

**Economía naranja: Su influencia en el desarrollo económico en Colombia y en la  
generación de empleo en la ciudad de Bogotá**

Jorge Andrés Donoso Salazar  
Monica Alejandra Jaramillo Castro  
Nicholle Andrea Moreno Cubides

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración de Empresas  
Bogotá D.C  
2020

**Economía naranja: Su influencia en el desarrollo económico en Colombia y en la generación de empleo en la ciudad de Bogotá**

Jorge Andrés Donoso Salazar  
Monica Alejandra Jaramillo  
Nicholle Andrea Moreno Cubides

Director:  
Brigitte Andrea Aguirre Muñoz

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración de Empresas  
Bogotá D.C  
2020

Este trabajo va dedicado a Dios y a  
nuestros padres que con esfuerzo y  
dedicación nos han acompañado  
a lo largo de la carrera

## **Agradecimientos**

Agradecemos a todos los profesores que fueron parte de nuestro proceso de formación, a la profesora Brigitte por guiarnos durante la investigación y desarrollo del presente documento y, por último, pero no menos importante a nuestros familiares y amigos que siempre han sido un pilar importante en el desarrollo de nuestro proyecto de vida.

## **Resumen**

El propósito inicial de esta investigación es analizar la influencia que ha tenido la economía naranja en la economía nacional y en la generación de empleo en la ciudad de Bogotá, durante los años 2015 – 2019, a partir de los conocimientos adquiridos por medio de la investigación de dicho tema. Para el caso específico del presente documento se realizó una revisión de literatura y datos de las principales fuentes estadísticas nacionales, para conocer cuál ha sido la relevancia de la economía naranja en los años mencionados anteriormente, con el fin de brindar un mejor análisis de como las industrias que trabajan bajo este concepto económico han ayudado y/o pueden ayudar a la generación de empleo. Determinando así que la economía naranja es un sector económico de bastante relevancia para el desarrollo económico de las ciudades o países en vía de desarrollo como el caso de Colombia y específicamente de su capital Bogotá D.C.

*Palabras clave:* Economía naranja, Industrias creativas, Cultura, Generación de empleo, desarrollo.

## **Abstract**

The initial purpose of this research is to analyze the influence that the Creative economy has had on the national economy and on the generation of employment in the city of Bogotá, during the years 2015 - 2019, based on the knowledge acquired through the investigation of this topic. Methodology: For the specific case of this document, a literature review was carried out to find out what the relevance of the orange economy has been in the years mentioned above, in order to provide a better analysis of how the industries that work under this economic concept have helped and / or can help to generate employment. Thus, determining that the orange economy is an economic sector of considerable relevance for the economic development of cities or developing countries such as the case of Colombia and specifically of its capital Bogotá D.C.

*Key words:* Orange economy, Creative industries, Culture, Job creation, development

## Tablas de contenidos

Planteamiento del problema .....	15
General .....	16
Específicos.....	16
Justificación .....	17
Metodología.....	19
1 Economía Naranja .....	20
1.1 Antecedentes recientes .....	22
1.2 Con que no se debe confundir la economía naranja .....	24
2 Impacto de la Economía Naranja en la economía mundial .....	26
2.1 Economía naranja en la actualidad.....	28
3 Economía Naranja en Colombia .....	30
3.1 Implementación de la economía Naranja en Colombia.....	31
3.2 Crecimiento e influencia en el PIB .....	32
3.3 Importancia y relevancia en Colombia.....	37
4 Economía Naranja y generación de empleo .....	39
4.1 Economía Naranja y generación de empleo en Bogotá.....	39
4.2 Sectores relevantes de la economía naranja en Bogotá .....	42
4.3 Crecimiento del sector .....	44
4.4 Sector de artes escénicas.....	45
4.5 Audiovisual .....	45
4.6 Creación publicitaria .....	45
4.7 Educación Cultural .....	46
4.8 Libros y publicaciones.....	46
4.9 Música .....	46
4.10 Consumo de la economía naranja en la capital .....	47
4.11 Potencial de consumo de la economía Naranja.....	48
5 Ejemplos del desarrollo de la economía Naranja en otras ciudades de Colombia.....	49
5.1 Barranquilla.....	49
5.2 Medellín.....	50

6. Potenciales sectores de desarrollo en Colombia.....	51
6.1 Artes, artesanías y conocimientos ancestrales .....	51
Conclusiones y recomendaciones .....	52
Recomendaciones .....	53
Referencias .....	54

## Lista de figuras

Figura 1. Participación del valor agrado de la Economía Naranja en el total del valor agregado nacional 2014-2018. DANE, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja .....	33
Figura 2. Composición del valor agregado según áreas en la Economía Naranja - promedio 2014 - 2018. DANE, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja .....	34
Figura 3. Tipos de contratación. Alcaldía Mayor de Bogotá, citado por cámara de comercio de Bogotá,.....	41
Figura 4. Ingresos por sector. Alcaldía Mayor de Bogotá, citado por cámara de comercio de Bogotá, .....	43
Figura 5. Composición del valor agregado según áreas de la Economía Naranja - Promedio 2014-2018. DANE-Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja, Bogotá -CSCENB-.....	44

### **Lista de tablas**

Tabla 1. Cuenta de producción - Total Economía Naranja. DANE, ministerio de cultura, Cuenta satélite de Cultura y Economía naranja – CSCEN- P.23 (2020) .....	35
Tabla 2. Personas ocupadas en la Economía Naranja. DANE, ministerio de cultura, Cuenta satélite de Cultura y Economía naranja – CSCEN- P.23 (2020) .....	35
Tabla 3. <i>Cuenta de producción - Total Artes y patrimonio. DANE, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja -CSCEN- P.25 (2020)</i> .....	36
Tabla 4. Cuenta de producción - Total Industrias Culturales. DANE - Ministerio de Cultura, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja –CSCEN–. P.43 (2020) .....	37
Tabla 5. Cuenta de producción - Total Creaciones funcionales. DANE - Ministerio de Cultura, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja –CSCEN–. P.48 (2020) .....	37

## Glosario

**Artes:** Aquella actividad realizada por el ser humano, en el cual se llega a expresar una visión tanto personal, que puede interpretar ya sea lo real o lo imaginario, usando los recursos que se tengan a disposición como plástico, lingüístico o sonoro.

**Crecimiento económico:** Evolución positiva de los estándares de vida de un territorio, habitualmente países. (Sanchez Galan, s.f.)

**Cultura:** Materiales, espirituales, comportamientos, lengua, modo de vida, practicas, valores, patrones, conocimientos y costumbres de un determinado grupo social que se ha transmitido de una generación a otra

**Danza:** Baile, denominado arte, en el cual se utiliza movimientos corporales generalmente acompañado por música, también busca la forma de expresión corporal y/o interacción social.

**Economía Naranja:** Es el conjunto de actividades que, de manera encadenada, permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual. (IDB - Inter-American Development Bank, s.f.)

**Globalización:** Interacción de ámbitos económicos, políticos, tecnológicos, sociales y culturales, en el cual se genera efectos en el mercado y las empresas para que se puedan extender.

**Generación de empleo:** Calidad y su importancia para el desarrollo (RIMISP- Centro Latinoamericano para el desarrollo Rural, 2013)

**Industrias culturales:** Técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales (Organización de las naciones unidas para la educación y la ciencia , s.f.)

**Innovación:** Cambio significativo o modificación a un producto que produce una novedad

**Medios visuales:** Medios de comunicación masiva, tales como las plataformas de Facebook o Instagram, en el cual utilizan imágenes combinadas con sonido

**Música:** Es un tipo de arte, el cual consiste en la combinación determinada de un ritmo, una melodía y armonía.

**Producto Interno Bruto-PIB:** Es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país o región en un determinado periodo de tiempo, normalmente un año. Se utiliza para medir la riqueza de un país. (Sevilla, s.f.)

**Publicidad:** Medio por el cual se muestra un producto o servicio con determinadas características a las personas para que observen dicho producto o servicio y si es de su agrado, utilizando medios como imágenes, sonidos, canciones etc.

**Tecnología:** Se conoce como tecnología a un producto o solución conformado por un conjunto de instrumentos, métodos y técnicas diseñados para resolver un problema. (significados.com, s.f.)

## Introducción

La economía naranja o economía creativa no son un tema nuevo, pues, involucran todo tipo de actividades relacionadas con el arte y la recreación, las cuales llevan milenios formando parte de la humanidad. Su origen, como se le conoce hoy en día, fue en la Escuela de Frankfurt por Max Horkheimer y Theodor Adorno en 1947 para designar el proceso de producción/consumo masivo de mercancías en las sociedades capitalistas. El término de industria cultural fue difundido a partir de la década del 80 por la UNESCO, aquellas formas de producción y consumo cultural, los cuales tienen en su centro un elemento simbólico o expresivo. Hacia el 2001, en Reino Unido se publica el informe ‘Creative Industries Mapping Documents:’ un mapeo que incluyó trece actividades dentro las industrias creativas y de emprendimiento, el cual dio un rango más amplio de industrias e incluyó las industrias culturales tradicionales como las artesanías, arquitectura, artes escénicas, antigüedades, cine, diseño, editorial, moda, música, publicidad, software, videojuegos, televisión y radio (Newbigin, 2010). Con este estudio se determinó la importancia de las industrias culturales y creativas en la economía británica al estar creciendo más rápido y generando el doble de empleo que los demás sectores de la economía del país (Aguar, 2014 & Newbigin, 2010).

Además del valor de cambio y funcional, los bienes y servicios culturales y creativos cuentan con un valor expresivo, un significado cultural, que poco se relaciona con su costo de producción y utilidad, pero es aquello que diferencia al sector creativo de los demás sectores de la economía (Newbigin, 2010).

Durante los últimos años, son muchos los cambios que han ocurrido en la economía mundial, principalmente porque esta se ha vuelto mucho más dinámica conforme el fenómeno de la globalización, por esto es natural que los países busquen nuevas estrategias económicas que trabajen para aumentar su respectivo desarrollo y crecimiento económico; y como es de esperarse, han surgido varias opciones que se están considerando como potenciales estrategias para lograr este propósito, entre ellas se encuentra la economía naranja, la cual desde hace un tiempo ha venido convirtiéndose en un tema de conversación frecuente entre aquellos quienes buscan alternativas a las fuentes económicas de los diferentes países.

Directamente relacionada con las industrias culturales y creativas, la economía naranja es básicamente el sector de la economía que se dedica a promover la cultura como fuente de ingresos, lo que a su vez implica el aumento de la innovación, la creatividad, el marketing y el diseño en diferentes campos de dichas industrias, por lo que se ha vuelto una opción bastante llamativa para aquellas naciones que desean aumentar su PIB; como es el caso de Colombia, que en los últimos

cinco años ha venido trabajando en un conjunto de políticas y proyectos de ley, que buscan aumentar el desarrollo de la economía naranja, en especial en la capital del país, en dónde se pretende que la diversidad cultural y artística juegue en favor de este nuevo sector económico en crecimiento, como lo es la economía cultural.

En el presente documento, se pretende dar a conocer un poco más sobre que es la economía naranja, su origen, desarrollo con el paso del tiempo y lo que representa en la actualidad; asimismo su influencia en la economía mundial y cuál ha sido su influencia en la economía de Colombia y en el crecimiento del PIB nacional. También se pretende revisar el impacto de la economía cultural en la generación de empleo en la ciudad de Bogotá y los sectores relevantes de esta en la ciudad, así como el crecimiento de estos y su potencial de consumo; y por último dar ejemplos de desarrollo de la economía naranja en otras ciudades de Colombia.

### **Planteamiento del problema**

Tras la implementación de la ley 1834 el 23 de mayo de 2017, por medio de la cual se fomenta la economía naranja y sus industrias relacionadas, son muchas las personas que se preguntan si realmente la economía naranja puede ayudar al crecimiento económico del país, por lo cual es importante establecer el crecimiento de los sectores y las industrias relacionadas con esta para determinar su verdadera influencia en la economía nacional y específicamente en el desarrollo económico y la generación de empleo en la ciudad de Bogotá D.C.

Para el desarrollo del presente documento, se pretende establecer que antecedentes registran impactos gracias al desarrollo y fomento en la economía naranja en el país y cómo influye está en la generación de empleo en la ciudad de Bogotá. Vale la pena respondernos ¿Qué influencia ha tenido la economía naranja en la economía nacional y en la generación de empleo en la ciudad de Bogotá?

## **Objetivos**

### **General**

Analizar la influencia que ha tenido la economía naranja en la economía nacional y en la generación de empleo en la ciudad de Bogotá.

