros cúbicos de madera laminada certificada FSC, equivalentes al almacenamiento aproximado de 300 toneladas de CO₂, integrando sostenibilidad patrimonial y reducción del impacto ambiental. El proyecto alberga, además, la mayor restauración de mosaicos realizada en Colombia, con 2.526 metros cuadrados de baldosa hidráulica y 62.500 piezas fabricadas artesanalmente, así como la restauración de más de 520 puertas y ventanas patrimoniales, reproducidas a partir de una pieza original rescatada. Cinco murales patrimoniales han sido conservados y protegidos mediante protocolos especializados, con miras a su futura restauración e integración al relato simbólico del BDC.

La antigua Facultad de Medicina, construida entre 1916 y 1936 y diseñada por el arquitecto francés Gastón Lelarge, constituye uno de los hitos técnicos más relevantes del

proyecto. En su intervención se recuperaron 4.450 metros cuadrados de cubierta, preservando el 59 % de la teja de barro original e integrando más de 74.000 tejas patrimoniales mediante técnicas especializadas. Se intervinieron 82 cerchas metálicas, que suman 132 toneladas, combinando precisión estructural y preservación histórica. La restauración de mosaicos, carpinterías y murales incorporó tecnología contemporánea, aislamiento acústico, sellos perimetrales y eficiencia térmica, respetando el diseño original del inmueble.

El edificio La Flauta, como parte del conjunto patrimonial, aporta una dimensión de sostenibilidad y paisajismo urbano mediante 300 metros cuadrados de zona

verde con 2.175 plantas, entre ellas *buxus*, *trimezia*, *filodendros*, *pittosporum*, *polygala* morada, angelito y helecho arbóreo, devolviendo biodiversidad al centro histórico y proyectando un modelo de infraestructura cultural sostenible.

El complejo constituido por la Facultad, La Milla y La Flauta será el Edificio Creativo, un espacio privilegiado para albergar la cadena de valor de las Industrias Culturales y Creativas de Bogotá. Su diseño permite adecuar espacios de investigación, creación, producción, circulación, exhibición, comercialización y consumo de bienes y servicios culturales y creativos de un amplio rango de actividades de la Economía Cultural y Creativa, desde las artes y el patrimonio,

La potencia del Bronx Distrito Creativo radica en que trasciende la intervención física para consolidarse como un modelo integral de renovación urbana. En un mismo ecosistema convergen la recuperación de bienes patrimoniales de alta complejidad técnica; la arquitectura contemporánea y el espacio público innovador, representados por La Milla; las Industrias Culturales y Creativas como sector estratégico de la economía urbana; y procesos de memoria, investigación y tejido social que fortalecen la cohesión territorial. Este enfoque integral posiciona al BDC como un referente para la articulación entre cultura, economía y ciudad.

la artesanía, la moda y las industrias culturales convencionales, hasta el diseño, la publicidad, los nuevos medios, los videojuegos y el software.

El Bronx Distrito Creativo permitirá el encuentro de los diferentes oficios de la creación y de múltiples actores de un ecosistema cultural y creativo de Bogotá que, como hemos visto en estas páginas, es robusto y vibrante.

Al estar ubicado en el centro de Bogotá y contar con una infraestructura de movilidad nueva y cercana al aeropuerto, el Bronx Distrito Creativo atraerá, tanto a la ciudadanía como al turismo cultural, ampliando la base de públicos. El Distrito Creativo es concebido como un espacio de internacionalización del talento de las Industrias Culturales y Creativas de Bogotá, mediante *showcases*, conciertos, residencias artísticas y alianzas con festivales internacionales, convirtiéndose en una plataforma de visibilización y *networking* para artistas locales hacia escenarios globales.

Uno de los rasgos más singulares del Bronx Distrito Creativo es la incorporación de la arqueología urbana como un laboratorio vivo integrado a la obra. Con acompañamiento del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), el proyecto desarrolló una de las investigaciones arqueológicas urbanas más rigurosas realizadas en Bogotá. La intervención, concentrada en la Plazoleta de la Caracas, La Facultad,

La Flauta y La Milla, comprendió más de dos años de investigación, más de 5.000 horas de trabajo de campo y laboratorio, y la participación de un equipo interdisciplinario de 13 personas (cinco profesionales y ocho auxiliares). Con el cierre de la etapa de laboratorio, se alcanzó la clasificación de 110.924 objetos arqueológicos, evidenciando una ocupación continua del territorio desde el siglo XVII hasta la actualidad. Infraestructuras hídricas coloniales y del siglo XIX, estructuras arquitectónicas y objetos cotidianos de vidrio, metal y cerámica; restos de fauna; documentos manuscritos, incluido un diario militar de los años ochenta; botijas peruleras de los siglos XVI al XIX; piezas con marcas europeas como DuPont o Holloway's, y cerámica prehispánica carbonizada amplían el relato cronológico del lugar desde los márgenes.

