

Proyecto práctica laboral
Economía Naranja: Un nuevo enfoque de la industria creativa

Departamento Nacional de Planeación
Subdirección Desarrollo Productivo - Servicios

Autora
Ana Valentina Acosta Salinas
3100631

Tutor
Jairo Enrique Peñuela Rodríguez
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad Católica de Colombia

Universidad Católica de Colombia.
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Economía
Proyecto de grado II
Mayo, 2022 Bogotá D.C.



Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

This is a human-readable summary of (and not a substitute for) the license. [Advertencia.](#)

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

La licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:



Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.



NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con [propósitos comerciales](#).



SinDerivadas — Si [remezcla, transforma o crea a partir](#) del material, no podrá distribuir el material modificado.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni [medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia](#).

Tabla de contenido

Resumen.....	6
Palabras clave	6
Introducción.....	7
Descripción de la entidad.....	8
Objeto Social.....	8
Naturaleza Jurídica	9
Misión y Visión	9
Descripción de la práctica.....	10
Antecedentes de política.....	11
Ley 397 de 1997	11
Ley 814 de 2003	11
Ley 1493 de 2011	11
Decreto 1080 de 2015.....	12
Ley 1834 de 2017	12
Decreto 0935 del 18 de octubre de 2018.....	12
Marco Teórico.....	13
Objetivo General.....	21
Objetivos Específicos	21
Desarrollo.....	22
Desconocimiento y Desinformación.....	25
Competencia	26
Consumo	29
Propuestas.....	30
Conclusiones y Recomendaciones	32
Referencias	33

Lista de figuras.

Figura 1. Dificultades para acceder a la Economía Naranja.....	24
Figura 2. Desempeño IDIC.....	27
Figura 3. Departamentos con mejor desempeño de innovación.....	28
Figura 4. Departamentos con menor desempeño de innovación.....	29

Lista de Tablas.

Tabla 1. Sectores pertenecientes a las áreas de Economía Naranja.....	22
---	----

Resumen.

El presente documento aborda la importancia de las industrias creativas y culturales (ICC) en el desarrollo del país, teniendo en cuenta la generación de nuevas tecnologías, innovación y comercialización de todos aquellos bienes y servicios que representan el carácter cultural y la nacionalidad de un país. El objetivo de este proyecto es mostrar la importancia que tienen dichas industrias en la economía nacional, así como, identificar las dificultades existentes en el acceso a los beneficios que otorga la Economía Naranja, así como medir el impacto económico que dichas industrias generan tanto en el sector servicios como en el desarrollo del país.

Palabras clave

Servicios - Economía Naranja - Información Estadística - Tecnología e Innovación - Productividad - Desarrollo Económico – Industrias creativas y culturales.

Introducción.

Durante los últimos años las industrias creativas y culturales dentro del sector servicios han tenido una mayor representación e importancia gracias a la implementación de nuevas tecnologías, así como el uso de la innovación y el carácter cultural de un país en la producción y comercialización de bienes y servicios con contenido creativo, cultural, artístico y patrimonial.

En Colombia las (ICC) en los últimos años han representado un valor agregado significativo en la economía nacional, pues han generado un cambio económico en cuanto a la producción, difusión y comercialización de propiedad intelectual en el mundo digital, así mismo, dichas industrias se han consolidado como una fuente significativa de empleos directos e indirectos especialmente en los jóvenes, es por esto que con el fin de incentivar dichos crecimientos culturales, en el país se consolidó la Ley 1834 de 2017 o “Ley Naranja”, por medio de la cual el gobierno nacional busca fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas en el desarrollo de la economía nacional (Ley Naranja, 2017).

La creatividad es el requisito más importante de dichas industrias a la hora de producir contenidos novedosos y de valor cultural según las demandas del mercado como lo menciona la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2018), la economía creativa está representada por todas aquellas actividades de ámbito cultural como las artes visuales, manualidades, libros y prensa, medios audiovisuales, entre otros.

Aun cuando las actividades pertenecientes a las (ICC) son significativas en la economía nacional y en la generación de empleos en nuevos sectores de la economía, es importante mencionar que actualmente todavía existen dificultades en la medición de las actividades culturales y creativas en torno al impacto económico que estas generan, es por esto que se considera necesaria la implementación de estrategias gubernamentales que permitan una mejora en la medición e interpretación de la información perteneciente al sector (Fedesarrollo, 2019).

Descripción de la entidad.

El Departamento Nacional de Planeación (DNP) inicio sus operaciones hacia 1936 con el propósito de racionalizar la producción, distribución y consumo de las riquezas, la aparición de la entidad trajo consigo cambios a nivel estructural e institucional configurándose a partir del Consejo nacional de política económica y de política económica y social.

A partir de 1958 el DNP consolido la creación del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) y el Departamento Administrativo de Planeación y Servicios Técnicos; como máxima autoridad nacional de planeación, son entidades que se encargan de asesorar al gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país, con el fin de cumplir los objetivos propuestos, el CONPES debe servir como guía para los organismos encargados de la dirección económica y social en el gobierno, por medio de documentos que identifiquen el desarrollo de políticas generales (DNP, 2022).