### **Específicos**

1. Distinguir que tanto ha influenciado la economía naranja en la generación de empleo en la ciudad de Bogotá, desde el año 2015.
2. Evaluar como la economía naranja ha impactado en el desarrollo económico de Colombia y la ciudad de Bogotá.
3. Analizar casos de implementación, desarrollo y fomento de la economía naranja exitosos en otros países y en otras ciudades, que puedan llegar a ser aplicables en Colombia y en Bogotá.
4. Caracterizar cuáles son los sectores de la economía naranja con mayor influencia en el crecimiento económico y generación de empleo en la ciudad de Bogotá.

### **Justificación**

Debido a la gran competencia del mercado actual creado por el fenómeno de la globalización y las nuevas tecnologías, principalmente, tanto personas como diversas empresas se han visto en la necesidad de expandirse a nuevos mercados o industrias, involucrando empresas comerciales que ofrecen actividades culturales y recreativas y a aquellos artistas y artesanos de las industrias culturales, que trabajan por gusto o por algún beneficio económico. A partir de esto, se ha generado un interés por fomentar la cultura y la creatividad, y cada vez surgen más industrias y proyectos que son incluidos en la economía naranja, y con estas más oportunidades para hacer crecer la economía tanto directa como indirectamente, generando por medio de estos nuevos empleos para la población.

A finales del 2015 en el informe “Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries” de la (UNESCO, 2015), estableció que la economía naranja había representado 3% del PIB mundial y generó 29,5 millones de empleos a nivel mundial; esto sin mencionar que indirectamente ayudó a incrementar el comercio electrónico y a fortalecer la economía digital; por lo que se puede inferir que dadas las demandas de los mercados actuales, las industrias creativas pueden llegar a ser parte de las nuevas formas de comercio que incluyen la digitalización de los servicios y la posibilidad de llegar a muchas más personas, lo que no solamente se refiere a la posibilidad de generar más ingresos, sino a que con el tiempo las nuevas generaciones de profesionales se verán interesadas en este tipo de alternativas.

Adicionalmente un informe presentado por el Banco Interamericano de Desarrollo BID del año 2016 destaca que en América Latina y el Caribe las industrias creativas tienen un impacto económico de aproximadamente 175.000 millones de dólares y que a su vez emplean alrededor de diez millones de personas y adicionalmente, se registran que cada vez más son las personas que recurren a financiación para impulsar proyectos cuyo eje central son bienes y/o servicios relacionados con la cultura. Cabe destacar que el BID es uno de los mayores promotores de la economía naranja en el continente, ya que no solo ha aportado capital a proyectos de corte cultural, sino que adicionalmente ha creado espacios para emprendedores culturales y personas interesadas en aprender más del tema, en los que se pretende generar más conciencia sobre la importancia de invertir tiempo y esfuerzos en el fomento y desarrollo de esta; su presidente Luis Alberto Moreno ha mencionado que cree que la economía creativa puede llegar a ayudar a aumentar el crecimiento económico de Latinoamérica y del Caribe.

Por lo anterior, este estudio analiza cómo se ha implementado la economía naranja en Bogotá, como afecta la economía de la ciudad y como ayuda a disminuir el desempleo, para distinguir si dentro de los sectores pertenecientes a la economía naranja, hay una oportunidad económica; tomando en cuenta que el mismo tiene una amplia variedad de oportunidades en las que se puede desarrollar, esto teniendo en cuenta de igual manera las falencias que se pueden presentar dentro del sector y las actividades que lo conforman, asimismo permitirá que se rompa el paradigma de que solo ciertos sectores de la economía pueden aportar al PIB nacional. También se van a analizar algunos exitosos en el extranjero y de otras ciudades de Colombia.

## **Metodología**

Para el desarrollo del presente documento se realizó una revisión de literatura por medio de la cual, se establecieron los temas más relevantes para la economía naranja, tales como el desarrollo cultural, la creación de industrias creativas en la ciudad de Bogotá, los sectores más productivos de la economía naranja a nivel nacional y por último la generación de empleo a través del desarrollo de la economía naranja en la capital del país y todos aquellos casos relevantes en el exterior o en ciudades nacionales distintas a Bogotá, que puedan ser aplicados en territorio nacional. Adicionalmente, se consultaron entidades oficiales tales como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE y la Cámara de Comercio de Bogotá con el fin de determinar la influencia real del sector cultural dentro de la economía nacional y en especial dentro de la capital colombiana.

Para la selección de documentos relevantes fue necesario establecer un criterio de búsqueda que se basó en palabras claves relacionadas con la función del proyecto, así como búsquedas exactas para cada uno de las temáticas relacionadas en cuanto a estudios realizados en la ciudad de Bogotá y en Colombia en general, relacionados con la economía naranja, su desarrollo y fomento en los últimos años y su influencia en la economía y la generación de empleo. Por lo cual se puede inferir que la investigación realizada a continuación es de carácter cualitativo, debido a que se desarrolló en base a investigaciones existentes que soportaban la investigación y asimismo se tomaron distintos datos estadísticos para describir un fenómeno en concreto.

En este punto es necesario aclarar que el trabajo que se desarrolla a continuación es una revisión de literatura que básicamente es “una sinopsis que sumaría diferentes investigaciones y artículos que da al investigador una idea sobre cuál es el estado actual de la cuestión a investigar. En la revisión se realiza una valoración crítica de otras investigaciones sobre un tema determinado, proceso que ayuda a poner el tema en su contexto” (Silamani, 2015) por lo que al mismo tiempo se tuvieron en cuenta todos aquellos documentos que además de brindar un contexto más claro sobre el tema trabajado, también incluían los sectores económicos de mayor relevancia, tales como música, arte y danzas; y por ende, el índice de empleabilidad de dichos sectores.

## **1. Economía naranja**

Para empezar, el desarrollo del presente documento establece con claridad todos aquellos conceptos que son relevantes para el desarrollo de la investigación y definiciones desde distintas perspectivas, con la finalidad de establecer con claridad el enfoque dado a la investigación y el desarrollo de la misma tomando como eje referencial, los conceptos desarrollados a continuación.

En la actualidad el término de economía naranja ha venido siendo un tema de conversación cada vez más frecuente, en especial para las nuevas generaciones de profesionales que se encuentran en búsqueda de alternativas para impulsar sus proyectos de vida; sin embargo, es un concepto relativamente nuevo por lo que su definición tiene muchas interpretaciones y asimismo muchas formas de verse, es por eso que es necesario entender de un modo básico que es la economía naranja y como funciona.

La economía naranja o también conocida como economía creativa, es un concepto que vio la luz en 2001 gracias al economista John Howkins, quien la describe como un sector de la economía que comprende todas aquellas industrias en las que el valor de sus bienes y servicios consta principalmente de la propiedad intelectual invertida en ellos (Marketing y Finanzas, 2018), en otras palabras, este tipo de economía se basa principalmente en comercializar bienes y servicios relacionados directamente con el campo cultural, creativo y artístico, por lo que se puede inferir que aquellos sectores que pertenecen a esta pueden ser por ejemplo la industria cultural, del entretenimiento, del ocio, entre otras. Por lo que es fácil entender la importancia de dicha clase de desarrollo económico en la economía actual, convirtiéndose en una alternativa provechosa para la economía mundial y en especial un punto de atención para invertir, en el caso de las economías en vía de desarrollo.

Adicionalmente, es una industria que permite trabajar con las personas y para las personas, es decir, es una industria que trabaja con sus talentos, creatividad y pensamientos para dar orígenes a ideas que no solo puedan generar cambios en su entorno, sino que adicionalmente permitan generar ingresos para todos los involucrados en dicho proceso; esto sin mencionar que no es propio de la economía creativa trabajar bajo grandes esquemas de producción como se está acostumbrado en los otros sectores económicos, lo que permite que todos sus procesos, actividades y sistemas sean mucho más orgánicos y generen ambientes de trabajo mucho más sanos y productivos.

En ese sentido, debería tenerse en cuenta para mayor comprensión del presente documento radica en el concepto propuesto por la organización de las naciones unidas para la organización UNESCO, que define a la economía naranja como “aquellos sectores de actividad organizada que

tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, s.f.). Es decir, que, para generar un concepto mucho más general, se puede llegar a estimar que la economía naranja es la comercialización de bienes y servicios, fruto de actividades relacionadas con contenido cultural y con un alto nivel de creatividad implícito en cada uno de ellos, por lo que es necesario también conocer el concepto de creatividad dentro de este campo.

Asimismo, Howkins menciona que la base de la economía naranja es la creatividad y también hace énfasis en el hecho de que todo ser humano nace con un don para la creatividad innato que con el tiempo se va desarrollando o apaciguando según sea el caso; pero para entender con mayor claridad esto es necesario entender mejor el concepto de creatividad. Para la real academia de la lengua española, el concepto de creatividad se define como “facultad de crear, capacidad de creación”, sin embargo, ha sido un concepto que ha tenido muchas interpretaciones a lo largo de la historia, tales como la de Mac Kinon quién en 1960 definió a la creatividad como “La creatividad responde a la capacidad de actualización de las potencialidades creadoras del individuo a través de patrones únicos y originales” (Esquivias Serrano, 2004, pág. 4) o la de Tongo quien en 1999 estableció que “La creatividad es la facultad humana de observar y conocer un sinfín de hechos dispersos y relacionados generalizándolos por analogía y luego sintetizarlos en una ley, sistema, modelo o producto; es también hacer lo mismo pero de una mejor forma” (Esquivias Serrano, 2004, pág. 6).

Para efectos de comprensión del presente documento, se tendrá en cuenta la creatividad como la capacidad de actualización de las potencialidades creadoras del individuo, que se enfoca mucho más en lo que se enuncia como economía naranja y los componentes bases para su desarrollo; sin embargo, es necesario tener en cuenta la definición de cultura, puesto que es el la base y el origen de todo el movimiento conformado por la economía naranja o creativa. Es en este caso que se define cultura como el “conjunto de bienes materiales y espirituales de un grupo social transmitido de generación en generación a fin de orientar las prácticas individuales y colectivas. Incluye lengua, procesos, modos de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, valores, patrones, herramientas y conocimiento”. (Imaginario, s.f.) lo que quiere decir que se puede interpretar como cultura, todo aquello que se origina por medio de la tradición o las costumbres y que está enfocado a permanecer en el tiempo por medio de un traspaso de la misma a nivel generacional.

Por otra parte, se tiene la definición proporcionada por la UNESCO en dónde se define a la cultura como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y

afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo” (Atalaya Gestion Cultural); lo que complementa la definición anterior y permite aclarar que el papel de la cultura en el desarrollo del ser humano es fundamental, esto sin mencionar que la cultura que le rodea es un conjunto de componentes que se han preservado con el paso del tiempo, por lo que se puede entender porque independientemente de su desarrollo para promocionar el crecimiento económico, es necesaria para el desarrollo de cualquier tipo de actividad a realizar por el ser humano.

Bajo esta misma lógica se tiene en cuenta que “La cultura es un motor de desarrollo, liderada por el crecimiento de la economía creativa en general y de las industrias culturales y creativas en particular, no sólo reconocidas por su valor económico, sino también cada vez más por el papel que desempeñan en la producción de nuevas tecnologías o ideas creativas y sus beneficios sociales no monetizados” (PNUD, 2013); de manera que para aterrizar este concepto a los propósitos del presente documento es necesario establecer la relación existente entre economía naranja y cultura; la cual está implícita en los conceptos trabajados con anterioridad.

### **1.1 Antecedentes recientes**

La economía naranja y las industrias creativas, han sido conceptos que han venido tomando mucha fuerza en el discurso de economistas y demás profesionales relacionados con este campo durante los últimos años; en especial en Colombia, dónde han sido tema de debate desde el posicionamiento del actual presidente de la república y el desarrollo de distintas leyes que soportan su fomento y desarrollo dentro del país. Es por esto que se vuelve necesario, establecer el origen del término a nivel nacional y cuál ha sido su desarrollo conceptual a lo largo de su desarrollo en el territorio colombiano.

Si bien el concepto de “economía naranja” se viene desarrollando y trabajando desde 1994, tras su incorporación a una serie de leyes establecidas en Australia por medio de las cuales se pretendía promover la cultura como principal fuente de ingresos y generación de innovación, y se popularizó a nivel mundial en 2001; en Colombia es un tema relativamente nuevo, por lo que uno de los principales antecedentes del término en el territorio nacional se desarrolla en el libro titulado La economía naranja: Una oportunidad infinita de 2013, escrito por el actual presidente Iván Duque y Felipe Buitrago, en dónde se define a la economía naranja como el “conjunto de actividades que de manera encadenada permite que las ideas se transformen en bienes y servicios creativos, cuyo

valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual” (Buitrago & Duque, 2013, págs. 33-37), y en el cuál de manera simultánea se toma a la economía naranja y a las industrias creativas como una fuente que puede aportar al crecimiento del PIB, en caso de llegar a desarrollarse de manera óptima en el país.

