

Las industrias culturales y creativas (ICC) en Guatemala

Sergio Vega
Gustavo Tecún

I. Contexto

GUATEMALA ES una sociedad multiétnica, pluricultural y multilingüe en el que cohabitan cuatro pueblos: Mayas, Garífunas, Xinkas y Mestizos. Dentro del pueblo maya, existen 22 comunidades lingüísticas, las cuales mantienen sus sistemas tradicionales de gestión colectiva, administración de justicia, organización, normas y estatutos y conocimientos propios, que refrendan la riqueza cultural del país. Guatemala es uno de los países en Latinoamérica con mayor población indígena. Al menos el 40 % de los 17.3 millones de guatemaltecos (Ine, 2003) son indígenas.

Guatemala es un país muy diverso. Dentro del Patrimonio Cultural y Natural, destacan el Parque Nacional Tikal, la Ciudad de Antigua Guatemala y el Parque Arqueológico Quiriguá, que gozan de régimen especial de conservación según la Constitución Política de la República de Guatemala (Artículo 61), así como una variedad de expresiones de patrimonio intangible. Es parte del corredor biológico que une el continente americano, dos tercios de sus cuencas drenan hacia países vecinos, cuenta con 10 regiones fisiográficas, siete biomas, 14 ecorregiones, 66 ecosistemas y 14 zona de vida (Conap, 2018). Genera más de nueve mil especies de flora y fauna, y un tercio del territorio nacional es área protegida para la conservación de la biodiversidad, el más grande proporcionalmente de Latinoamérica (Marn/URL, 2009).

La calidad de vida de las guatemaltecas y los guatemaltecos medida por el Índice de Desarrollo Humano durante las últimas tres décadas muestra una senda de crecimiento continuo, pero insuficiente¹ para generar habilidades y condiciones, que permitan aprovechar las oportunidades que puede brindar la sociedad actual. En

1. Guatemala pasa de un Índice de Desarrollo Humano, calculado para 2000 de 0.421 a 0.492 en el 2014. Para este año, por ejemplo, todos los países de Centroamérica se encontraron con Índices superiores a Guatemala. Los factores que determinan este comportamiento están asociados a las dimensiones de salud y educación. En términos de la dimensión económica, Guatemala se encuentra en una posición media.

el informe mundial de Desarrollo Humano de 2016, ubica al país en la posición 125 de 188 países, en la categoría media (0.64), el ingreso medio en Guatemala es de USD 7.458 (Pnud, 2016), mientras los niveles de pobreza general y pobreza extrema son del 59.3 y 23.4 %, respectivamente (Ine, 2015).

La actividad económica del país en el 2017 se concentró en la industria manufacturera (14.55 %), los servicios privados (15.84 %), la agricultura (13.48 %), el comercio (11.92 %) macroeconómica, permitiendo un crecimiento económico estable (con niveles de inflación bajos, carga tributaria y el transporte (10.43 %). Las principales actividades que generan ingresos de divisas son las remesas familiares, la exportación de artículos de vestuario, el turismo, y los productos café, azúcar y banano (Banguat, 2018). Cambios estructurales en la administración pública y las condiciones de mercado han favorecido durante las últimas décadas la estabilidad reducida y niveles de endeudamiento sostenibles, aunque el motor de la economía sigue dependiendo de la agricultura, sobre todo en materia de empleo, superando el 31 % del mismo (Ine, 2017).

Las industrias culturales en Guatemala se definieron en el año 2005 como las industrias que “se dedican a la producción, difusión, comercialización, importación, exportación de un producto cultural, o sea de un valor cultural que se puede comprar y vender” (Micude, 2005, pág. 195). Sobre las industrias creativas existe la carencia sobre la definición formal, no obstante, en general es aceptada la referencia de la Unesco: “Se aplica a un conjunto mucho más amplio, incluyendo los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, incluyendo muchos tipos de investigación y desarrollo de software” (Unesco, 2013, pág. 20).

II. Importancia de las ICC en la economía Guatemalteca

El Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo en Guatemala indica que “cada vez con más claridad y conciencia se reconoce que la cultura, a través de las industrias culturales aportan significativamente al Producto Interno Bruto, en específico en los países en desarrollo, los cuales suelen caracterizarse por culturales originales, ricas y variadas” (Micude, 2005, pág. 84). También, señala que las ICC son instrumentos fundamentales de creación y difusión de la cultura, de expresión y afirmación de las identidades, así como de generación de riqueza social y crecimiento económico.