En el centro de este ecosistema físico y simbólico se encuentra La Esquina Redonda, un Co-Laboratorio de Creación y Memoria que constituye el único vestigio del antiguo sector conocido como "La L". Liderado por la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, con acompañamiento del Museo Nacional de Colombia y el Museo de Bogotá, y articulaciones con entidades como la Secretaría de Integración Social, el IDIPRON y el IDPC, este espacio desarrolla procesos de creación y memoria, investigación-acción, cuidado y reducción de daño, y trabajo en red con poblaciones diversas. Desde 2019, se ha trabajado con la Red Comunitaria

Trans, ropavejeros y cachivacheros, comerciantes de la Calle 10, artesanos, exhabitanes del Bronx y personas en situación de calle, así como con jóvenes vinculados a procesos de cultura ciudadana. Iniciativas como *Tejiendo el Bronx*; *Sembrando Memorias*, que incluye el *Herbario del Bronx*, construido con comunidad y apoyos académicos; y *Cre-activando Territorios* han consolidado una metodología de intervención social basada en la figura del par comunitario, entendida como el ciudadano con conocimiento vivido del territorio que acompaña y gestiona acciones desde la experiencia, el enfoque artístico, el cuidado y la reducción de riesgo y daño.

2026 se proyecta como un hito decisivo para el Bronx Distrito Creativo, con la entrega de su primera etapa, que materializa el núcleo fundacional del proyecto: la Plazoleta de la Avenida Caracas, la antigua Facultad de Medicina, La Milla y el edificio La Flauta. Esta fase marca la consolidación física y técnica de un conjunto patrimonial y urbano de alta complejidad, en el que confluyen recuperación arquitectónica, espacio público contemporáneo, infraestructura cultural, memoria activa y procesos sociales de largo aliento. Sin constituir aún la inauguración integral del complejo para la ciudadanía, la entrega de esta primera etapa permite que el BDC transite de una condición estrictamente constructiva a una fase de maduración progresiva, en la que la ciudad comienza a

reconocer y comprender el alcance de un nuevo modelo de revitalización urbana.

En paralelo a la entrega de esta primera etapa, el proyecto avanza en una segunda fase de intervención, que contempla un área construida de 8.272 metros cuadrados e incluye la construcción de los sótanos de parqueaderos, la plaza de eventos del Edificio Creativo y un punto fijo estructural que permitirá la conexión entre estos espacios y La Esquina Redonda.

La magnitud técnica y conceptual del BDC fue reconocida en los GRI Awards Andean & Central America Real Estate 2025, donde recibió el premio “Reacondicionamiento del Año”, uno de los reconocimientos más prestigiosos del sector urbano e inmobiliario de la región. El galardón distingue intervenciones de alto valor social, cultural, arquitectónico y urbano, y reconoce un modelo integral sustentado en tres pilares: infraestructura, Industrias Culturales y Creativas, y memoria; y cuatro ejes estratégicos: recuperación patrimonial, recuperación arquitectónica, construcción de tejido social y revitalización urbana del centro. Este reconocimiento posiciona a Bogotá como estándar regional de revitalización urbana sostenible y con visión de futuro, bajo el liderazgo del alcalde Carlos Fernando Galán, y reafirma el rol central de la Alcaldía Mayor de Bogotá, la Fundación Gilberto Alzate Avendaño y Renobo en la apuesta pública de la ciudad.



La Esquina Redonda del Bronx Distrito Creativo, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA



GLOSARIO

Actividad económica principal. La actividad principal de una unidad de producción es aquella por la cual recibió el mayor ingreso por actividad ordinaria que supera al de cualquier otra actividad realizada dentro de la misma unidad de producción.

Actividad económica secundaria. Una actividad secundaria es la que se desarrolla dentro de una misma unidad de producción, además de la actividad principal, y cuya producción, al igual que la de la actividad principal, tiene que ser apta para ser suministrada fuera de la unidad de producción. Supera al de cualquier otra actividad realizada dentro de la misma unidad de producción.

Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá. Sistema de información económica, continuo, confiable y comparable que realiza la medición anual del valor agregado de las actividades culturales y creativas de la ciudad de Bogotá, en un marco analítico extendido del sistema de cuentas nacionales¹.

Derechos de autor y derechos conexos. Se utiliza para describir los derechos que tienen los creadores sobre sus obras literarias, artísticas y científicas. El derecho de autor abarca una enorme gama de obras, no solo libros, música, pinturas, esculturas y películas, sino

¹ DANE – Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, SCRD. Ficha Metodológica de la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá. Bogotá, Colombia.



también programas informáticos, bases de datos, anuncios, mapas y dibujos técnicos, entre otras cosas. También, hay derechos relacionados con el derecho de autor de los creadores que protegen los intereses de quienes tienen una relación estrecha con las obras protegidas por el derecho de autor, incluidos los artistas intérpretes o ejecutantes, los organismos de radiodifusión y los productores de grabaciones sonoras.