Gracias a esto, muchos expertos en el campo de las ciencias económicas y la economía cultural en Colombia, empezaron a interesarse por este campo, su desarrollo y su fomento; sin embargo, para la época de publicación del libro de Duque y Buitrago , no había claridad sobre lo que implicaba pertenecer a una industria creativa, que diferenciaba a estas de una industria convencional y cuáles eran los elementos básicos para su funcionamiento, por lo que se empezaron a realizar estudios, caracterizaciones e investigaciones para resolver estas dudas. Entre estos se puede destacar el documento de caracterización de las industrias culturales y creativas, presentado en 2016 por la cámara de comercio de Bogotá en el cual se especifican no solamente cuales son los sectores y subsectores pertenecientes a las industrias creativas, sino que adicionalmente provee datos reales de su relevancia dentro de la economía en la capital del país.

Dicho documento, fue de gran ayuda para todos aquellos que tenían dudas sobre las industrias creativas y los sectores que las conforman, sin embargo, se encontraron vacíos, ¿por lo que se vio la necesidad de implementar leyes de apoyo a estas industrias y todos los sectores? involucrados en ellas. En este sentido, nace la ley 1834 del 23 de mayo de 2017 que busca “desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual” (congreso de Colombia, 2017).

Dicha ley fue promovida por el actual presidente de la republica Iván Duque, cuando era senador de Colombia y como era de esperarse, la implementación y fomento de actividades e industrias relacionadas con la economía naranja, fue una de sus mayores promesas de campaña; por lo que durante su mandato aprobó la ley de financiamiento 1943 del 28 de Diciembre de 2018, en la cual entre otras cosas, se establecen normas por medio de las cuales se otorgan incentivos tributarios a todas aquellas industrias que hacen parte de la economía naranja y los requisitos puntuales para acceder a estos.

Adicionalmente, es válido tener en cuenta que las dos leyes anteriormente mencionadas trabajan en conjunto con otras leyes que se encuentran vigentes desde mucho antes, con el fin de lograr que la economía naranja y sus industrias relacionadas crezcan de la mejor manera. Es por esto que es necesario mencionar la ley 23 del 28 de enero de 1982 sobre derechos de autor y su modificación,

otras disposiciones y derechos conexos especificados en la ley 1915 del 12 de Julio de 2018; en las cuales se especifica de que forma el estado colombiano protege toda obra, actividad, bien o servicio respaldado por una inversión de capital intelectual y que por consiguiente está directamente relacionado con la economía naranja.

La economía creativa o economía naranja ha sido un punto fuerte para algunas economías en el extranjero, como lo son Hollywood y Bollywood para Estados Unidos y la India respectivamente, sin embargo, el fomento de la economía naranja en economías en vía de desarrollo, de la mano con la inseguridad dentro de economías pequeñas que dudan en si vale la pena invertir en este sector de la economía, ignorando que la inversión a este da lugar a una cantidad considerable de empleos en cualquiera de sus sectores y que a su vez son viables para la comunidad, generando frutos económicos, y fomentando el desarrollo cultural.

Como se menciona anteriormente, tanto en las economías de los países, ya sea grandes o pequeñas se genera la duda de si invertir en algo como la economía naranja o crear una empresa o emprendimiento en alguno de los sectores que la componen, es viable, de esta manera, se han realizado diversas investigaciones cuyos resultados pueden enfocar todas estas dudas hacia el camino correcto. Entre estas investigaciones se encuentran aquellas encaminadas hacia la generación de empleo y otras hacia la mejora de la economía de un país o región, es este caso, la capital de Colombia, Bogotá.

## **1.2 Con que no se debe confundir la economía naranja**

Como se ha mencionado anteriormente, la economía naranja está directamente relacionada con la creatividad y el desarrollo de la misma para la creación de diferentes bienes y servicios cuyo valor está determinado por la propiedad intelectual; sin embargo, muchos tienden a confundirse al momento de hablar de ella, pues asumen que esta está directamente relacionada con el proceso creativo que se lleva a cabo al momento de producir, comercializar y promocionar un bien en específico dentro de una organización y no necesariamente con las actividades y sectores pertenecientes a dicho sector económico. Esto se presenta porque por lo general se tiende a asociar a la creatividad con la estética en cuanto al aspecto de los bienes y servicios, y como son presentados al público en general, por ende, se tiende a pensar que esta rama perteneciente al marketing y publicidad encargada del aspecto físico de los productos es necesariamente economía naranja, cuando en realidad no necesariamente se trata de lo mismo. Si bien hay actividades de la economía naranja que se relacionan directamente con el marketing, el diseño e incluso la publicidad; son dos campos opuestos.

Es por esto que es válido aclarar que no necesariamente todas las actividades, acciones o producciones realizadas bajo ciertos criterios creativos, son necesariamente economía naranja y esto se aclara principalmente porque la creatividad es un aspecto que hace parte de la personalidad de todos los seres humanos, sin embargo para llevarla a una escala de consideración mayor dentro del fenómeno descrito como “economía cultural”, es necesario que se trabaje bajo ciertos criterios relacionados con la masificación de dicha creatividad en pro de aportar al crecimiento de las industrias creativas. Ahora bien, no hay que olvidar que la creatividad y la innovación son parte de las industrias más exitosas y aunque estén ligadas directamente con el desarrollo de la economía naranja, no por esto son factores exclusivos de esta, sino que al contrario se pueden desarrollar de forma independiente dependiendo de las necesidades de cada sector en la que se deseen aplicar.

## **2. Impacto de la economía naranja en la economía mundial**

El rol de la economía creativa y la cultura han sido reconocidas a lo largo del tiempo por diversas ciudades alrededor del mundo, entre ellas están París, Seúl, Londres, Los Ángeles, Bombay, etc. como fuente importante de generación de nuevos empleos y crecimiento en las épocas de dificultades económicas, promoviéndola como parte de su poder blando. Esta situación donde el conocimiento, la creatividad y la innovación se vuelven motor de desarrollo y crecimiento económico se ha intentado explicar, hasta cierto punto, a través de diferentes teorías de crecimiento. David Throsby, economista australiano especialmente reconocido como un economista cultural, enfatiza sobre la importancia que tienen la creatividad y la innovación para el desarrollo económico asegurando que “la creatividad ha entrado en el razonamiento de la economía solamente por su capacidad de ser generadora de innovación y, por ende, precursora del cambio tecnológico.” (Throsby, 2001, pág. 107)

A partir de esto, comienzan a surgir nuevas investigaciones en donde, con aplicaciones empíricas, se establece la conexión entre capital humano, innovación y crecimiento regional. En el 2002, Richard Florida, estadounidense experto en geografía y crecimiento económico, aporta un nuevo enfoque donde asegura el papel primordial de los trabajadores del sector creativo como factor explicativo del crecimiento económico y la regeneración urbana. La clase creativa parte principalmente de la idea que la creatividad humana, que es el recurso económico definitivo, está compuesta por arquitectos, diseñadores, escritores, artistas, músicos, profesores de universidad y científicos, para quienes la creatividad es fundamental en su trabajo. Según Florida, las ciudades capaces de atraer este tipo de trabajadores pueden mejorar considerablemente sus niveles de vida, pues, la clase creativa se puede catalogar como una nueva clase socioeconómica que se está convirtiendo en el motor del crecimiento y cuya función económica es crear nuevas ideas, nuevas tecno.

Muchos análisis demostraron que en algunos países donde unas regiones tendían a prosperar más que otras, esto se debía principalmente a que muchas de las grandes empresas existentes, se trasladaban a lugares donde la fuerza laboral fuese capaz, interesante y llena de talento. Este fenómeno tendía a repetirse para los países miembros de la OCDE donde para 1990, la economía creativa había crecido a una tasa anual el doble de grande a aquellas de sectores de servicios y cuatro veces más que el sector manufacturero. (PNUD, 2013)

La economía naranja, abre las posibilidades de atracción de inversionistas a un país o ciudad en específico, además de ser una fuente inagotable con oportunidades donde el crecimiento aumenta

a través de los años, lo que genera un desarrollo rápido. El DANE en su cuenta satélite de cultura de los años 2005 a 2013 muestra que las industrias creativas en Colombia tuvieron una participación del 1.7% del PIB nacional.

Desde antes que apareciera el término de economía creativa, en algunos países ya se hacía notoria la importancia que esta podía llegar a tener, desde que se consolidó como un sector importante para la economía, se ha hecho un notorio énfasis a la cantidad de beneficios significativos que se pueden generar al invertir en esta economía. Por esta razón, tanto Colombia como muchos otros países han decidido sacarle ventaja a su cultura heredada, a la innovación y a la creatividad innata en cada uno de ellos, aprovechando todas estas oportunidades.

La economía naranja tiene el poder para influir e inspirar presentes y futuras generaciones, encaminándolas a la creación de empresas e iniciativas enfocadas en la generación de valor a partir de las artes, la tecnología, la ingeniería, etc. fomentando de igual manera, la sabiduría y conocimientos ancestrales que representan a algunas regiones y pueden terminar en bienes y servicios bellos, creativos y con un gran valor histórico que representen una poderosa y creciente fuerza económica, ayudando al desarrollo de los países y contribuyendo con los objetivos de desarrollo sostenible.

Actualmente, algunos países son reconocidos dentro de la economía naranja global gracias a sus sectores creativos, como, Estados Unidos en el sector de la televisión y las artes escénicas, Canadá en el sector de la música y los juegos, Francia en el sector de los libros y la publicidad, India en el sector de películas y los periódicos, y china en el sector de las artes escénicas y las películas.

La economía naranja puede favorecer el cambio y construir sociedades más inclusivas, conectadas y colaborativas, modificando la organización de las actividades económicas y sociales de países desarrollados y países en vía de desarrollo; de igual manera, hay una amplia gama de actividades dentro de la misma que pueden ser expandidas y desarrolladas, lo cual impulsa a la creación de diversas iniciativas que proveen productos culturales a los mercados mundiales, lo que estimula la inversión extranjera, y fomenta la generación de empleo.

El comercio de bienes y servicios creativos tiene una influencia muy grande dentro del PIB de un país. La economía naranja representa aproximadamente un 3% del PIB mundial, generando 29,5 millones de empleos, que representa el 1% de la población activa; los principales sectores generadores de empleo dentro de la economía naranja son las artes visuales con 6.73 millones, libros o editoriales con 3.67 millones y la música con 3.98 millones, teniendo un aporte mayor al sector de telecomunicaciones. De igual manera, los ingresos de las industrias culturales y creativas

en el mundo representan 2,250 billones de dólares, superando el sector de telecomunicaciones y a la industria automovilística de Europa, Japón y Estados Unidos.

Los principales sectores de innovación y desarrollo dentro de la economía naranja son el diseño, la moda y el cine, que representan la mayor parte del comercio mundial de productos creativos. Los artículos de moda, el diseño de interiores y las joyas, que se encuentran en el diseño, tuvieron un buen desempeño en el mercado mundial, representando un notable 54% de las exportaciones de productos creativos. Igualmente, el mercado asiático de la moda está creciendo rápidamente, con todo, desde artículos de la calle hasta moda de alta gama. América Latina y África también son cada vez más reconocidas como mercados de moda emergentes, especialmente en Argentina, Brasil, Chile, Nigeria y Sudáfrica.

El diseño fue seguido por artes visuales, que poseen una parte considerable del mercado. Juntos, estos subsectores representaron el 45% por ciento de las exportaciones totales de bienes creativos. Para los países en desarrollo, permanecen entre los sectores de industrias creativas más importantes para los ingresos de exportación e inversión extranjera. El sector de artes visuales está mejorando cada vez más su competitividad tecnológica y cabe destacar que, los principales desarrolladores de juegos y profesionales de la animación digital están emergiendo en países de Europa del Este, como la Federación de Rusia, Rumania, Polonia, Serbia y Bulgaria.

## **2.1 Economía naranja en la actualidad**

Como se mencionaba anteriormente, la economía naranja ha sido un sector económico que ha venido adquiriendo mucha fuerza conforme el tiempo, la globalización y la tecnología avanzan, por lo que es normal que cada vez existan más estudios sobre su aporte a la economía global y la importancia de apoyar a las industrias creativas, con el fin de promover la cultura individual de las naciones. Esto se ve reflejado en un reporte presentado en 2018 por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo o UNCTAD por sus siglas en inglés, en donde se establece que el mercado mundial de bienes creativos ha crecido considerablemente, teniendo en cuenta que para el año 2002 este correspondía a un aproximado de 208 billones de dólares y para el año 2015 prácticamente había logrado duplicar esta cifra llegando a la cantidad de 509 billones de dólares. Desafortunadamente para el caso específico de servicios creativos, es mucho más difícil estimar cifras exactas, puesto que en la mayoría de los casos los datos relacionados con este tipo de actividades, no son registradas de forma correcta por las naciones en las que se desarrollan, lo que impide una medición exacta de este ámbito en específico.

