

## OFICINA DEL CASCO ANTIGUO

# PROGRAMA DE ECONOMÍA CREATIVA Y TURISMO CULTURAL DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE PANAMÁ



## Índice

Introducción	3
Capítulo I. Concepto y narrativa de Programa	4
1.1. La Oficina del Casco Antiguo como plataforma de innovación cultural en el Centro Histórico de Panamá.	4
1.2. Situación de la economía creativa y aporte del patrimonio cultural	5
1.3. Encuesta 2023 como parte del proceso de formulación de este programa.	10
1.4. El apoyo del Estado panameño a la economía creativa: marco legal de este Programa	20
1.5. Definición operativa de economía creativa y turismo cultural.	26
1.6. Invertir en economía creativa y turismo cultural para la sostenibilidad del patrimonio cultural.	28
1.7. Una herramienta de innovación de la gobernanza: los Indicadores de Cultura   2030 y la relación con el Programa de Inclusión y Participación Cultural.	29
Capítulo II. Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico	32
2.1 Propuesta de Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico	32
2.2 Enfoque estratégico.	34
2.3. Líneas, ámbitos de seguimiento, indicadores, medios de verificación.	34
Capítulo III. Instrumentos de gestión.	49
3.1. Departamento de Economía Creativa y Turismo Cultural de la OCA	50
3.2. Festival Centro Vivo	54
3.3. Ventanilla Única de economía creativa y turismo cultural en el Centro Histórico	55
3.4. Agenda Cultural	57
3.5. Distrito Creativo	59
3.6. Banco de proyectos	63
3.7. Mecanismo de consulta, participación	64
Capítulo IV. Plan de acción	73
Conclusiones	86
Anexo 1. Glosario de economía creativa y turismo cultural.	88

## Introducción

En este documento se comparte la propuesta de Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico, que considere los lineamientos del Ministerio de Cultura sobre esta temática. El Capítulo I aborda la conceptualización del programa, analizando la función estratégica de la Oficina del Casco Antiguo como plataforma de innovación cultural y su impacto en el contexto socioeconómico actual. Se considera la situación de la economía creativa y el invaluable aporte del patrimonio cultural, respaldado por datos recopilados en la Encuesta 2023, cuyos resultados son fundamentales para la formulación de este programa. Se examina, además, el apoyo del Estado panameño a la economía creativa y al turismo cultural, subrayando el marco legal que respalda estas iniciativas y definiendo operativamente los conceptos claves como economía creativa y turismo cultural. Por último, se evalúa la inversión en dichos sectores como pilares para la conservación del patrimonio cultural y se presenta una herramienta de innovación en la gobernanza: los Indicadores de Cultura|2030 de la UNESCO y su relación con el Programa de Inclusión y Participación Cultural, también diseñado en el contexto de una asistencia técnica de PNUD, en el afán de buscar coherencia. El Capítulo II despliega la propuesta programática, delineando un enfoque estratégico y estructurando las líneas de acción y seguimiento a través de indicadores y medios de verificación específicos. Los capítulos siguientes detallan los instrumentos de gestión y el plan de acción, y también se agregan algunas conclusiones. Los anexos incluyen un glosario de términos relevantes. Este documento se plantea como un recurso para el trabajo programático de la OCA y una guía para futuras implementaciones, sentando las bases para un desarrollo económico inclusivo, sostenible y culturalmente responsable del Centro Histórico de Panamá, a través de Festivales que apuesten por un centro vivo.

## Capítulo I. Concepto y narrativa de Programa

### 1.1. La Oficina del Casco Antiguo como plataforma de innovación cultural en el Centro Histórico de Panamá.

La Oficina para la Restauración y Puesta en Valor del Conjunto Monumental Histórico del Casco Antiguo de la Ciudad de Panamá, fue creada mediante el Decreto Ejecutivo N° 192 de 20 de noviembre de 2000, con el objetivo principal de restaurar y poner en valor el patrimonio citado, como Patrimonio Cultural de la Humanidad.<sup>1</sup> El Decreto Ejecutivo 238, de 2004, modifica sus funciones, dentro de las cuales, se incluye: “elaborar y supervisar la ejecución del Plan Maestro de Rehabilitación y Restauración del Coniunto Monumental Histórico del Casco Antiguo de la Ciudad de Panamá, en adelante denominado el Conjunto, el cual deberá contener acciones sobre circulación vehicular; utilización de las áreas públicas; infraestructura y servicios básicos; ornato y medio ambiente, educación y divulgación sobre el uso del área; capacitación del recurso humano que ha de participar en el proceso de puesta en valor del área; desarrollo de actividades artísticas y culturales y todas las demás necesarias para su puesta en valor” (Art. 3°). Además de acciones directas que inciden en la preservación física de los bienes dentro de la propiedad del sitio de patrimonio mundial, la OCA incluyó acciones:



Desde esa fecha, hay dos cuestiones que han ampliado y mejorado la comprensión sobre la puesta en valor: en nuestro país, la creación del Ministerio de Cultura de Panamá, y la promulgación de la Ley General de Cultura y su reglamentación.

A nivel internacional, la adopción de instrumentos internacionales promovidos por UNESCO ha creado nuevos enfoques sobre la la puesta en valor del patrimonio cultural, la diversidad cultural y la economía creativa. La adopción de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible significó también una oportunidad para mejorar la comprensión del rol de la cultura en las tres dimensiones del desarrollo (económica, social y medioambiental), y ha permitido mejorar el enfoque de resultados

<sup>1</sup> UNESCO (2003) *Sitio arqueológico de Panamá Viejo y distrito histórico de Panamá*, <https://whc.unesco.org/en/list/790>

en las políticas culturales dedicadas a la preservación, restauración, puesta en valor y participación cultural.

UNESCO ha tenido un liderazgo de décadas destacando la dimensión cultural del desarrollo, especialmente en el ámbito de este programa, la economía creativa, visto desde la promoción y protección de la diversidad de expresiones culturales. La visión de UNESCO sobre las formas en que la cultura contribuye a las prioridades de la Agenda 2030<sup>2</sup>, se centra en mejorar los medios de vida basados en la cultura y la creatividad. Atento a estas transformaciones normativas, que implican compromisos internacionales adquiridos por el Estado panameño, se propone el presente **Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico de la Ciudad de Panamá, impulsado por la Oficina del Casco Antiguo**, en lo adelante, *el Programa*. La puesta en valor económico del patrimonio cultural se interpreta como fomento de la prosperidad y medios de vida, de acuerdo con los **Indicadores Temáticos de la UNESCO para la Cultura 2030**, una novedosa herramienta de captura de datos, que por vez primera será utilizada como metodología de formulación de política pública que vincula economía creativa y patrimonio cultural.

Se tiende por Centro Histórico, el área que abarca los siguientes corregimientos:



## 1.2. Situación de la economía creativa y aporte del patrimonio cultural

Panamá no cuenta en la actualidad con ningún instrumento oficial de medición económica de la cultura, como una Cuenta Satélite. En consecuencia, en el Sistema de Información Cultural de Panamá no hay estadísticas sobre la contribución del patrimonio cultural material o inmaterial a la economía de Panamá. Los únicos datos disponibles refieren que en el país había para 2022, 3 098

---

<sup>2</sup> Elaboración y traducción propia de: UNESCO (2018) *Culture for the 2030 Agenda*, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000264687>

acreditaciones en el Registro Nacional de Artesanos de MiCultura<sup>3</sup>, del cual 83% son mujeres, sin datos específicos del tipo de actividad o contribución económica.

Los datos disponibles, con información de hace una década y de estudios no oficiales, aseguran que “la producción de las empresas de las industrias creativas no es marginal en la economía panameña. En el 2011, se produjeron B/. 797 millones y se registró un valor agregado bruto (VAB) de B/. 376 millones en bienes y servicios culturales, representando así el 2,9% de la producción total y el 3,1% del VAB total de las empresas no financieras ni agrícolas de ese año. La producción y el VAB de las industrias creativas fueron mayores al de la producción y el VAB conjunto de las actividades de silvicultura, pesca, suministro de agua y saneamiento, minería, enseñanza y servicios relacionados con la salud humana” (INDESA, BID, 2017: 93).

Sobre las empresas y emprendimientos culturales, el ámbito más estudiado dentro de la economía creativa en el país, sobre todo por investigaciones encomendadas o financiadas por el Banco Interamericano de Desarrollo. También instituciones como la Fundación Ciudad del Saber, el Ministerio de Finanzas y el Ministerio de Cultura han impulsado indagaciones preliminares, de las cuales, pudieran destacarse los siguientes hallazgos clave los fines de este Programa:

- “Con relación a Panamá, puede avanzarse que la fotografía de la realidad panameña en materia de economía y emprendimiento cultural es bastante pobre. Y esa pobreza afecta a la oferta directa disponible para quien emprende cultura en el país (formativa, financiera, de asistencia técnica, de innovación, de apoyo a la apertura exterior, etc.) pero, al mismo tiempo, no hace otra cosa que reflejar las fallas de las políticas, del mercado y del ecosistema en su conjunto” (EnRed, 2016: 65).<sup>4</sup>
- “Es conocido, también, que muchas empresas creativas y culturales existentes en Panamá operan bajo la forma de organizaciones no gubernamentales y/o fundaciones sin fines de lucro, aunque requieren de inversiones, donantes y comercialización de sus productos para generar entradas económicas que permitan su existencia como tales, pero que también ofrezcan un trabajo remunerado a los creadores” (MEF, 2019: 24).
- “Panamá cuenta con diversas instituciones e instrumentos para el apoyo de los emprendimientos y la empresariedad. Sin embargo, se observa desconocimiento por parte de la industria y dificultad para aprovecharlos cuando se conocen; y existe una percepción sobre barreras de acceso donde son importantes los contactos personales y profesionales.

---

<sup>3</sup> Dirección Nacional de Artesanías (2023) *Acreditaciones artesanales emitidas por el Registro Nacional de Artesanos de MiCultura*, Sistema de Información Cultural <https://sicultura.gob.pa/estadisticas/acreditaciones-artesanales-emitidas-por-el-registro-nacional-de-artesanos-de-micultura>

<sup>4</sup> EnRed (2016) *Estudio Emprendimiento cultural en Panamá: Principales hallazgos*. Centro de Innovación, Fundación Ciudad del Saber. <https://drive.google.com/file/d/0B1KwhTmlc4KCWGdvVFc0YzE5eHM/view>

La creación de una ventanilla única permitiría ordenar estos instrumentos y facilitar el acompañamiento a las empresas” (Peralta y de Groot, 2020: 69).<sup>5</sup>

### **Resumen de dificultades y oportunidades para emprender cultura en Panamá**

- El país se enfrenta aquí a un problema de base, la percepción extendida de que la cultura no es un asunto relevante y la prevalencia de una visión de la misma limitada y carente de valor social y económico.
- Una cultura que no se valora a sí misma como un bien (y más aún como un bien económico) naturaliza, por otra parte, la idea de que ésta debe ser gratuita (nunca mejor dicho, “por amor al arte”).
- No existe el reconocimiento de lo propio ni se valora suficientemente lo producido dentro de la nación en materia cultural.
- En general, la fusión de estilos y la interdisciplinariedad es, paradójicamente, muy limitada, como si esa resistencia constituyera el último bastión para preservar la castigada esencia de lo propio.
- Panamá cuenta con una limitada legislación en el ámbito cultural, siendo la que hay no sólo insuficiente sino pobremente regulada y puesta en práctica.
- La visión política de la cultura es muy estrecha. Faltan políticas eficaces que promuevan la inversión en cultura, que acompañen a los gestores y creadores en sus esfuerzos, que fomenten la industria y que valoricen plenamente el patrimonio cultural material e inmaterial del país.
- (...) no existe una visión de la cultura como elemento de desarrollo y de generación de riqueza.
- Por su lado, normativas básicas para el desarrollo de la industria cultural, como es la referente a los derechos de autor, fallan igualmente en su ejecución.
- Desde el punto de vista de la gobernanza, un impedimento expresado sistemáticamente se refiere a la falta de coordinación que existe entre las instituciones y organismos responsables de la promoción y fomento de la industria cultural. No existen alianzas ni mecanismos para conseguir logros y avances estratégicos en este campo.
- no existe una metodología coherente que pueda visibilizar el aporte y la realidad cultural de las industrias culturales del país debido, entre otras causas, a la dificultad de delimitar el sector de cara a operativizar los criterios de medición (un problema que no afecta sólo a Panamá) y a la falta de datos específicos o que cuenten con el nivel necesario de desagregación.
- Una de las consecuencias directas de la escasa valoración de la cultura y la deficiente educación cultural, que se ofrece en el país, es la falta de profesionalización que existe en el sector.

<sup>5</sup> Peralta, Leda y Olaf J. de Groot (2020) *Fortalecimiento de la cadena de valor de la animación digital en Panamá*, [https://capatec.org.pa/wp-content/uploads/2020/04/S2000162\\_es-1.pdf](https://capatec.org.pa/wp-content/uploads/2020/04/S2000162_es-1.pdf)

- Otra de las consecuencias de la escasa relevancia de la cultura en el país, es que existen pocos centros, organismos e instituciones que capaciten a los y las artistas, así como al resto de profesionales de la cultura.
- La desigualdad no se percibe sólo en el ámbito del consumo, también en la oferta. En el caso de la cultura que se produce en los sectores populares de la población, se incrementa la falta de reconocimiento social, institucional y económico.
- En Panamá no hay espacios que promuevan la producción ni el emprendimiento cultural, faltan infraestructuras de orientación, apoyo, promoción y acogimiento de artistas y sus obras.
- Al escaso apoyo público se une que apenas existen inversores culturales, ni incentivos por parte del gobierno para animar a las empresas privadas a apoyar este tipo de emprendimientos.

*Fuente: EnREd, 2016*

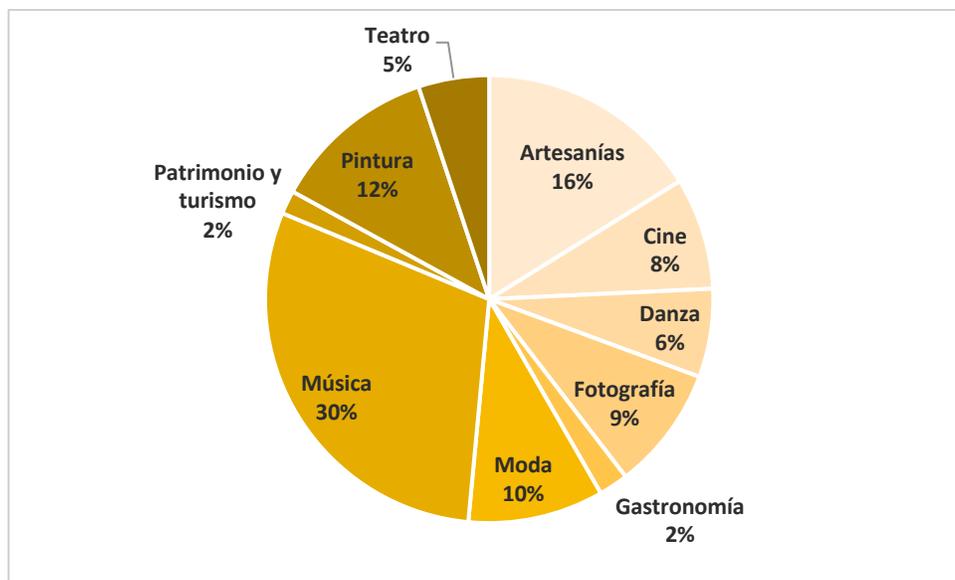
### *Caracterización de las empresas culturales y creativas*

El Ministerio de Cultura de Panamá en el contexto de un préstamo del Banco Interamericano de Desarrollo publicó un *Estudio Nacional de las Industrias Creativas y Culturales de Panamá Septiembre 2020*<sup>6</sup>, el primero que se realiza desde la nueva institucionalidad. De este estudio, se toman los siguientes elementos:

- El 60% declara haber creado sus emprendimientos en la última década.
- Con respecto a la facturación anual:
  - o 37% De los inscritos declara trabajar sin facturar;
  - o 34% declara facturar hasta B./ 25,000.00 anualmente
  - o 29% declara facturar más de ese monto.
- El 68% de la muestra declara no contar con aviso de operación, “un elevado nivel de informalidad en el sector”.
- Del estudio, basado en la base de datos Súmate Ya, del Ministerio de Cultura, arrojan la siguiente composición:

---

<sup>6</sup> Ministerio de Cultura, BID (2020a) *Estudio Nacional de las Industrias Creativas y Culturales de Panamá Septiembre 2020*, Primera parte [https://creaenpanama.gob.pa/static/files/Estudio\\_industrias\\_creativas\\_Panamá.pdf](https://creaenpanama.gob.pa/static/files/Estudio_industrias_creativas_Panamá.pdf) (Autores: Gerardo Neugovsen Cristobal Muñoz).



- “Se observa un alto grado de informalidad y un relativo escaso desarrollo de competencias relacionadas con la comercialización de bienes, servicios, experiencias y contenidos culturales y creativos así como de gestión de emprendimientos” (2020: 60).
- “un amplio sector de trabajadores del sector no percibe los ingresos necesarios para garantizar la sostenibilidad propia y de los emprendimientos” (2020: 60).

Un “estudio muestral exploratorio en profundidad realizado a 40 empresas de las industrias creativas y culturales de Panamá en el mes de octubre de 2020”, realizado complementariamente al anterior, aporta los siguientes elementos<sup>7</sup>:

- “Los estudios de grado y de posgrado completan el 72% del total, incluyendo 5% de doctorados, lo cual vuelve a evidenciar que se trata de una población con altos niveles de educación formal”
- El 72% de los entrevistados declara pertenecer a algún gremio, asociación, cámara, colegio, red, sociedad, foro profesional o similar. Esto implica que existe conciencia acerca de la necesidad de organizarse sectorialmente.
- “La Persona Natural se evidencia como la forma más elegida (43%) seguida de la Sociedad Anónima (30%)”.
- “Se ha optado por considerar a las ONGs y a las Fundaciones privadas dado que si bien son organizaciones sin fines de lucro, las seleccionadas llevan adelante procesos de generación de recursos, contratación de personal y otros que evidencian la búsqueda de la sostenibilidad económica a través de mecanismos de monetización tales como venta de entradas, venta de espacios publicitarios y otros”.

<sup>7</sup> Ministerio de Cultura, BID (2020b) *Estudio Nacional de las Industrias Creativas y Culturales de Panamá. Segunda parte, octubre 2020*. [https://creaenpanama.gob.pa/static/files/Segundo\\_Informe\\_de\\_ICC.pdf](https://creaenpanama.gob.pa/static/files/Segundo_Informe_de_ICC.pdf) (Autores: Gerardo Neugovsen Cristobal Muñóz).

- “Las preferencias se orientan hacia los mercados locales y nacionales en un 62%”.
- “El 45% de los entrevistados declaró trabajar con al menos un socio/asociado más en su empresa, donde en general uno de los socios asume funciones orientadas a la administración y ventas y el otro se orienta más hacia la producción y la creación, generándose así balances entre las diversas competencias requeridas”

El *Estudio Nacional de las Industrias Creativas y Culturales de Panamá*, definió el sector de Patrimonio y Turismo con los subsectores: Patrimonio, Turismo Cultural, Agencia de Turismo, Centros Culturales, Museos y Otros. A pesar de que este fue un instrumento aplicado en la Pandemia, y en esas circunstancias la información no puede tomarse como estadísticamente aceptable, solo el 4% se identificó con este rubro de los 7,675 inscrito en la base Súmate Ya. De estos:

- “el 65% correspondió a turismo cultural, el 9% a museos.
- 70% era mayor de 36 años.
- 58% había creado su negocio en la última década.
- 50% declara contar con título universitario, incluyendo Maestrías (8%). Además el 35% declara haber concluido el bachillerato.
- 33% trabaja sin facturar.
- 58% declaran facturar hasta B./ 25,000.00 anualmente.
- 10% Declaran facturar más de B./ 25,000.00 anualmente
- 18% son guías de turismo”<sup>8</sup>

### **1.3. Encuesta 2023 como parte del proceso de formulación de este programa.**

En un ejercicio participativo, que siguió una formación en economía creativa, patrimonio cultural material e inmaterial y turismo, en el que participaron 60 personas del Centro Histórico, se les invitó a rellenar una encuesta como termómetro para identificar sus necesidades y expectativas sobre cómo debería ser un apoyo institucional a sus emprendimientos. Se remarca que este no es un instrumento representativo, sólo ilustrativo.

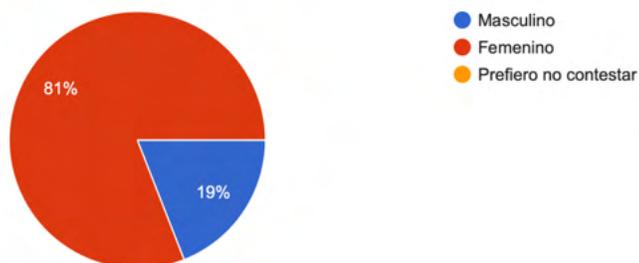
#### *Datos generales*

- Respondieron la encuesta 21 personas
- El promedio de edad fue de 48 años.
- La mayoría de las personas (81%) fueron mujeres.

---

<sup>8</sup> Ministerio de Cultura, BID (2020a) *Estudio Nacional de las Industrias Creativas y Culturales de Panamá Septiembre 2020*, Primera parte  
[https://creaenpanama.gob.pa/static/files/Estudio\\_industrias\\_creativas\\_Panamá.pdf](https://creaenpanama.gob.pa/static/files/Estudio_industrias_creativas_Panamá.pdf)

Sexo  
21 respuestas



- 9 de estas personas participan de la Iniciativa de Feria de Artesanía.

*I. Principales desafíos que enfrentan los emprendimientos culturales, creativos y turísticos para su desarrollo y crecimiento en el Centro Histórico*

De las 21 respuestas recibidas, el 71.4% (15 participantes) identificó la **falta de espacios adecuados para producir y comercializar como el principal desafío para los emprendimientos culturales, creativos y turísticos**. En segundo lugar, con un 47.6%, se mencionaron los **desafíos regulatorios y burocráticos para emprender e innovar**. Este porcentaje coincide con aquellos que reportan un **acceso limitado a financiamiento y apoyos económicos**. Otros desafíos relevantes incluyen la falta de habilidades empresariales específicas, la competencia desleal con empresas más grandes, y los retos logísticos, como el transporte y acceso a servicios de distribución.

Además, se resaltó la importancia de la atención al cliente y la influencia directa de los guías turísticos para promover productos locales. Se observó una preocupación por la necesidad de horarios más interactivos para los artesanos del Distrito Histórico, especialmente en tiendas que priorizan productos importados. También se mencionó que el centro histórico, predominantemente orientado al turismo básico (restaurantes, hoteles, discotecas), no siempre atrae al público objetivo de estos emprendedores.

*II. Oportunidades por estar en el Centro Histórico:*

Un significativo 85.7% de los encuestados ve la ubicación en el Centro Histórico como una oportunidad para la participación colaborativa en eventos culturales y turísticos, lo cual incrementa la visibilidad. La exploración de mercados de nicho y tendencias emergentes, junto con la promoción de productos y servicios locales auténticos, también fueron destacados como oportunidades. Además, se valora la colaboración y sinergia con otros emprendimientos locales, así como el aprovechamiento de programas gubernamentales o de financiamiento específicos en la zona. Más de la mitad de los participantes (52.4%) ven la ubicación en el centro histórico como una ventaja para desarrollar experiencias únicas basadas en el patrimonio histórico y cultural, y para formar

alianzas con instituciones culturales y educativas en pro de la capacitación y desarrollo de habilidades.

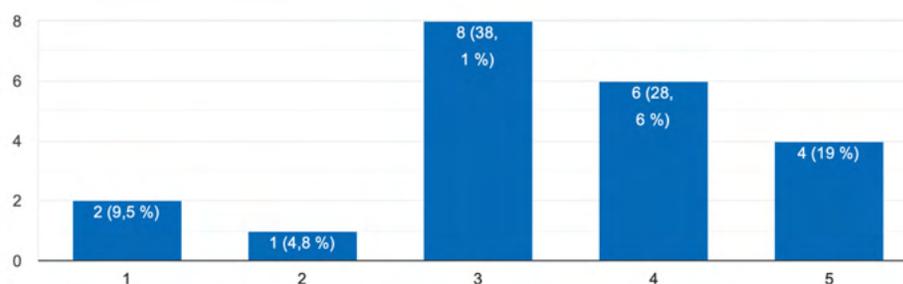
### III. Evaluación del Papel de la Oficina del Casco Antiguo:

Los participantes valoraron el papel de la OCA en:

- A) *Promoción y apoyo a la economía creativa y al turismo cultural.* El 38% calificó su desempeño como medio (3 en una escala de 1 a 5), mientras que el 28.6% lo consideró muy bueno y un 19% excelente. En menor medida, dos personas calificaron su gestión como mala.

Promoción del patrimonio cultural

21 respuestas

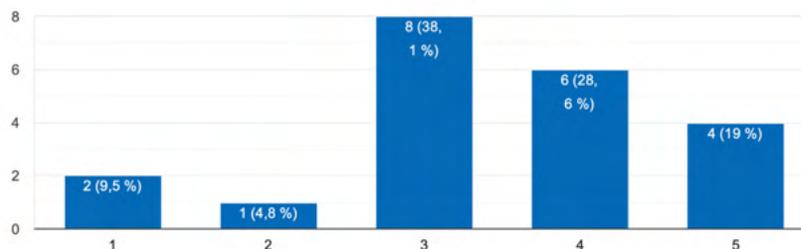


- B) *Preservación y puesta en valor del patrimonio histórico como recurso turístico*

Con respecto a la Preservación y puesta en valor del patrimonio histórico como recurso turístico, coincidente con la respuesta anterior, el 38% calificó su desempeño como medio (3 en una escala de 1 a 5), mientras que el 28.6% lo consideró muy bueno y un 19% excelente. En menor medida, dos personas calificaron su gestión como mala.