Desde entonces, el DNP (2022) ha venido adquiriendo capacidad de decisión, así como la capacidad para elaborar planes y programas generales con el fin de dirigir al país hacia el desarrollo y crecimiento económico teniendo como énfasis el proceso de planeación.

Objeto Social

El DNP (2022) tiene ciertos objetivos estratégicos por medio de los cuales busca coordinar el diseño de planes, políticas y programas que den respuesta a las necesidades sectoriales y territoriales, entre los objetivos se encuentra el implementar estrategias con el fin de mejorar la calidad de la inversión pública; el fortalecer las capacidades de los sectores con el fin de promover la productividad, competitividad y sostenibilidad dentro de estos y

mejorar el desempeño institucional cumpliendo con los objetivos y metas definidas por la entidad.

Naturaleza Jurídica

EL Departamento Nacional de Planeación (DNP) es un departamento administrativo perteneciente a la rama ejecutiva del poder público y depende directamente de la presidencia de la república, es el encargado de dirigir, coordinar y otorgar al gobierno la información necesaria con el fin de tomar decisiones de manera adecuada, así mismo, cumple con el objetivo principal de brindar una visión estratégica al país, teniendo en cuenta los campos sociales, económicos y ambientales, a través del diseño y la evaluación de políticas públicas colombianas, lo que busca el DNP es la correcta asignación de la inversión pública así como su utilización en planes, programas y proyectos del gobierno (DNP, 2022).

Está contemplado bajo el Art 38 de la Ley 489 de 1998 se disponen las medidas para la integración de la Rama Ejecutiva del poder público, la cual está conformada por organismos y entidades del sector central (Función Pública, 2022).

Misión y Visión

El DNP es el centro de pensamiento del gobierno nacional, cuya misión es coordinar, articular y apoyar en la planificación a corto, mediano y largo plazo del país, así mismo, tiene como objetivo orientar el ciclo de las políticas públicas y tanto la priorización como la correcta distribución de los recursos de inversión (DNP, 2022)

Para el 2030 se consolidará como una entidad que incidirá principalmente en el desarrollo sostenible del país a través de la optimización de la planeación, innovación e inversión pública.

Descripción de la práctica.

Las prácticas dentro del DNP se realizaron en la Dirección de innovación y desarrollo empresarial, en la subdirección de Desarrollo productivo, bajo la subdirectora María Piedad Bayter Horta, la subdirección se encuentra dividida en varias áreas entre las cuales está el área de servicios, en dicha área se realizó el apoyo en la creación de dos documentos CONPES, el primero es el documento CONPES de internacionalización por medio del cual se pretende impulsar el comercio exterior del sector servicios, tomando como referencia la eliminación de las barreras a la entrada y una regulación que permita impulsar el comercio de dichos servicios.

El segundo documento CONPES es de Economía Naranja, el cual pretende impulsar el crecimiento de las industrias culturales y creativas en el territorio nacional, para el apoyo de los dos documentos se hizo una revisión de la literatura, así como el apoyo en la creación de bases de datos, gráficos, análisis e interpretación que sirve como complemento e interpretación del documento en creación.

Aparte de dichos documentos se apoyó en la realización de demás proyectos propuestos por la subdirección bajo la tutoría del equipo de servicios, entre los que se encuentran la creación de una misión de turismo para el 2030, la actualización de bases de datos de Economía Naranja y del sector servicios en general.

Antecedentes de política.

Los lineamientos de planificación e institucionalización de los servicios culturales y creativos en Colombia se han venido fortaleciendo a partir de políticas públicas, con el fin de aportar en la construcción de la diversidad y la ciudadanía intercultural, así como incentivar su participación en el desarrollo de la economía nacional.

La constitución de 1991 reconoce la cultura como un elemento fundamental de la nacionalidad, por tal motivo, debe ser protegido por el estado, así como ser incluido en los planes de desarrollo económico y social del país, a partir de esto, se han venido consolidando ciertas leyes que le permitan al estado proteger la propiedad cultural y creativa.

Ley 397 de 1997 “Ley general de cultura” se creó con el fin de proteger y fomentar el sector cultural en Colombia, así mismo permitió la creación del Ministerio de Cultura con el fin de reconocer la diversidad de culturas (Secretaría general del senado, 2022).

Ley 814 de 2003 “Ley del Cine” por medio de la cual se dictan normas con el fin de promover la actividad cinematográfica en Colombia, esta ley permite identificar los servicios culturales y creativos como un generador de beneficios económicos en el país (Funcion pública, 2022).

Ley 1493 de 2011 “Ley de espectáculos públicos de Artes escénicas” por medio de la cual se dictan normas para la formalización, fomento y regulación de la industria del espectáculo de las artes escénicas, esta ley permitió la inclusión de estímulos tributarios entre los que se encuentra la exclusión de impuestos como el IVA, la deducción en la renta y la contribución parafiscal (Función pública, 2022).