Sin embargo, es válido resaltar que a nivel mundial el fortalecimiento de la economía naranja es cada vez mayor, no obstante hay países que invierten más en ella como es el caso de China, India, Taiwán, Tailandia, entre otros; lo que sugiere que Asia es el continente que más fomenta, promueve y desarrolla la economía naranja ya que sus cifras registradas bajo el concepto de exportación de bienes y servicios creativos es considerablemente mayor al de Europa e incluso Estados Unidos, alcanzando en 2015 un total de 228 billones de dólares solamente en 2015, casi duplicando la cifra alcanzada por la Unión Europea en el mismo año correspondiente a 171 billones de dólares.

Por otra parte, es necesario mencionar que aunque está claro que la fuerza de la economía naranja necesariamente se encuentra en Asia, México ha resaltado durante el mismo periodo de tiempo, siendo el país latino que no solamente ha invertido más en industrias creativas, sino que ha logrado ubicarse entre los diez países que más aportan a la economía naranja a nivel mundial, demostrando así que las economías en vía de desarrollo también pueden aprovechar el desarrollo de esta economía para fortalecer sus economías nacionales. Sin embargo, se sigue buscando establecer normas y regulaciones, para que todas las naciones entiendan cuales son las industrias creativas y como realizar los registros contables, comerciales y económicos que estas generen, con la finalidad de establecer con el paso del tiempo un registro mucho más exacto de la influencia de la economía naranja y las industrias creativas en el mundo; adicionalmente esto permitirá que en las naciones se concienticen sobre la importancia de ellas y las tendencias que se mueven en base a éstas; que según la UNCTAD, para los años venideros los sectores más prometedores serán todos aquellos relacionados con el diseño, la moda y el cine; esto sin dejar de lado los que más mueven la industria tales como la música, las artes escénicas, las artesanías, etc.

### 3. Economía naranja en Colombia

Colombia es una cuna para la cultura, el talento y la creatividad, y esto se ha tomado como una ventaja para avanzar y obtener múltiples beneficios económicos. De igual manera, adquirir reconocimiento al mostrar la riqueza y diversidad de la cultura colombiana, buscando un fomento para el bienestar y las libertades del desarrollo de la comunidad por medio de la literatura, música, bellas artes, etc. fomentando apoyo para aquellos emprendedores que quieren llegar al éxito. La economía naranja como sector en Colombia, ha tenido un crecimiento constante en los últimos años y ha llegado a tener presencia en otros países del mundo. Así mismo tanto la creación de empresas, la generación de empleo y la creación de nuevos emprendimientos relacionados con este sector han aumentado, además, de tener una influencia importante en el PIB del país.

Al hablar de economía naranja en Colombia, se tienen que analizar muchos factores importantes para conocer como se ha desarrollado a través de los años, como fue y ha sido implementada, su importancia y relevancia, y su crecimiento. En octubre del año 2018 el DANE en su cuenta satélite de cultura, definió el valor agregado en 6.238.728 millones de pesos colombianos analizando diferentes sectores entre la música, artes escénicas, creación, libros y publicaciones, juegos y juguetes, etc. en la misma podía observar que el empleo cultural también había crecido sorprendentemente, en esta cuenta satélite se hacía énfasis en que los sectores que más habían representado ganancias respecto a esto habían sido los de educación cultural, audiovisual y artesanías (Rodríguez Olivia, 2018, pág. 11). la cuenta satélite del DANE de igual manera para septiembre del 2019 especificaba que ya se habían registrado 7.447 empresas con ánimo de lucro y organizaciones sin ánimo de lucro dentro de la economía naranja, y que del total de empresas registradas en el país para entonces que era un aproximado de 259.026 empresas, el 3% hacía parte de la economía naranja.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que en este sector se pueden llegar a presentar muchos retos, el principal de ellos radica en que las empresas puedan llegar a mantenerse vigentes en el mercado y que no quiebren con el paso del tiempo. Un estudio realizado por Confecámaras, en el cual se analizó el comportamiento de 7.431 empresas que nacieron en 2013 y se obtuvo como resultado que, de cada 100 empresas creadas formalmente, sobreviven 38 al término de cinco años. En el estudio se examinaba la evolución de dichas empresas y se lograba observar que durante los primeros tres años la probabilidad de fracaso era mayor, debido a que, cerca del 50% de empresas dejaban de operar en el mercado en ese periodo, de igual manera, se hacía énfasis en que en algunas ocasiones cuando esto pasaba, se debía a que el gobierno no daba el apoyo suficiente, no obstante,

la mayoría demostraba que simplemente estaba involucrado con un mal manejo por parte de los propietarios.

### **3.1 Implementación de la economía Naranja en Colombia**

Con la aprobación del plan nacional de desarrollo “Pacto por Colombia, pacto por la equidad” se firmó un pacto por la protección y promoción de la cultura y el desarrollo de la economía naranja por primera vez en el país, la inclusión de este sector hacia representación a un hito en la historia de las políticas del estado colombiano en materia cultural. El pacto anteriormente mencionado se divide en dos líneas, la línea A “todos somos cultura” con el objetivo de promover la cultura y proteger los patrimonios culturales existentes y la línea B “economía naranja” para el desarrollo de aquellos emprendimientos basados en el arte, la creatividad y la tecnología para la creación de nuevas industrias y/o empresas.

En este sector se hace énfasis en que aquellas actividades que conforman el sector naranja se dividían en tres categorías, la primera, arte y patrimonio, conformado por artes visuales y escénicas, turismo y educación artística y cultural; la segunda categoría, las industrias culturales, conformadas por editoriales, fonografía, servicios de información, etc.; la tercer categoría, las creaciones funcionales, nuevos medios y software, conformada por software de contenidos, diseño y publicidad, etc.

Al implementar la política integral de economía naranja su principal objetivo se basó en fortalecer y crear mecanismos que permitan el desarrollo del potencial económico cultural, generando condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman, de acuerdo a lo que estipulan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). De igual manera, se pretendía favorecer a la generación de un empleo digno en el sector cultural, dar un apoyo a la realización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales.

De acuerdo con esta política existe una oferta institucional, cuando aparecen nuevos emprendimientos o iniciativas o ya existen emprendimientos antiguos relacionados con la economía naranja pueden recibir apoyo por parte del gobierno. En la política se establecen cuatro estrategias para dar beneficios a estas iniciativas, en primer lugar, los recursos para la operación, con los que se otorga el financiamiento, la tecnología y el talento necesario para apoyar las iniciativas; en segundo lugar, la asistencia para el negocio, estrategia en la cual se brindan ayudas no económicas, como lo es el apoyo a la educación, servicios de plan de negocio y redes de comercialización; en tercer lugar, la regulación y competencia, donde se da un enfoque a la

legislación vigente y todos los beneficios fiscales a los cuales se pueden acceder; la cuarta y última, es la mentalidad y cultura, con la cual se brinda motivación y ayuda para mantener en pie estos proyectos. Esta oferta institucional tiene el apoyo de diferentes entidades que promueven los emprendimientos de la economía naranja como innpulsa, Procolombia, Bancóldex, etc. (ministerio de cultura de colombia, 2019).

Para la implementación, fomento y desarrollo de la economía naranja se integran 21 entidades del gobierno nacional, estas se enfocan en generar condiciones para que los proyectos creativos de los colombianos en cualquier territorio sean sostenibles, esto tomando siete líneas estratégicas relacionadas con las instituciones, la información, la inspiración, la inclusión, la industria, la integración y la infraestructura y para septiembre de 2019 ya estaban en marcha más de 70 de estos programas. A través de varios de estos frentes, se ha logrado obtener más información sobre las actividades relacionadas con la economía naranja, además, y en algunos departamentos se le ha dado un buen fomento a el desarrollo de las capacidades de los jóvenes (Galindo Bernal, 2018).

### **3.2 Crecimiento e influencia en el PIB**

El potencial para el crecimiento y consolidación de servicios creativos en el país es enorme, Colombia no ha sido el único país que ha visto la economía naranja como una oportunidad para el crecimiento tanto económico como cultural, no obstante, Colombia se ha consolidado como uno de los principales referentes de esta a nivel regional y mundial; el gobierno colombiano ha tenido por objetivo plasmar dinámica en el crecimiento de sectores que sean atractivos en inversión para el país y de esta forma hacer la industria competitiva a nivel global, incluso, algunas firmas como HBO, Sony Pictures, Telmex, etc. le han apostado a la economía naranja en Colombia.

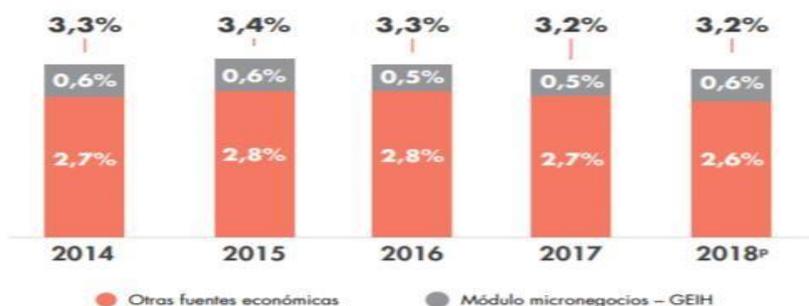
Actualmente, la economía naranja de Colombia logro una cobertura en 58 países a los cuales llegan los bienes y servicios de las industrias creativas y culturales del país, negocios realizados en los sectores de audiovisuales y contenidos digitales con 75,2 millones de dólares, software y servicios IT con 163,4 millones de dólares entre agosto del 2018 y septiembre de 2019.

(ProColombia, 2019).

Lo que habría generado un monto de 246,2 millones de dólares, los principales países destino a los que se exportaron estos productos y servicios fueron Estados Unidos, Argentina y Uruguay. De igual manera, con corte en septiembre de 2019, se habían creado 7447 empresas en el sector de la economía naranja, con un crecimiento de un 1,3% respecto al mismo lapso en 2018; aproximadamente el 59,7% de estas empresas fueron constituidas en las industrias creativas,

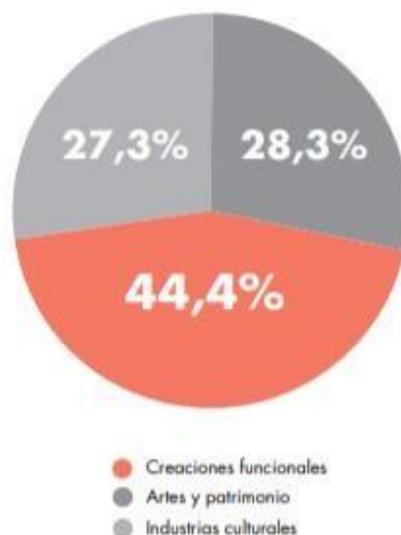
seguido por artes y patrimonio con un 22,1% y las industrias culturales con un 18,2% (Gonzalez Bell, 2019).

Se debe tener presente que dentro de la economía naranja, el peso relativo de su valor agregado es muy importante, debido a que, con el conocimiento y análisis de este se pueden visibilizar las fortalezas y potencialidades de este sector, además, genera la posibilidad de optimización de programas interinstitucionales y el diseño de estrategias que puedan dar respuesta a las necesidades; la participación del valor agregado de la economía naranja con respecto al valor agregado nacional en el rango de tiempo de 2014 a 2018 tiene un promedio de 3,3%, como se evidencia en la cuenta satélite del DANE del 2019 a continuación:



**Figura 1.** Participación del valor agrado de la Economía Naranja en el total del valor agregado nacional 2014-2018. DANE, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja - CSEN. P.21 (2020)

Por otra parte, la composición del valor agregado de la economía naranja según sus diferentes categorías es de 44,4% en creaciones funcionales, 28,3% en artes y patrimonio y, por último, las industrias culturales con un 27,3%.



**Figura 2.** Composición del valor agregado según áreas en la Economía Naranja - promedio 2014 - 2018. DANE, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja -CSCEN- P.21 (2020)

Por último, en la cuenta de producción del DANE el total de la economía naranja, en 2017, como se muestra en la tabla 1, se evidencia un decrecimiento de 1,2% con respecto a 2016, por otro lado, en comparación al año 2018 el valor agregado presentó un crecimiento del 3,3%.