Preservación y puesta en valor del patrimonio histórico como recurso turístico

21 respuestas

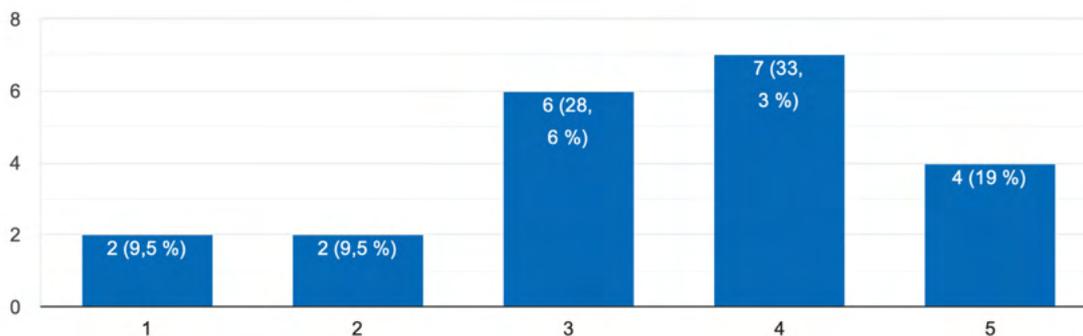


### C) Conservación del Centro Histórico

En este rubro, la mayoría de las respuestas valoran como muy bueno (4) el desempeño (33.3%), como bueno, el 28.6% y excelente casi 20%. 4 personas valoran de malo o muy malo el desempeño

#### Conservación del Centro Histórico.

21 respuestas

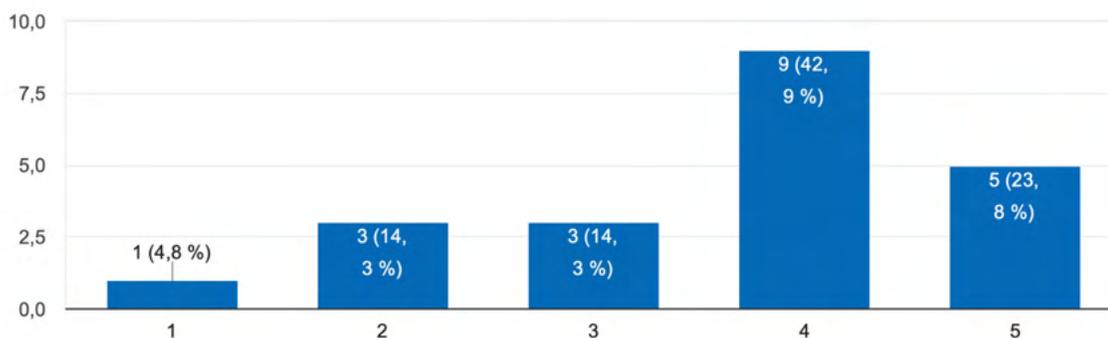


### D) Apoyo para la organización de eventos culturales y turísticos

Según los participantes, la OCA tiene un desempeño de bueno a muy bueno y excelente en el apoyo para la organización de eventos culturales.

#### Apoyo para la organización de eventos culturales y turísticos

21 respuestas

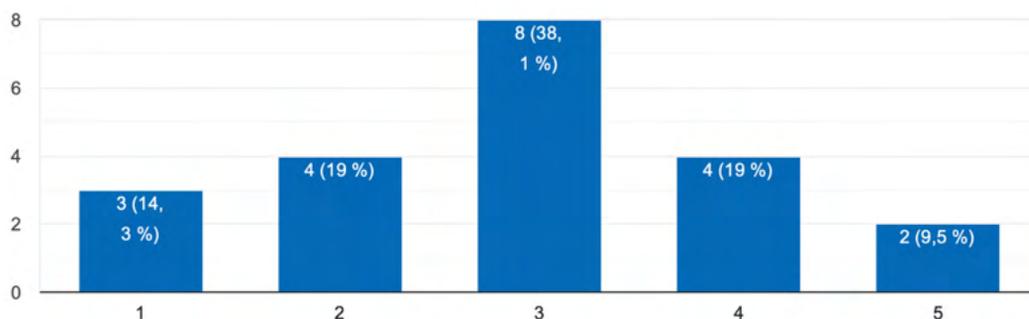


E) *Desarrollo de iniciativas de marketing y publicidad para atraer turistas*

Como arroja el gráfico siguiente el 38% de quienes respondieron creen que el apoyo de la OCA a la promoción turística es bueno, 20% muy bueno o casi 10% excelente. 33% lo califica de malo o muy malo.

Desarrollo de iniciativas de marketing y publicidad para atraer turistas

21 respuestas



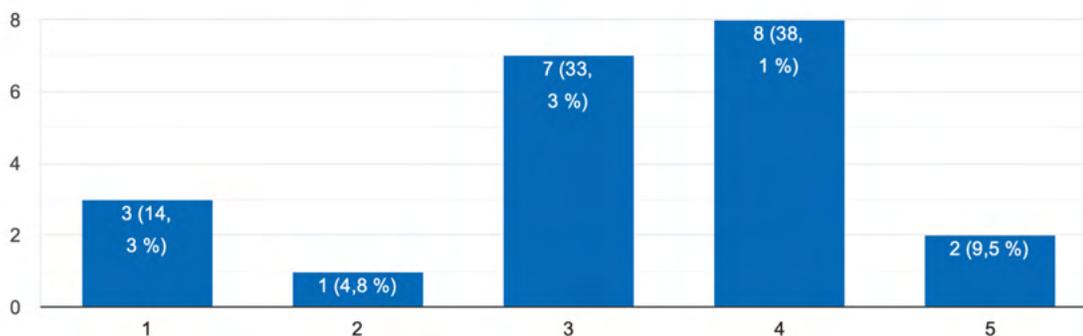
F) *Gestión de programas de formación y capacitación para los emprendedores locales*

Quizás porque esta encuesta se realizó en el contexto de un programa de formación, 43% valora como excelente el rol de la OCA en este rubro, mientras que otro 43% lo valora de bueno y muy bueno.

Facilitación de redes de contacto y colaboraciones entre distintos actores culturales

Facilitación de redes de contacto y colaboraciones entre distintos actores culturales

21 respuestas



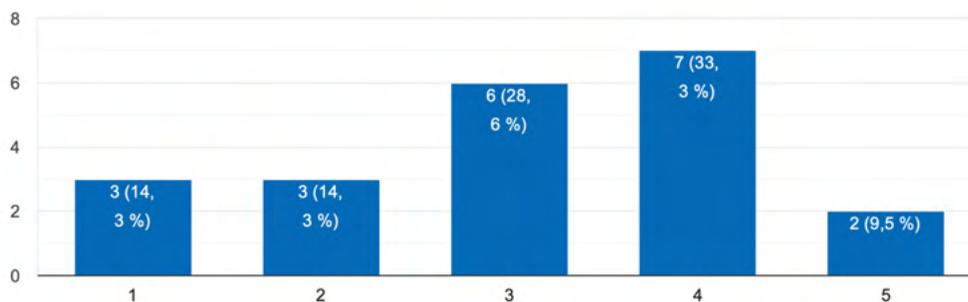
La OCA como facilitador de redes de contacto está muy bien valorada (38%), seguida de bien (33%) o excelente (casi 10%), lo cual refuerza el rol articulador de la oficina.

*G) Implementación de políticas que favorezcan el entorno operativo de los emprendimientos*

Según el gráfico, 33% valora que la OCA implementa muy bien el apoyo a emprendimientos, otro (28%) lo valora como bien y un 10% como excelente. Otro 28% no coincide y lo califica de mal o muy mal.

Implementación de políticas que favorezcan el entorno operativo de los emprendimientos

21 respuestas

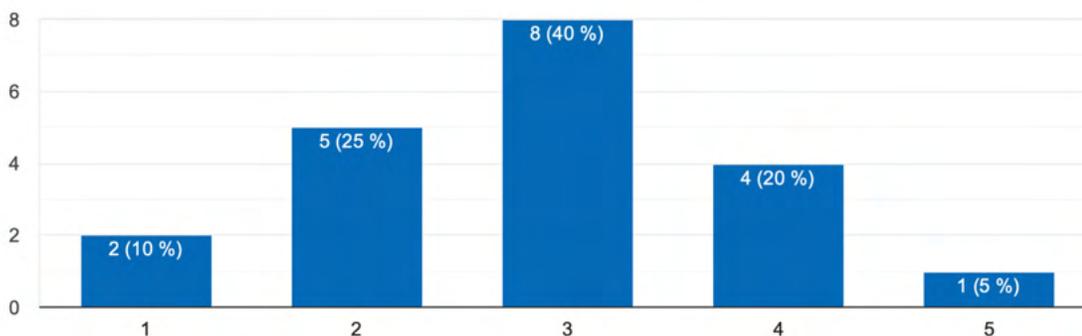


*H) Innovación y adopción de tecnologías para la promoción cultural*

En este rubro, la OCA está valorada como bien (40%) mientras que 20% piensa que su desempeño es de muy bien. 25% cree que mal, y 10% lo califica como muy mal.

Innovación y adopción de tecnologías para la promoción cultural

20 respuestas

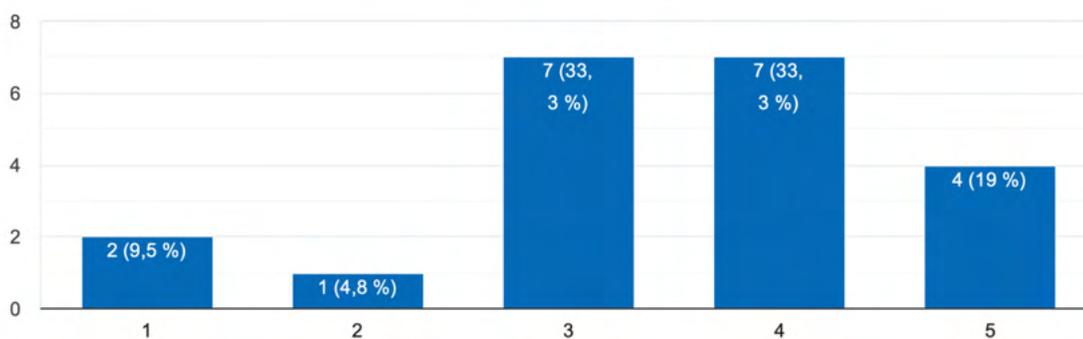


*l) Asesoramiento y acompañamiento a los emprendimientos existentes*

66% de los participantes cree que el desempeño de la OCA es de bueno a muy bueno y casi 20% excelente.

**Asesoramiento y acompañamiento a los emprendimientos existentes**

21 respuestas



**IV. Expectativas de Apoyo para el Programa de Economía Creativa en Turismo Cultural de la Oficina del Casco Antiguo (OCA)**

Al indagar sobre el tipo de apoyo que podría ser más beneficioso desde un programa de economía creativa en turismo cultural gestionado por la Oficina del Casco Antiguo (OCA), los participantes señalaron varias áreas prioritarias:

- *Infraestructura y mejora de Instalaciones:* Un notable 76.2% de los encuestados subrayó la importancia de centrarse en la infraestructura y en mejorar las instalaciones existentes.
- *Marketing y promoción:* El 71.4% cree que la OCA podría proporcionar apoyo significativo en áreas de marketing y promoción.
- *Financiamiento y recursos económicos:* Aproximadamente el 66.7% de los participantes considera esencial el apoyo en financiamiento o recursos económicos.
- *Capacitación y desarrollo profesional y empresarial:* Un 62% espera recibir capacitación y desarrollo tanto profesional como empresarial.
- *Redes y colaboraciones:* Igualmente, un 62% sugiere que el programa puede facilitar la creación de redes y colaboraciones con otros sectores.

- *Investigación y desarrollo de nuevos productos o servicios:* Este mismo porcentaje (62%) ve la importancia del apoyo en investigación y desarrollo.
- *Información sobre patrimonio cultural y restricciones operativas:* El 52% considera que la OCA puede desempeñar un rol importante en proporcionar información sobre el patrimonio cultural y las restricciones de operar en el centro histórico.
- *Asistencia tecnológica y digitalización:* Un 52% opina que la OCA podría ayudar en la asistencia tecnológica y la digitalización relacionada con la cadena de valor.

Los encuestados también sugieren una mayor implementación de planes de capacitación, similares a los que la OCA está implementando actualmente, y mejoras en las condiciones laborales para afrontar desafíos climáticos. Resaltan la necesidad de una infraestructura cultural de calidad y el acceso a instalaciones con alquileres asequibles, incluyendo servicios básicos como baños. Estas medidas son vistas como esenciales para el crecimiento de cualquier movimiento cultural auténtico en el Casco Antiguo.

#### V. *Estrategias recomienda para asegurar la sostenibilidad del Programa*

Para organizar y categorizar estas respuestas sobre cómo garantizar la sostenibilidad del Programa, podemos agruparlas en varias categorías clave, teniendo en cuenta los temas y enfoques comunes que presentan. Aquí están las categorías sugeridas con las respuestas correspondientes:

##### *Capacitación y desarrollo:*

- Recompensas y capacitaciones continuas.
- Talleres importantes y creación de cursos de inglés enfocados en el turismo.
- Mucha información mediante talleres y charlas que contribuyan al buen desempeño del programa.
- Mas información y asesorías a los emprendedores y gestores culturales.

##### *Marketing y publicidad:*

- Crear un promotor de venta y publicidad digital.
- Desarrollar una estrategia de marketing y comunicación efectiva.
- Más publicidad de los eventos, mejores condiciones, facilidades como baños, lavamanos, electricidad para anuncios interactivos, musicalización ambiental y conjuntos típicos.
- Ser constante, crear publicidad, seguridad, facilidades y beneficios atractivos al emprendedor como al comprador local o turista.

#### *Participación y colaboración:*

- Responsabilidad y compromiso.
- Establecer alianzas con otras organizaciones.
- Tomar en cuenta la opinión de los emprendedores que participen de las actividades.
- No solo darle voz a los emprendedores del turismo o artesanos sino también a la juventud y a colectivos independientes.

#### *Gestión y seguimiento:*

- Seguimiento continuo de las actividades que realicen.
- Un mejor manejo de la divulgación de actividades en la población en general.
- Evaluar regularmente el impacto y realizar ajustes según sea necesario.
- Continuidad.

#### *Innovación y tecnología:*

- Creación de una plataforma digital flexible para la interacción de emprendimientos.
- Facilidades tecnológicas para anuncios interactivos y musicalización ambiental.

#### *Cultura y tradiciones:*

- Presentar lo nuestro siempre, como el folclore y la música popular panameña.
- Dar voz a colectivos que trabajan en gestión cultural.

#### *Sostenibilidad y rentabilidad:*

- Inyectar esperanza.
- Garantizar que sea rentable para los emprendedores participantes.
- Desarrollar un modelo de negocio sostenible.

#### *Comunicación y organización:*

- Comunicación y agenda mensual activa aunque se repitan las actividades por mes.
- Entendimiento de las necesidades y particularidades de los emprendimientos.
- Esta organización ayuda a identificar áreas clave para el enfoque y la mejora, facilitando la implementación de estrategias específicas para cada aspecto del programa.

## *VI. Análisis general*

#### *Conclusiones:*

- *Desafíos de espacio y regulación:* Un 71.4% de los encuestados identifica la **falta de espacios adecuados y desafíos regulatorios y burocráticos** como principales obstáculos.
- *Importancia de la ubicación:* El **85.7% ve la ubicación en el Centro Histórico como una oportunidad significativa** para la participación en eventos culturales y turísticos.
- *Valoración de la OCA:* Las actividades de la Oficina del Casco Antiguo (OCA) reciben una valoración mixta, donde predomina un **enfoque positivo en la promoción de la economía creativa y el turismo cultural**.
- *Necesidad de mejora en infraestructura:* El 76.2% subraya la importancia de **centrarse en la mejora de la infraestructura y las instalaciones**.
- *Demanda de marketing y promoción:* El 71.4% cree que la OCA podría proporcionar **apoyo significativo en marketing y promoción**.
- *Financiamiento y recursos económicos:* Aproximadamente el 66.7% considera esencial el **apoyo en financiamiento** o recursos económicos.
- *Capacitación y desarrollo profesional:* Un 62% espera recibir **capacitación y desarrollo profesional y empresarial**.
- *Fomento de redes y colaboraciones:* Un 62% sugiere que el programa puede facilitar la creación de **redes y colaboraciones**.
- *Innovación y desarrollo de productos:* Un 62% ve la importancia del **apoyo en investigación y desarrollo**.
- *Información sobre Patrimonio y Restricciones Operativas:* El 52% considera que la OCA puede desempeñar un rol importante en proporcionar **información relevante**.

*Recomendaciones:*

- *Desarrollar espacios adecuados:* Crear y mejorar espacios físicos para la producción y comercialización en el Centro Histórico.
- *Simplificar regulaciones:* Trabajar en la simplificación de procesos regulatorios y burocráticos para facilitar el emprendimiento.
- *Fortalecer el marketing local:* Implementar estrategias de marketing y promoción para destacar los productos y servicios locales.

- *Incentivar la colaboración:* Promover la colaboración y sinergias entre diferentes emprendimientos y sectores culturales.
- *Fomentar la participación comunitaria:* Incluir activamente a diversos grupos, incluyendo jóvenes y colectivos culturales, en las decisiones y actividades del programa.
- *Facilitar el acceso a financiamiento:* Proveer o facilitar el acceso a recursos económicos y financiamiento para los emprendedores.
- *Capacitación Continua:* Ofrecer programas de capacitación y desarrollo profesional y empresarial continuos.
- *Apoyar la innovación y desarrollo de productos:* Incentivar la investigación y desarrollo de nuevos productos o servicios que reflejen la identidad cultural local.
- *Mejorar la infraestructura tecnológica:* Invertir en tecnología y digitalización para apoyar la cadena de valor de los emprendimientos.
- *Proporcionar información clave:* Ofrecer información actualizada sobre patrimonio cultural, restricciones operativas y oportunidades del entorno.

#### 1.4. El apoyo del Estado panameño a la economía creativa: marco legal de este Programa

El marco legal que habilita la presente propuesta en términos de estrategia de economía creativa es el siguiente:



a) Ley No. 90 del 15 de agosto de 2019<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Asamblea Nacional de Panamá (2019) *Ley N° 90, (De jueves 15 de agosto de 2019), Que crea el Ministerio de Cultura y dicta otras disposiciones,*  
[https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/28840\\_A/GacetaNo\\_28840a\\_20190816.pdf](https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/28840_A/GacetaNo_28840a_20190816.pdf)

Panamá crea el Ministerio de Cultura, dando cumplimiento a una promesa de campaña del actual presidente Laurentino Cortizo, dentro de los primeros 100 días de gestión. La Ley en su primer artículo estipula:

“Se crea el Ministerio de Cultura como la entidad rectora del Estado en materia de promoción y protección de los derechos culturales: las expresiones culturales, los procesos creativos, y el patrimonio cultural panameño: el diálogo intercultural y la cooperación cultural, así como todas las actividades para el fomento del desarrollo sostenible a través de la cultura y las políticas públicas de cultura en el territorio nacional”.

En el ámbito de la economía creativa, la ley habilita al Ministerio de Cultura para:

“23.- Fomentar y estimular la investigación, la creación, las expresiones culturales y el desarrollo de la economía creativa mediante becas, premios, concursos, festivales, talleres de formación, ferias, exposiciones, incentivos y reconocimientos especiales.

24.- Promover la articulación y exhibición de las actividades, bienes y servicios culturales panameños a nivel internacional”

#### *Ley 175 General de Cultura*

El instrumento directo reciente de apoyo más relevante a la puesta en valor de la cultura, es la Ley 175 General de Cultura<sup>10</sup>, que da un marco formal a nuestro sistema cultural, dedica un capítulo a la economía creativa. Allí, los artículos 100, 101 se refieren a estímulos y apoyos específicos en las distintas etapas de la cadena productiva de la economía creativa a los emprendedores y empresarios creativos, a través del diseño de una política integral sobre la materia, en cooperación con el Ministerio de Comercio e Industrias y la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Otro importante aspecto es que se reconoce que las micro, pequeñas y medianas empresas creativas se acogerán a los beneficios establecidos en la Ley 33 de 2000, que dicta Normas para el fomento a la creación y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa. Esto es significativo porque establece las mismas facilidades de créditos para las empresas culturales y creativas.

A través del artículo 102 se reconoce la necesidad de incentivar el consumo cultural proveniente de productores locales y el 103 la competencia para fomentar la formación y capacitación del talento humano. Esta ley es significativa porque promueve la coordinación y las alianzas de las empresas creativas con los sectores tradicionales de la economía, con organizaciones del sector privado, con entidades del sector público en sus distintos niveles territoriales, con organizaciones de la sociedad civil y con las universidades y centros académicos, a través de la creación de clústeres creativos y otras modalidades de cooperación, con el fin de crear redes de apoyo, generar diálogos creativos,

---

<sup>10</sup> [https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/29481/GacetaNo\\_29481\\_20220221.pdf](https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/29481/GacetaNo_29481_20220221.pdf)

fortalecer el talento humano, incentivar la innovación, agregar valor a los productos y fortalecer la competitividad de la economía creativa panameña.

La innovación también se enfoca para asegurar la competitividad del sector, comprometiendo al Estado con el diseño de medidas de fomento de la innovación en toda la cadena de valor de la economía creativa, desde el diseño y la creación de los prototipos hasta su comercialización, pasando por los procesos productivos y de desarrollo del producto (Art. 105). Otros aspectos no menos importantes son el fomento de la innovación y la investigación que afirma que “El Ministerio de Cultura promoverá, en coordinación con universidades y centros de investigación, la generación de información sobre el estado, necesidades e impacto social, económico y cultural de las actividades que integran la economía creativa panameña, con el objetivo de favorecer la eficiencia en la toma de decisiones públicas sobre la materia” (Artículo 108). También el tema del cooperativismo tiene su marco legal, mandando al Ministerio de Cultura a coordinar con el Instituto Panameño Autónomo Cooperativo el diseño y formulación de políticas para la promoción, fomento y fortalecimiento de las formas asociativas y solidarias en la economía creativa, especialmente la organización económica de jóvenes, mujeres, población afrodescendiente y población en condiciones de vulnerabilidad, con el objetivo de garantizar el acceso a un trabajo digno, estable y adecuadamente remunerado” (Art. 116).

Ahora bien, el marco jurídico de este Programa responde directamente a los siguientes artículos:

- **Distritos creativos.** “El Ministerio de Cultura podrá establecer políticas, planes y programas para incentivar la consolidación de áreas geográficas donde se concentren expresiones, actividades, bienes, servicios e industrias culturales y creativas que favorezcan la innovación, el desarrollo tecnológico y el trabajo colaborativo con el fin de generar riqueza, trabajos estables y de calidad, cohesión social y participación ciudadana. El Ministerio de Cultura establecerá las alianzas con entidades del Estado, gobiernos locales, instituciones educativas, empresa privada y con organizaciones comunitarias y de la sociedad civil, que sean necesarias para garantizar la sostenibilidad de ciudades y territorios creativos” (Artículo 114).
- **Turismo cultural.** El Estado panameño diseñará e implementará una política de carácter intersectorial que posicione a Panamá como destino de turismo cultural internacional y promueva el turismo cultural interno. El Ministerio de Cultura diseñará y promoverá el producto turístico cultural en coordinación con la Autoridad de Turismo de Panamá, los gobiernos locales, la empresa privada y las comunidades receptoras, identificando los destinos potenciales en función de su oferta de bienes patrimoniales y servicios culturales, la diversidad de sus expresiones culturales, la organización de festivales, festividades y actividades populares y folclóricas y la sostenibilidad de sus ecosistemas” (Artículo 115.)

*Decreto ejecutivo No.10 de 14 de Agosto de 2023 que reglamenta las Expresiones Culturales y la Economía Creativa*

El Decreto ejecutivo No.10 de 14 de Agosto de 2023 que reglamenta las Expresiones Culturales y la Economía Creativa de la Ley 175 de 3 de noviembre de 2020, General de Cultura<sup>11</sup> define entre otros aspectos:

- **La competencia del Ministerio de Cultura en esta área:** “La política pública de economía creativa o cualquier otro instrumento especializado de planificación relacionado con la materia será diseñado, implementado y evaluado por el Ministerio de Cultura garantizando la promoción y protección de la diversidad de expresiones culturales a partir de su valorización económica y en equilibrio con el sentido simbólico que implican los procesos culturales. Se garantizará para ello una estrategia transversal de participación cultural que incluya los enfoques de derechos humanos, de género, diferencial, étnico, generacional, intercultural, interseccional y territorial” (Art. 16).
- **La prioridad de las artesanías, los emprendimientos, las cooperativas culturales y las micro, pequeñas y medianas empresas culturales en condiciones de vulnerabilidad:** El artículo 18 indica que el Plan Nacional de Culturas diseñará y establecerá los lineamientos de estrategias, programas y acciones para la promoción, estímulo y apoyo de los diversos subsectores de la economía creativa, en las diferentes etapas de la cadena de valor y harán un especial énfasis en estos actores productivos.
- **La creación del Comité de Economía Creativa** en tanto “organismo asesor encargado de apoyar el diseño de la política pública de economía creativa y las acciones necesarias para el fortalecimiento, promoción, divulgación y desarrollo de la economía creativa que lleva a cabo el Ministerio de Cultura, desde una perspectiva articulada de los agentes económicos de los distintos subsectores de la economía creativa, en cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 100 a 116 del Capítulo VII de la Ley 175 de 2020” (Art. 21).
- **Las prioridades de este Comité son supervisar las siguientes áreas:**



<sup>11</sup> [https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/29846\\_A/GacetaNo\\_29846a\\_20230814.pdf](https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/29846_A/GacetaNo_29846a_20230814.pdf)

- A los efectos de este Programa, tómesese en cuenta que en su calidad de asesor, las “funciones del Comité de Economía Creativa no restringen ni condicionan las acciones autónomas que, en sus competencias propias, correspondan a cada entidad del Estado o a articulaciones intersectoriales de entidades públicas para el impulso de las cadenas de valor de los subsectores culturales y creativos”.
- Dado que este Programa no será sectorial, y tiene un enfoque centrado en el territorio, se aprovechará esta estructura, cuando así se considere, para mejorar la coordinación de los sectores creativos.