Ley 1556 de 2012 se creó con el fin de fomentar la actividad cinematográfica y el rodaje de películas en Colombia, esta ley permitió la creación del fondo fílmico de Colombia (FFC) bajo la supervisión del Ministerio de Comercio de Industria y Turismo (MinCIT) (Secretaría general del senado, 2022).

Decreto 1080 de 2015 Por medio del cual se recogen todas las disposiciones normativas vigentes en relación con el sector a los sectores culturales y al Sistema Nacional de Cultura liderado por el Ministerio de Cultura, este decreto tiene como propósito incentivar el fondo para la promoción el patrimonio, la cultura, las artes y la creatividad, así mismo, permite los incentivos tributarios para proyectos culturales y de Economía Naranja (Función pública, 2022).

Ley 1834 de 2017 “Ley Naranja” con el objetivo de generar condiciones de empleo digno en el sector cultural, así mismo, pretende fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas colombianas y concederles mayor participación en la economía nacional (Ley Naranja, 2022).

Decreto 0935 del 18 de octubre de 2018 Creó El consejo nacional de Economía Naranja como organismo asesor del gobierno nacional en temas de lineamientos y políticas que permitan promover y desarrollar la economía cultural y creativa del país.

Marco Teórico.

Las explicaciones teóricas que se relacionan con la temática de estudio están enfocadas en el comportamiento del sector servicios en Colombia, tomando como referencia la manera en la que el sector es una parte fundamental de la economía colombiana, así mismo se especifican los componentes que hacen parte de dicho sector como la tecnología y la innovación.

El sector servicios es uno de los tres grandes sectores en los que se dividen las actividades económicas, en él no se toma en cuenta la producción de los bienes, por el contrario, es la actividad económica por medio de la cual se busca proveer a la población de todos los servicios necesarios para satisfacer sus necesidades, como lo son los servicios financieros, servicios sociales, servicios de turismo, entre otros (ASOBANCARIA, 2017).

Autores como Browning y Singelmann (1978) establecieron la manera de caracterizar los servicios teniendo como base principal las características de consumo final, de esta manera distinguieron cuatro maneras en las que se pueden dividir los servicios, las cuales son; los servicios de distribución, servicios de producción, servicios sociales y servicios personales.

Sin embargo, Gershuny y Miles (1983) identificaron que los servicios pueden clasificarse de maneras distintas, pues la palabra servicios abarca diversas definiciones; entre estas se encuentran los servicios inmateriales o las ocupaciones de servicios donde se hace referencia a los trabajadores de la industria de servicios y las funciones de servicios en donde se hace referencia a las personas que se dedican a trabajos fuera de la economía monetaria o formal.

Por otro lado, Kent (1985) clasifica los servicios teniendo en cuenta la cualificación personal, es decir, para el autor los servicios pueden clasificarse en servicios industriales como lo son los servicios financieros, y los servicios de consumo masivo como lo son los servicios de ocio o hostelería.

A partir de las clasificaciones mencionadas anteriormente y según la clasificación otorgada por las Naciones Unidas, las actividades del sector servicios en Colombia están clasificadas en: Servicios comerciales y de distribución¹ en donde están incluidas todas las actividades que permiten que los productos lleguen a manos de los consumidores; Los servicios a la población² los cuales comprenden los servicios que cubren las necesidades de los consumidores; Los servicios empresariales y financieros³ en donde se encuentran todos los servicios que son indispensables en el funcionamiento de las empresas; y los servicios de administración pública y servicios sociales⁴ que corresponde a las actividades en beneficio de la comunidad (BONETE, R. , 2009).

Teorías económicas como la teoría del desarrollo surgieron formalmente con el fin de que los economistas de la época pudieran identificar los problemas del atraso en algunas sociedades pobres, sin embargo estas teorías no daban respuesta pues no se hacía un correcto énfasis en la asignación de los recursos ni en el intercambio de estos, por el contrario economistas como Harrod-Domar, Goodwin, Duesenberry, entre otros, centraron su análisis del desarrollo en los problemas de inestabilidad y desempleo (Lewis, 1958).

¹ Transporte, mercancías, logística

² Servicios de información, entretenimiento audiovisual, comunicaciones, ocio entre otros.

³ Innovación tecnológica, asesoramiento legal, publicidad y marketing.

⁴ Educación, Seguridad, Organizaciones no gubernamentales, fundaciones, entre otros.

Después de analizar a las economías más desarrolladas dichos economistas identificaron una mejor estructura productiva en donde los bienes y los servicios es inelástica, es decir, la producción de dichos bienes y servicios no son susceptibles a variaciones existentes en el precio, dado este análisis, en las economías subdesarrolladas la teoría del desarrollo no es fácilmente medible en cuanto a la producción, pues los bienes y servicios pertenecientes a estas economías se cosieran inestables debido a que los bienes y servicios son imperfectos (Bustelo, 1999).