Algunos de los sectores que más han tenido un crecimiento notable con las iniciativas de la economía naranja son la cultura y entretenimiento, I+D, contenidos y medios, entre otros; para el año 2018, el sector de la economía naranja aportó el 3,4% del total del PIB y en este se mostraba el crecimiento de diferentes sectores como el audiovisual con un 43,2%, libros y publicaciones con un 21,9%, educación y cultura con 19,3% y el diseño publicitario con 8,7%; por otra parte, se lograron desarrollar por lo menos 800.000 empleos tanto indirectos como directos.

Tabla 1.

*Cuenta de producción - Total Economía Naranja. DANE*

Variable	Total, Economía Naranja (En millones de pesos)				
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>P.1 producción</b>	40.988.722	42.750.654	42.604.878	42.263.620	43.782.396
<b>P.2 Consumo intermedio</b>	16.862.530	18.196.107	18.102.149	18.053.033	18.775.494
<b>B.1b Valor agregado bruto</b>	24.125.929	24.554.547	24.502.403	24.210.340	25.005.337

Nota. ministerio de cultura, Cuenta satélite de Cultura y Economía naranja – CSCEN- P.23 (2020)

En la siguiente tabla se puede observar un notable crecimiento de las personas ocupadas en la economía naranja del año 2014 al año 2018 con un crecimiento de aproximadamente 11,43%. Por otra parte, para el 2018 las personas ocupadas en inclusión total participan con 68,70% y en actividades de inclusión parcial con un 31,30%.

Tabla 2.

*Personas ocupadas en la Economía Naranja.*

Número de ocupados en actividades de economía naranja					
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Ocupados en actividades de inclusión social</b>	331.033	338.295	359.663	352.118	370.959
<b>Ocupados en actividades de inclusión parcial</b>	153.495	148.701	163.486	166.535	168.974
<b>Total, ocupados</b>	<b>484.528</b>	<b>484.996</b>	<b>523.149</b>	<b>518.653</b>	<b>539.933</b>

Nota. DANE, ministerio de cultura, Cuenta satélite de Cultura y Economía naranja – CSCEN- P.23 (2020)

Así entonces, la economía naranja en Colombia se compone por tres categorías la primera es la categoría de artes y patrimonio, según la cuenta de producción del DANE, la totalidad en los segmentos de este sector presentaron un crecimiento del valor agregado de 0,4% en el año 2017 respecto al año 2016, sin embargo, hubo un decrecimiento del 0,2% en 2018. De igual manera, en

la composición del valor agregado según los sectores de la categoría de artes y patrimonio, se puede ver que los sectores que más influencia tuvieron entre el 2014 al 2018 fueron turismo y cultura representando el 35% y educación cultural y creativa representando el 34%, mientras que el que menor influencia ha tenido son las artes visuales representado el 1,4%

Tabla 3.

*Cuenta de producción - Total Artes y patrimonio*

Variable	Artes y patrimonio (En millones de pesos)				
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>P.1 producción</b>	11.337.015	12.209.279	12.499.889	12.404.899	12.561.166
<b>P.2 Consumo intermedio</b>	4.864.579	5.257.720	5.410.791	5.284.455	5.454.987
<b>B.1b Valor agregado bruto</b>	6.472.137	6.951.559	7.088.750	7.119.468	7.104.451

*Nota.* DANE, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja -CSCEN- P.25 (2020)

La segunda categoría, las industrias culturales o aquellas que proveen bienes y servicios basándose en contenidos simbólicos, artísticos y creativos, presentan un decrecimiento del valor agregado de 9,2% para 2017 con respecto a 2016, y este mismo presenta un crecimiento para 2018 de 1,8%. los sectores que más valor agregado generan en esta categoría son los medios audiovisuales con un 61,5% y las editoriales con el 31,9%, y el que menos influencia genera son las industrias fonográficas representando el 2,7%.

Tabla 4.

*Cuenta de producción - Total Industrias Culturales*

Variable	Industrias culturales (En millones de pesos)				
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>P.1 producción</b>	12.110.062	12.184.736	12.057.828	11.262.597	11.430.811
<b>P.2 Consumo intermedio</b>	5.206.495	5.329.737	5.202.737	5.039.043	5.095.736
<b>B.1b Valor agregado bruto</b>	6.903.832	6.854.999	6.855.094	6.223.446	6.334.998

Nota. DANE - Ministerio de Cultura, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja –CSCEN–. P.43 (2020)

Finalmente, está la categoría de creaciones funcionales, aquellas actividades que por tradición no hacen parte de la cultura, pero definen la relación con los consumidores a partir del valor simbólico, en lugar de su valor de uso; estas, presentaron un crecimiento de su valor agregado para el año 2017 con respecto a 2016 de 3,0%, y para el año 2018 se presentó un crecimiento de 6,4%, el sector que más valor agregado generó en esta categoría fue el de medios digitales y software, y el que menos valor agregado significó para esta categoría fue este sector del diseño con 14,3%

Tabla 5.

*Cuenta de producción - Total Creaciones funcionales.*

Variable	Creaciones Funcionales (En millones de pesos)				
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>P.1 producción</b>	17.548.588	18.356.639	18.034.555	18.597.614	19.770.217
<b>P.2 Consumo intermedio</b>	6.792.624	7.608.651	7.481.631	7.724.934	8.206.569
<b>B.1b Valor agregado bruto</b>	10.755.655	10.747.988	10.747.988	10.552.860	11.563.558

Nota. DANE - Ministerio de Cultura, Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja –CSCEN–. P.48 (2020)

### 3.3 Importancia y relevancia en Colombia

La economía naranja es importante en Colombia, principalmente, porque promueve la creatividad y las tecnologías digitales, se promueve la conservación de la cultura, los conocimientos y los patrimonios ancestrales, lo que incluye festivales, carnavales, gastronomía etc., adicionalmente, se ha posicionado como una de las economías que mantienen el país en

crecimiento, con el papel fundamental de poder generar más con menos recursos, Colombia, está llena de talento e imaginación, lo que hace que las competencias de los colombianos sean aún mayores para resaltar la cultura, las artes y las creaciones funcionales, sumado a esto, junto con la economía naranja se generan ingresos significativos y a la vez, se atrae a los inversores extranjeros. Entre todos los sectores que maneja la economía naranja, hay unos que sobresalen más que otros, entre los que podemos encontrar el turismo cultural, la educación cultural y creativa, el sector audiovisual, el editorial y los medios digitales y software, que son los que más inversión extranjera representan para el país y de la misma forma, son aquellos que más se exportan.

Dentro del turismo cultural, uno de los sectores que llaman más la atención, es el sector de las artesanías colombianas, definidas como piezas de arte que cuentan historias a través de los tejidos a mano, como lo son el sombrero vueltiao, carrieles antioqueños, mochilas kankuamos, etc. estos productos que han estado dentro de la cultura colombiana por siglos, permiten un mayor crecimiento en el exterior, específicamente en Estados Unidos.

La educación cultural y creativa, en la cual se fomenta el desarrollo artístico y creativo, además de generar un carácter inclusivo donde se abarca la valoración de las diversas culturas que existen en el país. Respecto al sector audiovisual, Colombia es un destino apto para la producción cinematográfica, además de ser uno de los mejores lugares para el desarrollo de proyectos audiovisuales a nivel latinoamericano, los medios digitales y software, cada vez ganan más terreno dentro de las empresas tanto del sector de la economía naranja como empresas pertenecientes a otros sectores, este sector es uno de los que más influencia tiene respecto a los avances tecnológicos que se ven hoy en día en el mundo (Sierra Ruiz).

#### **4. Economía Naranja y generación de empleo**

Para el año 2017 la contribución de la economía naranja al empleo mundial en América era del 23,3 millón de trabajadores equivalente el 16 % de trabajadores del mundo, el cual ascendía a 121,1 millones. “Por otra parte, se puede decir que la economía colombiana es representativa más por productos como es el azúcar y derivados, sin embargo, la economía naranja está representado casi una igualdad de los productos que exporta” (Ramírez Peñaloza & Rodríguez Molina, 2018, pág. 6); no obstante, la contribución al empleo es de 5,8% es su aporte por país de Latinoamérica y Caribe, esto indica que Colombia es uno de los países con mayor aporte de todos los países que se encuentran en este grupo con 1.160 miles de trabajadores en el sector de la economía creativa. Asimismo, según (DANE, 2005-2017) se puede evidenciar los niveles de participación laboral a los que durante el periodo 2007 a 2016 la economía creativa ha generado participación incluyente, contando con una participación significativa de empleos disponibles, con un total de 181.009, en los diferentes segmentos que la componen.

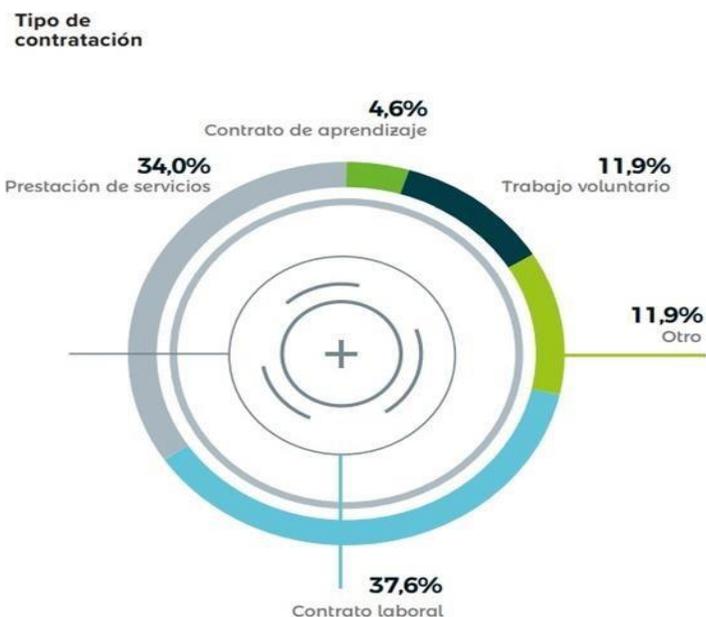
Cada sector que compone a la economía naranja, desde las artes hasta aquellos relacionados con la ingeniería, tienen la capacidad de generar más y mejores empleos en poco tiempo, siempre que exista la oportunidad sin importar cual sea, y esta no solo es una ayuda para la generación de empleo o la creación de empresas, también es una forma de educar y ayudar a las comunidades de alguna forma u otra, pues el Banco Interamericano de Desarrollo – IBD en su informe publicado en julio de 2017 “El futuro de la economía naranja: Fórmulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe” sostiene que estas industrias no solo contribuyen a la generación de nuevos empleos y riqueza sino que, de igual manera, puede ayudar a la comunidad a hacer frente a la disrupción tecnológica.

##### **4.1 Economía Naranja y generación de empleo en Bogotá**

Al ser la capital de un país como Colombia, la ciudad de Bogotá es uno de los mayores apoyos económicos que tiene el país; eso se debe principalmente a la gran cantidad de actividades realizadas en la ciudad a diario, relacionadas con comercio, emprendimiento, desarrollo económico, etc. Es por esto que resulta interesante analizar su contexto cultural, su realidad con respecto a las industrias creativas y cuáles son los sectores más importantes para el desarrollo de la economía cultural dentro de la ciudad, con la finalidad de establecer una relación real de las actividades creativas y su impacto en la generación de empleo y desarrollo económico en la ciudad de Bogotá.

Para esto es necesario establecer cuál ha sido el impacto y el crecimiento de la economía naranja en la ciudad durante los últimos años. Un informe presentado por la cámara de comercio de Bogotá en el año 2016, en el cual se presenta una caracterización de las industrias creativas y culturales, estimó que un 66,6% de las empresas dedicadas a actividades creativas dentro de la capital se fundaron durante la última década y de estas el 34,7% llevan hasta cinco años en funcionamiento, lo que no solamente denota un incremento considerable en cuanto a iniciativas culturales y demás actividades asociadas con este ámbito en Bogotá, sino que además muestra que estas industrias son rentables y sobreviven al paso del tiempo y al cambio de tendencias en el mercado; no obstante, cabe mencionar que estas empresas en su mayoría estas empresas están registradas como sociedades por acciones simplificadas S.A.S y es por esto que el promedio de sus trabajadores es de aproximadamente 6 por organización, quienes por lo general cuentan con un contrato por prestación de servicios o un contrato laboral a término fijo o término indefinido dependiendo del caso; lo que para el 2017 representó 100.312 puestos de trabajo a tiempo completo en sector cultural de acuerdo con lo presentado por el DANE en la cuenta satélite de cultura de Bogotá.