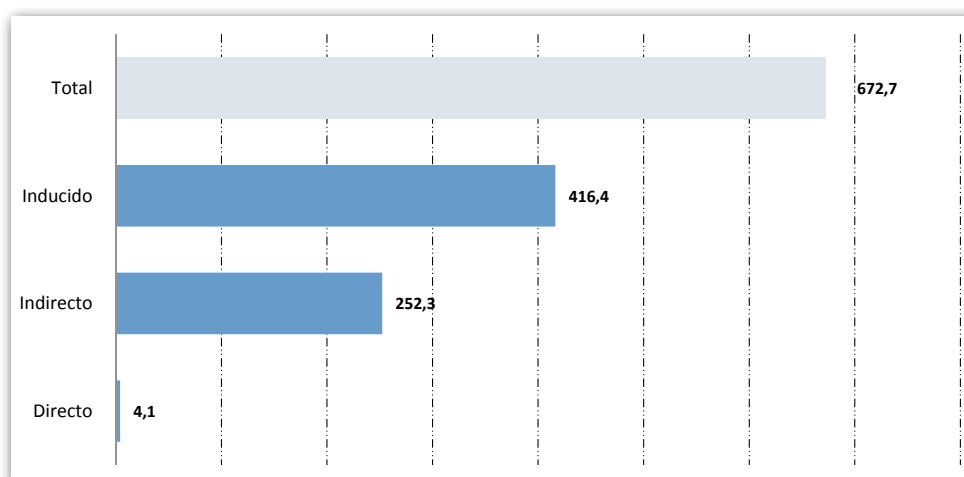
Sirva como ejemplo señalar los resultados de algunos informes sobre la importancia de la cultura en la economía guatemalteca:

- Importancia de la Semana Santa en Antigua Guatemala
- Las Industrias Culturales en Guatemala
- Cuenta Satélite de Cultura en Guatemala

El Valor Económico de la Semana Santa en Antigua Guatemala es un ejercicio que se abordó desde múltiples disciplinas, principalmente desde la sociología, la antropología y la economía. Dentro de los principales hallazgos económicos se pueden citar:

- El método en el cual se fundamentó el análisis fue el de efectos económicos, clasificándolo en tres: el efecto directo que representan los gastos con motivo del fenómeno evaluado, que incluyeron gastos privados (hermandades y elaboración de alfombras) y gastos de la administración pública (municipalidades y seguridad pública); el efecto indirecto, que incluye los gastos efectuados por las personas atraídas al evento, incluyendo los residentes y los visitantes; y el efecto inducido que se refiere al efecto multiplicador del efecto directo e indirecto, así como la información cualitativa y de bienestar que genera un aumento en el capital cultural.
- En general, dicho estudio reveló que esta festividad representó en el 2011 un impacto económico de Q 672.7 millones (86.4 millones de dólares), distribuyéndose así: Q 4.1 millones del efecto directo (USD 0.52 millones), que representa la oferta generada por las hermandades, los entes de gobierno y los residentes; Q 252.3 millones del efecto indirecto (USD 32.39 millones), por el gasto que realizan los residentes y los visitantes en transporte, comida, compras vistas a museos, alojamiento actividades culturales; y el efecto inducido que significó Q 416.4 millones (USD 53.45 millones).

GRÁFICA 1. EFECTOS ECONÓMICOS DE LA SEMANA SANTA EN ANTIGUA GUATEMALA (EN MILLONES DE QUETZALES, 2011)



Fuente: Elaboración propia con base en (Castillo, García, González, & y Solórzano, 2017).

Referencias importantes sobre la economía creativa en diferentes contextos permiten puntualizar la importancia relativa de los esfuerzos de medición en Guatemala:

- En el 2015, las industrias culturales y creativas representaron el 3 % del PIB Mundial (CISAC, 2015).
- En 2014, el impacto económico de las industrias creativas en el continente americano osciló entre el 2 y el 10 % del PIB de los países (BID, OEA, Oxford Economics, British Council , 2014).
- En 2013, la economía naranja representó cerca del 6 % de la economía mundial y, según este informe, Guatemala generó un impacto del 7.5 % del PIB del país (Buitrago, 2013).

El Análisis de la Contribución Económica de la Cultura (Micude/Bid, 2007) consideró el periodo de análisis 2001-2005 e implementó la metodología del Valor Económico de las Actividades Relacionadas con las Industrias Culturales.² Dentro de los principales hallazgos, se tienen:

- La base del análisis se desarrolló mediante el uso de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de Actividades Económicas (CIIU) y la Nomenclatura de Actividades Económicas de Guatemala (NAEG), recatalogándolas parcialmente en dos áreas: las Actividades Relacionadas Directamente con la Cultura (ARC)³ y las Actividades Relacionadas Parcialmente con la Cultura (APRC)⁴. Además, se midió la economía informal e ilegal de la cultura, buscando valores monetarios a partir del SCN, así como el empleo y balanza comercial que generan en la economía del país.
- Las industrias culturales representaron en promedio el 7.5 % del PIB para los años 2001-2005. Las ARC y las APRC representaron el 3.1 % y el 4.3 % del PIB en su orden.
- La economía sombra de las Industrias Culturales representó en promedio el 1.9 % del PIB. En el 2005 fue de 1.7 % del PIB, equivalentes a Q 3 622 millones. Al agregar la economía sumergida de las Industrias Culturales, a las