A partir del proceso de tercerización en los países más desarrollados se ha evidenciado una mayor expansión de los servicios pues representan la mayor parte de los empleos, en países como Suecia, Holanda, Reino Unido y Australia, el sector servicios representa más de la mitad del total de la economía, sin embargo, en la mayoría de los países latinoamericanos la tercerización implica una rápida urbanización como ha ocurrido en México, Brasil o Perú (J. C. Serrano, 2011).

Teniendo en cuenta dicho proceso el pensamiento económico productivo le otorgo una mayor importancia al desarrollo en términos de mejorar la calidad de vida de la población, dejado un poco de lado un aumento en la renta o la acumulación de capital y la industrialización del mercado para dar una nueva perspectiva a la naturaleza y el proceso de desarrollo.

Sin embargo, se hace énfasis en el crecimiento de las exportaciones, teniendo en cuenta que un aumento no solo en la exportación de materias primas, sino también de manufacturas y servicios, genera una demanda internacional dinámica además de incentivar la competitividad entre países, por otro lado, está el hecho de la competitividad empresarial, pues por medio de esta, las empresas buscan mejorar la calidad de sus productos con el fin

de diferenciarse entre la competencia, además de implementar nuevos servicios que sirvan para cubrir las necesidades de la población, así como para tener un mayor alcance entre estos (Baran, 1959).

Solow en la paradoja de la productividad hace referencia a una relación positiva entre la productividad de las empresas de servicios y el aumento en la inversión de TIC⁵, sin embargo, se evidencia una falla en las estadísticas de la productividad de los servicios debido a la falta de medición de estos, así como los acelerados cambios en los precios y en la calidad, y en la falta de experiencia por parte de las empresas (Solow, 1956).

Lucas (1988) y Romer (1986) establecen las bases de una nueva teoría del crecimiento a partir del modelo económico planteado por Solow, en donde se incluye la acumulación del capital como un motor en el crecimiento económico, además incluye como medios para aumentar la productividad el capital humano, la escolaridad y el aprendizaje (Lucas R. Jr., 1988).

De igual forma Roach (1991) toma como referencia la paradoja de la productividad introducida por Solow, e identifica que esta es más pronunciada en el sector servicios cuando en estos se utilizaba el 80% de los sistemas de información y comunicación, sin embargo, no es posible identificar dicha productividad en todos los servicios, Roach identificó que la medición solo funcionaba en los servicios de consumo, pues la medición del desempeño en los servicios es difícil de medir debido a la gran heterogeneidad existente dentro de estos.

Esto contrasta con otros investigadores como Strassman (1999) en donde evidencian que no existe dicha relación entre la productividad de los servicios y en aumento de las

⁵ Tecnologías de la información y la comunicación.

inversiones en TIC, pues afirman que no es la inversión la que genera un aumento en la productividad, por el contrario, en el largo plazo es la capacitación y las nuevas formas de gestión las que permiten el crecimiento productivo de las empresas (Jean-Pierre, 2010).

Según lo afirma J.C Serrano (2011) los servicios se contraponen a los bienes pues se caracterizan por ser inmateriales o intangibles mientras que los bienes si son tangibles y además tienen la capacidad de ser almacenados, se debe tener en cuenta que aun cuando las actividades pertenecientes al sector servicios han existido durante mucho tiempo, no es sino hasta mediados del siglo XX cuando dichas actividades han incrementado considerablemente, considerando que a partir de la revolución industrial las empresas han tomado mayor protagonismo en la producción de todas las actividades relacionadas a dicho sector.

Así mismo, afirma que la evolución y la transformación de los servicios se debe a un incremento tanto en los ingresos como en la calidad de vida de la población en general, esto ocasiona una demanda significativa en servicios financieros, turísticos y de ocio, es decir, un aumento en la renta de los consumidores genera un aumento en el consumo de servicios.

En el contexto latinoamericano el pensamiento de la Cepal se constituyó con el fin de adoptar medidas sobre el desarrollo del Tercer mundo, fue una teoría influyente pues dio la base para el desarrollo en Latino América teniendo en cuenta las estructuras productivas de los países, a partir de eso, la Cepal identifica economías productivas distintas en donde los países del centro cuentan con servicios homogenizados y diversificados, mientras que los países de la periferia cuentan con servicios heterogéneos y especializados (CEPAL, 1990).

A finales de la década de los noventa, los servicios culturales y creativos en los países más desarrollados representaron un alto porcentaje en el Producto Interno Bruto (PIB) así como en el valor agregado y en el empleo. Los servicios culturales y creativos pertenecen a una industria con grandes capacidades de inversión y mano de obra altamente calificada lo cual permite impulsar la creatividad y la innovación (ASOBANCARIA, 2017).

Se debe tener en cuenta que los servicios culturales y creativos no solo generan impactos económicos, por el contrario, permite la integración de grupos marginados pues reconoce la creatividad y la identidad nacional, así mismo, genera la protección en el marco de los derechos de autor con el fin de producir y comercializar bienes y servicios intangibles de carácter cultural (CEPAL, 1990).