En el siguiente gráfico se muestran los tipos de contratación más frecuente dentro de las empresas creativas y los porcentajes que representan cada uno dentro de la ciudad de Bogotá para el año 2018, según los datos presentados por la alcaldía de Bogotá



**Figura 3.** Tipos de contratación. Alcaldía Mayor de Bogotá, citado por cámara de comercio de Bogotá, p. 28. (2020)

Sin embargo, es válido mencionar que dentro de las organizaciones e industrias culturales que operan en Bogotá, se encuentra una cantidad considerable de entidades sin ánimo de lucro o ESAL y empresas de música, que si bien aportan un nivel considerable de ganancias al sector, son las entidades que menos activos reportan por lo que se puede inferir que independientemente de la cantidad de capital disponible para el desarrollo de estas actividades, estas pueden llegar a ser rentables en caso de desempeñarse de forma correcta y en la mayoría de los casos, este desempeño va ligado en la forma en la que se diversifican estas actividades, por ejemplo las ESAL son las entidades más diversas en sus cadenas de valor, lo que les permite no solamente sobrevivir en el mercado sino que además promover de distintas maneras sus actividades individuales en pro del crecimiento de la economía cultural en general.

No obstante, hay un factor en el que todas las organizaciones culturales están de acuerdo y es que no hay suficiente apoyo para estas actividades por parte del estado, lo que les impide acceder a financiamientos o créditos que les podrían ayudar a crecer dentro de la industria y al mismo tiempo que la industria crezca de forma conjunta (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019). Esto no solamente implica el estancamiento de todas las actividades, sino que adicionalmente impide que nuevos proyectos sean realizados y con el tiempo las consecuencias de este fenómeno puede ser un

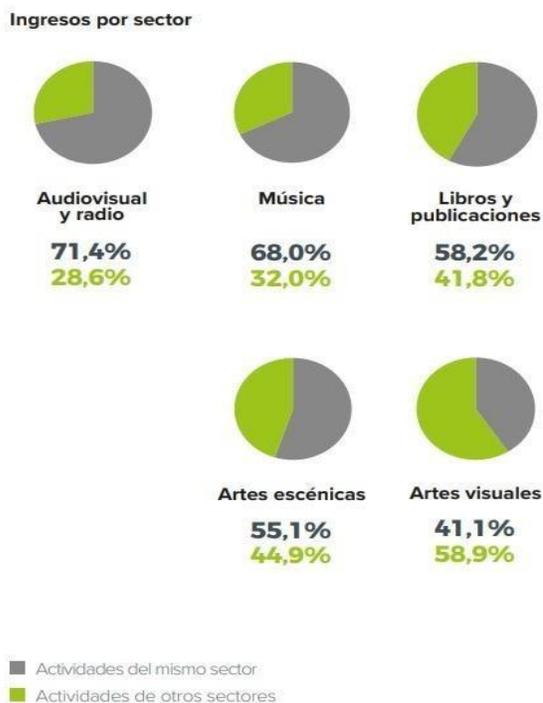
cese de los procesos creativos y de producción (Cámara de comercio de Bogotá D.C, 2018); es por esto que la alcaldía y la Cámara de comercio de Bogotá han unificado esfuerzos para establecer cuáles son las industrias culturales que necesitan mayor ayuda para surgir, cuáles son las tendencias del mercado y al mismo tiempo cuáles serían los beneficios a largo plazo de invertir en dichas industrias.

#### **4.2 Sectores relevantes de la economía naranja en Bogotá**

Como ya se ha mencionado anteriormente en el presente documento, la economía naranja abarca muchos sectores productivos, que pueden a su vez ser llamados como industrias creativas, las cuales se componen principalmente de todos aquellos sectores que producen bienes y ofrecen servicios dentro del marco de la economía naranja y el desarrollo de la misma, generando así no solamente un crecimiento en actividades económicas creativas, sino que a su vez generan empleo y estabilidad económica dentro de contexto en el que son llevadas a cabo.

En Bogotá, estos sectores fueron caracterizados en 2016 por la cámara de comercio de Bogotá y se dividen principalmente de artes escénicas y espectáculos artísticos, audiovisual y radio, artes visuales, música, libros y publicaciones y entidades sin ánimo de lucro. Esta caracterización permite establecer con mayor exactitud el impacto de la economía creativa en la capital del país, que tanta demanda hay por los productos y servicios producidos bajo el sello naranja y asimismo su influencia en la generación de empleo, y al mismo tiempo establece de qué forma se generan ingresos en cada industria.

Según este mismo estudio, se estableció que en la mayoría de los casos los ingresos generados por cada una de las industrias culturales están divididos en dos, en primer lugar los ingresos producidos de sus actividades directas y en segundo lugar los ingresos producidos por actividades relacionadas, que no necesariamente pertenecen a las principales ejercidas en cada una de las industrias creativas; es decir, actividades de otros sectores que de una u otra forma hacen parte de las cadenas de valor respectivas de cada sector creativo; como se muestra a continuación:



**Figura 4.** Ingresos por sector. Alcaldía Mayor de Bogotá, citado por cámara de comercio de Bogotá, p. 29. (2020)

Es decir que en el sector audiovisual y radio, y el sector de música, tienen un porcentaje de actividades del mismo sector de 71,4% y 68,0% respectivamente; mientras que en el caso del sector de artes visuales las actividades de otros sectores corresponden a un 58,9%; lo que quiere decir que la mayoría de sectores relacionados con producciones propias tienden a depender menos de industrias externas para el desarrollo de sus actividades económicas, por otra parte sectores que tienen cadenas de valor que incluyen servicios y productos de otros sectores económicos, tienden a participar menos en el crecimiento directo de sus propias industrias.

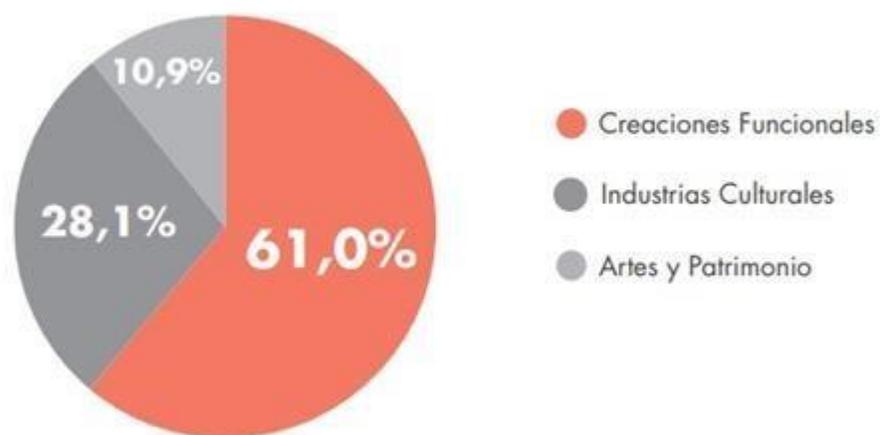
Adicionalmente, gracias a la ya mencionada caracterización se pudo generar la cuenta satélite de cultura - Bogotá del DANE, por medio de la cual se establecieron los valores agregados de cada industria en el proceso productivo de las actividades económicas pertenecientes a los seis segmentos culturales abordados. Dicho valor fue calculado como la diferencia entre la producción y el consumo intermedio (bienes y servicios consumidos en el proceso productivo). (Camara de comercio de BOGOTÁ, 2016, pág. 4).

### 4.3 Crecimiento del sector

Para analizar el crecimiento de los sectores pertenecientes a la economía naranja, es necesario establecer con claridad que la economía naranja está conformada por tres grandes áreas principales; la primera corresponde al área de artes y patrimonio que a su vez se compone de artes visuales, artes escénicas, patrimonio, educación cultural y creativa, actividades manufactureras de la Economía Naranja y Turismo cultural. La segunda corresponde al área de industrias culturales que consta de todas aquellas “actividades que proveen bienes y servicios basándose en los contenidos simbólicos, artísticos y creativos, que pueden ser reproducidos, difundidos masivamente y que son tradicionalmente reconocidos por tener una estrecha relación con la cultura” (DANE, 2019, pág. 43). Y por último la tercera que corresponde a creaciones funcionales que son básicamente todas aquellas creaciones que, aunque no necesariamente pertenecen a la cultura, basan su valor en la propiedad intelectual, es aquí donde entran los medios digitales, los softwares, el diseño y la publicidad.

Ahora bien, durante los años 2014 a 2018, estas áreas han venido representando su correspondiente aporte al desarrollo de la economía cultural en la capital del país, lo que se puede evidenciar en la siguiente gráfica presentada por el DANE en cuanto al valor agregado de cada una

Composición del valor agregado según áreas de la Economía Naranja - Promedio 2014-2018\*



**Figura 5.** Composición del valor agregado según áreas de la Economía Naranja - Promedio 2014-2018. DANE-Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja, Bogotá -CSCENB-p.57 (2020)

En dónde se puede evidenciar que el área que mayor aporta al crecimiento de la economía naranja es el de creaciones funcionales y el área que menos aporta es el área relacionada con artes y patrimonio; lo que quiere decir que aunque la economía cultural recibe su nombre de la explotación de la cultura en forma de bienes y servicios al consumidor, no es lo que más prevalece en su desarrollo en la ciudad de Bogotá; por lo que es necesario hacer un desglose de los sectores más influyentes dentro de la economía según el DANE, para establecer con mayor exactitud el impacto real de cada uno dentro del desarrollo económico de la ciudad de Bogotá.

#### **4.4 Sector de artes escénicas**

Este sector consiste principalmente en todas aquellas representaciones artísticas destinadas a ser representadas en escena, entre las que se pueden encontrar el teatro, la danza o el circo, entre otras. En Bogotá, es un sector que se desarrolla relativamente bien y tiene un crecimiento constante; si bien no es uno de los más influyentes dentro de la economía cultural de la ciudad, si es uno de los que tiene mayor acogida por el público en general, puesto que es uno de los más conocidos por su antigüedad y trayectoria, por lo que para el año 2017 su valor agregado total fue de 74.865 millones de pesos según el DANE, asimismo la remuneración de los asalariados de las artes escénicas en el 2017 fue de 36.950 millones de pesos, ambos valores con un incremento promedio de 26,3% con respecto al año directamente anterior.

#### **4.5 Audiovisual**

Este sector hace referencia a todas aquellas actividades que como su mismo nombre lo dice, integran aspectos visuales y de sonido para crear una nueva forma de representación artística; lo que suele incluir la producción cinematográfica, la fotografía, la radio, etc. Este es el sector que mayor aporta al crecimiento económico de la ciudad, siendo que es un sector que puede ser parte de la cadena productiva de muchos otros como lo puede ser la publicidad y el ocio, esto sin mencionar que, con la proliferación de herramientas usadas para su producción, es uno de los preferidos dentro de la industria. Por lo que para 2017 tuvo un valor agregado de 1,5 billones de pesos y una remuneración 605.677 millones de pesos; sin embargo, su variación fue de aproximadamente un 0,87% menos que el año directamente anterior, lo que quiere decir que, aunque es una de las industrias más fuertes dentro del desarrollo de la economía naranja, también es vulnerable ante los cambios que se presenten en la industria.

#### **4.6 Creación publicitaria**

Este es un sector relacionado directamente con la publicidad y el desarrollo de esta desde un punto de vista creativo, por lo que es uno de los más conocidos dentro del campo de las industrias

creativas y uno de los que más aporta al desarrollo económico de la ciudad, lo que se ve registrado en su valor agregado del año 2017 que alcanzó los 610.338 millones de pesos y la remuneración de los asalariados de este sector fue de 441.185 millones de pesos, lo que generó un crecimiento de 1,4% con respecto al 2016, por lo que se puede inferir que es uno de los sectores culturales más estables, lo que puede deberse a que es un sector que ayuda al crecimiento de muchos otros dentro y fuera de la economía naranja.

#### **4.7 Educación cultural**

Este sector es uno de los más importantes para el desarrollo y el fomento de la economía naranja, puesto que se ha establecido que uno de los factores más importantes para el fomento de la cultura es la educación desde temprana edad y el trabajo en conjunto con las instituciones educativas permite que cada vez sean más los interesados por los conocimientos relacionados. Adicionalmente, la educación cultural es uno de los sectores que más aportan a la economía naranja, en especial desde las ESAL por lo que en 2017 su valor agregado fue de 301.580 millones de pesos y su remuneración de los asalariados fue de 219.588 millones de pesos, lo que fue un aumento de 1,4% en comparación al año directamente anterior.