*Decreto Ejecutivo N° 3 (De jueves 20 de abril de 2023) Que crea la Comisión Coordinadora de Industrias Creativas y Culturales*<sup>12</sup>:

- *Instancia de coordinación intersectorial*: “La CCICC tendrá por finalidad coordinar iniciativas e identificar intervenciones estratégicas para el mejoramiento y crecimiento competitivo de la economía creativa en el país, reforzar la función de la cultura en el proceso económico y contribuir significativamente con el desarrollo del país y el fomento de la economía creativa y cultural” (Artículo 2.).
- *Ámbito de operación incluye los sectores de la Cuenta Satélite de Cultura en construcción*. Esta tipología del gráfico siguiente puede servir para identificar sectores y subsectores a atender por el Programa, aunque especialmente se señalan las áreas prioritarias de acuerdo con el mandato de la OCA.
- De acuerdo con sus funciones esta Comisión puede ser un canal de articulación del Programa, como un piloto, tomando en cuenta que no ha trascendido ninguna iniciativa de esta escala:
  - a) La CCICC podrá apoyar a la OCA/Ministerio de cultura a coordinar y articular con otras instituciones presentes.
  - b) Generar una alianza para el fortalecimiento de la economía creativa en el Centro Histórico.
  - c) Acompañar a la formulación de nuevas normativas para incentivar la inversión en economía creativa en el Centro Histórico.

---

<sup>12</sup> *Decreto Ejecutivo N° 3 (De jueves 20 de abril de 2023) Que Crea la Comisión Coordinadora de Industrias Creativas y Culturales*,  
[https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/29765\\_C/GacetaNo\\_29765c\\_20230420.pdf](https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/29765_C/GacetaNo_29765c_20230420.pdf)

Sector	Subsector
Artes escénicas y espectáculos artísticos	Teatro
	Danza
	Otras formas de artes escénicas (circo, magos, maquillistas, tramoyistas, payasos, entre otros.)
Artes visuales	Artes plásticas (incluye representaciones de origen mixto)
	Fotografía
	Artes gráficas e ilustración
Audiovisual y radio	Cine y video (incluye animación)
	Multimedia
	Radio
	Videojuegos
	Televisión
Creación-Derechos de Autor	Literario
	Musical
	Audiovisual
Diseño	<b>Arquitectónico</b>
	Industrial o de Productos
	Gráfico
	Moda
	Joyas
	Web
Educación cultural	Educación cultural no formal (orientada a la lúdica)
	Educación cultural formal
Libros y publicaciones	Libros
	Publicaciones periódicas
	Bibliotecas
Medios digitales	Creación de Software
	Creación de Apps
Música	<b>Presentaciones musicales en vivo (incluye tunas, comparsas, entre otros.)</b>
	Edición de música
	Producción fonográfica
	Distribución musical (tradicionales, como por lo nuevas plataformas digitales)
	Entidades museales
	Archivos históricos culturales
<b>Patrimonio material</b>	<b>Otro patrimonio inmueble (centros históricos, monumentos históricos, patrimonio arqueológico)</b> <b>Otro patrimonio mueble (antigüedades, cuadros históricos, etc.)</b> <b>Fiestas tradicionales y patrias</b>
<b>Patrimonio inmaterial</b>	<b>Cocinas tradicionales</b> <b>Artesanías</b>

### 1.5. Definición operativa de economía creativa y turismo cultural.

La puesta en valor del Centro Histórico se interpreta en el contexto del enfoque de cultura para el desarrollo sostenible: Valor económico, Valor medioambiental (infraestructura y paisaje, conservación) y Valor social (simbólico e inclusivo).

Por ello, este Programa operará con dos dimensiones operativas del **concepto de economía creativa**, una específica:

<b>Economía creativa</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Sector de la economía que comprende actividades basadas en el conocimiento, la creatividad y la innovación.</li><li>- Conjuga la creación, producción, difusión, comercialización y consumo de bienes y servicios culturales, en cualquier lenguaje o soporte, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual.</li><li>- La economía creativa comprende a las industrias culturales, las industrias creativas y los emprendimientos culturales.</li></ul> <p><i>Ley 175, 2020, General de Cultura</i></p>

Esta dimensión abarca otros conceptos también específicos:

<b>Emprendimientos culturales y creativos</b>	<b>Emprendedor creativo</b>	<b>Empresa cultural</b>	<b>Industrias culturales y creativas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Iniciativa o proyecto creativo o cultural que cuenta con un plan de viabilidad que lo hace económicamente sostenible o en vías de serlo, realizado generalmente a través de micro, pequeñas y medianas empresas con el objetivo de generar ingresos económicos. En sentido amplio incluye tanto a proyectos que están iniciando como a empresas culturales establecidas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Persona que lidera la puesta en marcha y la viabilidad de una iniciativa o empresa creativa, asumiendo o no una parte o todo el riesgo que conlleva. El término emprendedor creativo es sinónimo de emprendedor cultural.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Persona natural o jurídica, que produce o comercializa bienes y servicios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Conjunto de actividades económicas organizadas que combinan la creación, producción y comercialización masiva de bienes y servicios culturales basados en contenidos intangibles, generalmente protegidos por el derecho de autor.</li></ul>

En 2020, Panamá fue uno de los 12 países del mundo que contó con el apoyo de UNESCO y la Unión Europea para mejorar las capacidades de sus políticas públicas de economía creativa. Como resultado de estas alianzas estratégicas, Panamá fue pionero en repensar qué tipo de economía creativa necesitamos para garantizar la cultura como un bien público global, tema central de Mondiacult, al Conferencia de la UNESCO sobre las políticas culturales, celebrada en 2022. Para ello, los Indicadores Temáticos de Cultura de UNESCO 2030<sup>13</sup>, y se formuló un borrador de la primera Política Pública de Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible de Panamá, hasta ahora no implementado en su enfoque y concepto sistémico. A partir de dicha propuesta metodológica se estructura el presente Programa.

**Por turismo cultural, se entiende:**

“Un tipo de actividad turística en la que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales tangibles e intangibles de un destino turístico”.

“Estas atracciones/productos se relacionan con un conjunto de características materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivas de una sociedad que abarca las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio culinario, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones”.

*(Definición fue adoptada por la Asamblea General de la Organización mundial del turismo en su 22ª sesión en 2017)*<sup>14</sup>

A los efectos de este Programa, comprenderá las actividades culturales y creativas que están diseñadas para el turista como consumidor principal, por ejemplo:

- Visitas al Distrito Histórico como uno de los sitios del patrimonio mundial de la UNESCO.
- Tours guiados por barrios históricos como Santa Ana, Calidonia, El Chorrillo.
- Festivales culturales locales.
- Visitas a museos de historia y arte.
- Recorridos por rutas arquitectónicas (por ejemplo, edificios emblemáticos o barrios históricos).
- Experiencias de cocina tradicional y creativa (incluyendo clases de cocina local).
- Talleres de artesanías tradicionales y diseño contemporáneo (aprender técnicas autóctonas).
- Asistencia a espectáculos de música y danza tradicionales.

---

<sup>13</sup> UNESCO (2022) *Indicadores Temáticos de Cultura de UNESCO 2030*

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570>

<sup>14</sup> <https://www.unwto.org/es/tourism-and-culture>

- Visitas a galerías de arte contemporáneo que reflejan la cultura local.
- Recorridos literarios (lugares relacionados con autores famosos o literatura local).
- Exploración de mercados tradicionales (mariscos y San Felipe) y compra de productos locales.
- Participación en ceremonias o rituales tradicionales.
- Tours de arte urbano (como grafiti y murales).
- Asistencia a talleres o presentaciones de oficios tradicionales (como tejido, cerámica).
- Experiencias de narración de historias locales (leyendas y cuentos tradicionales).
- Recorridos por sitios de patrimonio industrial (como antiguas fábricas).
- Asistencia a obras de teatro o representaciones en teatros históricos.
- Participación en rutas literarias específicas (como seguir los pasos de un personaje de novela famoso).
- Exploración de rutas de arte sacro (visitas a iglesias, templos, y otros lugares de culto significativos).
- Visitas a exposiciones temporales o permanentes en centros culturales.
- Tours de cine y televisión (lugares de rodaje de películas o series famosas).
- Participación en cursos cortos de historia o cultura local en instituciones educativas.
- Experiencias de inmersión en comunidades locales (como estancias en casas de familia con prácticas culturales autóctonas).

#### **1.6. Invertir en economía creativa y turismo cultural para la sostenibilidad del patrimonio cultural.**

La Oficina del Casco Antiguo tiene el mandato de:

- **Implementar, a nivel operativo y local** el mandato de la **Ley General de Cultura, su reglamentación y de las prioridades del Plan Nacional de Gobierno** y las políticas culturales del Ministerio, en su ámbito de alcance, **el Centro Histórico**.
- Ser una **plataforma efectiva de alianzas estratégicas** para lograr impactos coordinados medibles, significativos y sostenibles en la calidad de vida de las personas y comunidades del Centro Histórico.
- **Reducir la duplicidad de iniciativas**, promover la coordinación y generar confianza y vínculos sostenibles.
- **Superar la improvisación y la falta de transparencia en la ejecución** hacia un sistema ordenado de gobernanza de las relaciones y gestión de los recursos públicos, privados y de la cooperación internacional destinados a procesos dentro del Centro Histórico.

Este Programa forma parte de un proceso de fortalecimiento institucional **a nivel programático**, con el apoyo de PNUD y otros actores como AECID, que incluye:

- Programa de inclusión y participación cultural
- Programa de Economía creativa y turismo cultural

- Reactivación de Escuela Taller (AECID y demás socios).

Parte de una necesidad de mejorar la gobernanza y la coordinación con el Estado y entre instituciones y agentes públicos y privados que incluya ubicar este Programa específico de la OCA, en el contexto de los lineamientos y políticas de UNESCO y el Ministerio de Cultura relacionadas con la economía creativa y los compromisos internacionales del país en la materia.

La puesta en valor económico, con enfoque inclusivo se interpreta en por la OCA como un interés de mejorar la financiación estratégica de la cultura en el Centro Histórico, incluidas las **condiciones de trabajo cultural y creativo** en el Centro Histórico. Poner en valor económico el patrimonio cultural y la creatividad implica fortalecer las **capacidades productivas y comerciales** de emprendimientos y empresas culturales, y la sostenibilidad de iniciativas culturales sin fines de lucro, con enfoque de responsabilidad cultural. De igual forma se considera activar y dinamizar el ecosistema económico cultural y creativo en el Centro Histórico, incluido **su puesta en valor como destino cultural**.

#### **1.7. Una herramienta de innovación de la gobernanza: los Indicadores de Cultura|2030 y la relación con el Programa de Inclusión y Participación Cultural.**

Con esta propuesta, la OCA está implementando un piloto inédito que emplear los *Indicadores Temáticos para la Cultura en la Agenda 2030*, conocidos como *Indicadores Cultura|2030* como metodología para la formulación de programas. En el primer semestre de 2023, se diseñó el Programa de Inclusión y Participación Cultural de la Oficina, como parte del fortalecimiento institucional. Aquel programa, se basó de forma extraoficial en el Marco de Indicadores -que hasta el momento está planteado para la captura de información, tomando en cuenta que “propone un enfoque innovador con el fin de establecer una metodología que demuestre el papel y la contribución de la cultura en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Su objetivo es ayudar a los responsables de la toma de decisiones mediante la creación de un discurso sólido y coherente que vincule cultura y desarrollo basándose en datos”.<sup>15</sup>

Ernesto Ottone, Subdirector General de UNESCO en el prólogo explica que “la elaboración de un nuevo marco de evaluación y recopilación de datos sobre la cultura es fundamental tanto para promover el papel de la cultura en los ODS como para integrar la cultura en los planes y políticas de desarrollo nacional y urbano y en los marcos de asistencia de las Naciones Unidas para el desarrollo (MANUD). Los *Indicadores Cultura|2030* complementan y mejoran los instrumentos y datos existentes, entre los que se encuentran el Marco de Estadísticas Culturales (MEC) del IEU, los Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo (IUCD), los mecanismos de presentación de informes periódicos de las convenciones culturales y otros mecanismos y metodologías de seguimiento en el contexto específico de la Agenda 2030” (UNESCO, 2020).

---

<sup>15</sup> UNESCO (2020) *Indicadores Cultura|2030*, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570>

Los Indicadores Cultura|2030 definen cuatro dimensiones de impacto (Medio ambiente y resiliencia, Prosperidad y Medios de Vida, Conocimientos y competencias e Inclusión y Participación) y dos transversales, género y alianzas, que buscan capturar, con las fuentes disponibles, una diversidad de evidencias sobre el estado de la cultura desde un enfoque de desarrollo sostenible. Los Indicadores Cultura|2030, responden a las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la medioambiental, la económica y la social, e incluyen una cuarta dimensión temática, relacionada con la educación y, de forma más específica, con su relación con la cultura.

Este enfoque apuesta por la transversalidad de la cultura en un sentido amplio, pero también específico, en el cual se precisa el impacto en los ODS y en 35 de las 169 metas de la Agenda 2030. De igual forma, el enfoque cualitativo de la recopilación de algunos de los Indicadores Cultura|2030 permite no sólo medir el impacto, sino comprender la calidad y sentido del resultado, lo cual es fundamental como referente para la construcción de un marco de gobernanza, que incluye la dimensión económica de la cultura, la economía creativa como motor y facilitador del desarrollo sostenible. Lo relevante, como se advierte en el siguiente cuadro, es que es un primer ejercicio de cruce de las Convenciones de UNESCO que inciden en la protección, salvaguardia y promoción del patrimonio y la que promueve y protege la creatividad a través de la puesta en valor de la diversidad de expresiones culturales. Las cuatro dimensiones temáticas y sus indicadores dialogan no sólo con las Convenciones de UNESCO sino con los ODS y metas correspondientes.

Entre estas cuatro dimensiones existe una dedicada a prosperidad y medios de vida, para destacar la dimensión productiva de la cultura. Tal como usamos la Metodología para el diseño del Programa

## INDICADORES TEMÁTICOS PARA LA CULTURA EN LA AGENDA 2030



de Inclusión y participación, usaremos este marco metodológico para su estructuración, narrativa y seguimiento, tomando en cuenta que el país debe responder ante UNESCO y ante la ciudadanía, siguiendo estos parámetros. Vale aclarar que se tomarán en cuenta también otros indicadores relacionados, como se desglosará en la propuesta de lineamientos estratégicos y en el sistema de gestión.

### Propósitos de los Indicadores Cultura | 2030

- Destacar la contribución de la cultura al desarrollo sostenible
- Proponer un enfoque temático y transversal del papel de la cultura en todos
- Fortalecer la promoción de la cultura
- Proporcionar datos tangibles para fomentar las políticas y acciones
- Creación de una base de conocimientos para la acción
- Seguimiento de los progresos de la contribución de la cultura a la Agenda 2030

Un desglose más detallado del enfoque de cómo relacionar los Indicadores con el Programa de economía creativa y turismo cultural, se ofrecerá en el siguiente capítulo.

El siguiente gráfico define las líneas estratégicas e instrumentos del referido Programa de Inclusión y participación que tiene una estrecha relación con este.



### Instrumentos



## Capítulo II. Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico

### 2.1 Propuesta de Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico

#### ¿Qué se hará?

- Se instalará un inédito **programa de gobernanza cultural de la economía creativa y el turismo cultural en el Centro Histórico e Panamá** a través de alianzas sostenibles para reforzar la diversidad cultural y el diálogo intercultural como fuente de riqueza material y simbólica y la garantía de los derechos culturales, con perspectiva de género.
- Impulsar el **sistema de gobernanza cultural** de la OCA para contribuir a **la mejora programática, a la creación de capacidades, la innovación y la financiación estratégica de actores** empresariales, comunitarios y ciudadanos para impulsar el valor económico del patrimonio cultural, el diálogo intercultural y el enfoque de género como un motores y facilitadores del desarrollo sostenible en Panamá.

Este **sistema** consiste en:

- Un **Documento conceptual y estratégico** de Programa
- Una propuesta de ejes y **ámbitos de trabajo prioritarios**
- Una **propuesta de instrumentos de gestión**.
- Un **sistema de indicadores culturales** alineados a la Agenda 2030.
- Un **formulario** para la planificación de proyectos culturales institucionales **con enfoque de economía creativa y turismo**, con una guía anotada de formulación adaptado del usado por el Fondo Internacional para la Diversidad Cultural de UNESCO.

#### ¿Por qué se hará?

La aplicación de este enfoque de Programa debe contribuir a:

- Aplicar la legislación de fomento de la financiación, la economía creativa y el turismo cultural y políticas públicas más coherentes e integradas, aplicadas por la OCA.
- Mejora de la capacidad de gestionar eficientemente los recursos públicos, incluidas las alianzas para complementar las inversiones públicas con recursos del sector privado, la sociedad civil organizada y la cooperación internacional.
- Promover la igualdad de género de forma transversal en todas las acciones del Programa, a través de la participación efectiva de las mujeres en los procesos productivos.
- Impulsar instrumentos efectivos de formulación de programas, proyectos, su implementación y medición de impacto.

- Promover la participación a todos los niveles y de todas las instancias, para fomentar la puesta en valor económico del patrimonio cultural.
- Racionalizar e implementar los marcos legislativos nacionales como la Ley General de Cultura y contribuir a los compromisos del país con las Convenciones de UNESCO, en particular a la *Convención 2005 sobre la promoción y protección de la diversidad de expresiones culturales*, propiciando el cruce con otras convenciones relativas al patrimonio cultural material e inmaterial.
- Estructurar el ecosistema cultural y creativo y fortalecer las relaciones con otras instituciones, sectores y actores sociales.
- Proporcionar un marco de respuesta para afrontar nuevos retos y crisis, así como para atender demandas crecientes del Centro Histórico y contribuir a su resiliencia.
- Contribuir a informar y consultar a las organizaciones de la sociedad civil con mayor regularidad.
- Dejar de pensar sólo en actividades y diseñar proyectos y programas como herramientas de gestión.
- Enfocarse en impactos demostrables de uso de recursos y espacios públicos para personas que más lo necesitan.
- Mejorar la coordinación de procesos institucionales de la OCA como una institución situada en el sistema público cultural, liderado por el Ministerio de Cultura.

#### **¿Por quién se hará?**

El Ministerio de Cultura, debe liderar la implementación de esta iniciativa, cuya Unidad Ejecutora principal es la OCA, co-gestionando con otras direcciones proyectos específicos, en particular la Dirección Nacional de Patrimonio Cultural y la de Economía Creativa.

#### **¿Cuándo se hará?**

Se debe implementar a partir de su aprobación por el Ministerio e incluirse en el mecanismo de planificación de 2024-2025 y sucesivos.

#### **¿Dónde se hará?**

Abarca todo el Centro Histórico de la Ciudad de Panamá (corregimientos de San Felipe, Calidonia, Santa Ana, el Chorrillo, y Ancón y Calidonia).

#### **¿Cómo se hará?**

Con el liderazgo del Ministerio de Cultura, la OCA promoverá la creación de grupos de trabajo en las instancias de cooperación pertinentes, para la formulación de proyectos específicos identificados, transversales a diversas direcciones misionales y de soporte. Se debería incluir la aplicación de los los Indicadores de Cultura 2030 como una línea base para la gestión.

En esta sección se comparten los propósitos generales y específicos del Programa, sus líneas estratégicas descritas y se sugieren ámbitos claves de desarrollo de proyectos. También se proponen indicadores culturales a partir del cual formular, implementar y evaluar su impacto.

## 2.2 Enfoque estratégico

### Objetivo general

- I. Contribuir a la **mejora de la oferta y el acceso a la vida cultural** de las personas residentes y usuarias del Centro Histórico de la Ciudad de Panamá a través del fomento de la economía creativa y el turismo cultural para enriquecer la calidad de vida y la experiencia urbana, generar riqueza y contribuir a la diversidad cultural en el Centro Histórico.

### Objetivos específicos:

- I. Poner en **valor económico el patrimonio cultural material e inmaterial** del Centro Histórico y el fomento de la **creatividad y la innovación** en el uso de la ciudad como un bien público.
- II. Fomentar la dignificación de las **condiciones del trabajo cultural** a través del apoyo a la formalización, protección y promoción de los empleos culturales y creativos.
- III. Contribuir a la creación de **condiciones favorables el desarrollo empresarial**, especialmente de los emprendimientos, pequeñas empresas y microempresas relacionado con las cadenas de valor de la economía cultural y creativa, con especial énfasis en el patrimonio cultural.
- IV. Mejorar las **condiciones para la comercialización y el consumo cultural responsable e inclusivo** en los hogares del Centro Histórico de Panamá y el acceso cultural a su patrimonio cultural.
- V. Promover el Centro Histórico como un **destino cultural y creativo** de referencia internacional por su enfoque de responsabilidad cultural en el turismo sostenible.
- VI. Mejorar y optimizar los mecanismos de **financiación pública y privada de la cultura** a través del uso racional de los recursos y las alianzas estratégicas.
- VII. Aplicar el **marco de gobernanza** (políticas gubernamentales, los marcos regulatorios y los mecanismos institucionales), y reforzar el rol de la OCA en el fomento de la economía creativa y el turismo cultural en el Centro Histórico.

## 2.3 Líneas, ámbitos de seguimiento, indicadores, medios de verificación.

El Programa propone una línea de trabajo por cada uno de estos objetivos, que responden a su vez a una adaptación estratégica de los Indicadores de Cultura 2030 de UNESCO, para esta dimensión de Prosperidad y Medios de Vida. Del Manual de UNESCO, se destaca: “Esta dimensión temática, de conformidad con el epígrafe “Prosperidad” de los ODS, propone un marco que evalúe en qué medida contribuye la cultura a impulsar y propiciar economías más inclusivas y sostenibles mediante la generación de ingresos, la creación de empleo y el estímulo de las ganancias a través de los servicios, los bienes y las empresas culturales. El objetivo de los siete indicadores propuestos en la Dimensión 2 es evaluar la contribución de la cultura a aspectos clave de la economía (PIB, comercio, medio ambiente, empresas, gastos de los hogares).

## PROSPERIDAD Y MEDIOS DE VIDA

- 6 Cultura en el PIB
- 7 Empleo cultural ♀
- 8 Empresas culturales ♀
- 9 Gastos de los hogares
- 10 Comercio de bienes y servicios culturales
- 11 Financiación pública de la cultura ♀
- 12 Gobernanza de la cultura ♀

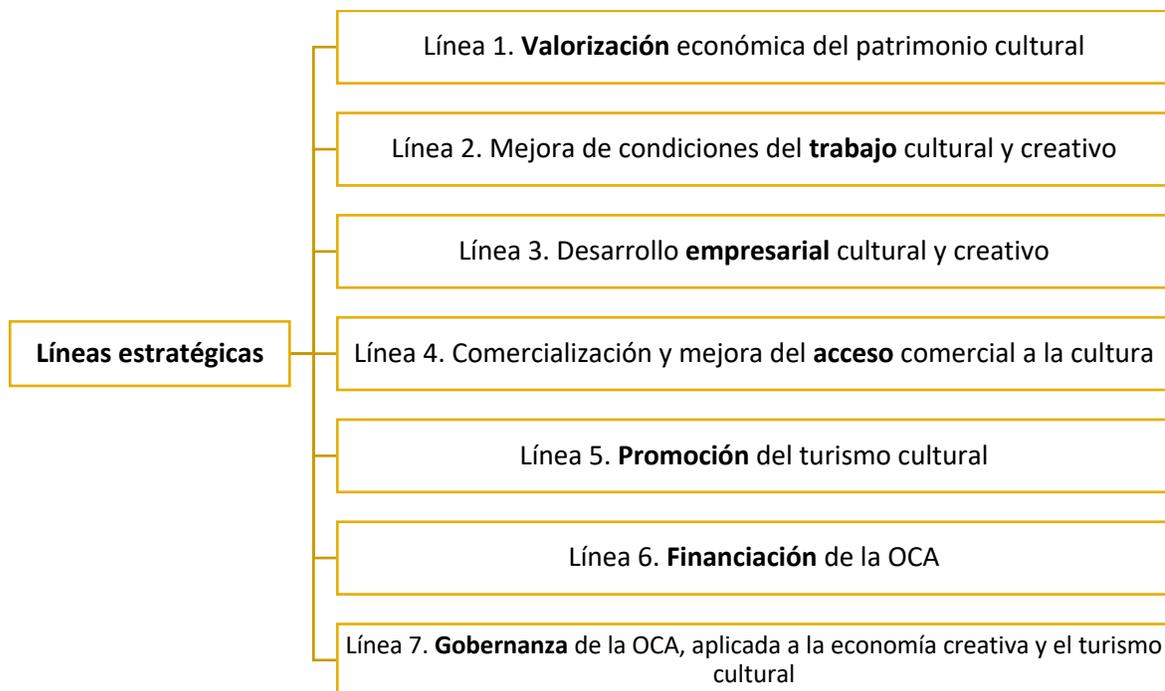
convenios culturales de la UNESCO



- 8.3 Empleo, espíritu empresarial e innovación
- 8.9 Políticas para el turismo sostenible
- 8.a Incremento de la ayuda al comercio
- 10.a Trato diferenciado en el comercio
- 11.4 Patrimonio cultural y natural

Dado que las estructuras y los marcos institucionales que rigen las actividades del sector cultural son diferentes en cada país e inciden en la contribución de la cultura al desarrollo económico inclusivo, esta dimensión incorpora asimismo un indicador sobre la gobernanza de la cultura. Este indicador documenta las estructuras de gobernanza establecidas para que la cultura desempeñe un papel activo en el desarrollo económico local y nacional y en la generación de medios de vida” (Unesco, 2020, 26).