Según el centro de estudios contemporáneos de Birmingham (2016) la transición de una sociedad de la era industrial a la era no industrial se evidencia por el crecimiento y el desarrollo medido a partir del conocimiento, la creatividad y las habilidades de la sociedad.

“...El desarrollo de una sociedad estará condicionado por el desarrollo del arte y la cultura...”

(Birmingham Centre for Contemporary cultural studies, 2016).

El sector de servicios creativos genera ciertos beneficios en la economía y en la sociedad en general, pues se valora el trabajo de los creativos impulsando su profesionalización en cuanto a mejorar las condiciones y las oportunidades de dicho sector.

En Colombia a partir del 2000 el gobierno ha brindado las herramientas, el espacio y las conexiones necesarias con el fin de desarrollar proyectos nuevos e innovadores que permitan el avance y el desarrollo de las industrias creativas y culturales del país como medio para fomentar el desarrollo de este.

Así mismo, el gobierno nacional ha venido implementando políticas públicas con el fin de apoyar el crecimiento de las personas y organizaciones dedicadas a la industria cultural pues permiten lograr un cambio sostenible y significativo en la estabilidad del país (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, 2014).

Actualmente en el país se desarrolla el proyecto de Economía Naranja implementado por la ley 1834 del 2017 con el objetivo de generar condiciones de empleo digno en el sector cultural, con dicho proyecto se pretende producir ideas creativas y productos innovadores fortaleciendo tanto el patrimonio cultural como los conocimientos tradicionales, teniendo en cuenta las industrias que generan valor de los bienes y servicios promoviendo la propiedad intelectual (MinCultura, 2022).

Por otro lado, se creó El consejo nacional de Economía Naranja (2018-2022) bajo el decreto 0935 del 18 de octubre de 2018, como organismo asesor del gobierno nacional en temas de lineamientos y políticas que permitan promover, divulgar y desarrollar la economía cultural y creativa del país.

La Economía Naranja se define como todas aquellas actividades que permiten la transformación de ideas en bienes y servicios culturales, en donde el valor de dichas actividades depende exclusivamente de la propiedad intelectual, entre las actividades que la conforman se encuentran las actividades de artes y patrimonio⁶; industrias creativas, nuevos medios y software de contenidos⁷; e industrias culturales⁸, por medio de las cuales el gobierno

⁶ Turismo cultural, Educación cultural y creativa, Actividades asociativas y de regulación, Actividades industriales de la Economía Naranja, Artes escénicas, Patrimonio y Artes visuales.

⁷ Medios digitales, Diseño y Publicidad.

⁸ Editorial, Fonografía y Audiovisual.

colombiano busca no solo incentivar sino también capacitar las habilidades creativas con el fin de afrontar el crecimiento del país (DANE, 2019).

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE (2019), define las actividades de artes y patrimonio como aquellas que representan una contribución de conocimientos en la creación de productos artísticos y espectáculos, bajo el ámbito normativo, dichas actividades están respaldadas en la Ley General de Cultura⁹ por medio de la cual se definen los bienes y servicios culturales como una expresión de la nacionalidad y tradición colombiana.

Así mismo, define las actividades de industrias culturales como todas aquellas que actividades que proveen bienes y servicios basándose en los contenidos artísticos y creativos que pueden ser reproducidos y difundidos masivamente, estos servicios son principalmente reconocidos por tener una estrecha relación con la cultura.

Por otro lado, el DANE define las actividades de creaciones funcionales como las actividades que no hacen parte de la cultura colombiana tradicional, sin embargo, le brindan al consumidor un valor simbólico, además de eso son actividades que están protegidas por el derecho de autor.

⁹ Ley 397 de 1997

Objetivos.

Objetivo General

Proponer alternativas que permitan el acceso de las empresas del sector cultural y creativo a los beneficios que otorga la Economía Naranja en Colombia.

Objetivos Específicos

1. Realizar una revisión bibliográfica de la literatura existente acerca de las industrias creativas y culturales, así como de la Economía Naranja, con el fin de fundamentar teóricamente el objetivo general.
2. Identificar los problemas existentes que le impiden a las empresas acceder a los beneficios de la Economía Naranja.
3. Proponer soluciones que permitan una mejora en el ingreso de las empresas culturales y creativas a los beneficios que ofrece la Economía Naranja en el país.

Desarrollo.

La Economía Naranja comprende tres sectores de actividades creativas y culturales las cuales son Artes y Patrimonio, Industrias Culturales y Creaciones Funcionales, dichas actividades permiten la transformación de ideas en bienes y servicios culturales, teniendo en cuenta que dichas actividades dependen exclusivamente de la propiedad intelectual (DANE, 2019).

Cada una de las áreas de la Economía Naranja están compuestas por ciertas actividades por medio de las cuales se ha incentivado el desarrollo y crecimiento de la actividad cultural del país, en la siguiente tabla se evidencian las actividades pertenecientes a cada sector.

Tabla 1. Sectores pertenecientes a las áreas de Economía Naranja.