#### **4.8 Libros y publicaciones**

El sector de libros y publicaciones es el encargado de manejar todo lo relacionado con imprenta, libros, revistas y folletos, asimismo es uno de los sectores más productivos y estables de la ciudad de Bogotá y en general uno de los más antiguos dentro de lo que se considera el marco de la economía cultural, por lo que es normal que sea uno de los que a su vez aporten más al crecimiento, desarrollo y fomento de la misma; como ejemplo de esto en 2017 su valor agregado alcanzó 897.798 millones de pesos y la remuneración a sus asalariados fue de 373.026 millones, siendo uno de los sectores que mayor crecimiento tuvo desde el 2016 con un crecimiento de 6,3% y adicionalmente uno de los crecimientos más estables dentro de las industrias creativas analizadas con anterioridad.

#### **4.9 Música**

El sector de música se divide principalmente en dos subsectores, el primero es la música grabada que consiste básicamente en la producción musical en estudio y el segundo es el de la música en vivo es decir conciertos realizados; si bien ambos son diferentes en cuanto a su forma de ser producidos, ambos pertenecen a uno de los sectores que aportan en menor medida al crecimiento de la economía naranja en la ciudad, con un total de 261.907 millones correspondientes a valor agregado y una remuneración de los asalariados de 34.359 millones para el año 2017; lo que quiere

decir que aunque sea uno de los sectores más reconocidos al momento de hablar de cultura y por ende de economía naranja, es uno de los más descuidados en cuanto a apoyo dentro de las industrias creativas.

#### **4.10 Consumo de la economía naranja en la capital**

Según datos de la alcaldía mayor de Bogotá, la ciudad capitalina es la más apetecida por todos aquellos inversores y promotores de la economía naranja, por lo que a nivel nacional es dónde se ubica el mayor mercado de empresas dentro del sector de industrias culturales y creativas, siendo representado principalmente por todas aquellas empresas dedicadas a la producción audiovisual y las pertenecientes al sector de libros y publicaciones, por lo que es de esperarse que son los sectores con mayor número de consumidores de sus bienes y servicios; sin embargo, los consumos de cada uno de los sectores depende netamente de la edad de la población a la que van dirigidos.

Según datos ofrecidos por la cámara de comercio de Bogotá, los menores de edad que se encuentran en edades entre los 5 a 13 años tienen preferencias por los bienes y servicios ofrecidos por las industrias de las artes escénicas y los libros y publicaciones con un consumo promedio de 10,2% y 11,1% respectivamente; mientras que por otra parte los jóvenes entre los 14 a 26 años consumen un 35,3% de música tanto grabada como en vivo y un porcentaje de 28,6% libros y publicaciones. Por otra parte, se evidencia una baja en el consumo de bienes y servicios culturales por parte de los adultos que sobrepasan los 60 años de edad con un consumo máximo del 16,8% de nuevo, en todo lo relacionado con libros y publicaciones; mientras que los adultos que se encuentran en edades entre los 27 y 59 años tienen una preferencia equivalente al 48,4% por el consumo de bienes musicales y del 43,2% en bienes visuales.

Bajo esta premisa, se pueden concluir dos cosas; la primera es que el consumo de bienes y servicios culturales se da en mayor medida entre los grupos de personas ubicados entre los 14 y 59 años de edad, independientemente del sector cultural de preferencia de cada quien, por lo que la fuerza de comercio de la economía cultural se encuentra enfocada en este segmento de mercado. Y la segunda, es necesario que las industrias culturales empiecen a centrar esfuerzos enfocados a atraer el consumo de bienes y servicios culturales por parte de personas de la tercera edad y niños menores de 13 años, puesto que son nichos de mercado un tanto descuidados que pueden llegar a aumentar los ingresos de las industrias culturales y por ende aumentar el fomento, desarrollo y crecimiento de la economía creativa en Bogotá y a nivel nacional.

#### **4.11 Potencial de consumo de la economía Naranja**

Como se ha mencionado anteriormente, la economía naranja ofrece una gran alternativa para aumentar el crecimiento de la economía de un país o región, esto sin mencionar que en la mayoría de los casos las industrias creativas son esencialmente dinámicas, lo que les permite adaptarse con facilidad a las variaciones que puedan surgir en el mercado. Bogotá no es la excepción, al ser la ciudad con mayor cantidad de comercios, industrias e independientes impulsando la economía cultural en el país, su crecimiento económico se ve fortalecido por todas las actividades culturales realizadas en la ciudad y adicionalmente, Bogotá es sede de grandes ferias y eventos anuales de talla internacional, lo que adicionalmente genera interés en toda clase de inversores nacionales e internacionales.

Adicionalmente, los bienes y servicios culturales van enfocados a toda clase de público, por lo que su comercialización y venta, son mucho más libres y fáciles, lo que permite que las industrias culturales lleguen a cada vez más personas y por ende el interés en estas sea mayor, lo que permitiría que con el paso del tiempo se genere una generación que provoque un aumento en el crecimiento de está de una forma mucho más orgánica.

Por otra parte, según datos de Invest in Bogotá, una entidad público-privada para promover la inversión en la ciudad durante el 2019 “los segmentos culturales que más crecieron fueron la música (26,7 %) y las artes escénicas (22,6 %), mientras que los que presentaron la mayor caída fueron las actividades audiovisuales (-7,9 %) y los libros y publicaciones (-2,3 %). Por su parte, el área de la educación cultural creció apenas 0,3 % y el de la creación publicitaria disminuyó 1,8 %” (Invest in Bogota, 2020). Lo que quiere decir que es necesario prestar mayor atención a ciertos sectores que se están viendo afectados en gran medida por las fluctuaciones en el mercado y por la falta de apoyos por parte del gobierno, lo que claramente se convierte en una falencia al momento de intentar generar un crecimiento en la economía naranja en la ciudad y en el país.

## **5. Ejemplos del desarrollo de la economía Naranja en otras ciudades de Colombia**

Bogotá al ser la capital del país y al ser una ciudad con tantas actividades económicas, comerciales y culturales, es la ciudad colombiana con mayor oportunidad de resaltar en el campo de la economía cultural esto sin mencionar que es la ciudad del país con mayor registro de industrias culturales hasta el momento; sin embargo, también existen otras ciudades y regiones en Colombia cuya actividad cultural y desarrollo de industrias culturales son igualmente productivas y generan una buena cantidad de ingresos relacionados directamente con la cultura naranja y el desarrollo de la misma, por lo que a su vez pueden llegar a ser de ejemplo para Bogotá y cuyos modelos de negocio y casos de éxito pueden servir de referencia para actividades en la capital o llegar ser aplicados en su totalidad, con el fin de aumentar el desarrollo y fomento de la economía naranja en la ciudad capital.

### **5.1 Barranquilla**

Eventos como es el caso del carnaval de Barranquilla, que la fiesta más grande e importante en toda Colombia y que adicionalmente en cada una de sus versiones ha logrado atraer turistas nacionales e internacionales, esto sin mencionar que el talento y la creatividad del capital humano encargado de llevar el carnaval a la vida año tras año, lo convierten en una de las principales industrias culturales del país que promueven los sectores de la danza, música, artesanías, gastronomía, diseño, moda, artes plásticas y visuales, lo que no solamente ayuda al crecimiento de la economía naranja en la región, sino que además genera miles de empleos a lo largo del año, esto principalmente porque la producción de un festival tan grande requiere mucho trabajo y una cadena de producción bastante estructurada.

Adicionalmente “Barranquilla es una ciudad creativa; así, se ha posicionado como un gran destino nacional e internacional cultural, centro de grandes espectáculos, celebraciones, emprendimientos y dueño de una agenda 365 días con diferentes espacios y escenarios para el disfrute de sus hacedores y manifestaciones culturales que lo hacen único” (Celia, 2019), lo que demuestra que la riqueza cultural en Colombia permite ejercer todos los aspectos de la economía naranja desde un punto de vista completamente único para la nación, y el hecho de que una ciudad como Barranquilla sea uno de los destinos turísticos y culturales del país, permite reflexionar sobre qué aspectos puntuales pueden ser rescatados para ser aplicados en Bogotá.

En primer lugar, al igual que Barranquilla, Bogotá es una ciudad supremamente turística lo que da pie a desarrollar nuevas formas de promover la cultura por medio del sector turístico. La capital es una ciudad con una riqueza cultural impresionante, que muchas veces es dejada de lado por otros

aspectos más comerciales y de carácter no necesariamente creativo, por lo que puede implementar muestras artísticas que vayan desde festivales hasta presentaciones específicas para turistas locales e internacionales en las que se promueva la cultura y por medio de las cuales se genere empleo e incluso interés por parte de inversionistas internacionales.

## **5.2 Medellín**

Según datos del DANE, Medellín es la segunda ciudad que más aporta al crecimiento de la economía naranja en el país después de Bogotá, esto se debe principalmente a la gran cantidad de innovación en la que han invertido sus dirigentes con el propósito de mejorar la infraestructura de la ciudad y además fue la sede oficial de la primera cumbre de economía naranja realizada en el país el pasado 19 de septiembre de 2019, en dónde se expusieron estrategias de economía naranja realizadas y llevadas a cabo por el gobierno nacional, y ejemplos de cómo su implementación ha funcionado en distintas zonas del país. Para la realización de esta cumbre, fueron seleccionados alrededor de 300 líderes de todo el país cuyos proyectos, emprendimientos, organizaciones etc. fueron de vital ayuda para el crecimiento de la economía naranja desde la implementación de la ley naranja en 2017.

Adicionalmente, “Medellín es una ciudad que viene en un proceso muy importante, se ha reinventado para superar dificultades de su historia y esa transformación ha sido fuertemente dirigida por la cultura” (Morales Quiceno, 2019); lo que le ha permitido resaltar a nivel mundial resaltando varios aspectos de su cultura propia, tanto es así que en la actualidad es la capital mundial de la música urbana, lo que denota un gran progreso por parte del fomento de la cultura de la ciudad y del país, y adicionalmente que la economía cultural también ayuda a cambiar el futuro de las naciones y/o regiones que decidan invertir en ellas.

## **6. Potenciales sectores de desarrollo en Colombia**

### **6.1 Artes, artesanías y conocimientos ancestrales**

El arte y las artesanías son formas de creatividad humana que expresa sentimientos y emociones, y pueden realizarse con cualquier material disponible que se tenga a la mano, bajo un buen manejo, este sector puede crecer en una gran escala. Sin embargo, aunque este sector atraiga inversores extranjeros, no se le da la importancia que debería tener, lo que puede convertirse en un problema. Por ejemplo, en la ciudad de Cebú en Filipinas, en el municipio de Barili, viven los tejedores del BAKAT, un tipo de canastos que pueden ser tejidos con cualquier tipo de recurso disponible en el medio ambiente.

Los tejedores del bakat tienen una vida económicamente sostenible, no obstante, no reciben apoyo suficiente del gobierno para dar una correcta promoción a sus artesanías, subsistiendo generalmente de los habitantes locales o turistas que compran los bakat, igualmente, tampoco existe una ayuda para el fomento de los conocimientos e historias ancestrales que representa esta artesanía y al generar tan pocos beneficios económicos debido a la falta de promoción, los jóvenes no quieren seguir esta tradición lo que puede terminar en una pérdida total de los conocimientos ancestrales.

Otro ejemplo, está en la ciudad de Barcelos en Portugal, en la cual se hace uso de las artesanías tradicionales para generar un tipo de turismo creativo, con el fin de fortalecer ambos sectores y atrayendo más turistas, mostrando como la alfarería, las artes figurativas, los bordados, trabajos en madera y herrajes, han sido parte integral de su cultura. De igual forma, como apuesta por el conocimiento y el aprendizaje, se hizo apertura de escuelas, formaciones, talleres en el área de artesanías para permitir que los jóvenes se unan a estas actividades profesionales y conozcan su valor histórico y cultural, sin dejar que este arte “muera”.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

La economía naranja ha probado ser el sector de la economía con una de las mayores oportunidades de crecimiento en la actualidad, en especial debido a que, gracias a los mercados globalizados, son más las personas que buscan invertir en sectores de la economía que no necesariamente se dediquen a la explotación de los recursos naturales como única forma de producir ingresos. Adicionalmente, cabe resaltar que la economía cultural es un movimiento que busca trabajar con las personas y para las personas desde una forma mucho más directa y motivándolas a transformar sus ideas en servicios y/o productos destinados a cambiar el mundo, ocasionando que quienes se dediquen a actividades relacionadas con este campo, sean mucho más creativas, innovadoras y productivas, y logrando que se desarrollen ambientes corporativos mucho más sanos para las generaciones venideras.