2. El estudio analizado utilizó indistintamente los términos Industrias Culturales, ARC, APRC o Economía Cultural.

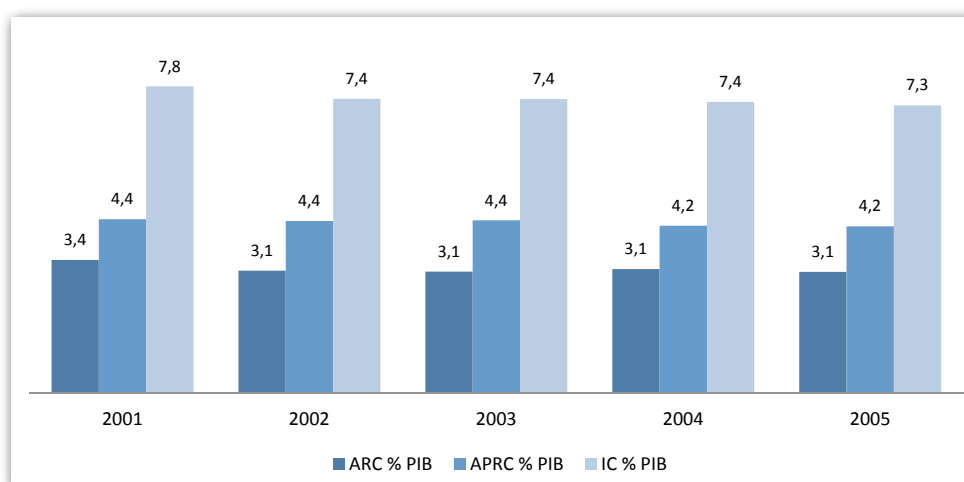
3. Las ARC analizadas y cuantificadas fueron: Prensa y literatura; música, producciones de teatro, óperas; películas y video; radio y televisión; fotografía; artes gráficas y visuales; entre otros.

4. En esta categoría se encuentra la creación, producción fabricación, funcionamiento, difusión, comunicación, exposición, distribución y venta de ropa, textiles y zapatos; joyería; otros tipos de arte; diseño de muebles; centros nocturnos y discotecas; diseño de enseres domésticos, porcelana y cristalería; recaudación por música en bares y restaurantes; diseño de papel tapiz, tapetes y alfombras; diseño de juguetes, juegos y música; hoteles y centros de esparcimiento; arquitectura, ingeniería y servicios de encuestas, diseño de interiores; transporte en general.

Industrias Culturales, se tiene que para el año 2005 representó el 9 % del PIB (Q 18,737 millones).

- El empleo que generaron las industrias culturales en el 2005 fue del 7.14 % de la PEA, equivalente a 318 490 empleos, que se distribuye en el 55.5 % en empleos de ARC y el 44.5 % en empleos de APRC.

GRÁFICA 2. ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN GUATEMALA (% DEL PIB)



Fuente: Elaboración propia con base en (Micude/Bid, 2007).

La balanza comercial relacionada con las industrias culturales representó una pérdida en términos de intercambio de 3.8 a 1, superior al déficit comercial total del país (2.4 a 1), registrando exportaciones de USD 62 millones, y las importaciones USD 263 millones en el año 2005

La Cuenta Satélite de Cultura (CSC) en Guatemala brinda información agregada para conocer la importancia económica de la cultura en el país desde una metodología que permite rigurosidad, flexibilidad y la posibilidad de hacer comparaciones. Es un sistema de información económico que muestra la dimensión económica del quehacer cultural desde una perspectiva macroeconómica, también representa un marco metodológico, estadístico y analítico, que genera datos, estadísticas e indicadores para visibilizar la importancia económica de la cultura. Provee de información a la administración pública y privada, y apoya en la gestión del presupuesto y la planificación para las actividades culturales. Permite disponer de indicadores relevantes como el valor agregado cultural o **PIB** cultural, el empleo cultural y el gasto cultural en Guatemala.

Dentro de los sectores, actividades y productos con los que Guatemala ya cuenta con información para la medición de la Cuenta Satélite de Cultura se presentan en la siguiente tabla:

TABLA 4. SECTORES Y PRODUCTOS CULTURALES EN GUATEMALA SEGÚN EL SISTEMA DE CUENTA NACIONAL

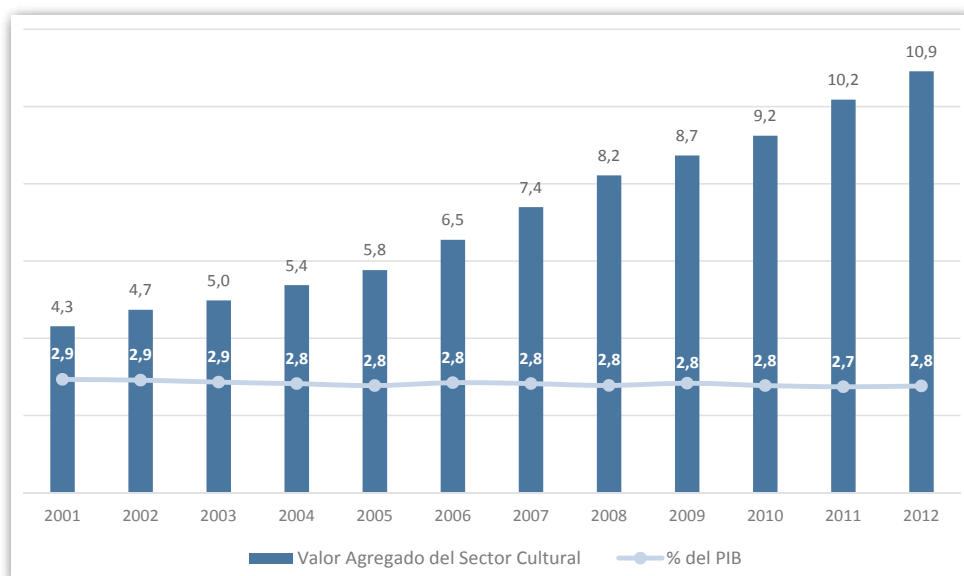
Sector Cultural	Código	Descripción de los productos según SCN 93
Juegos y Juguetería	11101	Muñecos de madera
	11104	Juegos y juguetes
Producción de libros y publicaciones	22100	Libros, revistas y periódicos
	23103	Otras publicaciones incluyendo material de publicidad
Programación y transmisión de contenido audiovisual	52105	Servicios de publicidad
	53301	Videojuegos
	55101	Servicios de radio y televisión por satélite
Diseño	61101	Servicios de arquitectura e ingeniería y otros servicios técnicos
	67101	Joyas y artículos conexos
Formación cultural	92101	Formación cultural
Patrimonio inmaterial	103101	Productos artesanales cualquiera que sea su material de base
	103102	Diseño textil y producción de trajes típicos
	103103	Diseño y producción de calzado originario de Guatemala y productos de cuero con énfasis en las culturas mayas
Artes escénicas y espectáculos artísticos	113101	Servicios audiovisuales, promoción y presentación relacionados con las artes de interpretación y otros espectáculos en escena; servicios relacionados con actores y otros artistas.
	113103	Espectáculos públicos municipalidades
Patrimonio material	122102	Artes escénicas, protección del patrimonio natural y material, servicios de radio y televisión públicos
	124101	Servicios de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales

Fuente: Elaboración propia en base a SCN 93 Tomo II.

Dentro de los resultados de la CSC, en Guatemala existe ya una base de datos sobre el aporte de la Cultura a la economía del país, con datos correspondientes al periodo 2001-2012, cuya metodología y datos deben actualizarse cuando se libere el Sistema de Cuentas Nacionales en Guatemala, que reportará un nuevo año base y diferente metodología.

Estos datos indican que en Guatemala, los productos culturales característicos representan entre el 2.7 y el 2.9 % del PIB, que incorporando los productos culturales conexos llegan al 5.8 % del PIB. Estas magnitudes significaron por ejemplo en el año 2001 Q 4.3 millardos (USD 544 millones) y en el año 2012 Q 10.9 millardos (USD 1397 millones).

**GRÁFICA 3. PARTICIPACIÓN DE LA CULTURA EN EL PIB DE GUATEMALA
(AÑOS 2001-2012, CIFRAS EN MILES DE MILLONES DE QUETZALES Y % DEL PIB)**



Fuente: Elaboración propia con información de Micude –Cuenta Satélite de Cultura–.

En el 2015 se coordinó entre el Viceministerio de Cultura del Micude a través de la Coordinación de la Cuenta Satélite de Cultura, Pronacom, GIZ, Agexport (Icrea) y el Sector de Animación Digital y Videojuegos para utilizar la Metodología de la Cuenta Satélite de Cultura y medir los impactos económicos de este sector, aprovechando que forma parte del proyecto regional Potenciación del Sector de Animación Digital y Videojuegos, donde también se encuentra Costa Rica y El Salvador, y la metodología permite la comparación de sus resultados.

El grupo de empresas con las que se realizó fueron en general microempresas, y dentro de los hallazgos obtenidos se tiene que, como media, cada empresa tiene tres socios y cuatro trabajadores, los principales productos característicos del sector son plataformas móviles (teléfonos), servicios de desarrollo de animación, efectos visuales –VXF– y postproducción, desarrolladores de tecnología para Activadores *Below The Line* –BTL–, soluciones para páginas web, teléfonos móviles, *escritorios*, aplicaciones como son servicios de realidad aumentada, diseño gráfico, desarrollo de sitios web, apps para redes sociales, juegos móviles y aplicaciones *Touch*, y dentro de los principales productos conexos se encuentran asesoramiento empresarial en el mercado, finanzas, publicidad, tecnología y recursos humanos.

Otro de los hallazgos importantes encontrados es que existe una mejor distribución de ingreso en el sector, derivado de mejores niveles de calificación de los trabajadores y *free lance* que se contratan o subcontratan en la implementación productos o en el desarrollo de determinados proyectos.

III. Educación e investigación en ICC

El sector de las ICC está desarrollándose dentro de un ámbito de redes empresariales dinámicas que permite identificar varios sectores como gobierno, iniciativa privada, centros de formación, etc. Estos interactúan entre sí y para el caso de las Industrias Creativas relacionadas con la Animación y Videojuegos se tiene identificada una agrupación en donde los actores se vinculan como se ve en el siguiente cuadro.