<i>Artes y Patrimonio</i>	<i>Industrias Culturales</i>	<i>Creaciones Funcionales</i>
Teatro, dramaturgia o artes escénicas.	Artes Audiovisuales.	Medios y comunicación social.
Artes Plásticas y visuales.	Música y musicología.	Ciencias de la Información.
Turismo cultural, Patrimonio y cultura.	Estudios generales del lenguaje.	Arquitectura y Urbanismo.
Educación general.	Estudios literarios.	Diseño.
Danza o Artes danzarias.	Lingüística.	Cerámicas (Ingeniería de materiales).
Estudios Urbanos.	Literatura Específica.	Robótica y Control automático.
Otras humanidades que incluyen estudios del folclor.	Teoría Literaria.	Automatización y Sistemas de control.

Tomado de: Reportes Economía Naranja (DANE, 2020).

Las actividades mencionadas anteriormente cuentan con tres aspectos fundamentales como lo son; la innovación por medio de la cual se realiza la búsqueda de nuevas ideas y proyectos utilizando medios digitales con el fin de investigar y comunicar sobre dichos proyectos a la población en general.

El segundo aspecto es la promoción de nuevo talento con el fin de que la sociedad pueda adaptarse a nuevos modelos de negocio, así como su visualización a través de nuevas relaciones y conectividades.

Por último, se tiene la oportunidad de negocio como tercer aspecto fundamental dado que, con dichas actividades se busca la creación de nuevas empresas sostenibles con metas de proyección a corto, mediano y largo plazo, acceso a recursos de financiación y la oportunidad de lograr formalización de las empresas.

Entre los beneficios que promueve la ley Naranja en Colombia se encuentran los incentivos fiscales para que las personas o las industrias hagan difusión de las actividades culturales y creativas, así mismo brinda la protección de los derechos de creación y derechos de autor, por otro lado, brinda la creación de espacios que permitan el desarrollo de festivales, carnavales y convocatorias para la difusión de todas las actividades pertenecientes y genera e implementa el sello “ Creado en Colombia” para todos los servicios y actividades proyectadas a través de internet o medios digitales (Ley Naranja, 2022).

Según datos del DANE (2019), en Colombia la Economía Naranja ha representado un porcentaje significativo dentro el valor agregado nacional, así como la oportunidad de

creación y crecimiento de la oferta laboral especialmente para los jóvenes, actualmente a partir de la Economía Naranja se han generado 819 millones de inversión directa con el fin de fortalecer la cultura y la creatividad, además de esto, el gobierno nacional ha otorgado más de 39.789 millones de beneficios económicos a 1.521 creadores y gestores culturales por medio de entidades como Colpensiones, MinCultura y 87 alcaldías del país.

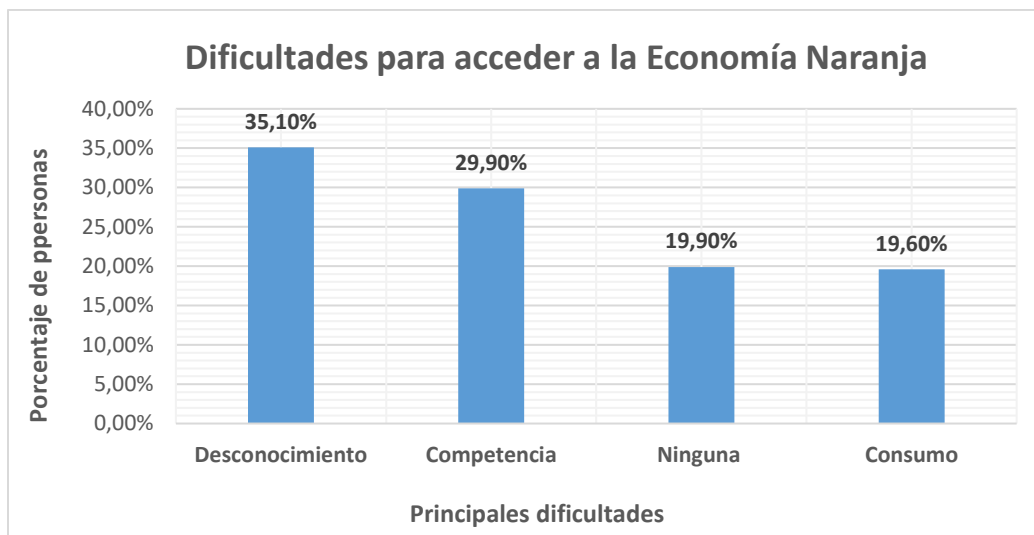
Se han formado alrededor de 14.329 artistas gracias al Ministerio de cultura, Innpulsa, Min TIC, Colciencias y artesanías de Colombia, quienes han invertido en educación alrededor de 576.358 millones para técnicos, tecnólogos y competencias complementarias.

Colciencias como impulsador de la cultura creativa en Colombia han mantenido abiertas convocatorias de 1.700 millones para que las personas puedan realizar pasantías internacionales en pregrados sobre Economía Naranja.

Aun cuando el gobierno nacional ha implementado diversas estrategias, actualmente aún existen ciertas dificultades que han impedido el acceso de las personas y las empresas a dichas actividades.