También es un punto a favor el hecho de que en la actualidad la economía naranja, lejos de ser simplemente un tema de moda, se ha convertido en la aliada perfecta de muchos países alrededor del mundo para desarrollar y fortalecer sus economías internas; en especial para países en vía de desarrollo como lo es el caso de Colombia, que no solamente tiene una gran oportunidad de crecimiento económico en cuanto a la implementación de la economía naranja en sus actividades productivas y de comercialización; sino que además es un país culturalmente muy diverso, por lo que puede sacar mucho provecho para implementar cada vez más actividades con sello naranja y a su vez dar a conocer sus tradiciones al resto del mundo. Esto sin mencionar que su capital Bogotá, se ha consagrado como la ciudad con mayores emprendimientos, actividades y empresas dedicadas al desarrollo de las industrias creativas y que Medellín ha sido reconocida a nivel mundial como una de las ciudades con mayor desarrollo de industrias culturales, desde el sector de música producida y música en vivo.

Sin embargo, en la implementación y fomento de la economía naranja a nivel nacional se pueden presentar varios inconvenientes que puedan afectar de manera negativa su proceso de desarrollo. Por ejemplo, a pesar de que en Colombia de un tiempo para acá se han dado distintas políticas y leyes en pro de aumentar los emprendimientos y fortalecer actividades relacionadas con las industrias culturales, la realidad reflejada por los mismos empresarios y personas pertenecientes a este sector económico es que aún faltan mucho apoyo para toda la comunidad de emprendedores naranja y esto se debe en gran medida a que no hay mucho acogimiento de este tipo de actividades por parte del público en general. Además, muchos apuntan a que con el paso del tiempo y el afán

de hacer que la economía naranja crezca, se pierdan parte de las tradiciones culturales que han venido siendo tradiciones para todos en el país y que a su vez se descuiden otros sectores de la economía que también requieren de mucho apoyo por parte del gobierno para sobrevivir.

Ahora bien, en este punto solo queda concluir que la economía naranja o economía creativa, ofrece muchas oportunidades de crecimiento y desarrollo económico para el país, ciudad o región que quiera invertir en este campo, así como para todos aquellos individuos o emprendedores que quieran mostrar sus ideas al mundo y convertirlas en algo de mayor provecho para todos; no obstante, es necesario que el apoyo por parte del gobierno y demás entidades gubernamentales y estatales se vea reflejado en todo momento, puesto que es un sector relativamente nuevo y con no mucha acogida por parte del público en general, por lo que es bastante difícil empezar nuevos proyectos dentro de este sin un apoyo real por parte de ellos.

### **Recomendaciones**

Una vez culminada la investigación, se recomienda ampliar los estudios relacionados con la economía naranja en general y específicamente en Colombia, puesto que no hay mucho material de estudio relacionado más allá de lo encontrado en páginas oficiales como el DANE y la cámara de comercio de Bogotá. Adicionalmente, es sugerido que se estandaricen ciertos parámetros para establecer con mayor claridad qué tipo de actividades, empresas y comercios, entre otros, pertenecen a las industrias creativas puesto que en la gran mayoría de ocasiones muchos datos relacionados con actividades generadas por industrias creativas se pierden o no son registrados por no estar clasificados como corresponde.

También, sería interesante establecer un estudio que muestre los impactos negativos puntuales que puede llegar a tener el desarrollo del sector de la economía naranja en Colombia, en los demás sectores económicos del país, con el fin de establecer una correlación económica mucho más real dentro de la nación, ya que hay que entender que la economía colombiana es solo una y que se compone de varios sectores que lejos de ser competencia, son la herramienta que permiten fortalecerla.

### Referencias

- Abogado TIC. (2 de Septiembre de 2019). *abogadotic.com*. Obtenido de <https://abogadotic.com/2019/09/02/economia-naranja/>
- ANALDEX. (2020). *analdex.org*. Obtenido de <https://www.analdex.org/2020/01/23/economia-naranja-exporto-us-238-millones-en-2019/>
- Atalaya Gestion Cultural. (s.f.). *Manual Atalaya*. Obtenido de <http://atalayagestioncultural.es/documentacion/concepto-cultura-gestion>
- Boccella, N., & Salerno, I. (2016). *Creative Economy, Cultural Industries*. procedia-social and behavioral Sciences.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*. Bogota D.C: Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de [https://books.google.com.co/books/about/La\\_econom%C3%ADa\\_naranja.html?id=I9N2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books/about/La_econom%C3%ADa_naranja.html?id=I9N2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Camara de comercio de Bogotá. (2016). *caracterizacion industrias culturales y creativas*. Bogotá D.C. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/23124/Caracterizaci%C3%B3n%20Industrias%20Culturales%20y%20Creativas%20de%20Bogot%C3%A1.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Camara de Comercio de Bogotá. (diciembre de 2019). *bilbioteca digital*. Obtenido de Economía de la música en colombia y en bogota: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/24890/Observatorio%20de%20Mu%cc%81sica%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Celia, C. (2019). *Somos un Carnaval con Sabor a Naranja*. Bogota. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/5384/Somos%20un%20Carnaval%20con%20sabor%20a%20Naranja.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cigueña Riaño, N. (26 de Septiembre de 2019). *LR - La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/valor-agregado-de-la-cultura-y-economia-naranja-de-bogota-es-118-billones-2913800>
- congreso de Colombia. (1982). *Ley 23*. Bogota D.C. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co012es.pdf>

- congreso de Colombia. (2017). *Ley 1834*. Bogota D.C. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- congreso de Colombia. (2018). *Ley 1915*. Bogota D.C. Obtenido de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201915%20DEL%2012%20DE%20JULIO%20DE%202018.pdf>
- congreso de Colombia. (2018). *Ley 1943*. Bogota D.C. Obtenido de <https://cijuf.org.co/sites/cijuf.org.co/files/normatividad/2018/LEY%201943%20DEL%2028%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202018%20%281%29%20%281%29.pdf>
- DANE. (2005-2017). *Cuenta satelite de cultura nacional*. Bogota D.C: DANE.
- DANE. (2018). *Boletín técnico. Cuenta saltelite de cultura*. Bogotá D.C: DANE. Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli\\_cultura/bogota/Bole\\_Cta\\_Sat\\_Cu1\\_Bog\\_2010\\_2017.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/bogota/Bole_Cta_Sat_Cu1_Bog_2010_2017.pdf)
- DANE. (2019). *Economía Naranja*. Bogotá D.C: DANE. Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli\\_cultura/economia-naranja/2do-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/2do-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf)
- Duque Navia, A. (2016). *Acercamiento a la Economía Creativa: Analisis de los determinantes de su posicionamiento y crecimiento, y cómo estos se han aplicado al fortalecimiento de la misma en Bogota, Colombia*. Bogota D.C: Universidad de los Andes .
- Esquivias Serrano, M. (2004). Creatividad: definiciones, antecedentes y aportes. *Revista Digital Universitaria*, 4.
- Finlev, T., Manguire , R., Oppenheim, B., & SKvirsky, S. (2017). *El futuro de la economía naranja: Formulas creativas para mejorar vidas en America latina y el caribe*. California: IFTF: Institute for the future.
- Galindo Bernal, A. E. (3 de Octubre de 2018). *ministerio de comerci, industria y turismo*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=5cf7280c-0892-4aaf-a00c-82b11a169684>
- Garay , S. (7 de noviembre de 2017). *Universidad EAN*. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1873/1724>
- Gonzalez Bell, J. (8 de Noviembre de 2019). *LR - La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/economia-naranja-noviembre-2019/conozca-las->

empresas-naranja-consolidadas-y-los-nuevos-emprendimientos-que-nacen-en-el-sector-2930153

Howkins, J. (26 de Abril de 2012). *Youtube*. Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=71&v=n18OSRW9OXU&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=71&v=n18OSRW9OXU&feature=emb_logo)

IDB - Inter-American Development Bank. (s.f.). *IDB - Inter-American Development Bank*. Obtenido de <https://www.regionnaranja.org/economiaNaranja>

Imaginario, A. (s.f.). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/cultura/>

Invest in Bogota. (13 de Enero de 2020). *Invest in Bogota*. Obtenido de <https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/industrias-creativas-en-bogota>

Lopez, A., & Durango Herrera, J. (2019). *La Economía Naranja en Colombia*. Medellín: InstitucionUniversitaria Tecnologica de antioquia. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/tda/502/1/La%20Economia%20Naranja.pdf>

Marketing y Finanzas. (16 de Agosto de 2018). *Youtube*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=paQ9uimI22Q>

Melo Bohorquez, J. J. (2017). *La economía naranja de Bogota: analisis de los aportes del sector de la publicidad*. Bogota D.C: Universidad Santo Tomás.

ministerio de cultura. (2019). *Inicia en Medellín la primera Cumbre de economía naranja*. Medellín. Obtenido de <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Inicia-en-Medell%C3%ADn-la-primera-Cumbre-de-Econom%C3%ADa-Naranja.aspx>

ministerio de cultura de colombia. (1 de agosto de 2019). *mincultura*. Obtenido de [https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/\\_ABC\\_ECONOMI%CC%81A\\_NARANJA\\_.pdf](https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf)

Monterrosa, H. (8 de Noviembre de 2019). *LR - La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/economia-naranja-noviembre-2019/las-actividades-de-la-economia-naranja-representan-32-del-pib-del-ano-pasado-2930124>

Morales Quiceno, I. (09 de septiembre de 2019). Medellín, el epicentro de la cumbre de la Economía Naranja. *EL TIEMPO*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/cumbre-de-la-economia-naranja-en-medellin-410270>

Newbiggin, J. (2010). *La economía creativa, una guía introductoria*. London: British Council.

- Organizacion de las naciones unidas para la educacion y la ciencia . (s.f.). Obtenido de Organizacion de las naciones unidas para la educacion y la ciencia : <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-%09cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-%09que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>
- PNUD. (2013). *UNESCO*. Obtenido de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Portafolio. (1 de Septiembre de 2019). Economía naranja, ya están en marcha más de 70 programas. *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/naranja-ya-estan-en-marcha-mas-de-70-programas-533136>
- ProColombia. (19 de Noviembre de 2019). *ProColombia.co*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/la-economia-naranja-del-pais-ya-se-exporta-58-paises>
- Ramirez Peñaloza, H., & Rodriguez Molina, L. (2018). *Desarrollo de la Prpiedad Intelectual como pilar de la Economia Creativa en la Economia Colombiana* . Bogota D.C: Universidad Catolica de Colombia.
- RIMISP- Centro Latinoamericano para e desarrollo Rural. (2 de Septiembre de 2013). *RIMISP*. Obtenido de <https://rimisp.org/noticia/generacion-de-empleos-de-calidad-y-su-importancia-para-el-desarrollo/>
- Rodriguez Olivia, L. (Agosto de 2018). *IDB-Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-creativa-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Mediciones-y-desaf%C3%ADos.pdf>
- Rudy Purnomo, B. (2019). Orientación artística, educación financiera y desempeño empresarial. *Revista de comunidades emprendedoras: personas y lugares en la economía global*. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEC-09-2018-0065/full/html>
- Sanchez Galan, J. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-economico.html>
- Sevilla, A. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>
- Sierra Ruiz, S. (s.f.). *ANTV - Autoridad Nacional de Television en Liquidacion Republica de Colombia*. Obtenido de [https://www.antv.gov.co/ANTV\\_GOV/HTML/1074\\_LA\\_.HTM](https://www.antv.gov.co/ANTV_GOV/HTML/1074_LA_.HTM)
- significados.com. (s.f.). *significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/tecnologia/>

- Silamani, A. (2015). *Scielo*. Obtenido de [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1988-348X2015000200002](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1988-348X2015000200002)
- Throsby, D. (2001). *Economía y Cultura*. Cambridge: The press Syndicate of the university of Cambridge.
- UNCTAD. (2018). *Creative economy outlook, Trends in international and trade in creative industries*. estados unidos: UNCTAD. Obtenido de [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf)
- UNCTAD. (14 de Enero de 2019). La Economía Creativa Global Muestra Resiliencia y Crecimiento. *conferencia de las Naciones unidas sobre comercio y desarrollo*. Obtenido de <https://unctad.org/es/paginas/PressRelease.aspx?OriginalVersionID=499>
- UNESCO. (1982). *Cultural industries: A challenge for the future of culture*. Estados unidos : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNESCO. (2015). *Cultural times: the firts global map of cultural and creative industries*.
- UNESCO. (s.f.). *UNESCO*. Obtenido de [https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%3%8DA%20NARANJA.pdf?fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE\\_I37rt0Akmx5idT4l-1yyyqI&fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE\\_I37rt0Akmx5idT4l-1yyyqI](https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%3%8DA%20NARANJA.pdf?fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE_I37rt0Akmx5idT4l-1yyyqI&fbclid=IwAR2m5r4xal5enuIn3B24rvtAVdkIoinBRYE_I37rt0Akmx5idT4l-1yyyqI)
- Van der pol, H. (s.f.). *Key rol of cultural and creative industries in the economy*. Canada: UNESCO; Institute for Statistcs.