TABLA 5. INSTITUCIONES Y ACTORES VINCULADOS CON ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS

Instituciones y actores vinculados con Animación y Videojuegos	
<p>Relaciones de subcontratación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicos <i>free lance</i> • Estudios de grabación • Locutores y actores • Artistas de audio y postproducción/FX • Arte • Narración de historias 	<p>Instituciones Públicas y Privadas</p> <ul style="list-style-type: none"> • AGEXPORT • PRONACOM • Ministerio de Cultura y Deportes • Ministerio de Economía • Municipalidad de Guatemala • Agencias de cooperación internacional (GIZ, AECID, JICA, KOIKA) • 15 Universidades
<p>Grupo central</p> <ul style="list-style-type: none"> • 200-400 servicios <i>free lance</i> • 20 Estudios de animación • 8 Productoras independientes de videojuegos • IGDA • GameDevGT • ICREA • Festival Stop Motion • Digital GT 	<p>Relaciones de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencias de publicidad • Productoras audiovisuales • 5 cines • 8 canales de TV nacionales (destacan Guatevisión y Canal Antigua) • Soy 502, 1850, Prensa Libre, 949 radio • Anunciantes
<p>Proveedores de servicios, equipos y materias primas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intcomex • Items (Apple u otros) • Tiendas de internet (Apple, Google, Samsung, Amazon, Windows, Wii Hub, Playstation Start, Xbox start) • Hardware especializado para generar imágenes • Cloud services • 3 proveedores de internet (Tigo, Telefónica y Claro) 	<p>Proveedores de servicios de desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campus TEC • Tres incubadoras y desarrolladoras más • Intecap • Fondos de emprendimiento Universidad Francisco Marroquín y Universidad del Valle de Guatemala

Fuente: (GIZ, 2015).

Para el caso puntual de la educación relacionada con las ICC, el Diagnóstico Competitivo realizado en el 2015 al sector de Animación Digital y Videojuegos en Guatemala permite identificar la oferta de formación profesional que brindan quince universidades, así como de un Centro de Capacitación para la población en general.⁵

La orientación, cursos o especialidades se pueden apreciar en el siguiente cuadro por institución y por tipo de formación que brindan.

TABLA 6. EDUCACIÓN, INSTITUCIÓN Y TIPO DE OFERTA EN FORMACIÓN

Institución	Tipo de formación
Universidad Galileo	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Comunicación y Diseño • Ingeniería de Sistemas, Informática y Ciencias de la Computación • Diplomado en Modelaje y Construcción de Componentes Tridimensionales • Diplomado en Animación 2D y 3D • Diplomado en Edición Audiovisual • Diplomado en Dirección de Producción Digital de TV • Diplomado en Maquetación para Medios Electrónicos
Universidad InterNaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Informática • Técnico Profesional en Realización y Animación 3D • Licenciatura en Diseño de Videojuegos
Universidad Panamericana	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Comunicación y Producción Audiovisual • Ingeniería en Sistemas y Tecnologías de la Información y la Comunicación
Universidad Mesoamericana	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Producción Audiovisual y Artes Cinematográficas • Ingeniería en Sistemas, Informática y Ciencias de la Computación
Universidad Da Vinci de Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Ciencias de la Comunicación • Tecnicatura en Diseño Gráfico
Universidad de San Carlos de Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Diseño Gráfico • Licenciatura en Arte • Ingeniería en Ciencias y Sistemas • Licenciatura en Ciencias de la Comunicación • Maestría en Tecnologías de la Información y la Comunicación
Universidad Rafael Landívar	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitectura • Licenciatura en Diseño Gráfico • Licenciatura en Diseño Industrial • Licenciatura en Ciencias de la Comunicación • Ingeniería en Informática y Sistemas
Universidad del Valle de Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Ciencias de la Computación y Tecnologías de la Información • Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Universidad Regional de Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Desarrollo Sostenible con Énfasis en Recursos Locales

5. El Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (Intecap) brinda formación profesional a los trabajadores y en general, al recurso humano por incorporarse al mundo laboral. Por mandato del Estado y la contribución de la iniciativa privada promueve el desarrollo del talento humano y la productividad del país.

Institución	Tipo de formación
Universidad de Occidente	• Ingeniería en Sistemas, Informática y Ciencias de la Computación
Universidad San Pablo de Guatemala	• Licenciatura en Ingeniería en Sistemas y Ciencias de la Computación
Universidad del Istmo	• Licenciatura en Diseño Gráfico en Comunicación y Publicidad
Universidad Francisco Marroquín	• Ingeniería Creativa
Universidad Mariano Gálvez de Guatemala	• Ingeniería en Sistemas
Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (Intecap)	• Cursos de animación 3D • Cursos para el desarrollo de aplicaciones web en dispositivos móviles y web

Fuente: (GIZ, 2015).

Según la opinión de los actores relacionados con ICC, la Universidad Galileo y la Universidad InterNaciones son las que presentan intervenciones destacadas dentro del ámbito de la educación superior. Dentro de la formación, también son de importancia los servicios que provee el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (Intecap) que complementan la demanda atendiendo a usuarios que están fuera del sector de la educación superior.

IV. Retos y oportunidades de las ICC

Se carece de un diagnóstico sobre las ICC para abril de 2018, siendo el esfuerzo más próximo el que realizó la Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ) en colaboración con el Icrea, aunque la investigación tuvo como fin específico conocer la situación del sector de Animación y Videojuegos, brinda una mirada general de lo que ocurre en las ICC.

Este diagnóstico proporciona sugerencias para hacer frente a retos y potenciar las oportunidades, que permite prever una contribución a su desarrollo y crecimiento.