Diseño muestral

Industrias Culturales y Creativas. Para la UNESCO, son aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. Este enfoque pone un énfasis no solo en los productos propios de la creatividad humana, que son reproducidos industrialmente, sino que da relevancia a la cadena productiva y a las funciones particulares que realiza cada sector para hacer llegar sus creaciones al público. Así, esta definición incluye actividades relacionadas, como la publicidad y el diseño gráfico, que contribuyen decisivamente en este proceso².

Inteligencia Artificial. Campo de la informática dedicado a resolver problemas cognitivos comúnmente asociados con la

inteligencia humana o seres inteligentes, entendidos como aquellos que pueden adaptarse a situaciones cambiantes. Su base es el desarrollo de sistemas informáticos, la disponibilidad de datos y los algoritmos³.

Marca o Signo distintivo. Una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de los de otra. Las marcas son derechos de propiedad intelectual, PI, protegidos⁴.

Propiedad intelectual. Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI, la propiedad intelectual, PI, se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio. La legislación protege la PI, por ejemplo, mediante las patentes, el derecho de autor y las marcas, que permiten obtener reconocimiento o ganancias por las invenciones o creaciones. Se suele decir que la PI se divide en dos categorías principales: la propiedad industrial, que abarca las patentes de invención, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas; el derecho de autor y los derechos conexos, que abarcan las obras literarias, artísticas y científicas, incluidas las interpretaciones y ejecuciones y las radiodifusiones⁵.

2 UNESCO: www.unesco.org/es/homepage

3 Documento CONPES 3975 Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial, año 2019. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3975.pdf>

4 WIPO: <https://www.wipo.int/es/web/about-ip>

5 WIPO: www.wipo.int/es/web/about-ip



Conmemoración artística del Día de las Personas con Discapacidad, Bogotá, Colombia. Foto: Andrés Rincón | FUGA

REFERENCIAS

Cámara de Comercio de Bogotá y Alcaldía Mayor de Bogotá D. C. (2016). *Caracterización Industrias Culturales y Creativas de Bogotá*. Disponible en: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/f4b971a5-e1be-489f-8880-1ae8d04b52db>

Consejo Nacional de Política Económica y Social, CONPES. (2019). *Documento CONPES 3975 Política Nacional para la Transformación Digital e Inteligencia Artificial, año 2019*. Disponible en: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3975.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. (2025). *Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa, CSECC*. Tomado de: Fundación Gilberto Alzate Avendaño, FUGA. (2023). Situación económica de las empresas culturales y creativas del Centro de Bogotá y las acciones que adelantaron para su reactivación económica, durante el año 2021 y 2022. Contrato de Prestación de



Servicios FUGA 106-2023 entre Organización y Gestión de Proyectos. Deproyectos SAS y la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, FUGA. Documento interno de trabajo. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia>

DANE – Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, SCRD. *Ficha Metodológica de la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá*. Bogotá, Colombia.

Dirección Nacional de Derecho de Autor (2025). *Informe de registros 2024*. Comunicado del 3 de febrero de 2025.

Ministerio de Educación Nacional (2024). *Niveles de la Educación Superior*. Disponible en: <https://www.mineducacion.gov.co/portal/Educacion-superior/Sistema-de-Educacion-Superior/231238:Niveles-de-la-Educacion-Superior>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO. (2022). *Re|Shaping Policies for Creativity: Plantear la cultura como bien público global*. Tomado de: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en>

Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. (2025). *La Cultura en Cifras; análisis de resultados de la Cuenta Satélite de Economía Cultural y Creativa de Bogotá (CSECCB). Serie 2014–2024 (Novena edición)*. Dirección de Economía, Estudios y Política. Alcaldía Mayor de Bogotá, D. C.

UNCTAD. (2024a). *Creative Economy Outlook 2024*. United Nations Conference on Trade and Development. Tomado de: https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024?utm_source=chatgpt.com

UNCTAD. (2024b). *Advancing the Measurement of the Creative Economy: A Revised Framework for Creative Industries and Trade*. United Nations Conference on Trade and Development. Tomado de: https://unctad.org/publication/advancing-measurement-creative-economy-revised-framework-creative-industries-and-trade?utm_source=chatgpt.com

WIPO. <https://www.wipo.int/es/web/about-ip>

Esta publicación se diseñó y diagramó en los talleres
de Papeles Pa' Ya en febrero de 2026
papeles.paya.sas@gmail.com





Las ciudades que apuestan por la creatividad construyen economías más resilientes, inclusivas y competitivas.