Teniendo en cuenta los reportes de Economía Naranja del DANE (2020), las mayores dificultades a las que se presentan los empresarios creativos y culturales son el desconocimiento y la falta de información, la competencia existente en cada una de las áreas del sector y los altos precios en los que incurren las industrias culturales y creativas.

Figura 1. Dificultades para acceder a la Economía Naranja.



Tomado de: Tercer reporte de Economía Naranja – DANE, 2019.

Desconocimiento y Desinformación

En la encuesta realizada por el DANE a 32.187 personas, el 35% considera que el desconocimiento y la desinformación es la mayor causa por la que las personas no acceden a los servicios ni beneficios que brinda la Economía Naranja, razón por la cual el sector no ha tenido el desarrollo esperado dentro de la economía nacional.

La mesa de información de Consejo Nacional de la Economía Naranja ha presentado ciertos indicadores por parte de varias entidades, por otra parte, el DANE por medio de la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja ha presentado indicadores pertenecientes a la encuesta de calidad de vida, personal ocupado y exportaciones con respecto a las actividades que hacen parte de la Economía Naranja.

Así mismo el DANE (2019), presentó los principales avances en la información, entre los que se encuentra la implementación del sistema SIENA como una herramienta de consulta de información de la Economía Naranja, la cual permite consultar información estadística por parte de las entidades que hacen parte de dicho sector, así mismo, se definieron las 103

actividades¹⁰ de medición de economía naranja y se conformó el comité interno de trabajo de Economía Naranja bajo la resolución 1080 del 2020.

Aun así, la deficiencia en la información es uno de los mayores desafíos de la Economía Naranja, pues las personas no tienen un conocimiento claro de la cultura y la Economía Naranja en el desarrollo de la economía nacional, es por esto que se considera necesario generar una mayor cantidad de información y de datos que se puedan usar para identificar la cantidad de empleos que es capaz de generar la Economía Naranja, el total de personas empleadas, y los beneficios que otorga el gobierno nacional a las industrias creativas y culturales, así mismo, se considera necesario entender los beneficios y el crecimiento económico que genera dichas industrias gracias al fomento de la creatividad, la innovación, el fortalecimiento de la cultura y el desarrollo social.

Competencia

Según el 29,9% de las personas encuestadas por el DANE, la competencia en el medio de las industrias creativas y culturales es la segunda causa por la cual es difícil hacer parte de las actividades de la economía Naranja y de los beneficios que estas ofrecen, esto se debe a la dificultad de emprender y a la innovación necesaria para la creación de un producto perteneciente a la industria.

Emprender en una industria requiere desarrollar productos o servicios que permitan dar solución a un problema o satisfacer una necesidad de la población. El emprendimiento también es asumido como una forma de pensar y actuar de acuerdo con las oportunidades,

¹⁰ 34 actividades pertenecen a actividades de inclusión total y 69 actividades hacen parte de la inclusión parcial.

con el fin de crear valor que genere beneficios tanto para la empresa, como para la economía y la sociedad (Congreso de la República, 2006).

Por otro lado se encuentra la innovación, como otro aspecto importante en el desarrollo económico de todas las actividades comerciales y empresariales, la innovación se refiere a la introducción de un bien o un servicio en el mercado, la innovación por otro lado ha permitido aumentar la competitividad en las empresas debido a la creación de nuevos productos, está muy ligada a la investigación y al desarrollo con el fin de lograr crecimiento que permita dar solución a las necesidades no solo de la empresa sino también de la sociedad en general (Prada, 2019).

El DNP desarrolló en el 2021 el índice departamental de innovación (IDIC) con el fin de medir las capacidades de innovación en cada departamento del país, tomando como referencia las fortalezas y las oportunidades de mejora en cada uno, dicho índice permite hacer evaluaciones comparativas en los departamentos colombianos identificando sus fortalezas y sus oportunidades de mejora (DNP, 2021).

IDIC (2021) mide una razón de eficiencia comparando 7 insumos en cada departamento, el primer insumo es la comparación entre las instituciones, el segundo mide el capital humano e investigación, el tercero es la capacidad de la infraestructura, el cuarto es la sofisticación de los mercados, el quinto es la sofisticación de los negocios, el sexto es la capacidad de producción de conocimiento y tecnología y la capacidad creativa de producción. Esta calculado en una escala de 0 a 100 donde se clasifican los departamentos según su puntaje, Alto, Medio-alto, Medio, Medio-bajo y Bajo, según los resultados.

