



El concepto de Economía Creativa o Naranja es relativamente nuevo en el mundo, pero se tienen muchas esperanzas en sus efectos positivos. Colombia no es ajena a esta tendencia, razón por la cual lo está estudiando. El Rosario aporta a la investigación.



Colombia busca cómo ‘sacarle jugo’ a la Economía Naranja

Por Mauricio Veloza Posada
Fotos 123RF, Milagro Castro, Alberto Sierra

Cuatro universidades del país, en conjunto con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), tienen una importante misión: señalar a Colombia cuál debe ser el modelo de gestión de la Economía Creativa o Naranja. La misma que tiene como esencia la cultura, los nuevos medios y el software de contenidos, entre otros campos, y que se espera dé un gran aporte al crecimiento económico de la nación, como está contemplado en el Plan Nacional de Desarrollo (PND).

La Universidad del Rosario forma parte de este importante grupo. Desde 2019 trabaja con la OEI, el Viceministerio para la Economía Naranja, el Ministerio de Cultura, la Escuela de Administración de Negocios (EAN), el grupo de Economía Cultural de la Universidad Nacional de Manizales y la facultad de Artes de la Universidad de Antioquia en el proyecto llamado *Economía Creativa*.

“La OEI nos invitó para que ayudemos a definir cuál es el modelo de gestión de este tipo de industrias, cómo vamos a ponerlas en marcha y cómo vamos a convocar a pequeños y medianos empresarios para que lleven a la práctica su propuesta. La Universidad Nacional y la Universidad de Antioquia están identificando el aporte cultural de las ciudades y de las regiones, y la EAN y nosotros trabajamos en el elemento funcional, más empresarial”, asegura el profesor Hugo Rivera, de la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario.

Esta tarea se debe realizar de manera articulada, con lo que ha venido haciendo el Gobierno Nacional desde 2018, para que se pueda alcanzar la meta de crecimiento del 5 por ciento en 2022 para este tipo de industrias.

“El tema de la creatividad, de la creación de modelos de negocios asociados con industrias culturales, entendida como la construcción de un pensamiento nuevo, a partir de las ideas y de las manos, es una apuesta ganadora. Si nuestras economías deben crecer, lo deben hacer apoyadas en este tipo de industrias creativas”, asegura el profesor Rivera.



Las actividades de la Economía Naranja

Se dividen en tres categorías:

1.

Las artes visuales (pintura, escultura, instalaciones y videoarte); arte en movimiento, fotografía, artes escénicas y espectáculos (teatro, danza y títeres); música (orquestas, óperas y conciertos); turismo y ecoturismo, artesanías y productos tradicionales, gastronomía, centros históricos y sitios arqueológicos, expresiones y tradiciones culturales (por ejemplo, carnavales y festivales) y educación en artes, cultura y economía creativa, entre otros.



2.

Las industrias culturales que proporcionan bienes y servicios que pueden reproducirse y difundirse en masa. Esto incluye la industria editorial (libros, periódicos y revistas), música grabada, literatura, radio y la industria audiovisual (cine y televisión). Las agencias de noticias y otros servicios de información también forman parte de esta categoría.



3.

Los productos y servicios denominados nuevos medios y software de contenido: videojuegos, plataformas digitales, creación y aplicaciones de software, animación, artes gráficas e ilustración, joyería, contenido audiovisual interactivo, arquitectura, moda y publicidad.



Primeros pasos

Para dar todos los elementos que requiere el país en esta materia, una de las primeras metas de la investigación fue establecer las diferentes vertientes que han dado origen y han permitido incluir dentro de la economía colombiana a la Economía Naranja, la cual hoy está contemplada en la Ley 1834 de 2017, conocida como Ley Naranja.

En ese sentido incluyó una indagación de lo que implica el concepto de Economía Naranja y su relación con las 'Siete Íes' (Información, Inspiración, Inclusión, Industria, Integración, Infraestructura, Instituciones), que son las estrategias que permitirán darle una adecuada aplicación a la Ley.

Así mismo, las 'Siete Íes' las relacionó con los temas que más se adaptan a lo que se busca en la Economía Naranja, catalogados por los investigadores como códigos: la cultura, los recursos, la innovación y la creatividad, las habilidades y la educación (ver recuadro).

Con todo este ejercicio, la investigación propondrá un modelo de gestión que les permita a los emprendedores tener una mejor visión de su negocio, así como conocer los diferentes pasos que deben recorrer para llegar al éxito.