Tomando en cuenta que la OCA es una institución con fines específicos, la estrategia metodológica ha sido adaptar los indicadores a la realidad y necesidades de la OCA, intentando siempre que este programa logre informar con datos y buena práctica la medición más general de la cultura. Para ello, se han definido las siguientes líneas.



### Línea 1. Valorización económica del patrimonio cultural

Poner en **valor económico el patrimonio cultural material e inmaterial** del Centro Histórico y el fomento de la **creatividad y la innovación** en el uso de la ciudad como un bien público.

*Descripción:* La línea estratégica se enfocará en cuantificar y capitalizar el valor del patrimonio cultural, material e inmaterial, y de la innovación cultural utilizando herramientas económicas avanzadas. Se implementarán métodos de medición y cálculo para evaluar el impacto económico de bienes culturales, transformándolos en activos que generen ingresos y promuevan el desarrollo sostenible. La estrategia integrará la innovación y creatividad en su enfoque, incentivando nuevas formas de valoración que resalten la importancia cultural y económica del patrimonio en el tejido urbano y social.

#### Ámbitos clave de desarrollo de proyectos:

- **Estudios económicos del patrimonio y la creatividad en el Centro Histórico.**
  - Realizar encuestas para determinar cuánto vale el patrimonio cultural del Centro Histórico.
  - Aplicar estudio sobre impacto económico de la designación de Patrimonio Mundial del Distrito Histórico y de la contribución del Centro Histórico al PIB cultural.
  - Analizar el efecto multiplicador de la inversión en patrimonio cultural sobre la economía local.
  - Realizar estudios comparativos sobre modelos de medición económica del patrimonio y la creatividad empleados en proyectos similares en otras regiones o ciudades para proyectar posibles resultados y adaptar estrategias exitosas al contexto local.
  - Fortalecer un sistema de indicadores culturales para medir el impacto económico de las actividades culturales en el Centro Histórico, incluido el número de empleos creados o el incremento en el turismo.

#### **INDICADOR 6. LA CULTURA EN EL PIB<sup>16</sup>**

**Descripción:** Porcentaje del producto interno bruto atribuible a la producción cultural privada y formal.<sup>17</sup>

**Objetivo:** Este indicador tiene como objetivo evaluar la contribución global del sector de la cultura a la economía de un determinado territorio. Una de las limitaciones de este indicador es que no puede tener en cuenta todas las

<sup>16</sup> Los Indicadores sugeridos son extractos literales de la propuesta de Indicadores de Cultura 2030 de UNESCO.

<sup>17</sup> Aunque este Indicador tiene un enfoque macroeconómico, compartimos la nota para su aplicación en la dimensión urbana.

actividades culturales, en particular las informales y no remuneradas. Se ajusta a la clasificación internacional del Marco de Estadísticas Culturales.

**Observaciones:** Es posible que no se disponga de datos sobre el PIB de las zonas urbanas. En ese caso se utilizarán los siguientes datos, en orden de preferencia:

1. Valor añadido

2. Cifra de negocios

Es importante que una evaluación económica de la cultura tenga en cuenta algún tipo de indicador sobre el nivel de actividad productiva. El valor añadido se acerca al PIB, ya que permite evaluar en qué medida la producción cultural contribuye al valor económico global de los insumos del proceso de producción (las materias primas, la mano de obra, etc.). Puede que no sea posible medir el valor añadido a nivel urbano porque, como en el caso del PIB, es difícil distinguir formalmente los insumos o rendimientos que provienen claramente de las zonas urbanas de los que proceden del exterior. Los economistas también tienen en cuenta los impuestos y subvenciones en sus cálculos del PIB, lo cual puede resultar imposible a nivel urbano.

El volumen de negocios de las empresas/establecimientos presentes en la ciudad se calcula simplemente a partir de los niveles generales de producción y no tiene en cuenta el valor de los insumos del proceso de producción. Lo ideal sería que el volumen de negocios solo incluyera las actividades que se desarrollan dentro de la zona urbana, pero puede que algunas empresas no sean capaces de separar la producción de los establecimientos (sucursales) que se encuentran dentro de la ciudad de aquellos que poseen en otras partes del país. Esto puede representar un problema particular para las capitales que suelen acoger una alta concentración de sedes sociales. Puede que estas sedes sociales no “produzcan” nada por sí mismas, pero registran la integridad de las actividades de todas las sucursales con presencia en el país.

En resumen, el objetivo general de este indicador a nivel urbano es evaluar en qué medida los establecimientos culturales presentes en las zonas urbanas contribuyen a la producción económica general de la ciudad. Los datos que componen este indicador deben proceder de encuestas a las empresas y no de encuestas a los hogares, excepto en el caso de los empleados por cuenta propia que trabajan en su domicilio y entre los que se podrían encontrar, por ejemplo, muchos artistas.

## Línea 2. Mejora de condiciones del trabajo cultural y creativo

Fomentar la dignificación de las condiciones del trabajo cultural a través del apoyo a la formalización, protección y promoción de los empleos culturales y creativos.

*Descripción:* se centrará en elevar la calidad y sostenibilidad de los empleos en el sector cultural del Centro Histórico. Esto se realizará promoviendo las capacitaciones para el empleo de calidad, la formalización de empleos informales, asegurando que los trabajadores del sector gocen de las protecciones laborales adecuadas y fomentando políticas que impulsen la contratación y la estabilidad laboral. Además, se buscará aumentar la visibilidad y el valor percibido de las profesiones culturales y creativas, destacando su importancia económica y social, y proporcionando plataformas para el desarrollo y la promoción de carreras en estas áreas.

### Ámbitos clave de desarrollo de proyectos:

- **Registro Cultural del Centro Histórico adscrito al Sistema de Información Cultural.**
  - o Plataforma de registro del empleo cultural del Centro Histórico.
- **Proyecto de capacitación y certificación** que ofrezca certificaciones profesionales en ámbitos del patrimonio cultural, la economía creativa, el turismo, aumentando así la formalización y reconocimiento de habilidades y competencias en el sector cultural.
  - o **Escuela Taller.**
- **Creación de Ventanilla Única de Economía Creativa que pueda ofrecer asesoría legales y de apoyo al trabajo:** un mecanismo en coordinación con Mitradel para asesorías legales, y recursos para la protección de los derechos laborales de los trabajadores culturales y creativos en el Centro Histórico.
- **Incentivos para la contratación formal:** impulsar reconocimientos y ventajas para las empresas que formalicen empleos en el sector cultural, promoviendo la estabilidad y mejora de condiciones laborales.
  - o Ejemplo, uso de plazas por restaurantes que contraten músicos o artistas y financien presentaciones abiertas.

### **INDICADOR 7. EMPLEO CULTURAL**

**Descripción:** Número de personas empleadas en los sectores culturales y creativos y en ocupaciones culturales como porcentaje total del volumen de empleo a lo largo del último año.

**Objetivo:** Este indicador tiene por objeto evaluar el papel de la cultura como "empleador" a nivel nacional y local, así como la vitalidad y el dinamismo del sector cultural y su capacidad para mejorar el bienestar material de las personas que trabajan en dicho sector.

**Observaciones:** (NIVEL URBANO): Se trata de un indicador descriptivo y contextual que se calcula mediante datos de cuatro dígitos de la Clasificación Internacional

Uniforme de Ocupaciones (CIUO-08) siguiendo los códigos culturales establecidos por el Marco de Estadísticas Culturales del IEU (UNESCO-IEU 2009, pág. 74-7).

Los datos sobre las ocupaciones culturales se suelen recabar a través de la encuesta de población activa (que abarca los grupos A y B del cuadro 3). La encuesta de población activa también puede utilizarse para calcular el número de personas que ejercen ocupaciones no culturales en sectores o empresas culturales (grupo C del cuadro 3), pero a veces se puede obtener una estimación aproximada de este grupo mediante encuestas a las empresas y en determinados registros.

El MEC enumera los códigos que deben utilizarse para identificar las ocupaciones y sectores culturales. Las ocupaciones se clasifican según la CIUO y los sectores (actividad empresarial) se ordenan según la CIU.

Conviene señalar la diferencia existente entre las encuestas a las empresas y las encuestas de hogares. Una encuesta a las empresas permitirá contabilizar a las personas que trabajan en una zona pero que no necesariamente residen allí. Una encuesta de hogares (por ejemplo, la encuesta de población activa) contabilizará a las personas que residen en una zona, pero no a quienes se desplazan desde el exterior para trabajar. Este indicador no permite una evaluación precisa, ya que no incluye a las numerosas personas cuyo ocupación “cultural” pertenece a la economía informal, o cuyo segundo empleo se desarrolla en un contexto cultural. La OIT puso a punto una metodología de encuestas sobre economía informal con datos de 37 países referidos a 2011. Sin embargo, resulta difícil, en general, obtener estos datos de manera fiable. A menudo, este indicador puede servir para apuntar las tendencias en términos de empleo cultural. Las encuestas de población activa se llevan a cabo normalmente cada tres meses (cuatro veces al año) debido a las fluctuaciones que experimentan las ocupaciones culturales en función de las estaciones, como es el caso de los festivales.

**Dimensión de género:** Este indicador se puede desglosar fácilmente por sexo o por otras formas de desigualdad potencial (como la edad y el origen étnico) gracias a las encuestas de población activa.

### *Línea 3. Desarrollo empresarial cultural y creativo*

Contribuir a la creación de **condiciones favorables el desarrollo empresarial**, especialmente de los emprendimientos pequeñas empresas y microempresas relacionado con las cadenas de valor de la economía cultural y creativa con especial énfasis en el patrimonio cultural.

*Descripción:* se centrará en fortalecer y expandir el tejido empresarial en el ámbito cultural y creativo, apoyando especialmente a pequeñas empresas y microempresas que prioricen su promoción y protección del patrimonio cultural en el Centro Histórico. Se promoverá la integración

de estas empresas en las cadenas de valor del sector cultural y turístico, resaltando y capitalizando el patrimonio cultural de una forma responsable.

- **Asistencia técnica para la mejora de la salvaguardia del patrimonio y la competitividad.**
  - Seminarios anuales de mentoría y talleres que ofrezcan conocimientos especializados en gestión empresarial, marketing cultural y estrategias de digitalización. La Ventanilla Única de Economía Creativa puede brindar soporte continuo en áreas clave como desarrollo de productos, propiedad intelectual y cumplimiento normativo de la regulación del patrimonio.<sup>18</sup>
- **Asesoría para el acceso a financiamiento.**
  - Facilitar talleres y consultoría individualizada para ayudar a las empresas a comprender las opciones de financiamiento disponibles, preparar propuestas y solicitudes de préstamos o subvenciones, y optimizar su estructura financiera para la inversión en el sector cultural.
- **Creación de redes de colaboración.**
  - Impulsar plataformas de colaboración que conecten a empresarios culturales con inversores y mercados. La OCA en conjunto con los miembros de la Comisión Interinstitucional de Industrias Culturales y otros actores, organizarán eventos y ferias donde las empresas y emprendedores puedan mostrar sus productos y servicios, intercambiar ideas y crear alianzas estratégicas que impulsen la innovación y la expansión de mercado.
- **Proyectos especiales integradores**
  - **Sabores del Barrio:** Iniciativa que busca fortalecer las habilidades y capacidades empresariales de cocineros y cocineras tradicionales. Este proyecto actúa como una plataforma de capacitación que no solo mejora la calidad culinaria, sino que también desarrolla competencias empresariales entre los participantes. Ofrece apoyo en la comercialización y ayuda a diversificar la oferta gastronómica, permitiendo a los cocineros ampliar su alcance en el mercado. Con un enfoque en el empoderamiento, el proyecto busca valorizar la cocina tradicional como un activo cultural y económico, dando a los cocineros las herramientas para innovar y prosperar en un entorno empresarial competitivo.

**INDICADOR 8. EMPRESAS CULTURALES**

**Descripción:** Porcentaje de empresas culturales con respecto al total de empresas.

**Objetivo:** Este indicador tiene por objeto evaluar las condiciones favorables existentes para las empresas culturales (especialmente a las pequeñas empresas y microempresas) basándose en la evolución del número de empresas culturales, en particular, cuando no se dispone de datos para el indicador 6 "La cultura en el PIB".

<sup>18</sup> Antecedente: Seminario Economía creativa, patrimonio cultural y turismo cultural en el Centro Histórico, realizado en octubre y noviembre de 2023, en colaboración con PNUD y Museo del Canal.

**Observaciones:** Se trata sencillamente de sumar el número de "empresas culturales" según las definiciones sectoriales (CIU) del MEC de la UNESCO (págs. 52 a 64). Serían preferibles unos indicadores más matizados en términos de producción (6) y empleo (7). Este indicador, por ejemplo, no tiene en cuenta el tamaño de

la empresa ni en lo que se refiere a producción/rendimiento, ni a número de personas empleadas. Por otro lado, cuando no se dispone de estos datos, este indicador puede proporcionar un resumen general de los cambios en la naturaleza de las empresas culturales (por ejemplo, equilibrio subsectorial, zonas de concentración, agrupaciones, etc.).

Quizá sea este indicador el que permita presentar gráficamente las tendencias anuales de la manera más fácil. Se podrían ilustrar las tendencias por subsector mediante distintos gráficos y, en caso de que falten datos, un gráfico podría mostrar las tendencias a lo largo de un período de cinco años.

**Dimensión de género:** Siempre que sea posible se debería indicar el sexo de los propietarios de las empresas. En el caso de las grandes empresas, se debería evaluar el porcentaje de hombres y mujeres en los puestos directivos y en los consejos de administración. En el caso de las pequeñas empresas y los trabajadores autónomos también se puede evaluar la proporción de propietarios en función del sexo.

#### *Línea 4. Comercialización y mejora del acceso comercial a la cultura*

Mejorar las **condiciones para la comercialización y el consumo cultural responsable e inclusivo** en los hogares del Centro Histórico de Panamá y el acceso cultural a su patrimonio cultural.

*Descripción:* se enfocará en optimizar las vías de comercialización para productos culturales, garantizando prácticas de consumo responsables y accesibles en el Centro Histórico de Panamá. Se dedicará a crear un entorno que favorezca la accesibilidad económica y física al patrimonio cultural, apoyando iniciativas que promuevan la cultura local a través de mercados justos, tiendas de artesanías y espacios culturales. La estrategia también incluirá el fortalecimiento de la capacidad de los residentes para participar activamente en la economía cultural, facilitando la inclusión y la equidad en el disfrute y beneficio del patrimonio cultural.

- **Mercados de las Industrias Culturales y Creativas del Centro Histórico:** un mecanismo de organización de mercados y ferias periódicas que ofrezcan plataformas para que los artesanos y creadores locales vendan directamente a los consumidores, promoviendo el consumo consciente.

- *Mercado de Pulgas*: espacio periódico al aire libre o en un espacio cerrado donde vendedores y artesanos locales ofrecen artículos de segunda mano, antigüedades, artesanías, y productos gastronómicos típicos del barrio. Funciona como un punto de encuentro comunitario que fomenta el comercio local y la economía circular, y puede incluir además actividades culturales y de entretenimiento que refuercen la identidad y el patrimonio del área.
  - *Cultura en el Mercado*: coordinación de eventos temáticos que transformen los mercados San Felipe Neri y de Mariscos en espacios culturales durante los fines de semana. Esto podría incluir la organización de eventos y actividades temáticas como presentaciones de música y danza locales, exposiciones de arte y artesanía, talleres de cocina en vivo y espacios para poesía o lectura de cuentos. El objetivo sería fomentar la apreciación del patrimonio cultural y gastronómico, incentivar la economía local y proporcionar a los visitantes una experiencia enriquecedora que combine las compras tradicionales con el disfrute de la cultura del barrio.
  - *Mercado digital del Centro Histórico*: En colaboración con entidades bancarias, implementar plataformas digitales que faciliten el acceso a bienes y servicios culturales del Centro Histórico de Panamá, expandiendo el alcance del mercado y mejorando la accesibilidad para un público más amplio.
- Promoción del comercio cultural justo y el acceso equitativo a la cultura:
- *Iniciativa Justo al Centro*: campañas de concienciación para consumidores culturales que fomenten la apreciación y el consumo responsable de bienes culturales producidos en el Centro Histórico, destacando la importancia del patrimonio cultural local y de la innovación y su rol en la transformación de los barrios.

INDICADOR 9. Gasto en los hogares
<b>Descripción:</b> Porcentaje del gasto total de los hogares dedicado a actividades, bienes y servicios culturales.
<b>Objetivo:</b> Este indicador tiene como objetivo evaluar el valor que otorgan los hogares de un determinado territorio a los bienes y servicios culturales a través de sus transacciones mercantiles, así como obtener información sobre el tamaño y el potencial de las actividades, bienes y servicios culturales en el mercado local.
<b>Observaciones:</b> Este indicador es un elemento importante para evaluar la participación cultural, pero no abarca la totalidad del consumo cultural de los hogares ni la contribución de la cultura al producto nacional en términos de gastos, ya que excluye la mayoría de los productos no comerciales y deja fuera determinados gastos en productos culturales que no son financiados directamente por los hogares, como los servicios de diseño y la publicidad.
Debería calcularse mediante la codificación de la CCIF en el MEC 9 del

IEU (pág. 34), que se utiliza en las encuestas nacionales sobre los gastos de los hogares. Es posible que algunas encuestas locales tengan información más precisa sobre cuestiones específicas, como las cantidades gastadas en actividades exteriores (por ejemplo, entradas para "espectáculos"). En 2018 se produjo una importante actualización de la CCIF que deberá tenerse en cuenta en las futuras revisiones del MEC.

A efectos de interpretación es fundamental que los gastos en cultura se expresen como un porcentaje del gasto total a lo largo del mismo período de referencia. Este período de referencia debe ser lo suficientemente largo como para evitar cualquier sesgo estacional (por ejemplo, un elevado porcentaje de actividades al aire libre podría concentrarse en el verano). Las encuestas nacionales o locales de los hogares podrían proporcionar información más detallada sobre los gastos.

**Dimensión de género:** Las encuestas sobre el gasto de los hogares suelen analizar dichos gastos como una sola unidad y, por lo tanto, no se pueden desglosar por sexo; sin embargo, algunas encuestas tienen en cuenta las responsabilidades de los diferentes aspectos del gasto familiar (por ejemplo, la compra de alimentos en el mercado local). En tales circunstancias es posible que se puedan identificar patrones de gasto cultural específicos de género.

#### **INDICADOR 10. COMERCIO DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES**

**Descripción:** Porcentaje de exportaciones de bienes y servicios culturales en comparación con el total de las exportaciones.

**Objetivo:** Este indicador tiene por objeto evaluar el grado de exportación de los productos que se conocen como expresiones culturales, y refleja la demanda económica, el perfil internacional de los productos y servicios culturales del país/ciudad y el entorno regulador que lo permite.

Observaciones: Este es uno de los datos más fáciles de obtener gracias a las declaraciones nacionales de bienes físicos incluidas en la base de datos UN Comtrade18. Los productos y bienes físicos incluidos en UN Comtrade se codifican según el Sistema Armonizado y la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI). Se prefiere el Sistema Armonizado (SA).

Los servicios se codifican utilizando el sistema electrónico de balanza de pagos (EBOPS), pero muy pocos países, especialmente los países en desarrollo, han presentado datos a los organismos internacionales (FMI, UNCTAD, UNESCO, OMC). Por ello, la presentación de informes elaborados según los indicadores actuales podría limitarse a los bienes físicos.

Sin embargo, los países tienen capacidad para compilar los datos sobre servicios culturales utilizando sistemas de clasificación nacionales equivalentes al EBOPS.

En el Marco de Estadísticas Culturales (MEC) del IEU figuran los códigos correspondientes a una clasificación de las actividades culturales y creativas según el EBOPS, el SA y la CUCI. Este indicador evalúa la importancia de los productos culturales de un país que se distribuyen a escala internacional. El IEU sigue introduciendo mejoras para la evaluación de este comercio y publica periódicamente informes detallados sobre el tema<sup>19</sup>. El IEU está elaborando una base de datos internacional de bienes y servicios culturales que se puede consultar en línea desde 2019 y se actualizará anualmente.

#### *Línea 5. Promoción del turismo cultural*

Promover el Centro Histórico como un **destino cultural y creativo** de referencia internacional por su enfoque de responsabilidad cultural en el turismo sostenible.

*Descripción:* Busca posicionar el Centro Histórico como un destino líder en turismo cultural y creativo a nivel internacional. Se enfocará en diseñar y ejecutar campañas de marketing que resalten la riqueza histórica, artística y cultural del área, y desarrollará programas que subrayen la responsabilidad cultural y el compromiso con el turismo sostenible. La estrategia buscará colaboraciones con actores locales e internacionales para crear una oferta turística que no solo atraiga visitantes, sino que también eduque y fomente la conservación y el respeto por el legado cultural único del Centro Histórico, incluida su condición de Patrimonio Mundial de la UNESCO.

#### - **Articulación de actores de cultura y turismo**

- **Grupo de trabajo para el desarrollo de una Marca de Destino Centro Histórico**, con un enfoque innovador: En colaboración con la Autoridad de Turismo de Panamá y PROMTUR, crear una marca distintiva para el Centro Histórico que refleje su patrimonio único y valores culturales diversos más allá de Casco, inclusive, utilizando esta marca en todas las comunicaciones y promociones para atraer a visitantes interesados en experiencias culturales auténticas.
- **Red de Turismo Cultural del Centro Histórico:** iniciativa dedicada a conectar a visitantes con guías locales expertos en el patrimonio y la cultura del Centro Histórico. Esta red ofrecería recorridos especializados que profundizan en la historia, la arquitectura, las tradiciones y la gastronomía de la zona, y la dinámica cultural en general, proporcionando una interpretación innovadora, enriquecedora y educativa agregando valor al acompañamiento del guía. Además, se enfocaría en la formación continua de los guías para asegurar la calidad y actualización constante de la información transmitida, promoviendo así un turismo sostenible y responsable que contribuya al desarrollo económico y cultural de la comunidad local.
- **Agenda Cultural del Centro Histórico:** apunta a consolidar y presentar la oferta cultural del Centro Histórico en una plataforma centralizada, accesible para turistas y visitantes. Esta agenda funcionaría como un calendario dinámico y actualizado de eventos, exposiciones, representaciones teatrales, tours y demás actividades

culturales. Al centralizar esta información, la agenda facilitaría la planificación de visitas y el descubrimiento de experiencias culturales, fomentando la participación en la vida cultural del Centro Histórico y apoyando a los artistas y negocios locales.

INDICADOR NO ASOCIADO A LOS INDICADORES DE CULTUA 2030
<p><b>Descripción:</b> enfoque cultural de la promoción turística, sobre todo relacionado con los contenidos de calidad.</p>
<p><b>Objetivo:</b> demostrar el valor del turismo como una plataforma de conservación y promoción del patrimonio y de puesta en valor de la creatividad, y fortalecer el enfoque cultural de los productos y servicios turísticos.</p>
<p><b>Observaciones:</b> Las referencias al turismo cultural en los Indicadores de cultura 2030 son las siguientes:</p> <p>El turismo cultural y el ecoturismo son fundamentales para el turismo sostenible y desempeñan un papel primordial en la protección del medio ambiente. Las políticas y medidas a favor del turismo sostenible pueden integrarse en los planes, mecanismos y estrategias de desarrollo nacional, regional y local (meta 12.b_Gestión sostenible del turismo). (UNESCO, 2020: 35).</p> <p>Prueba de que los beneficios del turismo se comparten con las comunidades locales (por ejemplo, número de empleos creados, ingresos del patrimonio por las empresas locales, ingresos del consejo local por el patrimonio).</p> <p>Pruebas de la adopción de planes de capacidad de carga para la gestión del turismo</p> <p>El sector de la cultura tiene un impacto directo y significativo en el PIB y en la creación de empleos y empresas, especialmente en el ámbito de la conservación del patrimonio, el turismo del patrimonio y en el sector creativo (meta 8.3_Empleo, espíritu empresarial e innovación).</p> <p>Prueba del recurso a alguna/varias organización(es) de gestión de destinos para abordar el impacto del turismo en los valores culturales.</p>

#### *Línea 6. Financiación de la OCA*

Mejorar y optimizar los mecanismos de **financiación pública y privada de la cultura** a través del uso racional de los recursos y las alianzas estratégicas.

*Descripción:* se enfocará en la mejora y optimización de los mecanismos de financiación de la cultura en el Centro Histórico, tanto públicos como privados. Se dedicará a identificar y gestionar de manera eficiente los recursos disponibles, promoviendo el uso racional y transparente de los fondos. Además, se buscará establecer alianzas estratégicas con entidades culturales, empresas y

organizaciones internacionales para ampliar las fuentes de financiamiento y desarrollar proyectos culturales sostenibles que beneficien a la comunidad y potencien la oferta cultural existente.