Dentro de los aspectos más destacados, se identificaron las fortalezas (internas del sector) y oportunidades (externas del sector) que se señalan a continuación:

- El dominio del idioma inglés
- Talento y creatividad de los emprendedores que desean desarrollar videojuegos
- Conocimiento que poseen las empresas sobre las tendencias y necesidades del mercado internacional
- Conocimiento y exposición habitual a las mejores prácticas a implementarse dentro del sector
- Mano de obra cualificada y económicamente competitiva en relación a la disposición de mano de obra mundial

- Universidades y Centros de capacitación específicos para el capital humano en Animación y Videojuegos
- Ubicación del país en relación a los países que necesiten los servicios de Animación y Videojuegos
- País de personas jóvenes, que se pueden aprovechar del bono demográfico
- A nivel mundial, la industria está en proceso de expansión y crecimiento
- La participación internacional de una empresa de animación y videojuegos visibilizó al país como proveedor de estos servicios (GIZ, 2015)

Por otra parte, las carencias se analizaron de igual forma desde lo interno y externo del sector:

- Falta de personal cualificado cuando la demanda de servicios es alta e imprevista desde el exterior
- La adquisición de *software* especializado es elevada y afecta principalmente a las empresas pequeñas
- El marco legal de protección de derechos de autor no es satisfactorio para el sector
- Falta de un estándar de calidad de acuerdo a las necesidades que requiere la industria que provoca que las empresas deban capacitar y pasar por la curva de aprendizaje con su recurso humano
- Escasa experiencia del sector relacionada con la exportación de productos o servicios
- Pocas fuentes de financiamiento bancarias y de fondos concursables
- Las empresas formalmente establecidas son pocas y esto incide en la formación de una masa crítica
- Se debe construir un portfolio más amplio que sirva a nivel nacional e internacional para mostrarse como potencial proveedor de contenidos
- Ausencia de señal de televisión pública o de alguna plataforma de internet que sirva como dinamizador del sector
- Baja credibilidad y poca predisposición al trabajo colaborativo de las empresas del sector
- Cambios en la Administración Pública y la pérdida de continuidad de los procesos provoca desinterés en las acciones de cooperación público-privada
- La competencia a nivel global que presentan países desarrollados y en vías de desarrollo en donde el sector ya presenta avances significativos
- A nivel regional, Costa Rica puede ser un competidor importante
- Google no realiza pagos a Guatemala, lo que implica que los desarrolladores guatemaltecos de videojuegos no reciban pago
- Para una idea general, un análisis DAFO permite ver los retos que debe superar el sector, así como las oportunidades que pueden ser aprovechadas

TABLA 7. MATRIZ FODA DEL SECTOR DE ANIMACIÓN Y VIDEOJUEGOS

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El dominio del idioma inglés • Talento y creatividad de los emprendedores que desean desarrollar videojuegos • Conocimiento que poseen las empresas sobre las tendencias y necesidades del mercado internacional • Conocimiento y exposición habitual a las mejores prácticas a implementarse dentro del sector • Mano de obra calificada y económicamente competitiva en relación a la disposición de mano de obra mundial • Universidades y Centros de capacitación específicos para el capital humano en Animación y Videojuegos 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación del país en relación a los países que necesiten los servicios de Animación y Videojuegos • País de personas jóvenes, que se puede aprovechar el bono demográfico • A nivel mundial la industria está en proceso de expansión y crecimiento • La participación internacional de una empresa de animación y videojuegos visibilizó al país como proveedor de estos servicios
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de personal calificado cuando la demanda de servicios es alta e imprevista desde el exterior • La adquisición de <i>software</i> especializado es elevada y afecta principalmente a las empresas pequeñas • El marco legal de protección de derechos de autor no es satisfactorio para el sector • Falta de un estándar de calidad de acuerdo a las necesidades que requiere la industria que provoca que las empresas deban capacitar y pasar por la curva de aprendizaje con su recurso humano • Escasa experiencia del sector relacionada con la exportación de productos o servicios • Pocas fuentes de financiamiento bancarias y de fondos concursables • Las empresas formalmente establecidas son pocas y esto incide en la formación de una masa crítica • Se debe construir un portfolio más amplio que sirva a nivel nacional e internacional para mostrarse como potencial proveedor de contenidos • Ausencia de señal de televisión pública o de alguna plataforma de internet que sirva como dinamizador del sector • Baja credibilidad y poca predisposición al trabajo colaborativo de las empresas del sector 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la Administración Pública y la pérdida de continuidad de los procesos provoca desinterés en las acciones de cooperación público-privada • La competencia a nivel global que presentan países desarrollados y en vías de desarrollo en donde el sector ya presenta avances significativos • A nivel regional Costa Rica puede ser un competidor importante • Google no realiza pagos a Guatemala lo que implica que los desarrolladores guatemaltecos de videojuegos no reciban pago

Fuente: (GIZ, 2015).