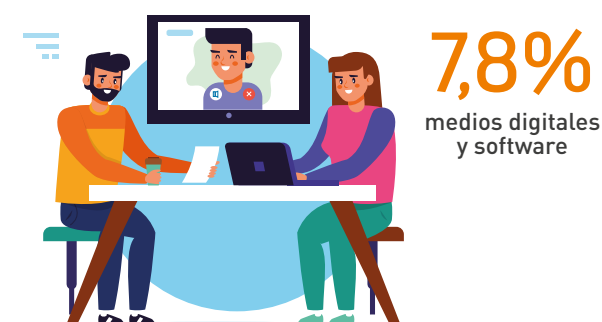
"Un modelo de gestión es como una hoja de ruta, una guía precisa que le diga al empresario cómo será la fase de planeación, la puesta en marcha y el seguimiento para que su industria genere valor. Ya se hizo un barrido de lo que había en otros países para identificar qué elementos de esos modelos pueden servir para el caso colombiano; si adoptamos un modelo de gestión más enfocado a lo cultural o a lo funcional. Estamos en esa fase de identificación previa", explica el profesor Rivera.

Con 'la ruta del emprendedor', como la llama el investigador, los emprendedores también podrán identificar a qué actividad naranja pertenecen, según su clasificación, y el ecosistema de

Las cifras de Colombia

A finales del año pasado, el Dane presentó el segundo Reporte de la Economía Naranja, en el que los sectores relacionados con las actividades de esta economía aportaron 3,2 por ciento del PIB en 2018.

Los subsectores naranja que más crecieron en 2018 fueron:



valor al que aportarán. El modelo de gestión dependerá de si se trata de un emprendimiento o si la empresa ya está consolidada.

El modelo previo propuesto por los grupos de investigación en esta primera fase del proyecto permite identificar los conceptos e indicadores más relevantes de la Economía Naranja en una matriz de 13 ítems, que tiene en cuenta las tres actividades principales: arte y patrimonio; industrias culturales; creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenido.

Cada emprendimiento establecerá allí cuál es su modelo de negocio, es decir, cuál es su propuesta de valor. Si tiene consumidores y recursos disponibles, si genera un valor monetario, de tal forma que pueda generar impacto en el PIB, en el empleo o en la balanza comercial; o si, por el contrario, genera un valor no monetario, de modo que haga una contribución al desarrollo de destrezas, a la creatividad o a la innovación.

El modelo también determinará si el emprendimiento genera un valor de uso, que permita dar un valor educativo; o un valor de no uso, que puede aportar un valor histórico, un aporte a la internacionalización o un valor de opción.

Para que todo esto se pueda consolidar, se tiene que identificar si se va a generar o se tiene un emprendimiento o una organización más formal. En otras palabras, si es o será un negocio informal y comunitario, sin ánimo de lucro, emergente o una empresa.

Asimismo, se deben determinar los programas e instrumentos de oferta que facilitan el acceso a los recursos, para que los emprendedores puedan incrementar el valor agregado de sus propuestas.

Con todo esto, se espera que el país tenga mayores luces sobre cómo sacarle el jugo a la Economía Naranja, porque, como dice el profesor Rivera, Colombia apenas está en una fase incipiente, de comprensión, para determinar las industrias que estarían en este nuevo esquema. ■



"El tema de la creatividad, de la creación de modelos de negocios asociados con industrias culturales, entendida como la construcción de un pensamiento nuevo, a partir de las ideas y de las manos, es una apuesta ganadora. Si nuestras economías deben crecer, lo deben hacer apoyadas en este tipo de industrias creativas", dice el profesor Hugo Rivera, de la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario.



Las 'Siete Íes' para entender la Economía Naranja

Las 'Siete Íes' permitirán darle una adecuada aplicación a la Ley 1834 de 2017, conocida también como Ley Naranja.

- **Información:** Información y conocimiento de los sectores culturales y creativos. Cifras, mediciones, mapeos, estudios, diagnósticos y conocimiento.
- **Inspiración:** Creación innovadora, audiencias, mentalidad y cultura, y propiedad intelectual.
- **Inclusión:** Formación y talento humano para las artes, el patrimonio y los oficios del sector creativo.
- **Industria:** Asistencia técnica para el emprendimiento creativo.
- **Integración:** Internacionalización, mercados locales y posicionamiento, clústers y encadenamientos productivos.
- **Infraestructura:** Bienes públicos, infraestructura, encadenamientos productivos y clústers.
- **Instituciones:** Articulación intersectorial, estímulos tributarios, gobernanza y financiación.

La entidad estableció que para 2018 hubo 539.933 personas ocupadas en estas actividades, un crecimiento del 4,10 por ciento respecto a 2017, y resaltó la alta informalidad laboral que se da en estos sectores, pues muchos de los proyectos son de subsistencia o emprendimientos que no se han consolidado del todo.

Los cálculos del Gobierno Nacional estiman que el aporte de este renglón a la economía nacional será de \$30,1 billones en 2019 y \$32,3 billones en 2020. Para 2022 esperan llegar a los \$38,1 billones de pesos.