- **Mecanismo de auditorías de recursos y necesidades:**
  - **Estudio exhaustivo de las necesidades financieras de la OCA:** para implementar este Programa y evaluar los recursos existentes para identificar y cerrar brechas de financiamiento con el apoyo de cooperación internacional, la coordinación interinstitucional y el mecenazgo cultural.
  - **Mecanismo de patrocinio y mecenazgo cultural:** en cooperación con instituciones como SUMARSE, diseñar incentivos fiscales y otros beneficios y recompensas como concursos y premios para atraer a inversores privados y patrocinadores interesados en apoyar la cultura en el Centro Histórico, más allá de la inversión inmobiliaria.
  - **Apoyo a plataformas de microfinanciamiento:** implementar y promover el uso de plataformas digitales en alianza con bancos y sectores financieros que permitan a proyectos culturales individuales o a organizaciones obtener financiamiento directamente de la comunidad y de aficionados a la cultura a nivel global.

INDICADOR
<p><b>Descripción:</b> Proporción del gasto público dedicado a actividades culturales y creativas, y presupuesto y gasto público anual para los sectores de la cultura y la creación.</p>
<p><b>Objetivo:</b> Este indicador tiene como objetivo controlar el monto del gasto público real dedicado a actividades culturales y creativas.</p> <p>Se prefieren las cifras de gastos reales frente a los presupuestos asignados. Se pueden comparar las cifras de gastos con los presupuestos específicos. Cuando no se disponga de cifras de gastos, se podrán presentar las de los presupuestos.</p>
<p><b>Observaciones:</b> En cuanto al gasto público en cultura</p> <p>Este indicador puede ser difícil de calcular por varias razones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Es posible que los marcos de contabilidad nacionales no distingan claramente las actividades culturales de las demás actividades</li> <li>b. El dinero puede canalizarse para diferentes usos.</li> <li>c. El dinero puede contarse varias veces en los diferentes niveles de la administración pública. Por otro lado, cualquier marco cultural debe tratar de tener una visión clara del gasto público en cultura y artes. Por ello, y a pesar de las dificultades, este indicador debe considerarse fundamental. En cuanto al presupuesto público en cultura. Se prefiere la información sobre los gastos a la de los presupuestos, ya que a menudo existen diferencias considerables entre los</li> </ul>

gastos reales y lo presupuestado. Sin embargo, se entiende que resulte más difícil para los países calcular los gastos. El indicador actual incorpora todos los presupuestos públicos asignados a proyectos o instituciones que se incluirían en el ámbito del MEC.

**Dimensión de género:** En los casos en que existe una presupuestación basada en el género, esta puede permitir evaluar los diferentes impactos del gasto público en hombres y mujeres. Esta presupuestación o contabilidad de género no divide explícitamente los presupuestos para hombres o mujeres sino que indica cómo la orientación del gasto puede reducir la desigualdad. Este método se emplea en una serie de países desarrollados y en desarrollo.

#### *Línea 7. Gobernanza de la OCA, aplicada a la economía creativa y el turismo cultural*

Aplicar el **marco de gobernanza** (políticas gubernamentales los marcos regulatorios y los mecanismos institucionales) y reforzar el rol de la OCA en el fomento de la economía creativa y el turismo cultural en el Centro Histórico.

*Descripción:* se dedicará a implementar políticas y regulaciones efectivas que respalden la economía creativa y el turismo cultural en el Centro Histórico. Se orientará hacia la consolidación de un marco de gobernanza robusto desde la OCA en tanto entidad coordinadora, que promueva la cooperación institucional, la participación ciudadana y el desarrollo sostenible en el Centro Histórico. Se fortalecerá la posición de la OCA como líder y referente en la promoción de iniciativas culturales, fomentando la innovación y la integración entre los diferentes actores del sector cultural productivo y turístico.

- Creación de **Departamento de Fomento de la economía creativa y turismo** con un equipo especializado dentro de la OCA. Este equipo estaría compuesto por especialistas con experiencia en campos relevantes como gestión cultural, economía creativa, turismo sostenible y desarrollo comunitario. Se asignaría un presupuesto anual específico para la inversión en proyectos innovadores y para el funcionamiento cotidiano de la unidad, asegurando recursos suficientes para sus actividades y para la consecución de sus objetivos estratégicos.
- **Fortalecimiento de marco regulatorio y de inversión:** Revisar y adaptar regulaciones existentes para garantizar que apoyen y fomenten las actividades culturales y turísticas, al tiempo que protegen el patrimonio y fomentan la innovación, especialmente el sistema de incentivos que abarcan el Centro Histórico.
- **Participación de la OCA en todos los foros y espacios** que conciernen a economía creativa y el turismo cultural en el Centro Histórico.

## INDICADOR 12. GOBERNANZA DE LA CULTURA

**Descripción:** Lista de verificación sobre el marco de gobernanza para apoyar la cultura y la creatividad.

**Objetivo:** Este indicador ofrece un panorama general de las políticas gubernamentales y los marcos regulatorios vigentes para apoyar una variedad de actividades en el sector cultural, con el fin de garantizar y fomentar su contribución al desarrollo económico y social, así como a los procesos de toma de decisiones en los ámbitos culturales. Este indicador tiene como objetivo evaluar la regulación del sector cultural y promover condiciones laborales y comerciales más favorables para mejorar los medios de vida.

La finalidad de este indicador es evaluar asimismo el grado de desarrollo del marco de gobernanza a nivel nacional y local para la cultura en general, pero también por ámbitos culturales (véase el MEC de la UNESCO-IEU). Se ha seleccionado una serie de componentes básicos que se clasifican en tres niveles principales:

- Marco institucional y reglamentario a nivel nacional/local.
- Marco de asistencia técnica, financiera y de gestión.
- Movilización de apoyos.

**Observaciones:** Siempre que sea posible, cada elemento (fila) debería evaluarse para el ámbito correspondiente (columna) según lo definido por el MEC del IEU. Es obvio que esto no será posible para todos los aspectos del cuadro. Por ejemplo, determinados elementos solo se aplican a nivel nacional y no a nivel urbano. Nótese que en cada caso se requiere una "prueba" en forma de documentación justificativa.

El patrimonio cultural y el natural están estrechamente vinculados; siempre que la lista de verificación que figura a continuación se refiere al patrimonio cultural incluye también el patrimonio natural y tiene en cuenta asimismo el impacto de las actividades culturales en el entorno natural. Incluso en los entornos urbanos, los elementos del patrimonio natural pueden basarse en el patrimonio construido en términos de sostenibilidad.

### Capítulo III. Instrumentos de gestión.

Se plantearán instrumentos específicos que respondan a este Programa e instrumentos “en común” con otros Programas como el de Inclusión y Participación Cultural, para optimizar recursos y para no recargar la institucionalidad de la OCA, en una apuesta por la coherencia programática.

Instrumento	Programa de Inclusión y Participación Cultural	Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural
Departamento de Inclusión y Participación	X	
Fondo de apoyo a organizaciones de la sociedad civil	X	
Agenda Cultural	X	X
Escuela Taller	X	X
Banco de proyectos	X	X
Mecanismo de alianzas estratégicas, consulta y coordinación.	X	X
Departamento de Economía Creativa y Turismo Cultural		X
Festival Centro Vivo	X	X
Distrito Creativo		X
Ventanilla Única de Economía Creativa y Turismo		X

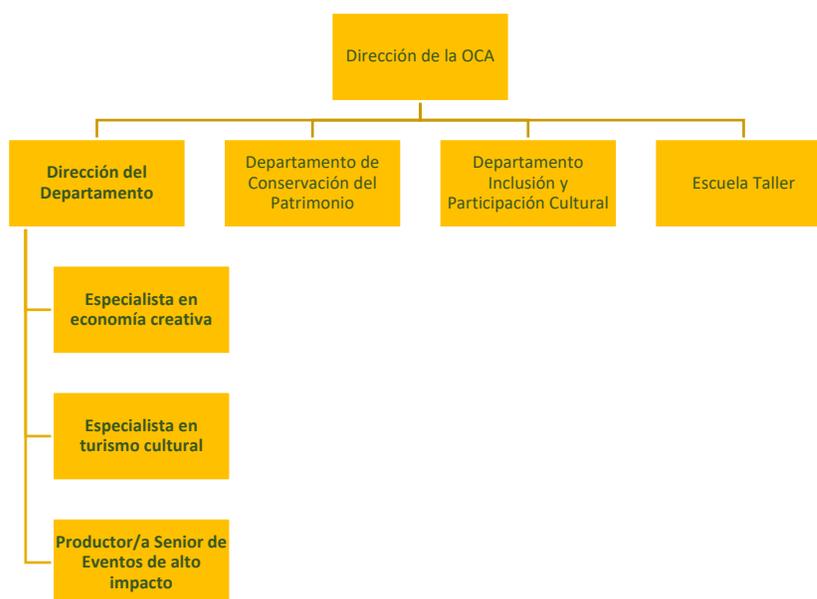
Los instrumentos que comprendería este programa serían, por tanto



### 3.1. Departamento de Economía Creativa y Turismo Cultural de la OCA:

Esta instancia por crear es responsable de mejorar la oferta cultural y el acceso a ella para los residentes y visitantes del Centro Histórico de Panamá. Esto se logra fomentando la economía creativa y el turismo cultural para enriquecer la vida urbana, generar riqueza y apoyar la diversidad cultural. Las tareas específicas incluyen valorizar el patrimonio cultural material e inmaterial, apoyar la formalización y promoción de empleos en sectores culturales, incentivar el desarrollo empresarial en la economía creativa, y promover el consumo cultural responsable. Además, busca posicionar al Centro Histórico como destino cultural de referencia internacional, optimizar la financiación de la cultura y aplicar un marco de gobernanza que refuerce el rol de la Oficina en la promoción de la economía creativa y el turismo cultural.

El departamento podría tener la siguiente estructura:



#### *Propuesta de Funciones del Departamento de Economía Creativa y Turismo Cultural*

a) Responsable de Departamento:

- Responder a la Dirección de la OCA por la implementación de la estrategia global del Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural y las funciones del Departamento de Economía Creativa y Turismo Cultural.
- Coordinar las actividades de los gestores técnicos de proyectos, asegurando la cohesión entre las áreas de economía creativa y turismo cultural.
- Representar al Departamento en eventos y reuniones con contrapartes clave, incluyendo instituciones gubernamentales, inversores y socios de la comunidad.

- Supervisar la implementación de políticas y programas que fomenten el patrimonio cultural y la economía creativa.
- Gestionar el presupuesto del Departamento y buscar financiación adicional a través de alianzas público-privadas y subvenciones.
- Evaluar y reportar sobre el impacto de las iniciativas del Departamento y ajustar las estrategias según sea necesario.

**Perfil profesional para responsable de Departamento de Economía Creativa y Turismo Cultural:**

- Educación superior: Título universitario en Gestión Cultural, Economía, Administración de Empresas, Turismo o carreras afines. Posgrado o maestría deseable.
- Experiencia profesional: Mínimo 5 años de experiencia en roles de liderazgo o gestión en el sector cultural, creativo o turístico.
- Habilidades de liderazgo: Capacidad probada para dirigir equipos, tomar decisiones estratégicas y gestionar proyectos complejos.
- Comunicación y relaciones públicas: Excelentes habilidades de comunicación verbal y escrita; habilidad para establecer y mantener relaciones con una variedad de stakeholders.
- Conocimiento financiero: Competencia en la gestión de presupuestos y financiación de proyectos, con experiencia en la obtención de fondos y gestión de subvenciones.

b) *Especialista de proyectos para economía creativa:*

- Desarrollar y gestionar proyectos que potencien la economía creativa en el Centro Histórico, incluyendo la promoción de artes, oficios y empresas creativas.
- Establecer y mantener relaciones con artistas, artesanos, y empresarios creativos para apoyar su formalización y crecimiento.
- Implementar programas de capacitación y desarrollo para fortalecer habilidades y competencias en la economía creativa.
- Monitorear y analizar tendencias del mercado para adaptar las iniciativas del Departamento a las necesidades del sector creativo.
- Trabajar en conjunto con agencias de desarrollo empresarial para crear un entorno propicio para los emprendimientos creativos.

**Perfil profesional para gestor técnico de proyectos de economía creativa:**

- Educación: Título universitario en Economía, Gestión Cultural, Negocios, o afines.

- Experiencia en economía creativa: Experiencia demostrable en la gestión de proyectos dentro de la economía creativa, incluyendo la implementación de programas de apoyo a emprendedores y artistas.
- Habilidades de gestión de proyectos: Capacidad para planificar, ejecutar y evaluar proyectos, asegurando la entrega a tiempo y dentro del presupuesto.
- Orientación al desarrollo empresarial: Entendimiento de las dinámicas del mercado y habilidad para impulsar el desarrollo empresarial en el sector creativo.
- Creatividad e innovación: Capacidad para abordar desafíos de forma creativa y contribuir con ideas innovadoras para el desarrollo del sector.

c) *Especialista de proyectos para turismo cultural:*

- Desarrollar y ejecutar proyectos que promuevan el turismo cultural y posicionen al Centro Histórico como destino turístico de referencia.
- Colaborar con operadores turísticos, hoteles y restaurantes para crear ofertas turísticas que resalten el patrimonio cultural del área.
- Organizar eventos y actividades que atraigan a visitantes y mejoren su experiencia en el Centro Histórico.
- Fomentar prácticas de turismo sostenible y responsable que protejan y valoren el patrimonio cultural.
- Coordinar con entidades de marketing y promoción turística para aumentar la visibilidad del Centro Histórico en mercados nacionales e internacionales.

**Perfil profesional para gestor técnico de proyectos de turismo cultural:**

- Educación: Título universitario en Turismo, Gestión Cultural, Marketing, Administración de Empresas o carreras relacionadas.
- Experiencia en Turismo: Mínimo 3 años de experiencia en la industria del turismo, preferentemente con enfoque en turismo cultural o sostenible.
- Habilidades de planificación y organización: Capacidad para organizar eventos y proyectos que promuevan el turismo y la cultura.
- Competencias de Marketing y Promoción: Conocimientos en marketing turístico y habilidades para promover destinos culturales.
- Sensibilidad cultural y sostenibilidad: Comprensión profunda de la importancia del patrimonio cultural y compromiso con prácticas de turismo sostenible.

d) *Productor Senior de Eventos de alto impacto:*

- Desarrollo conceptual de eventos: Idear y diseñar eventos culturales y turísticos de alto impacto que promuevan el Centro Histórico, alineando las iniciativas con los objetivos estratégicos del Departamento.

- **Coordinación Integral:** Supervisar todos los aspectos de la producción de eventos, incluyendo la logística, la selección de lugares, la coordinación con proveedores, y la gestión de cronogramas.
- **Gestión de presupuesto:** Elaborar y gestionar presupuestos detallados para cada evento, asegurando la optimización de recursos y la viabilidad financiera de las iniciativas.
- **Alianzas estratégicas:** Establecer y cultivar alianzas con patrocinadores, entidades culturales, artistas y otros stakeholders para desarrollar y potenciar los eventos.
- **Evaluación de impacto:** Implementar herramientas de seguimiento y evaluación para medir el éxito e impacto de los eventos en la comunidad y en la proyección internacional del Centro Histórico.
- **El Productor Senior** trabajaría bajo la supervisión del Responsable de Departamento y los especialistas para asegurar que los eventos generen valor añadido y sinergias con las áreas de economía creativa y turismo. Además, su rol sería crucial para posicionar al Centro Histórico como un destino de eventos de relevancia cultural y creativa.

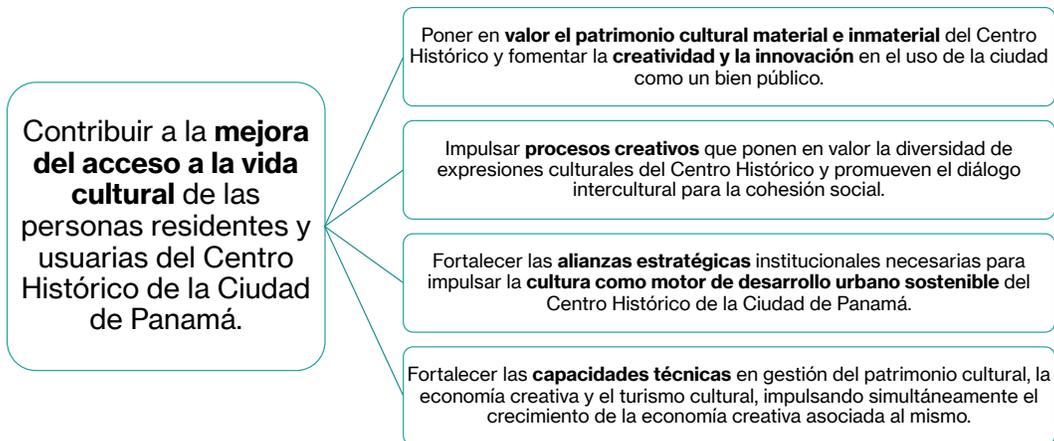
<b>Perfil profesional para Productor Senior de eventos de alto impacto</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación avanzada: título universitario en Producción de Eventos, Comunicación, Administración de Empresas, Gestión Cultural o afines. Se valorará formación especializada en gestión de eventos o producción de espectáculos.</li> <li>- Experiencia comprobada: Al menos 7 años de experiencia en producción de eventos a gran escala, preferentemente en el ámbito cultural y turístico, con un historial demostrable de eventos exitosos y de alto impacto.</li> <li>- Habilidades de gestión y liderazgo: Expertise en liderar equipos multidisciplinarios y gestionar proyectos complejos simultáneamente, manteniendo altos estándares de calidad bajo presión.</li> <li>- Visión estratégica y creativa: Capacidad para conceptualizar eventos que no solo entretengan sino que también comuniquen valores culturales, educativos y sociales, promoviendo la misión del Departamento.</li> <li>- Competencias en negociación: Habilidad para negociar con proveedores, patrocinadores y artistas, asegurando las mejores condiciones y la calidad de los servicios y productos involucrados.</li> <li>- Conocimiento de marketing y comunicación: Profundo entendimiento de las estrategias de marketing y comunicación, incluyendo promoción digital y manejo de redes sociales, para maximizar el alcance y el impacto de los eventos.</li> <li>- Competencias técnicas Específicas: Conocimientos técnicos en sonido, iluminación, y montaje de escenarios, así como en software de gestión de eventos y herramientas de diseño gráfico.</li> <li>- Gestión financiera: Capacidad para elaborar presupuestos detallados, controlar gastos y maximizar ingresos, con un enfoque en la rentabilidad y sostenibilidad financiera del evento.</li> </ul>

- Análisis y evaluación: Habilidad para utilizar métricas de evaluación para analizar el éxito de los eventos y hacer ajustes estratégicos para futuras producciones.

Cada perfil debe ser complementado con competencias interpersonales, como el trabajo en equipo y la resiliencia, y habilidades técnicas específicas, como el manejo de software de gestión de proyectos o herramientas de marketing digital. Además, se valorará el dominio de idiomas y la comprensión de la gobernanza y marcos regulatorios aplicables al sector cultural y turístico.

### 3.2 Festival Centro Vivo

Sería una celebración cultural anual diseñada para realzar y promocionar el patrimonio único y diverso, la economía creativa y el turismo cultural del Centro Histórico. Orquestado por la unidad especializada de la OCA, este evento integraría programa cultural (espectáculos de arte en vivo, música, danza, gastronomía tradicional y exposiciones de arte, con el fin de fomentar el turismo cultural y la sostenibilidad económica del Centro), un programa académico, y un espacio para la puesta en valor de la cooperación. El equipo detrás del festival, compuesto por especialistas en gestión cultural y desarrollo comunitario, se aseguraría de que el evento no solo entretenga, sino que también eduque y fomente la apreciación del patrimonio cultural local. Con un presupuesto dedicado, el festival buscaría no solo ser un evento anual, sino una plataforma continua para el crecimiento y la innovación en la economía creativa local.



- *Dimensión histórica y patrimonial*
  - Anclado en el territorio y las personas que le atribuyen sentido.
  - Proporcionan un sentido de continuidad, celebrando el pasado mientras se integra con el presente y se mira hacia el futuro.
- *Dimensión Social*
  - Reúne a las comunidades diversas, promoviendo la interacción social y el fortalecimiento de vínculos comunitarios.

- Es una oportunidad para que las personas compartan y celebren su patrimonio y tradiciones con otros.
- Facilita el entendimiento intercultural y fomenta la diversidad y el respeto mutuo.
- *Dimensión Artística*
  - Es una plataforma para que artistas y creadores exhiban y presenten sus obras, ya sea música, danza, teatro, artes visuales, literatura, entre otros.
  - Fomenta la creatividad y la innovación, brindando un espacio para nuevas expresiones artísticas.
- *Dimensión Económica*
  - Propiciar un impacto económico significativo en el Centro, atrayendo turistas y promoviendo negocios locales.
  - Generar empleo, tanto en la organización directa del festival como en sectores relacionados (hoteles, restaurantes, transporte).
- *Dimensión Educativa*
  - Sirven como una herramienta educativa, donde los participantes pueden aprender sobre diferentes culturas, tradiciones y artes.
  - Pueden ofrecer talleres, charlas y otras actividades de aprendizaje.

Un diseño más específico de este instrumento estará en el siguiente producto de la presente consultoría.

### **3.3 Ventanilla Única de economía creativa y turismo cultural en el Centro Histórico**

La Ventanilla Única es un servicio integral del Departamento de Economía Creativa y Turismo Cultural que facilita la creación y desarrollo de emprendimientos, empresas y clústeres en estos sectores. Ofrece asesoramiento personalizado, acceso a información sobre financiación y mercados, ayuda en trámites burocráticos y formación especializada. Actúa como nexo entre los emprendedores y las distintas entidades gubernamentales, académicas y financieras, simplificando procesos y promoviendo una red de colaboración. Este punto de contacto busca acelerar la innovación y competitividad, fortaleciendo el tejido económico y cultural del Centro Histórico de Panamá.

Será coordinada por el Especialista en Economía Creativa, en coordinación con las instancias pertinentes dentro de las estructuras como el Comité de Economía Creativa y la CCICC, entre otros.

#### *Funciones específicas:*

- Orientación inicial para el impulso del emprendimiento creativo: Proporcionar información detallada sobre cómo iniciar y registrar un negocio en el sector de economía creativa y turismo en la realidad del Centro Histórico.

- Asesoramiento especializado: Ofrecer asesoría personalizada en áreas como desarrollo de producto, mercadotecnia, gestión empresarial y protección de la propiedad intelectual a través de talleres específicos.
- Facilitación de trámites: Simplificar y agilizar los procedimientos administrativos necesarios para la apertura y funcionamiento de empresas y emprendimientos culturales en el Centro Histórico.
- Apoyo financiero: Orientar sobre las opciones de financiamiento disponibles en AMPYME y el Ministerio de Cultura, entre otros, incluyendo subvenciones, créditos, entre otros.
- Capacitación y formación: Organizar talleres, seminarios y cursos para mejorar las habilidades y competencias de los emprendedores y empresarios.
- Red de contactos: A partir del Registro, conectar a los emprendedores con una red de expertos, mentores, inversores y otros empresarios para facilitar el intercambio de conocimientos y la creación de sinergias.
- Promoción y visibilidad: Ayudar a las empresas a ganar visibilidad a través de ferias, exposiciones y eventos, tanto locales como internacionales.
- Innovación y desarrollo: Impulsar la innovación mediante el acceso a recursos tecnológicos, estudios de mercado y tendencias del sector.
- Seguimiento y evaluación: Realizar un seguimiento continuo de los proyectos y emprendimientos para evaluar su desarrollo y necesidades, ajustando los servicios de apoyo conforme sea necesario.
- Sostenibilidad y responsabilidad social: Asesorar en la implementación de prácticas sostenibles y responsables socialmente que mejoren la imagen y la competitividad de los negocios.

**Ideas para la activación de la Ventanilla Única:**

- *Campaña de comunicación:* desarrollar una campaña de comunicación efectiva que informe a los emprendedores y empresarios sobre los servicios y beneficios de la Ventanilla Única, utilizando canales digitales y medios tradicionales para alcanzar una amplia audiencia.
- *Alianzas Estratégicas:* Establecer alianzas con las instituciones presentes en las estructuras de coordinación de las industrias culturales y creativas, además de universidades, cámaras de comercio, incubadoras de empresas y otras organizaciones clave que puedan proporcionar recursos adicionales y fomentar la innovación y el crecimiento de los emprendimientos y empresas en el Centro Histórico.
- *Eventos de Networking:* Organizar eventos de networking y rondas de negocio que permitan a los emprendedores y empresarios presentar sus proyectos, conocer potenciales colaboradores e inversores, y aprender de las experiencias de otros en el sector.

### 3.4 Agenda Cultural

La Agenda Cultural del Centro Histórico, promovida por el Ministerio de Cultura a través de la OCA es un **instrumento que comparte este programa con el de Inclusión y Participación Cultural**. Se plantea compilar, mejorar y articular todas las actividades culturales y creativas que se realizan en el Centro Histórico, especialmente aquellas que tienen como fin la protección, salvaguardia y promoción del patrimonio cultural.

*Propuesta de enfoque:*

- La Agenda se propuso que fuese formulada como proyecto específico, y coordinada por un **responsable de proyecto**, que podría ser el Productor Senior, que se encarga de recopilar toda la información, valorarla, validarla y proponer su aprobación por la Dirección de la OCA.
- Debe tener dos propósitos:
  1. Difusión de información cultural sobre eventos culturales y artísticos en el Centro Histórico.
  2. Producción y coproducción de actividades culturales y artísticas.

**A los efectos de este Programa, la Agenda cultural sería el apoyo a la promoción de la economía creativa que tendría la OCA como medida para fortalecer las cadenas de valor y posicionar la diversidad de productos, actividades y servicios culturales y turísticos.**

En términos más específicos se propuso:

- 1. Difusión de información cultural sobre eventos culturales y artísticos en el Centro Histórico.