V. Referencias bibliográficas

- ADDICT. (2016). A Economia Critativa em Portugal - Realtório Final.
- Artesanías de Colombia. (2018). *Caraterización*. Obtenido de http://www.artesaniadescolombia.com.co:8080/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (28 de dicimebre de 2015). Ley de la Comunicación del Poder Popular. *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*. Caracas, Venezuela: Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela.
- Banco Mundial. (2018a). *Global Economic Prospects*. Washington, DC: The World Bank.
- Banco Mundial. (27 de marzo de 2018). *Venezuela Panorama general*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/venezuela/overview>
- Banguat. (23 de 4 de 2018). *Banguat*. Recuperado el 23 de 4 de 2018, de Banco de Guatemala, Estadísticas Macroeconómicas, Producto Interno Bruto -PIB- Base 2001, Producto Interno Bruto Medido por el Origen de la Producción (Base 2001): <http://www.banguat.gob.gt/inc/main.asp?id=51809&aud=1&lang=>
- Barlovento. (2018). *Análisis televisivo 2017*. Madrid: Barlovento Comunicación.
- Biblioteca Nacional de Colombia. (s.f.). *Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas*. Obtenido de <http://recursos.bibliotecanacional.gov.co/content/plan-nacional-de-lectura-y-bibliotecas-0>
- BID, OEA, Oxford Economics, British Council . (2014). *Impacto Económico de las Industrias Creativas en las Américas*. BID.
- Buitrago, F. I. (2013). *Economía Naranja*. 1300 New York Avenue, NW: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). *Sobre el BOmm*. Obtenido de Bogota Music Market: <https://www.bogotamusicmarket.com/Sobre-el-BOmm>
- Castillo, A., García, M., González, L., & y Solórzano, J. (2017). *El Valor Económico de la Samana Santa en Antigua Guatemala*. Guatemala, Centroamérica: Editorial Cultural, Segunda Edición. Año 2017. Grupo Satélite. OIKOS, Observatorio Andaluz para la Economía de la Cultura y el Desarrollo. Primera Edición. Año 2013.
- CEGAL. (2017). *Mapa de las librerías en España 2016*. Zaragoza: Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros.
- Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. (31 de marzo de 2018). *Observatorio del cine venezolano*. Obtenido de <http://www.cnac.gob.ve/ocv/>
- Cifuentes, D. (2017). *Documento introductorio al encuentro intrenacional de políticas públicas y economía creativa*. Bogotá: Observatorio de Cultura y Economía.
- CISAC. (2015). *Tiempos Culturales. El Primer Mapa Mundial de las Industrias Culturales y Creativas*. Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC).
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2017). *Institucionalidad democrática, Estado de derecho y derechos humanos en Venezuela: Informe de país*. Washington D. C.: CIDH.
- Comité Certificador de Medios ANDA-FEVAP (CCMAF). (2014). *Estudio sobre la Inversión Publicitaria en Venezuela 2013*. Caracas: ANDA-FEVAP.
- Conap. (22 de 4 de 2018). *CONAP Consejo Nacional de Áreas Protegidas*. Recuperado el 18 de 12 de 2015, de CONAP Consejo Nacional de Áreas Protegidas: <http://www.conap.gob.gt/>
- CONATEL. (29 de marzo de 2018). *Comisión Nacional de Telecomunicaciones*. Obtenido de <http://www.conatel.gob.ve/>

- DEV. (2017). *Libro Blanco del desarrollo español de videojuegos*. Madrid: Asociación española de empresas productoras y desarrolladoras de videojuegos y software de entretenimiento.
- ESSnet □ CULTURE. (2012). *European Statistical System Network on Culture FINAL REPORT*. Luxembourg: ESSnet □ CULTURE/ Eurostat.
- EUROSTAT. (2016). *Cultural Statistics*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.
- FAPAE. (2017). *Memoria Anual 2016*. Madrid: Confederación FAPAE.
- Fondo Monetario Internacional. (28 de marzo de 2018). *República Bolivariana de Venezuela. At a Glance*. Obtenido de <http://www.imf.org/en/countries/ven>
- Fundación Musical Simón Bolívar. (31 de marzo de 2018). *Sistema Nacional de Orquestas y Coros Infantiles y Juveniles de Venezuela*. Obtenido de <http://fundamusical.org.ve/>
- GIZ, A. P. (2015). *Animación Digital y Videojuegos en Guatemala, Diagnóstico Competitivo*. Recuperado el 13 de abril de 2018, de Icrea.gt: [http://icrea.gt/wp-content/uploads/2015/09/Diagn %C3 %B3stico-Versi %C3 %B3n-Final.pdf](http://icrea.gt/wp-content/uploads/2015/09/Diagn%C3%B3stico-Versi%C3%B3n-Final.pdf)
- Guzmán Cárdenas, C. E. (2014). *Las industrias culturales y el emprendimiento en Venezuela*. Caracas: ININCO-UCV.
- INE. (30 de abril de 2018). *Encuesta de presupuestos familiares. Base 2006*. Obtenido de <http://www.ine.es>
- INE. (03 de mayo de 2018). *Estadística Estructural de Empresas: Sector Servicios*. Obtenido de <http://www.ine.es>
- INE. (2016). *Estatísticas da Cultura 2016*.
- Ine. (10 de 12 de 2015). *Instituto Nacional de Estadística*. Recuperado el 22 de 4 de 2018, de Encuesta Nacional de Condiciones de Vida ENCOVI 2014. Principales Resultados: <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2015/12/11/vjNVdb4IZswOj0ZtuivPicaAXet8LZqZ.pdf>
- Ine. (10 de 10 de 2017). *Instituto Nacional de Estadística*. Recuperado el 2018 de 4 de 23, de Instituto Nacional de Estadística, Estadísticas, Publicaciones, 2017, Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos -ENEI 2- 2017: <https://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/publicaciones>
- INE. (03 de mayo de 2018). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de <http://www.ine.es/>
- Ine. (2003). *Proyecciones de Población 2000-2020*. Guatemala, Centroamérica: Instituto Nacional de Estadística.
- Infoadex. (2018). *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España*. Madrid: Infoadex.
- Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). *Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la UNESCO*. París: UNESCO.
- Instituto de Prensa y Sociedad. (30 de marzo de 2018). *#PublicidadPorSilencio*. Obtenido de <http://www.ipys.org.ve/especiales/publicidadporsilencio/>
- International Confederation of Authors and Composers Societies y Ernst & Young. (2015). *The first global map of cultural and creative industries*. París: Ernst & Young.
- LOCALCOM. (03 de mayo de 2018). *Observatorio Iberoamericano de la Comunicación*. Obtenido de <http://centresderecerca.uab.cat/oic/>
- Marn/URL. (2009). *Informe Ambiental del Estado de Guatemala, Geo Guatemala 2009*. Guatemala, Centroamérica: Marga Terra Editores.
- MECD. (03 de mayo de 2018). *Cultura Base*. Obtenido de <http://www.mcu.es/culturabase/>
- MECD. (03 de mayo de 2018). *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*. Obtenido de <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/portada.html>