Debe ser recogida a través de un mecanismo que podría consistir en:

- Una **convocatoria abierta permanente** a remitir información para difundir en los canales del Ministerio de Cultura, siguiendo determinados parámetros acordes con las líneas de este Programa.
- Puede incluir **eventos realizados en cooperación con la OCA o eventos de terceras partes** públicas, privadas, de sociedad civil y de la cooperación que tengan afinidad ética y metodológica con las líneas estratégicas del Programa.
- Debe rellenarse un **formato simple de ficha informativa de actividades**, *un formato simple* a través de un **formulario en línea, que ayuda a recopilar información importante**.
- Esta Agenda cultural puede estructurarse para publicarse una vez al mes en un formato de boletín, o en un sitio web que se cree, con actividades

programadas y puede irse mejorando, con la información. Podría formar parte del Sistema de Información Cultural que debería tener un espacio específico para el Centro Histórico.

## 2. Producción y coproducción de actividades culturales y artísticas.

Se debe crear un mecanismo de programación cultural, como una *Convocatoria pública para la promoción de artistas de diferentes géneros y uso de infraestructura y espacios públicos del Centro Histórico*. Se deben priorizar actividades de artistas y gestores culturales residentes en el Centro Histórico, así como temas afines al programa y al objeto de la OCA. El rol técnico de la OCA puede contribuir con mejorar los enfoques de incidencia e impacto comunitario, ampliar la participación y formalizar alianzas.

También generará una base de datos con información fundamental para la gestión de los procesos de la OCA con un mejor conocimiento sobre sus aliados estratégicos y beneficiarios.

Este mecanismo debe ser coordinado con la Dirección Nacional de las Artes, y demás instancias de la creación artística. De igual forma con la Dirección de Patrimonio Cultural, para su evaluación de viabilidad y también con la Dirección de Economía Creativa en caso de que incluyan aspectos productivos.

- Este mecanismo debe tener diversas modalidades de apoyo:
  - *Apoyos económicos*: contribuciones específicas en metálico o en apoyo técnico para la co-producción de actividades culturales en el Centro Histórico.
  - *Apoyo logístico*: contribuciones de la OCA a través de su asesoría técnica, apoyo en la organización y trámites, y recursos técnicos de la Oficina.

Esta convocatoria pudiera contribuir a evitar el goteo de propuestas y demandas de actores diversos, y ayudaría a coordinar el trabajo de las Direcciones Nacionales en el Centro Histórico. Se podría convocar de forma bimensual o con la periodicidad que se determine, siempre con la premisa de co-producción y/o apoyo.

- Dentro de esta Agenda cultural deberá estar la dinamización de dos espacios culturales existentes: la antigua sede del Ministerio, y el Centro Cultural Metropolitano, adscrito al Ministerio de Cultura, y situado en el Centro Histórico.
- Esta Agenda cultural debe activar el uso de infraestructura cultural del Centro, así como el uso de los espacios públicos como plazas, calles y playas.

- También deberá integrar las actividades que se realizan en todos los demás proyectos y programas de la OCA.
- Debe ser pensada como la ventana de comunicación institucional de la OCA y su mecanismo de información institucional.
- Debe contribuir al posicionamiento de la OCA como una instancia de coordinación, cooperación y coproducción de actividades con impacto en la mejora del acceso a la vida cultural del Centro Histórico.

### 3.5 Distrito Creativo

Proyecto propuesto por el Gabinete turístico y liderado por el Ministerio de Cultura.<sup>19</sup> En enero de 2022, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) propuso el Diseño de propuesta y estrategia para el Distrito Creativo del Centro Histórico de la Ciudad de Panamá, Fase 1, encargada a encargó a BOP Consulting<sup>20</sup>, una consultora con sede en Londres, Reino Unido. El proyecto se trabajó en varias fases desde 2019. En este documento se comparte una visión específica y una estrategia de un enfoque de “Distrito Cultural Creativo”, que incluye diez buenas prácticas de los Distritos Culturales Creativos de todo el mundo, un modelo de gobernanza basado en un conjunto de valores y normas dentro de una estructura organizativa y financiera sugerida y un marco de diseño espacial y urbano del Distrito Creativo y Cultural” (BID, 2022, como parte del Préstamo PN-L1146 “Apoyo a la conservación y administración del patrimonio cultural y natural”).<sup>21</sup>

Relevancia de este modelo para la propuesta de la OCA.

- Se plantea un enfoque de Centro Histórico más allá de Casco.
- Se identificaron más de 500 millones de dólares en inversión en proyectos del sector público como: Centro de Convenciones de Amador, Puerto de Crucero de Amador, Museo Reina Torres de Arauz, Vía Conexión de Amador con el Centro Histórico.
- Este Programa respondería a la necesidad identificada por el BID:

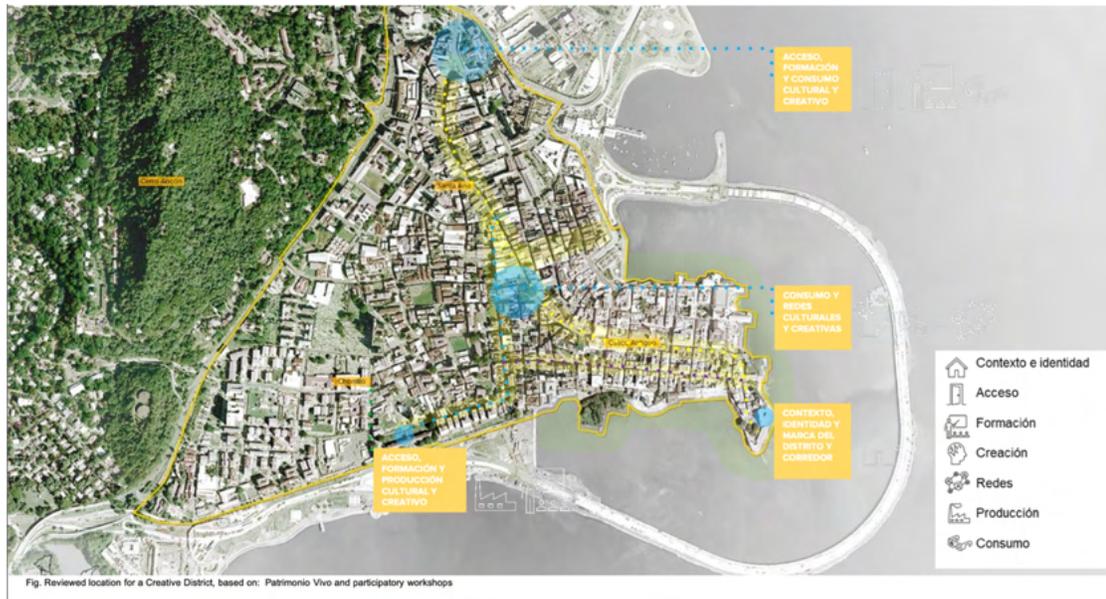
“Pero a la fecha no se ha contemplado proyectos por el sector público que tengan como objetivo mejorar la calidad de sus comunidades a través de programas de formación que puedan dejar las capacidades instaladas para la creación de nuevos emprendimientos y empresas que apunten a un desarrollo socio económico, potenciando y haciendo sostenible el crecimiento de la concentración de artistas y emprendedores de las ICC que se encuentran en estos corregimientos y que en un futuro cercano pueden convertirse en la oferta de producto de Turismo Cultural siendo

<sup>19</sup> <https://micultura.gob.pa/avanza-proyecto-distrito-creativo-con-capacitacion-de-emprendedores-vinculados-al-patrimonio-historico-y-cultural/>

<sup>20</sup> <https://www.bop.co.uk>

<sup>21</sup> <https://www.iadb.org/es/project/PN-L1146>

el Centro Histórico el destino con más visitas de turistas nacionales e internacionales del país” (BID, 2022: 5).



Elaborado por BOP (2022: 30).

#### Propuesta de Centros y áreas de práctica creativas del Distrito Creativo

1. Cultura del patrimonio y de la celebración
2. Cultura de lo contemporáneo
3. Cultura de la economía creativa y Competencias
4. Cultura de la vida sana
5. Cultura de la participación

En la siguiente Valoración, se plantearán recomendaciones específicas a partir de la propuesta, pensada en términos genéricos.

**Valoración:** El Estado panameño se ha endeudado con el BID para impulsar la conservación y administración del patrimonio cultural. Este es un esfuerzo, si bien limitado, pero válido. Sin embargo, la OCA no está pensado como un actor líder de este proceso, a pesar de su mandato de ley. Para poner en valor la contribución del BID, en el esfuerzo de fortalecer la OCA, se encuadran las recomendaciones del Distrito Creativo para darle respuesta desde este Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural en construcción. Se reconoce la necesidad de “Mejor coordinación y planificación entre instituciones, organismos como OCA y artistas locales”.

**1. Cultura del patrimonio y de la celebración:** La OCA como instancia de representación del Ministerio de Cultura debe tener el liderazgo a través de sus programas:

- Mejorar la coordinación de los espacios expositivos en los museos y galerías y mejorar el acceso a la cultura, incluidos los espacios abiertos. Véase Programa de Inclusión y Participación Cultural.
- Impulsar la Agenda Cultural del Centro Histórico, incluida semanas temáticas sobre el patrimonio material e inmaterial, en particular lo que compete al valor excepcional reconocido por la UNESCO.
- Fomentar la investigación científica sobre las expresiones culturales de las comunidades pasadas y presentes en el Centro Histórico. Véase Programa de Inclusión y Participación Cultural.
- Fomentar las alianzas estratégicas alrededor de eventos de alto impacto como el Festival Centro Vivo, parte de nuestra propuesta.
- Reforzar el rol de la OCA en la promoción de la Restauración y conservación de edificios y lugares del patrimonio, de acuerdo a la legalidad y a las recomendaciones de UNESCO para el manejo de sitio.
- Contribuir a promover la inversión y regeneración de los edificios vacíos mediante el desarrollo cultural y sensibilizar sobre el rol de la salvaguardia del patrimonio cultural entre los desarrolladores e inversores.

## **2. Cultura de lo contemporáneo**

- En coordinación con la Dirección Nacional de las Artes y otras instancias del Ministerio de Cultural, facilitar el fomento de comunidades creativas en el Centro Histórico y posicionar al Centro Histórico como una zona de inversiones creativas.
- De conjunto con actores culturales y creativos, implementar los Programas de la OCA de forma sistémica, con recursos compartidos y medición de impactos.
- Promover el Circuito de Museo del Centro Histórico, que incluyan los museos existentes y futuros.

## **3. Cultura de la economía creativa y competencias**

- Estudiar de forma responsable la aplicación de la normativa para promover incentivos fiscales, y diseñar nuevos instrumentos para promover el desarrollo sostenible e inclusivo del Centro Histórico.
- Diseñar e implementar proyectos específicos con enfoque a mediano plazo, 5 años, como parte del Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural, en particular para mejorar la creación y calidad de los oficios, empleos y emprendimientos culturales en el Centro Histórico.
- Diseñar programas de formación complejos en coordinación con la Red de universidades (Véase Programa de Inclusión y Participación Cultural).

## **4. Cultura de la vida sana**

- Desde la competencia de la OCA, revisar todos los proyectos que se están ejecutando en el Centro Histórico e identificar los valores añadidos culturales y velar por el cumplimiento de las disposiciones de patrimonio.
- Incorporar de forma coherente normativas de uso y gestión de recursos naturales y desechos en la programación de la OCA y en las actividades que requieren aprobación del Ministerio de Cultura.
- Promover un ambiente saludable y seguro, de acuerdo con la normativa nacional y ser un referente de gestión urbana medioambientalmente sostenible.

## 5. Cultura de la participación

- Liderar la coordinación de un mecanismo efectivo de gobernanza de acuerdo con el mandato y la institucionalidad legal del país.
- Basar la cooperación orientada a resultados y fortalecer las alianzas en función de proyectos colaborativos concretos y prácticos y reducir la burocracia.
- Fortalecer la Programación Cultural del Centro Histórico desde el mandato del Ministerio de Cultura.
- Garantizar la responsabilidad cultural de todas las acciones públicas, privadas y de la sociedad civil relacionadas con el mandato de los derechos culturales y la conservación, salvaguardia y protección del patrimonio cultural.
- Implementar el Programa de Inclusión y Participación Cultural y comenzar con proyectos pilotos.

Se valora especialmente la recomendación de realizar “Festivales y eventos como una aproximación estratégica al Distrito Cultural”, y la coincidencia con PNUD de realizar un:

“Festival que promueve todo el Distrito tenga lugar durante dos semanas en la temporada turística principal. Se comercializaría como el Festival del Distrito Cultural de la Ciudad de Panamá (con un título llamativo por determinar)”.<sup>22</sup>

- La OCA como parte del Ministerio de Cultura deberá impulsar el Distrito Cultural y Creativo tomando en cuenta las condiciones específicas del sitio y para evitar la gentrificación sistémica de este tipo de propuestas.

---

<sup>22</sup> Si bien se había pensado inicialmente el Festival Centro Vivo a realizarse en octubre, por el mes urbano de Naciones Unidas, se debe tomar en cuenta la realidad de Panamá, climática, estacional, y realizar esta actividad no cuando ya el Casco/Centro tiene visitantes, sino en épocas de menor afluencia, como el verano, que permite, además, realizar actividades al aire libre.

- El enfoque de gobernanza responde a una realidad diferente de la situación de Panamá y se recomienda fortalecer y no debilitar las instituciones existentes.

### 3.6. Banco de proyectos

Con la misma lógica del propuesto para el Programa de Inclusión y Participación Cultural, se propone un repositorio de proyectos especiales, que atienda los ámbitos de seguimiento específicos de las líneas propuestas.

<b>Áreas fundamentales de desarrollo de proyectos</b>		
<b>Línea</b>	<b>Ámbitos de desarrollo de proyectos</b>	<b>Iniciativas o componentes</b>
<b>Línea 1. Valorización económica del patrimonio cultural</b>	Estudios económicos del patrimonio y la creatividad en el Centro Histórico.	Encuestas para determinar cuánto vale el patrimonio cultural del Centro Histórico. Estudios sobre impacto económico de la designación de Patrimonio Mundial del Distrito Histórico y de la contribución del Centro Histórico al PIB cultural. Sistema de indicadores culturales para medir el impacto económico de las actividades culturales.
<b>Línea 2. Mejora de condiciones del trabajo cultural y creativo</b>	Registro Cultural del Centro Histórico adscrito al Sistema de Información Cultural.	Plataforma de registro del empleo cultural del Centro Histórico.
	Proyecto de capacitación y certificación	Escuela Taller.
	Creación de Ventanilla Única de Economía Creativa	Diseño y activación.
	Incentivos para la contratación formal	Diseño y activación.
<b>Línea 3. Desarrollo empresarial cultural y creativo</b>	Asistencia técnica para la mejora de la salvaguardia del patrimonio y la competitividad.	Ventanilla Única de Economía Creativa, Seminarios anuales de mentoría y talleres
	Asesoría para el acceso a financiamiento.	Ventanilla Única de Economía Creativa, Seminarios anuales de mentoría y talleres
	Creación de redes de colaboración.	Ventanilla Única de Economía Creativa, Seminarios anuales de mentoría y talleres
	Proyectos especiales integradores	Sabores del Barrio

<b>Línea 4. Comercialización y mejora del acceso comercial a la cultura</b>	Mercados de las Industrias Culturales y Creativas del Centro Histórico	Mercado de Pulgas Cultura en el Mercado Mercado digital del Centro Histórico
	Promoción del comercio cultural justo y el acceso equitativo a la cultura	Iniciativa Justo al Centro
<b>Línea 5. Promoción del turismo cultural</b>	Articulación de actores de cultura y turismo	Grupo de trabajo para el desarrollo de una Marca de Destino Centro Histórico
	Red de Turismo Cultural del Centro Histórico	Diseño y activación.
	Agenda Cultural del Centro Histórico	Diseño y activación.
<b>Línea 6. Financiación de la OCA</b>	Mecanismo de auditorías de recursos y necesidades	Estudio exhaustivo de las necesidades financieras de la OCA.
	Mecanismo de patrocinio y mecenazgo cultural	Sumarse
	Apoyo a plataformas de microfinanciamiento	Ventanilla Única de Economía Creativa, Seminarios anuales de mentoría y talleres
<b>Línea 7. Gobernanza de la OCA, aplicada a la economía creativa y el turismo cultural</b>	Departamento de Fomento de la economía creativa y turismo	Aprobación, financiación y activación.
	Fortalecimiento de marco regulatorio y de inversión	Aplicación de la Ley y reglamentación a nivel programático.
	Participación de la OCA en todos los foros y espacios	Decisión política.

### 3.7. Mecanismo de consulta, participación

En el marco del Programa de Inclusión y Participación, se propuso una **Propuesta metodológica de mecanismo de coordinación de actores de economía creativa y turismo cultural pertinente de acuerdo con la misión de la OCA**, siguiendo la lógica del mecanismo sugerido a su vez en otra asesoría técnica para el diseño del Programa de Inclusión y Participación.

A los efectos de este Programa de Economía Creativa y Turismo Cultural, este instrumento tiene la finalidad de mejorar la gobernanza de la OCA, a nivel de alianzas estratégicas en los temas de economía creativa y turismo cultural. Este mecanismo permitiría una efectiva plataforma democrática, de representación y de incidencia en los asuntos fundamentales que les conciernen. Se propone la creación de sinergias con instituciones públicas y privadas, sociedad civil y

cooperación internacional y no duplicar los esfuerzos que se realizan y maximizar los impactos de las inversiones respetivas.

## A) Propuesta de enfoque

- *Para la coordinación con el gobierno nacional:*
  - **Junta directiva de la OCA:** se debe hacer un análisis riguroso de la participación efectiva de las contrapartes de la Junta directiva de la OCA en la implementación de proyectos relacionados con estos dos temas, convocado por una instancia, como el Ministerio de la Presidencia, por ejemplo. Debe coordinarse con el Gabinete Turístico. Se sugiere una vez la OCA tenga mayor claridad de enfoque, sugerir presentar su propuesta en Gabinete Social y en Gabinete turístico sus Programas.
  - Se debe convocar a la Junta Directiva a nivel Ministerial para involucrarlos en estos procesos y para identificar proyectos y crear grupos de trabajo específicos para atender temas intersectoriales.
  
- *Para la coordinación con el gobierno municipal y local:*
  - Se debería involucrar al *gobierno municipal y local (corregimientos)* en la financiación de mecanismos como el Fondo, con recursos provenientes de la descentralización para estas dos áreas.
  - Para mejorar las alianzas con las Juntas Comunales debería crearse, en el contexto del Consejo Municipal, un capítulo específico para economía creativa y turismo cultural en el **Acuerdo municipal por el Centro Histórico**, con una Agenda común (con el Consejo Municipal), que establezca un Comité de Coordinación con los Honorables Representantes y un mecanismo de trabajo para integrar a todas las Juntas Comunales del Centro Histórico. Esto podría complementarse con la creación de un Grupo de trabajo con cada Junta Comunal, para darle seguimiento a los acuerdos y necesidades de coordinación. Cada Junta Comunal deberá definir un enlace institucional que será el “embajador-coordinador” de la Junta en la OCA para fortalecer el alcance del trabajo interinstitucional, a quien la OCA proveerá una forma de capacitar.
  
- *Para la coordinación con actores privados y sociales:* Para atender la complejidad de enfoques, actores y mecanismos de coordinación, se propone no crear nuevas institucionalidades sino colocar el mandato de la OCA en estos espacios. Para ello, se propone la creación de un **Grupo de Trabajo de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico**.

## B). Concepto de mecanismos de coordinación

El Grupo de Trabajo de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico (GTCH), impulsado por el Ministerio de Cultura, a través de la Oficina del Casco Antiguo es una entidad colaborativa conformada por diversas partes interesadas y con mandato y experiencia en el Centro Histórico de la Ciudad de Panamá, e incluye a representantes del sector público, privado y organizaciones de la sociedad civil, que se unen con el objetivo de promover el desarrollo sostenible y el aprovechamiento económico de un área específica, en este caso, el Centro Histórico de una ciudad o región.

*El Grupo de Trabajo de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico (GTCH) es una plataforma interinstitucional que trabaja en conjunto para revitalizar y preservar el Centro Histórico de nuestra ciudad, promoviendo la cultura, el arte y el turismo como motores de desarrollo económico y social sostenible.*

Su función principal es diseñar, coordinar e implementar estrategias y proyectos que fomenten la economía creativa y el turismo cultural en este entorno histórico, de acuerdo con la legislación y las políticas públicas y legislación vigentes.

La economía creativa se refiere a la financiación de procesos que apuntan a la generación de valor económico, a través de actividades relacionadas con la cultura, el arte, el diseño y la creatividad, mientras que el turismo cultural se enfoca en atraer visitantes interesados en la herencia histórica y cultural de la zona, así como a fomentar el diálogo intercultural y la diversidad cultural como herramientas de cohesión social.

Este grupo de trabajo busca aprovechar y preservar el patrimonio cultural material e inmaterial del Centro Histórico, al mismo tiempo que impulsa la generación de empleo y el crecimiento económico de calidad, e inclusivo, a través de iniciativas culturales, artísticas y turísticas de alto impacto que incluyen la formalización, la financiación, la coproducción, la promoción, y la mejora del acceso a la diversidad de expresiones culturales y experiencias turísticas.

### **C. Características del Grupo de Trabajo de Economía Creativa y Turismo Cultural del Centro Histórico y relación con otros programas.**

#### **Visión compartida y transparencia**

La OCA tiene un rol importante a la hora de construir y compartir una visión clara y a compartir y co-construir entre todas las partes involucradas sobre los objetivos a largo plazo para el turismo cultural y la economía creativa con pertinencia cultural de acuerdo con el mandato de conservación y promoción del patrimonio cultural material e inmaterial y ajustado a los compromisos con la UNESCO y a la legislación cultural vigente. La información y las decisiones deben ser transparentes y accesibles para todas las partes interesadas. Se debe crear un espacio específico dentro del Sistema de Información Cultural para el Centro Histórico que recopile toda la información necesaria.

## **Participación activa y representación diversa**

El mandato de la OCA es la coordinación tanto de actores institucionales del sector público como del privado, incluyendo el sector social y la cooperación internacional. El Grupo es un espacio para la toma de decisiones colaborativas, la co-responsabilidad con la financiación y la implementación de iniciativas. Para garantizar la rotación en la representación, se debe incluir personas provenientes de diversos subsectores del turismo y la economía creativa públicos, privados y sociales, para garantizar una perspectiva completa del potencial de transformación local. Debe ser un proceso abierto y público.

## **Comunicación efectiva**

Uno de los aspectos más críticos de la OCA hoy es la comunicación institucional. Al no contar con una unidad de gestión de comunicación que atienda y genera un flujo ordenado y coherente de noticias e información sobre el Centro Histórico, hay una ambigüedad y desconocimiento sobre el rol de la OCA y sus funciones. Deben generarse canales de comunicación para facilitar el intercambio de información y la colaboración entre los diversos generadores de contenidos (técnicos, políticos, de entretenimiento, comerciales, etcétera)

## **Flexibilidad**

El GTCH debe tener un rol ejecutivo, y en el nivel de representación institucional deben participar personas con capacidad de toma de decisiones. El formato de trabajo debe ser lo suficientemente flexible como para adaptarse a cambios en el entorno económico y político.

## **Planificación estratégica y evaluación continua**

El GTCH debe desarrollar, consensuar e implementar el plan estratégico anual que responda a la planificación de programas y proyectos de la OCA, en colaboración con los demás actores.

Como parte de este funcionamiento, debe establecer mecanismos de evaluación para medir el progreso y realizar ajustes cuando sea necesario.

## **Incentivos fiscales y recursos financieros**

En coordinación con el Ministerio de Finanzas, se deben identificar y proporcionar incentivos adecuados para la participación activa del sector privado, específicamente iniciativas piloto de mecenazgo cultural para acelerar el desarrollo del Centro Histórico. El GTCH debe tener asignaciones presupuestarias vinculadas a programas y proyectos específicos, con fuentes de financiamiento sostenibles para respaldar sus actividades y proyectos.

## **Capacidad técnica y promoción de la Innovación**

Contar con personal con la capacidad técnica necesaria para diseñar, implementar y gestionar proyectos de turismo cultural y economía creativa es el principal desafío que tendría el GTCH porque estas dos áreas son relativamente novedosas en el país y no se cuenta con especialistas, que además se especialicen en Centros Históricos. El Grupo debe fomentar la innovación en el sector turístico y creativo, incentivando la adopción de nuevas tecnologías y enfoques disruptivos e inéditos con pertinencia cultural local, y evitar las franquicias culturales y priorizar a personas de otras zonas de la ciudad o el país.

### **Alianzas estratégicas y sostenibilidad**

El GTCH debe ser un mecanismo abierto para reforzar y crear alianzas con otras instituciones, como universidades o organismos internacionales, para aprovechar recursos adicionales y conocimientos especializados. Al mismo tiempo tiene que tener la suficiente capacidad de implementación de proyectos que garantice la efectividad de los acuerdos. Los Indicadores de Cultura 2030 deben ser los que marquen el enfoque en la sostenibilidad de la agenda del GTCH, promoviendo prácticas responsables en el turismo y la economía creativa con indicadores específicos que puedan reportar a la UNESCO a partir de los compromisos del país.

### **Responsabilidad cultural**

Debe promover la responsabilidad cultural empresarial, alentando a las empresas culturales localizadas o actuando en el Centro Histórico, el cumplimiento de la legislación y la protección del patrimonio y los derechos culturales y a las empresas no culturales, reforzar su oportunidad de aportar a las comunidades locales, la economía y al medio ambiente del Centro Histórico a través del mecenazgo cultural.

## **E. Metodología de activación del GTCH**

### **Visión compartida y transparencia:**

- a. Utilizando el mecanismo de la CCICC **convocar a una sesión de trabajo** para instalar el GTCH para definir y refinar la visión estratégica a mediano plazo e invitarlos a colaborar en los programas actuales.
- b. Realizar una **consulta entre las partes integrantes del GTCH** para asegurarse de que todos estén alineados con la visión, hacer un levantamiento de los proyectos e iniciativas actuales que impulsa cada contraparte y optimizar los recursos a corto plazo.
- c. Documentar la creación del acuerdo del GTCH en un **documento claro y conciso** que sirva como guía para las acciones futuras, tomando en cuenta la proximidad del cambio de administración.
- d. **Publicar en línea** los documentos clave de GTCH, como evidencia de trabajo colaborativo (agendas, minutas, acuerdos y presupuestos).

- e. Realizar **cabildos abiertos especiales** que permitan el acceso a reuniones a través de plataformas en línea para cualquier persona interesada en los temas que se están discutiendo.
- f. Establecer un **mecanismo de denuncia y propuesta** anónima para informar sobre posibles prácticas no éticas y soluciones que tienen que ver con el Centro Histórico. Puede ser un correo electrónico o una pestaña en la web institucional de la OCA.

#### **Participación activa y representación diversa**

- a. El GTCH debe **crear comités de trabajo** específicos para el desarrollo de proyectos específicos, y así evitar la saturación de agendas y la burocracia sin resultados.
- b. Tanto el GTCH como los grupos de trabajo tendrán **autonomía dentro del mecanismo de la Comisión para celebrar reuniones regulares de seguimiento** y establecer un calendario de compromisos y ejecución para rendir cuenta.
- c. Los grupos de trabajo para la implementación de proyectos deben ser **mixtos y ampliados con respecto a los miembros de la CCICC**, de modo que puedan incluir a representantes tanto del sector público como del privado para resolver problemas y tomar decisiones.
- d. La OCA a través del GTCH tendrá la misión de **identificar y contactar a actores clave en los diversos subsectores y fomentar su participación** en los proyectos, tanto en la planificación, como en la implementación y en la evaluación. Para esto, se deberán establecer **cuotas o criterios de inclusión** que garanticen la representación de minorías y grupos subrepresentados, sobre todo que garanticen la participación activa de las personas beneficiarias.

#### **Comunicación Efectiva:**

- a. Se deberá diseñar una **plataforma de comunicación en línea** dentro del Sistema de Información Cultural para compartir noticias, actualizaciones y recursos sobre el Centro Histórico con una función agregadora y coordinadora de contenidos.
- b. Contratar un **responsable de comunicación institucional** y diseñar una **estrategia clara de promoción**.
- c. Diseñar un **protocolo de respuesta a crisis** para abordar situaciones delicadas de manera efectiva que requieren una respuesta institucional.

#### **Flexibilidad:**

- a. El GTCH debe mantener un **proceso de revisión periódica** del plan estratégico para incorporar ajustes según sea necesario de acuerdo a su función orientada a proyectos específicos para desarrollar.
- b. Debe considerarse un **fondo de contingencia** para el Centro Histórico, que podría ser gestionado por una empresa pública municipal (por ejemplo, la de Turismo), para hacer

frente a cambios imprevistos en el entorno y dar respuesta efectiva a las prioridades de gestión sostenible del sitio.

c. Fomentar una cultura de adaptabilidad entre los miembros del GTCH fomentando la idea de que todos encuentren un sitio para aportar y el proyecto contribuya a la implementación de sus mandatos específicos institucionales o intereses comunitarios y profesionales.

#### **Planificación estratégica y valuación continua:**

a. Realizar un análisis con metodologías como FODA actualizado para **guiar la planificación estratégica** del GTCH y diseñar **mecanismos de respuesta ajustados** a las realidades del Centro Histórico, evitando franquicias de gestión promovidas por instituciones de cooperación o financiación, sin detrimento de intercambio de buenas prácticas

b. Definir **indicadores específicos para los proyectos** con metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con tiempo concreto, para evaluar el progreso.

c. Desarrollar un **plan de acción con hitos claros y responsabilidades asignadas** a cada uno de los integrantes. Se recomienda que los proyectos no tengan más de 3 instituciones responsables aunque podrían tener más de 5 colaboradoras.

d. Cada mesa de trabajo por proyectos, deberá establecer **criterios y cronogramas específicos** para realizar revisiones periódicas para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas.

e. Incluir **acciones de retroalimentación** de los participantes y beneficiarios de los proyectos y partes interesadas para mejorar constantemente el proceso de coordinación de las mesas de trabajo (asociadas a proyectos).

#### **Incentivos fiscales y recursos financieros**

a. Deben estudiarse **instrumentos claros e innovadores de incentivos financieros**, como subvenciones o exenciones fiscales, para proyectos que promuevan el turismo cultural y la economía creativa responsables, de acuerdo con los enfoques de salvaguardia del patrimonio, participación e inclusión cultural.

b. En cooperación con **Sumarse**, reconocer y premiar públicamente a las empresas y organizaciones que contribuyan de manera destacada al desarrollo del Centro Histórico de la Ciudad

c. el GTCH debe ser un mecanismo de coordinación de recursos y de mejora del financiamiento a través de asociaciones público-privadas y para ello debe establecerse un dispositivo de **mecenazgo cultural**, vinculado con Sumarse para explorar oportunidades de financiamiento público y privado para asegurar la sostenibilidad financiera de los proyectos y la transición entre administraciones.

e. Explorar la creación de un **fondo común** administrado por el grupo para financiar proyectos estratégicos.

f. En colaboración con Pro-Panamá desarrollar una sólida **estrategia de atracción de inversiones responsables** en sectores clave de la economía creativa del Centro Histórico

para buscar inversiones de capital de riesgo o financiamiento conjunto para iniciativas innovadoras.

### **Capacidad técnica y promoción de la innovación**

- a. Proporcionar capacitación y desarrollo profesional para miembros del GTCH y sus equipos de trabajo, y en particular, ampliar los especialistas con que cuenta la OCA para estos fines, con preferencia de personal con dedicación exclusiva.
- b. A partir del trabajo colaborativo de la Red de Expertas y expertos creada por el Programa de inclusión y participación, crear alianzas formales con instituciones académicas para acceder de forma conjunta a recursos educativos y de investigación que mejoren la promoción del patrimonio cultural, y la evidencia sobre el impacto de la economía creativa y el turismo cultural.
- c. Prever la contratar expertos en turismo y economía creativa para asesorar en proyectos específicos, o definir las necesidades técnicas para solicitar apoyos a la cooperación internacional.
- d. Coordinar con Senacyt líneas de apoyo a la investigación y desarrollo para proyectos innovadores en el Centro Histórico a través de convocatorias específicas que respondan a necesidad de este espacio por su valor universal.
- f. Fomentar la colaboración con startups y emprendedores para impulsar soluciones novedosas en el Centro Histórico y organizar concursos y hackatones para fomentar la generación de ideas creativas orientada a resolver problemas concretos de la economía creativa o el turismo cultural.

### **Alianzas estratégicas y sostenibilidad:**

- a. Además de los integrantes de los integrantes de la CCICC, el GTCH identificará organizaciones complementarias que puedan aportar recursos adicionales o experiencia.
- b. Se fomentarán convenios de colaboración con universidades y centros de investigación nacionales e internacionales para impulsar la implementación de proyectos específicos que requieran alta especialización.
- c. En coordinación con el Departamento de Diplomacia Cultural del Ministerio de Relaciones Exteriores, el GTCH promoverá la participación activa en redes y asociaciones internacionales relacionadas con el turismo cultural y la economía creativa para intercambio de experiencias.
- d. Todos los proyectos que implemente el GTCH deberán fomentar prácticas sostenibles en las dimensiones culturales (en especial de patrimonio), sociales (en particular, de residentes), medioambientales y económicas (en especial de actores productivos responsables).
- e. La OCA debería promover el diseño de un Código de conducta ambiental y social que los miembros que participan del GTCH se comprometan a seguir y rendir cuenta.

f. Todos los proyectos deben prever la realización de auditorías periódicas para evaluar el impacto económico, cultural, ambiental y social de las actividades, de forma sistémica y transparente.

**Responsabilidad Social:**

a. El GTCH debe contribuir al diseño del proyecto de mecenazgo cultural, para promover la de responsabilidad social empresarial entre las empresas privadas radicadas o con participación en el Centro Histórico.

b. Deberá crearse un directorio de organizaciones sin fines de lucro locales para abordar problemas sociales clave y establecer un mecanismo de apoyo y colaboración con impactos medibles y orientado a proyectos sostenibles y no a actividades puntuales.

c. Debe definirse un mecanismo de indicadores de responsabilidad cultural con metas específicas relacionadas con la responsabilidad social y el impacto positivo en la comunidad de las empresas privadas radicadas o con participación en el Centro Histórico.

## Capítulo IV. Plan de acción

Más que acciones generales, hemos querido proponer 4 etapas de implementación: validación, formalización, costeo y financiación y por último la activación. Cada uno de los instrumentos de gestión del Programa, se han sido se han definido acciones específicas con sus indicadores y métodos de verificación. Aunque se ha generado una cantidad considerable de información, la propuesta es dejar un marco de indicadores asociados con resultados de estas acciones que puedan servir de referencias concretas para la formulación de posteriores instrumentos y acciones. Estas etapas están pensadas para el corto plazo, con lo cual, una vez que se implemente el Programa, debería definirse un plan a mediano y largo plazo, pero en las circunstancias actuales de cierre y transición de administración, focalizarnos en el corto plazo fue la estrategia más sensata.

Plan de acción				
Etapa	Instrumento	Acción	Indicador	Método de verificación
1. Validación	Departamento de Economía Creativa	Presentación de proyecto al Ministerio de Cultura y el MEF.	Documento presentado y aprobado por el Ministerio de Cultura y el MEF.	Documentación oficial de recepción y aprobación de los proyectos por parte del Ministerio de Cultura y el MEF. Actas de reuniones o correspondencia oficial donde se detallan las decisiones tomadas respecto a los proyectos presentados. Sistema de seguimiento de proyectos que registre las fechas de presentación, estado del proyecto (aprobado, en revisión, rechazado) y feedback recibido.
	Festival Centro Vivo	Llevar a cabo grupos focales para validar la propuesta de Festival.	Porcentaje de participantes en los grupos focales que califican la propuesta del festival como 'viable' o 'excelente'.	Análisis de las transcripciones o grabaciones de los grupos focales para extraer datos cualitativos y cuantitativos. Resumen ejecutivo que incluya estadísticas y conclusiones clave obtenidas de los grupos focales. Informes de los facilitadores de los grupos focales que destaquen las percepciones, opiniones y sugerencias de los participantes.

Ventanilla Única	Verificar la demanda de servicios de soporte a emprendedores mediante consultas con contrapartes. Validar el flujo de proceso propuesto para la atención al cliente con otras instancias.	Número de emprendedores que expresan interés en los servicios tras las consultas.  Porcentaje de contrapartes que aprueban el flujo de proceso propuesto para la atención al cliente.	Registro de consultas realizadas con un desglose de respuestas positivas y negativas. Informes de retroalimentación de las contrapartes que detallen el nivel de interés y las necesidades expresadas. Porcentaje de contrapartes que aprueban el flujo de proceso propuesto para la atención al cliente. Documentación de talleres o sesiones de trabajo donde se presentan y discuten los flujos de proceso con las contrapartes. Actas de las reuniones o feedback formal que confirme la aprobación o sugiera mejoras.
Agenda Cultural	Probar la plataforma de la agenda con usuarios finales para asegurar facilidad de uso y pertinencia del contenido.	Tasa de satisfacción de los usuarios finales respecto a la facilidad de uso y la relevancia del contenido de la plataforma.	Encuestas de satisfacción y usabilidad completadas por los usuarios finales después de interactuar con la plataforma. Análisis de datos de uso, como tiempo promedio en la plataforma y tasa de retorno, para evaluar la facilidad de uso. Revisión de los comentarios y sugerencias de los usuarios recopilados durante la fase de prueba para ajustar y mejorar la plataforma.
Distrito Creativo	Evaluación de expectativas de impacto en la comunidad y el entorno urbano para confirmar los beneficios del distrito.	Índice de Percepción Comunitaria que mida las expectativas de impacto antes de la implementación del Distrito Creativo.  Índice de Comparación de Viabilidad que mida el rendimiento del Distrito	Diseñar y aplicar encuestas dirigidas a residentes y negocios locales para recoger sus expectativas antes de la implementación del Distrito Creativo. Organizar talleres participativos con contrapartes para recoger opiniones cualitativas sobre los impactos esperados. Documentar y analizar las respuestas y datos recogidos para crear un informe de expectativas de impacto.

		Análisis de viabilidad a través de benchmarking con otros distritos creativos exitosos.	Creativo contra benchmarks establecidos basados en otros distritos.	Realizar un análisis comparativo detallado entre el Distrito Creativo y otros distritos creativos seleccionados por su éxito y relevancia. Compilar un informe de benchmarking que incluya métricas de éxito como crecimiento económico, empleo en sectores creativos, y mejoras en infraestructura. Llevar a cabo entrevistas con administradores de otros distritos creativos para comprender las mejores prácticas y lecciones aprendidas.
Banco de proyectos	Validación de la estructura y los criterios de selección de proyectos con expertos en economía creativa.  Pruebas piloto con una selección inicial de proyectos para ajustar parámetros.	Porcentaje de aprobación o recomendaciones de mejora por parte de expertos en economía creativa sobre la estructura y criterios de selección.  Tasa de éxito de los proyectos piloto seleccionados, medido por la consecución de hitos críticos y la retroalimentación de los participantes en el proyecto.	Recopilación y análisis de retroalimentación detallado de los expertos tras sesiones de revisión de la estructura y criterios propuestos. Documentación de las sesiones de validación, incluyendo listas de asistencia, minutas y recomendaciones de los expertos. Análisis de informes de progreso y evaluaciones de desempeño de los proyectos piloto. Encuestas de satisfacción y reportes de experiencia por parte de los gestores y participantes de los proyectos piloto. Revisión y ajuste de los criterios de selección y la estructura basados en los resultados y aprendizajes de las pruebas piloto.	
Mecanismo de consulta	Pruebas de concepto para los mecanismos de consulta con representantes de la comunidad creativa.	Porcentaje de representantes de la comunidad creativa que confirman la efectividad y claridad del mecanismo de consulta en las pruebas de concepto.	Recopilación y análisis de feedback obtenido directamente de los representantes de la comunidad creativa a través de encuestas, entrevistas o talleres realizados después de las pruebas de concepto. Documentación de todas las sesiones de prueba, incluyendo observaciones, comentarios, y sugerencias para mejorar el mecanismo de consulta.	

		Revisión y validación de los canales de comunicación y retroalimentación.	Índice de Adecuación de los Canales, que mide la satisfacción con la facilidad de uso, accesibilidad y eficacia en la comunicación y retroalimentación.	Evaluaciones de usabilidad y eficacia realizadas por los usuarios finales para medir la experiencia de interacción con los canales de comunicación. Revisión de las métricas de engagement como la frecuencia de uso, tiempo de respuesta y nivel de interacción en los canales de comunicación. Análisis de las recomendaciones de los representantes de la comunidad creativa y la implementación de mejoras basadas en estas.
<b>2. Formalización</b>	Departamento de Economía Creativa	Desarrollar un marco legal y reglamentario para las actividades del departamento. Establecer convenios de colaboración con otras entidades gubernamentales y privadas.	Compleitud del marco legal y reglamentario desarrollado, medido en términos de cobertura de todas las actividades del departamento.  Número de convenios de colaboración formalizados con entidades gubernamentales y privadas.	Documentación del marco legal y reglamentario aprobado y publicado, junto con los registros de las sesiones legislativas o administrativas donde se discutió y ratificó. Revisión por parte de un equipo legal para asegurar el cumplimiento de todas las regulaciones aplicables y la cobertura integral de las actividades del departamento. Registro oficial de los convenios de colaboración establecidos, incluyendo detalles sobre los objetivos, roles y compromisos de cada parte. Actas de las reuniones y correspondencia con las entidades colaboradoras que evidencien el proceso de negociación y acuerdo.
	Festival Centro Vivo	Redacción y aprobación de políticas y procedimientos para la organización del festival.	Existencia de un manual de políticas y procedimientos aprobado y ratificado para la organización del festival.  Número de acuerdos formales con patrocinadores	Recopilación de la documentación que incluye el manual de políticas y procedimientos aprobados, evidencia de la aprobación por la junta directiva o el organismo competente, y actas de las reuniones donde se realizó la ratificación. Listado de acuerdos firmados acompañados de los contratos y documentos legales correspondientes.

	Formalizar acuerdos con patrocinadores y proveedores.	y proveedores firmados y en vigor.	Actas de las reuniones de negociación y firmas de contratos que demuestren la formalización de las relaciones comerciales. Estos indicadores y métodos permitirán confirmar que el festival tiene una base sólida de políticas y procedimientos, así como el soporte necesario de terceros para su ejecución exitosa.
Ventanilla Única	Crear una plataforma oficial y procedimientos estándar de servicio al cliente. Registrar la Ventanilla Única como el punto oficial de contacto para emprendedores.	Porcentaje de procedimientos estándar de servicio al cliente implementados y la funcionalidad completa de la plataforma en línea.  Confirmación del registro oficial de la Ventanilla Única como el punto de contacto para emprendedores.	Documentación que evidencie la creación y la puesta en marcha de la plataforma, incluyendo guías de procedimientos y manuales de operación. Registros de pruebas de usabilidad y reportes de funcionamiento de la plataforma que confirmen su efectividad y eficiencia. Certificado de registro o documentación oficial que acredite la Ventanilla Única como el punto de contacto designado para emprendedores. Comunicados o publicaciones en medios oficiales y en la página web del Departamento que anuncien la disponibilidad de la Ventanilla Única para los emprendedores.
Agenda Cultural	Definir y documentar la estructura de gestión de la Agenda Cultural. Formalizar la metodología de recolección y	Número de documentos de políticas y procedimientos internos definidos y aprobados para la gestión de la Agenda Cultural.  Implementación exitosa de un protocolo estandarizado para la recolección y	Revisión de los documentos oficiales que detallan la estructura de gestión y los procesos internos, asegurándose de que estén debidamente autorizados y accesibles para el personal relevante. Actas de las reuniones o informes que evidencien la discusión, revisión y aprobación de la estructura de gestión por parte de la dirección o el comité de gestión.

	publicación de eventos.	publicación de eventos en la Agenda Cultural.	Manuales de procedimiento o guías operativas que describan el flujo de trabajo para la recolección y publicación de eventos, incluyendo roles, responsabilidades y plazos. Registros de publicaciones y retroalimentación de los usuarios de la Agenda Cultural que confirmen el seguimiento de la metodología establecida y la calidad y precisión de la información publicada.
Distrito Creativo	Aprobación de la zonificación y normativas específicas para el Distrito Creativo por las autoridades competentes. Establecimiento de una entidad o consorcio que gestione el Distrito Creativo.	Existencia de un documento oficial que confirme la aprobación de la zonificación y las normativas por parte de las autoridades competentes.  Formalización legal de la entidad o consorcio encargado de la gestión del Distrito Creativo.	Obtención de copias certificadas de las ordenanzas, decretos o resoluciones que establezcan la zonificación y las normativas del Distrito Creativo.  Actas de las sesiones del consejo municipal o de otros organismos gubernamentales donde se discutan y aprueben las normativas.  Documentación legal que certifique la creación de la entidad o consorcio, como estatutos, escrituras de constitución y registros gubernamentales.  Registros de las primeras reuniones de la entidad o consorcio, incluyendo listas de miembros, roles asignados y planes de acción inicial.
Banco de proyectos	Implementación de un sistema formal para la presentación y evaluación de proyectos.	Cantidad de proyectos presentados y evaluados a través del sistema formal implementado.  Porcentaje de proyectos que cuentan con reportes de	Acceso a la plataforma del sistema formal, donde se pueden verificar la presentación y los resultados de las evaluaciones de los proyectos.  Informes generados por el sistema que muestren el historial y el estado actual de las presentaciones y evaluaciones.

		Establecer protocolos de seguimiento y reporte.	seguimiento conforme a los protocolos establecidos.	
	Mecanismo de consulta	Institucionalizar el mecanismo de consulta con un reglamento operativo y un comité de supervisión.		Revisión de los reportes de seguimiento presentados para verificar su cumplimiento con los protocolos establecidos. Auditoría de los registros del sistema que deberían reflejar la adhesión regular a los protocolos de seguimiento y reporte.
<b>3. Costeo y Financiación</b>	Departamento de Economía Creativa	Definir un modelo de financiación sostenible para el departamento. Identificar fuentes de financiamiento estatales, privadas y alternativas.	Elaboración y aprobación de un plan financiero que detalle el modelo de financiación sostenible del departamento.  Número de fuentes de financiamiento estatales, privadas y alternativas identificadas y potencialmente disponibles para el departamento.	Documento oficial del plan financiero aprobado que incluya estrategias y proyecciones financieras a corto, mediano y largo plazo. Actas de las reuniones en las que se discutió y aprobó el modelo de financiación, con la participación de las partes interesadas. Listado y descripción de las fuentes de financiamiento identificadas, junto con el estado de las negociaciones o acuerdos preliminares. Informes de evaluación que incluyan el análisis de viabilidad y adecuación de las fuentes de financiamiento identificadas para los objetivos del departamento.
	Festival Centro Vivo	Desarrollar un plan de costeo detallado del festival.	Completado y aprobado un plan de costeo detallado que abarque todos los aspectos financieros del festival.	Revisión del documento final del plan de costeo que debe incluir presupuestos detallados, proyecciones y análisis de costos. Actas de las reuniones de la junta directiva o del comité organizador donde se aprobó el plan de costeo.

	Buscar financiamiento a través de patrocinios, venta de entradas y apoyos gubernamentales.	Cantidad de fondos asegurados a través de patrocinios, venta de entradas y apoyos gubernamentales en comparación con las metas financieras establecidas.	Contratos de patrocinio firmados, registros de ventas de entradas y confirmaciones de apoyos gubernamentales que evidencien el financiamiento obtenido. Informes financieros que contrasten los objetivos de financiamiento con los fondos efectivamente asegurados.
Ventanilla Única	Establecer un presupuesto para el funcionamiento y expansión de la Ventanilla Única. Explorar modelos de autofinanciamiento y subvenciones.	Existencia de un presupuesto aprobado que cubra todas las operaciones actuales y las necesidades de expansión futuras de la Ventanilla Única.  Número de modelos de autofinanciamiento identificados y evaluados, y cantidad de subvenciones solicitadas y/o obtenidas.	Documentos presupuestarios que detallen la asignación de fondos y la aprobación de los mismos por parte de la autoridad financiera correspondiente. Actas de las reuniones en las que se discutió y ratificó el presupuesto, con la firma de los responsables de su aprobación. Informes que describan los modelos de autofinanciamiento considerados, con un análisis de su viabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Documentación de las subvenciones aplicadas, incluyendo formularios de solicitud, confirmaciones de recepción y, si corresponde, notificaciones de concesión.
Agenda Cultural	Presupuestar el desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital. Buscar asociaciones y patrocinios para eventos destacados.	Aprobación de un presupuesto detallado específico para el desarrollo y mantenimiento continuo de la plataforma digital de la Agenda Cultural.  Número de asociaciones y patrocinios concretados para el apoyo de eventos	Documentación oficial del presupuesto aprobado y los registros de las asignaciones financieras para el desarrollo y el mantenimiento de la plataforma. Actas de las reuniones en las que se discutió y aprobó el presupuesto, con la firma de los responsables de su aprobación. Contratos o acuerdos firmados con asociaciones y patrocinadores, que indiquen los términos de apoyo y las contribuciones financieras o en especie.

			destacados dentro de la Agenda Cultural.	Informes de gestión que muestren las actividades realizadas para buscar y asegurar dichas asociaciones y patrocinios, y la correspondencia con los socios confirmados.
	Distrito Creativo	Realizar un análisis de costos para el desarrollo y promoción del Distrito. Crear un fondo de desarrollo económico específico para el Distrito Creativo.	Elaboración y aprobación de un informe detallado que presente el análisis de costos asociados al desarrollo y la promoción del Distrito Creativo.  Constitución efectiva de un fondo de desarrollo económico, con fondos asignados y disponibles para su uso en el Distrito Creativo.	Revisión del informe de análisis de costos que debe incluir estimaciones, presupuestos y estrategias de financiamiento. Actas de las reuniones donde se presentó y aprobó el análisis de costos, incluyendo la firma de los responsables. Documentación financiera que verifique la creación del fondo, las cantidades asignadas y los criterios de distribución de los recursos.  Informes financieros o actas de la entidad administradora del fondo que evidencien la operatividad y las asignaciones de fondos a proyectos específicos dentro del Distrito Creativo.
	Banco de proyectos	Definir estructuras de costeo para la evaluación y apoyo de proyectos. Establecer un fondo para el desarrollo y financiación de proyectos creativos.	Complejidad de las estructuras de costeo establecidas para la evaluación de proyectos, incluyendo metodologías y parámetros claramente definidos.  Creación efectiva del fondo, con recursos financieros asignados y disponibles para proyectos creativos.	Documentación que incluya las estructuras de costeo definidas, protocolos de evaluación y criterios de selección para los proyectos. Actas de las reuniones de aprobación de las estructuras de costeo, con la firma de los miembros del comité de dirección o junta administrativa. Informes financieros o certificaciones bancarias que confirmen la existencia y la cuantía del fondo. Documentos que estipulen las normativas de gobernanza del fondo, incluyendo cómo y cuándo se distribuirán los recursos a los proyectos elegidos.