- Micude. (2005). *Plan Nacional de Desarrollo Cultural de Largo Plazo, La Cultura Motor del Desarrollo*. Guatemala, Centroamérica: Ministerio de Cultura y Deporte .
- Micude/Bid. (2007). *Guatemala: Un Análisis de la Contribución Económica de la Cultura*. Guatemala, Centroamérica: Editorial Cultura (segunda Impresión -2017-).
- Ministerio de Cultura. (2013). *Diagnóstico de desarrollo cultural en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. (2018). *Sector de Radiodifusión sonora en Colombia*. Obtenido de <http://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-9214.html>
- Ministerio del Poder Popular para la Cultura. (29 de marzo de 2018). *Información Institucional*. Obtenido de <http://www.mincultura.gob.ve/index.php/home/informacion>
- Murciano, M., & González Saavedra, C. (2018). Las industrias culturales y creativas en las comunidades autónomas españolas: El caso Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social* , 146-167.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M. (2016). *(Re)invención de géneros y formatos de la ficción televisiva: Anuario Obitel 2016*. Porto Alegre: Obitel.
- Pasquali, A. (2017). *Trasnporte y comunicaciones. La devastación chavista*. Caracas: Publicaciones UCAB.
- Pnud. (2016). *Informe sobre Desarrollo Humano 2016, Desarrollo Humano para Todos*. Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Producto. (30 de marzo de 2018). *Ranking de agencias general*. Obtenido de <http://ranking-deagencias.com.ve/ranking-de-agencias-general/>
- República Bolivariana de Venezuela. (2016). *Ley de presupuesto para el ejercicio económico financiero 2016. Título II*. Caracas: Oficina Nacional de Presupuesto.
- Sinclair, J. (2002). *Televisión: comunicación global y regionalización*. Barcelona: Gedisa.
- Straubhaar, J., Fuentes, M., Giraud, C., & Campbell, C. (2002). Trends of Production and Programming in the Latino U.S. Market, Mexico and Venezuela: Refocusing from Global to Regional Homogenization of Television. *Intercultural Communication*. Barcelona: International Association of Mass Communications Research.
- Unesco. (2013). *Informe sobre la Economía Creativa, Edición Especial 2013. Ampliar las Causas del Desarrollo Local*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), One United Nations Plaza, New York, NY 10017, Estados Unidos.: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia.
- UNESCO. (2012). *Measuring the economic contribution of cultural industries*. Montreal: UNESCO.
- UNESCO. (2012). *Measuring the economic contribution of cultural industries*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- UNESCO. (2016). *The globalisation of cultural trade: a shift in consumption. International flows of cultural goods and services 2004-2013*. Montreal: The UNESCO Institute for Statistics.
- USB, UCV, UCAB. (2018). *Encuesta sobre Condiciones de Vida Venezuela 2017 (ENCOVI)*. Caracas: Universidad Simón Bolívar, Universidad Central de Venezuela, Universidad Católica Andrés Bello.
- Valencia, M. (2015). *La edición en Colombia*. Obtenido de Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes: http://www.cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberamericanos/edicion_en_colombia/
- Zenith. (2016). *Media Consumption Forecasts 2016*. Londres: Zenith.

Siglas y acrónimos

- Agexport: Asociación de Exportadores de Guatemala
- Banguat: Banco de Guatemala
- Bid: Banco Interamericano de Desarrollo
- Micude: Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala
- Unesco: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Ine: Instituto Nacional de Estadística
- Pnud: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
- ICC: Industrias Culturales y Creativas
- GIZ: Cooperación Internacional Alemana por sus siglas en alemán.
- Icrea: Comité de Industrias Creativas de Guatemala
- Mineco: Ministerio de Economía
- Pronacom: Programa Nacional de Competitividad