	Mecanismo de consulta	Asignar recursos para el mantenimiento y gestión del mecanismo de consulta. Buscar financiación para proyectos consultivos y para la participación comunitaria.	Recursos financieros y operativos asignados y utilizados específicamente para el mantenimiento y gestión del mecanismo de consulta.	Presupuestos y reportes financieros que reflejen la asignación y uso de los recursos para el mecanismo de consulta. Documentación operativa que evidencie las actividades de mantenimiento y gestión realizadas, así como las mejoras implementadas en el mecanismo de consulta.
<b>4. Activación</b>	Departamento de Economía Creativa	Lanzamiento de programas piloto y campañas de comunicación para dar a conocer el departamento. Establecer indicadores de rendimiento para medir el impacto de las iniciativas del departamento.	Fondos obtenidos o comprometidos por entidades financiadoras para apoyar proyectos consultivos y la participación comunitaria.	Acuerdos de financiación firmados o confirmaciones de compromisos de financiación de donantes y patrocinadores. Registros de solicitudes de financiación presentadas, incluyendo propuestas, formularios de solicitud y correspondencia relacionada con el proceso de financiación.
	Festival Centro Vivo	Ejecutar el plan de marketing y relaciones públicas para el	Nivel de alcance y compromiso obtenido a través de las campañas de marketing y relaciones públicas, medido en términos	Informes de marketing que muestren métricas de rendimiento, como número de impresiones, clics, conversiones y cobertura de prensa.

	lanzamiento del festival. Implementar la producción del festival según el cronograma establecido.	de indicadores clave como la cobertura mediática, la participación en redes sociales y las reservas anticipadas de entradas.  Adhesión al cronograma de producción del festival, con todos los hitos críticos alcanzados en las fechas programadas.	Análisis de la efectividad de las campañas publicitarias y de relaciones públicas a través de encuestas de reconocimiento de marca y recuerdo del evento.  Cronogramas detallados de producción y registros que confirmen la finalización oportuna de cada fase de la producción del festival. Informes de progreso y actas de las reuniones de seguimiento que documenten el avance y la resolución de cualquier desviación respecto al cronograma establecido.
Ventanilla Única	Inauguración oficial y promoción de la Ventanilla Única. Inicio de operaciones y atención a los primeros usuarios.	Número de asistentes al evento de inauguración y alcance de la campaña de promoción medida en términos de cobertura mediática y participación en redes sociales.  Número de usuarios atendidos y consultas procesadas durante las primeras semanas de operación.	Registros de asistencia y cobertura de prensa del evento de inauguración. Informes de análisis de las campañas promocionales con métricas de redes sociales y otros canales de comunicación utilizados.  Registros de servicio al cliente y base de datos de usuarios que reflejen las interacciones y el uso de los servicios de la Ventanilla Única. Informes de satisfacción del usuario y feedback recogido durante las etapas iniciales de operación.
Agenda Cultural	Lanzamiento de la plataforma digital con un evento inaugural.	Número de participantes en el evento inaugural y alcance de la campaña promocional en términos de interacciones y cobertura mediática.	Estadísticas de asistencia y cobertura de medios del evento inaugural. Análisis de la campaña de promoción con métricas de participación en redes sociales, visitas al sitio web y menciones en medios.

		Iniciar la publicación regular de eventos y actividades culturales.	Cantidad de eventos y actividades culturales publicados regularmente en la plataforma.	Registro de la plataforma digital que muestre la lista de eventos y la frecuencia de las publicaciones. Informes de actividad de la plataforma que incluyan métricas como nuevos eventos publicados, actualizaciones realizadas y feedback de los usuarios.
	Distrito Creativo	Organizar un evento de lanzamiento del Distrito Creativo. Iniciar la implementación de programas de desarrollo económico y cultural en el Distrito.	Número de asistentes al evento de lanzamiento y el alcance e impacto de la cobertura mediática y la campaña promocional.  Número de programas de desarrollo económico y cultural implementados y activos dentro del Distrito Creativo.	Estadísticas de asistencia y registros de los medios de comunicación que cubrieron el evento. Análisis de la campaña de promoción con métricas de participación en redes sociales y en la cobertura de prensa.  Documentación y reportes de progreso de los programas, incluyendo detalles de las iniciativas puestas en marcha y las fechas de inicio. Evaluaciones iniciales o informes de estado que indiquen el progreso y la participación en los programas de desarrollo económico y cultural.
	Banco de proyectos	Apertura oficial del Banco de Proyectos y convocatoria para la presentación de propuestas. Comenzar el proceso de selección y apoyo a los primeros proyectos.	Número de propuestas recibidas en respuesta a la convocatoria oficial del Banco de Proyectos.  Cantidad de proyectos que han pasado por el proceso de selección y han recibido apoyo inicial durante las primeras fases del Banco de Proyectos.	Registro de las propuestas presentadas, incluyendo la fecha de recepción y el resumen de cada proyecto. Documentación promocional y comunicados de prensa que marquen la apertura oficial y la convocatoria para la presentación de propuestas. Actas de las sesiones del comité de selección que documenten las decisiones tomadas y los criterios utilizados para seleccionar los proyectos. Informes de seguimiento que muestren el progreso y el estado actual de los proyectos apoyados por el Banco de Proyectos.

	<p>Mecanismo de consulta</p>	<p>Activar el mecanismo de consulta con un evento que invite a la participación ciudadana. Comenzar el ciclo de consultas y análisis de retroalimentación.</p>	<p>Número de participantes en el evento de activación y nivel de interacción inicial con el mecanismo de consulta.  Cantidad de consultas recogidas y procesadas a través del mecanismo de consulta en su fase inicial.</p>	<p>Listado de asistencia y registro de actividades del evento de activación que evidencien la participación ciudadana. Análisis de las métricas de participación ciudadana recogidas durante el evento, como encuestas completadas o intervenciones registradas. Informes de actividad del mecanismo de consulta que muestren el número de consultas y la naturaleza de la retroalimentación recibida. Resumen de los análisis de la retroalimentación, incluyendo tendencias principales, áreas de interés y preocupaciones expresadas por los ciudadanos.</p>
--	------------------------------	--	---	---

## Conclusiones y lecciones aprendidas.

- *Necesidad de respuesta estatal:* El Estado debe cumplir su rol de protector y promotor del patrimonio cultural que regule la dinámica creciente de actividades económicas culturales y creativas en el Centro Histórico. Es crucial abordar problemas como la gentrificación, la apropiación cultural y narrativas históricas falsas, que generan daño a la diversidad cultural del país, generan desigualdad social y afectan tanto al patrimonio cultural material como inmaterial, así como a la cohesión social.
- *Institucionalización de los derechos culturales:* La progresiva institucionalización de los derechos culturales y del sector cultural, impulsada por nuevos instrumentos legislativos e institucionales (como el Ministerio de Cultura y la Dirección Nacional de Economía Creativa), exige una actualización de los instrumentos estratégicos y operativos de la Oficina del Casco Antiguo en estos ámbitos.
- *Realidades de la Oficina del Casco Antiguo:* La situación de esta oficina es crítica para enfrentar dichos desafíos:
  - Actualmente carece de personal técnico especializado necesario para implementar programas o proyectos.
  - Su financiamiento es insuficiente, especialmente en recursos humanos y en presupuesto para proyectos de alto impacto con resultados concretos y medibles, que atiendan a las necesidades específicas del centro histórico.
  - La percepción de su función, caracterizado por épocas de desidia, definanciación y migración de su personal a otras áreas del Ministerio de Cultura, está vinculada más con cuestiones como la recogida de basura, los permisos y en economía creativa, con dos iniciativas como Sabores y Artesanos, que no están formulados como proyectos, ni han demostrado resultados efectivos, como demostró una evaluación de PNUD realizada en 2023.
- *Ampliación del alcance:* Es imperativo considerar la expansión de la influencia de la Oficina del Casco Antiguo más allá de su área tradicional. El creciente problema de gentrificación, el deterioro de la calidad de vida de los residentes y los graves problemas de uso del espacio público en zonas como Santa Ana, Calidonia y El Chorrillo, demandan una acción coordinada, efectiva e integral que refleje el compromiso del Estado panameño. El rol coordinador de la OCA puede potenciar la participación de otros actores de la sociedad civil, la empresa privada o la cooperación internacional.
- *Priorización del Ministerio de Cultura:* debe enfocarse en el Centro Histórico, dado su gran potencial para estructurar acciones culturales de alto impacto y legislativas en una zona con desafíos significativos de inclusión y un valioso patrimonio cultural y creativo.

- *Apoyo técnico y colaboración internacional:* La implementación efectiva del programa requiere el apoyo de entidades técnicas externas como la UNESCO, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), y posiblemente el Banco Interamericano de Desarrollo, en línea con sus préstamos al Ministerio de Cultura y al Gobierno de Panamá, incluyendo el enfoque en turismo sostenible.
- *Confianza en las instituciones estatales:* Se percibe una desconfianza hacia las instituciones estatales por parte de emprendedores y actores económicos. Es vital encontrar métodos más efectivos de coordinación, retribución y rendición de cuentas para evitar la asignación discrecional de actividades, el uso indebido de recursos y la priorización de beneficiarios que no corresponden a los más vulnerables.
- *Reorientación de la Oficina del Casco Antiguo (OCA):* El enfoque inicial de la OCA en la conservación del patrimonio material ha limitado su rol como actor estratégico en la economía creativa y el turismo cultural. Se requiere un rediseño que actualice sus funciones, presupuesto y la posición como implementadora eficaz frente a nuevos desafíos e instrumentos, especialmente en programas de inclusión, participación, economía creativa y turismo cultural.
- *Impacto de la política en iniciativas culturales:* La situación política actual y la percepción de descrédito del gobierno dificultan el lanzamiento inmediato de estas iniciativas. Esto subraya la necesidad de adoptar un enfoque virtual en las acciones de impacto previstas y en su validación, proponiendo esta última como la primera etapa del plan de acción.
- La situación social que experimenta Panamá con protestas desde el 20 de octubre de 2023, que se han extendido por un mes han afectado acciones previstas, y se tomaron las medidas pertinentes por la Dirección de la OCA siguiendo instrucciones del Ministerio de Cultura, con la aprobación de PNUD, que supuso un reto adicional para la formulación de este Programa y de utilización de fuentes de información no presenciales y metodologías alternativas para lograr este Informe.

## **Anexo 1. Glosario de economía creativa y turismo cultural.**

Se basa en glosarios legales (Ley General de Cultura, reglamentación).

- Arte digital: Expresión artística que se elabora por medio del uso de las diferentes tecnologías, procesos y dispositivos digitales ya sea en su producción, exhibición o en ambos.
- Arte secuencial: Forma de arte que combina el texto y la imagen con elementos del diseño gráfico utilizando una secuencia de imágenes desplegadas acorde a la narración gráfica. El arte secuencial forma parte de las artes visuales. Es sinónimo de historieta, cómic o viñetas.
- Arte: Conjunto de creaciones humanas, individuales o colectivas, que trascienden en el tiempo y que expresan una visión sensible sobre el mundo con una finalidad estética y comunicativa, real o imaginaria, utilizando para ello recursos visuales, digitales, sonoros, lingüísticos, plásticos, corporales, táctiles o mixtos, entre otros.
- Artes circenses: Expresión artística que se ejecuta mediante la realización de las diferentes aéreas, danzas disciplinas aéreas, relacionadas equilibrios, con malabares el circo, y manipulación de objetos, magia e que incluyen, entre otras, acrobacias, ilusionismo, comicidad y actuación.
- Artes escénicas: Manifestaciones socioculturales y artísticas que incluyen, pero no se limitan, el teatro, el circo, la danza y la ópera. También incluyen la música, los títeres, la narración oral, la performance, y todas sus combinaciones posibles. Las artes escénicas se desarrollan en un tiempo y espacio limitado, en el cual un artista o grupo de artistas, transforman la creación de uno o más autores en un espectáculo o puesta en escena en espacios físicos o virtuales.
- Artes literarias: Arte de expresar sentimientos, descripciones, historias, imágenes, espacios, hechos reales o ficticios valiéndose del uso artístico del lenguaje escrito con un propósito y sentido estético. Las creaciones literarias se componen de poesía, cuento, teatro, novela, ensayo, micro ficción, aforismos y cualquier otro arte que se valga de la palabra escrita. El término artes literarias es sinónimo de literatura.
- Artes musicales: Expresiones artísticas creadas estéticamente. Involucran la combinación y manipulación entre sonidos vocales o instrumentales y espacios de silencio, haciendo uso de la melodía, la armonía y el ritmo. El término artes musicales es sinónimo de música.
- Artes plásticas: Formas de expresión artística que manipulan y moldean materiales para construir formas e imágenes con la finalidad de presentar una visión del mundo o de la

realidad de acuerdo con un conjunto de valores estéticos. Son artes plásticas la pintura, la escultura, la arquitectura, el dibujo, el grabado, la cerámica y la orfebrería, entre otros.

- Artes visuales: Conjunto de expresiones artísticas cuyo mayor componente expresivo es visual, ya sean expresiones artísticas convencionales o aquellas que incorporan elementos no convencionales, incluyendo las nuevas tecnologías. Las artes visuales comprenden a las artes plásticas en general, la fotografía, la videografía, la cinematografía y el arte de los nuevos medios, entre los que se incluye el arte digital, el diseño gráfico y el videoarte, entre otros.
- Artesanías: Artículos confeccionados en el territorio nacional, mediante técnicas manuales, empleando la creatividad sin perjuicio de la utilización de maquinarias o herramientas simples en calidad de apoyo, cuyos elementos distintivos representan patrones propios de nuestra identidad cultural, folclore, tradiciones y elementos históricos nacionales del quehacer diario, manteniendo vivo el acervo cultural.
- Artesano: Persona natural que confecciona artesanías mediante su trabajo artístico, plasmando la materia prima a través de técnicas manuales y conforme a sus conocimientos y habilidades, logrando así la obtención de su principal sustento derivado de esta actividad.
- Artista: Persona natural que crea, representa o realiza una obra o expresión artística, con texto o sin él, utilizando su cuerpo o habilidades, con o sin instrumentos, que se exhiba o muestre al público, resultando una interpretación y/o ejecución que puede ser presentada en cualquier escenario físico o virtual, medio de comunicación o fijada en un soporte adecuado, creado o por crearse.
- Cadena de valor: Procesos de creación, desarrollo y realización de productos, servicios, contenidos y experiencias de carácter cultural y creativo.
- Conocimientos tradicionales. En las expresiones culturales tradicionales (ECT), denominadas también expresiones del folclore, cabe englobar la música, la danza, el arte, los diseños, los signos y los símbolos, las interpretaciones, las ceremonias, las formas arquitectónicas, los objetos de artesanía y las narraciones entre otras expresiones culturales.
- Consumo cultural: Adquisición y disfrute de bienes o servicios cuyo valor asignado y percibido es distinto al unitario o mercantil por parte del público y los agentes sociales, siendo principalmente, de carácter simbólico.
- Danza: Manifestación artística que utiliza el cuerpo en movimiento como lenguaje expresivo con la intención de expresar sentimientos, sensaciones o pensamientos. Puede llevarse a cabo por motivos religiosos, rituales, expresivos o de entretenimiento. Se realiza al son de

la música, acompañada de una banda sonora, puede seguir un ritmo propio o realizarse en silencio.

- **Diversidad cultural:** Multiplicidad de formas de vivir, pensar, sentir y actuar que caracteriza a los diferentes grupos y sociedades, que se manifiesta a través de los distintos modos de producción, difusión, distribución, disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y las tecnologías utilizados. De igual manera, las artesanías forman parte de las expresiones culturales.
- **Expresiones del folclore:** Producciones de elementos característicos del patrimonio cultural tradicional, constituida por el conjunto de obras literarias o artísticas creadas en el territorio nacional por autores no conocidos o que no se identifiquen, que sean nacionales del país o de sus comunidades étnicas y que se transmiten de generación en generación de manera que reflejen las expectativas artísticas o literarias tradicionales de una comunidad.
- **Economía creativa:** Sector de la economía que comprende actividades basadas en el conocimiento, la creatividad y la innovación. Conjuga la creación, producción, difusión, comercialización y consumo de bienes y servicios culturales en cualquier lenguaje o soporte, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual. La economía creativa comprende el trabajo cultural, el cooperativismo cultural, las industrias culturales, las industrias creativas; y los emprendimientos culturales.
- **Ecosistema creativo:** Conjunto de actores públicos y privados que colaboran entre sí para desarrollar proyectos, propuestas y soluciones creativas en la economía y en la sociedad en general. Un ecosistema creativo articula las ideas y acciones de empresas, instituciones académicas, gobiernos de distintos niveles territoriales, sociedad civil organizada, organizaciones comunitarias, creadores, artistas y consumidores. Un ecosistema creativo también incluye la articulación con otros subsectores e industrias que no son necesariamente creativos, por ejemplo, proveedores de equipos o de materia prima que se ven impactados positivamente por actividad productiva cultural y creativa.
- **Emprendimiento cultural:** Es una unidad económica-productiva de base creativa y cultural que desarrolla su actividad a través de la creación de proyectos nuevos no mayores a dos años en el ámbito de la cultura, por parte de personas naturales o jurídicas. Está basado en la creación, producción, distribución, comercialización, circulación y exhibición de bienes y/o servicios culturales y creativos, que conjuga valores simbólicos asociados a la cultura y/o creatividad con el desarrollo económico y social.
- Esta definición no excluye otras acepciones más amplias contenidas en leyes especiales para la protección específica de las expresiones del folclore o de las culturas y conocimientos tradicionales. En las expresiones culturales tradicionales (ECT), denominadas también expresiones del folclore, cabe englobar la música, la danza, el arte, los diseños, los signos y

los símbolos, las interpretaciones, las ceremonias, las formas arquitectónicas, los objetos de artesanía y las narraciones entre otras expresiones culturales. 22. Formación de públicos: Estrategias desarrolladas por instituciones, promotores, artistas, gestores culturales mediante las cuales facilitan que diversos grupos interactúen con expresiones, obras, bienes y servicios culturales; amplien sus conocimientos y sensibilidad hacia ellas; y ejerzan sus derechos y deberes culturales al acceso y participación cultural.

- Expresiones culturales: Manifestaciones que surgen de las prácticas, hábitos, creencias, saberes y creatividad de personas, grupos y comunidades, que poseen un contenido cultural. El contenido cultural se refiere al sentido simbólico, la dimensión artística o los valores que emanan de las identidades culturales o que las expresan. Las expresiones artísticas como la literatura, la música, las artes visuales, las artes escénicas y las expresiones del folclor forman parte de las expresiones culturales.
- Formación de públicos: Estrategias desarrolladas por instituciones, promotores, artistas, gestores culturales mediante las cuales facilitan que diversos grupos interactúen con
- Gestión cultural: conjunto de estrategias y acciones de dirección, administración, coordinación, planificación, evaluación, seguimiento y ejecución destinadas a facilitar, promover, estimular, conservar, salvaguardar y difundir actividades, expresiones, bienes y servicios culturales. La gestión cultural también comprende el conjunto de herramientas para crear, desarrollar, emprender, gestionar y evaluar proyectos en el ámbito de las organizaciones, empresas e instituciones de la economía creativa.
- Gestor cultural: Labor profesional de personas que ponen en contacto a la cultura con la sociedad a través de una programación cultural y de proyectos culturales, utilizando las herramientas, estrategias y acciones de la gestión cultural
- Identidad cultural. Conjunto de referencias culturales dinámicas por las cuales una persona o un colectivo se define, se constituye, se comunica y desea ser reconocido.
- Incubadora de empresas creativas. Programa, organización o empresa que tiene el objetivo de facilitarle a los emprendedores creativos la asistencia necesaria para que sus proyectos sobrevivan y crezcan. Las incubadoras les ofrecen por un determinado tiempo servicios de evaluación de ideas de negocios, espacio físico, asesoramiento técnico, asesoramiento gerencial, capacitación, consultoría, financiamiento, contactos comerciales, acceso a equipos, entre otros servicios.
- Innovación. Transformación de nuevas ideas en soluciones económicas y sociales. Puede tratarse de una manera novedosa de realizar tareas con mayor eficiencia, la presentación de un producto nuevo o significativamente mejorado, un nuevo sistema de comercialización

o un método organizacional novedoso en las prácticas internas de la empresa, la organización o el lugar de trabajo.

- Innovación ciudadana. Proceso mediante el cual individuos, grupos y comunidades desarrollan de manera autónoma enfoques y soluciones creativas a problemas sociales, sin mediar ánimo de lucro. Estas iniciativas generalmente se apoyan en el uso de las tecnologías digitales para diseñar e implementar sus proyectos sociales.
- Industrias culturales y creativas. Conjunto de actividades económicas organizadas que combinan la creación, producción y comercialización masiva de bienes y servicios culturales basados en contenidos intangibles, generalmente protegidos por el derecho de autor.
- Infraestructura cultural. Bienes inmuebles construidos, incluyendo su equipamiento, destinados exclusivamente a actividades culturales.
- Museos. Institución dedicada a la adquisición, conservación, estudio y exposición de objetos de valor relacionados con la ciencia y el arte o de objetos culturalmente importantes para el desarrollo de los conocimientos humanos.
- Normatividad cultural. Conjunto de normas de rango internacional, constitucional, legal y reglamentario que promueve el ejercicio de los derechos culturales, establece atribuciones y compromisos en materia cultural y regula, en forma restrictiva, impositiva o promotora, las actividades, bienes y servicios culturales, y el patrimonio cultural panameño.
- curaro, u parto catarar parameno.
- Organizaciones culturales comunitarias. Organizaciones artísticas y culturales que desarrollan un trabajo articulado al territorio barrial o comunitario, comprometido con la paz, la convivencia, la solidaridad y el desarrollo de sus comunidades a través de estrategias de acción que incluye la educación popular, las expresiones artísticas, el folclor y la comunicación social, con el fin de generar entre los habitantes conciencia y compromiso con los derechos culturales y el desarrollo sostenible.
- Paisaje cultural asociativo. Paisaje cultural cuyo elemento natural, más que sus elementos culturales materiales, se encuentra asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, creencias u obras artísticas o literarias que sean testimonio del pasado panameño.
- Paisaje que ha evolucionado orgánicamente. Paisaje que es fruto de una exigencia originalmente social, económica, administrativa y/o religiosa y que ha alcanzado su forma actual por asociación y como respuesta a su entorno natural. Este tipo de paisaje refleja este proceso evolutivo en su forma y su composición. Se subdivide en paisaje relicto y paisaje vivo

- Paisaje relictos o fósil. Paisaje que ha experimentado un proceso evolutivo que se ha detenido en algún momento del pasado, ya sea bruscamente o a lo largo de un periodo. Sus características esenciales siguen siendo, empero, materialmente visibles.
- Paisaje rural. Área terrestre o acuática producida por la interacción entre los seres humanos y la naturaleza, utilizada para la producción de alimentos y otros recursos naturales renovables, a través de la agricultura, cría de animales y pastoreo, pesca y acuicultura, forestación, recolección de alimentos, caza y extracción de otros recursos como la sal.
- Paisaje vivo. Paisaje que conserva una función social activa en la sociedad contemporánea, estrechamente vinculada al modo de vida tradicional, y en el cual prosigue el proceso evolutivo. Al mismo tiempo, presenta pruebas materiales manifiestas de su evolución en el transcurso del tiempo.
- Parques y jardines. Paisajes claramente definidos, concebidos y creados intencionalmente por el ser humano con fines estéticos, los cuales pueden estar asociados o no a edificaciones, estructuras, monumentos o conjuntos monumentales.
- Patrimonio cultural. Conjunto de bienes materiales y expresiones culturales, que constituye la herencia de un grupo humano, que refuerza emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos. El patrimonio cultural como producto de la creatividad humana se hereda, transmite, modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación en generación.
- Promoción. Acciones públicas y privadas que implican la asignación de recursos, la cooperación y, en el caso estatal, el desarrollo de regulaciones, dirigidas a apoyar la creación continua, salvaguarda, protección, conservación, acrecentamiento, investigación, divulgación y el acceso de la comunidad a las expresiones, bienes y servicios culturales y al patrimonio cultural panameño.
- Patronato. Junta de personas que dirigen o vigilan los asuntos de un organismo social o cultural para que cumpla sus fines.
- Protección y salvaguarda. Acciones públicas y privadas dirigidas a garantizar la integridad física, la tutela jurídica, la accesibilidad social y la sostenibilidad económica de las expresiones culturales y de los bienes materiales que conforman el patrimonio cultural panameño.
- Proyectos artísticos y culturales. Proyectos planificados y ejecutados, ya sea por personas naturales o jurídicas, organizaciones no gubernamentales u otros grupos que reportan un beneficio social o educativo, con la misión de difundir, promover, conservar, preservar e

impulsar cualquier tipo de manifestación artística y cultural y que no dependen directamente del valor comercial que puedan tener.

- Ruta patrimonial. Camino o itinerario cultural que se compone de elementos tangibles, como el ámbito geográfico que le sirve de marco natural, e intangibles como expresiones culturales inmateriales, cuyo significado cultural proviene de los intercambios y de un diálogo multidimensional entre regiones conectadas por la ruta, y que ilustra la interacción y el movimiento, a lo largo de la ruta, en el espacio y el tiempo. Estos intercambios pueden ser locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Saberes ancestrales. Conocimientos que poseen los pueblos indígenas y las comunidades tradicionales, que son compartidos a todos sus miembros y transmitidos de generación en generación. Para efectos de esta Ley, son sinónimos de saberes ancestrales las expresiones saberes tradicionales, conocimientos tradicionales o cualquier otro que utilicen los pueblos o comunidades para referirse a este tipo de conocimientos.