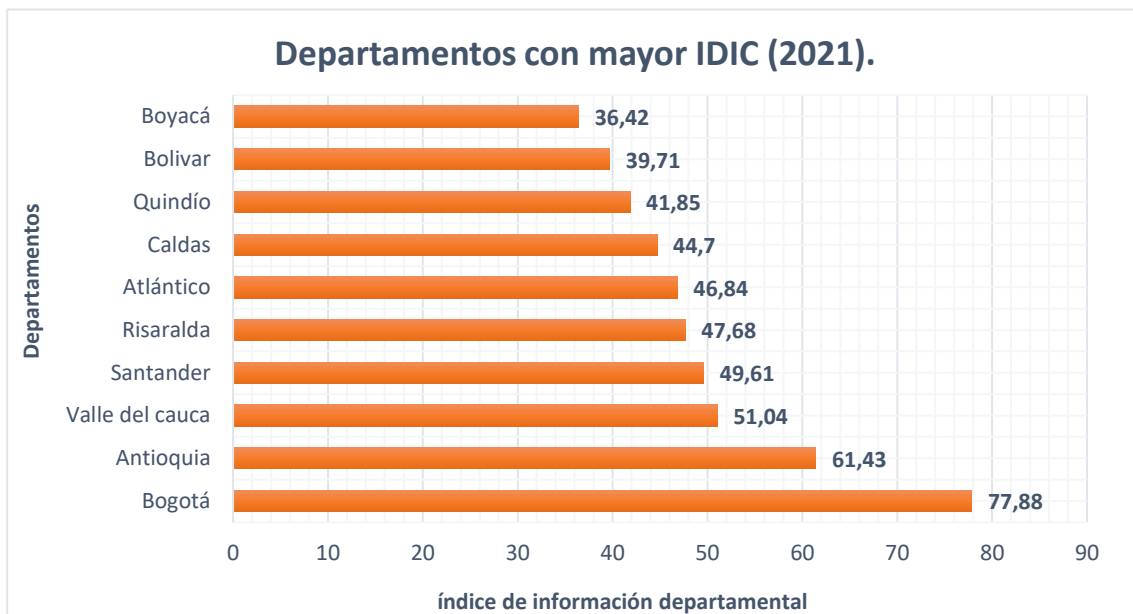
Figura 2. Desempeño IDIC



Tomado de: Índice de innovación departamental (DNP, 2021).

Los 10 departamentos colombianos con mayor índice de innovación son Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca, Santander, Risaralda, Atlántico, Caldas, Quindío, Bolívar y Boyacá.

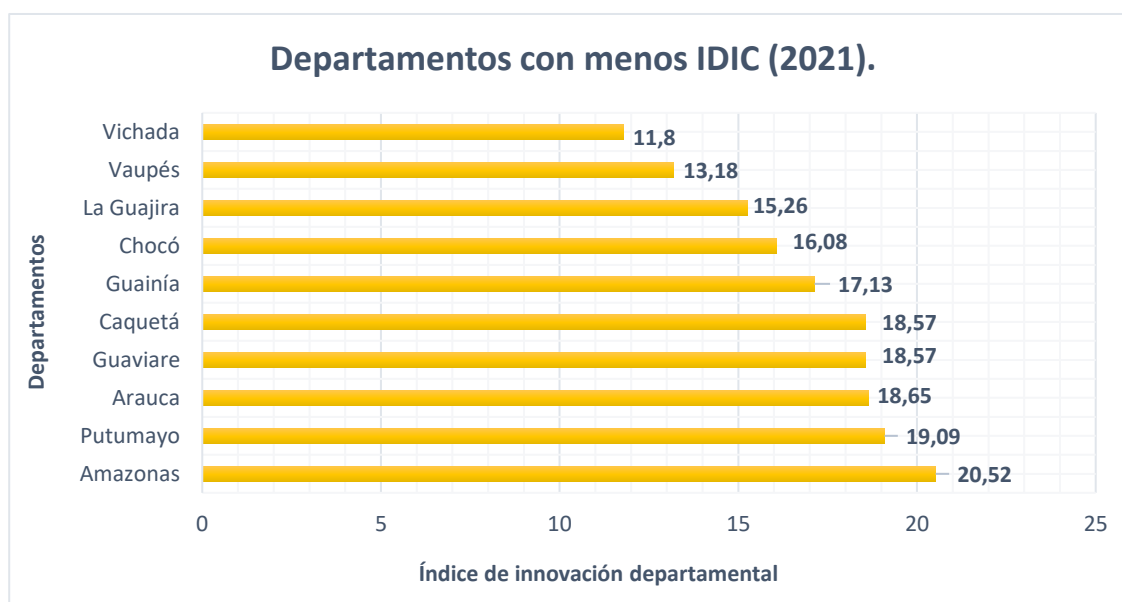
Figura 3. Departamentos con mejor desempeño de innovación



Tomado de: Índice departamental de innovación (DNP, 2021).

Por otro lado, los departamentos de Colombia que cuentan con el peor desempeño en el índice de innovación departamental son Amazonas, Putumayo, Arauca, Guaviare, Caquetá, Guainía, Chocó, Guajira, Vaupés y Vichada.

Figura 4. Departamentos con menor desempeño de innovación.



Tomado de: Índice de innovación departamental (DNP, 2021).

Consumo

El 19,60% del total de los encuestados por el DANE identificó que el consumo también es una dificultad a la hora de ser parte de las industrias creativas y culturales, dado que el consumo depende en gran medida del valor cultural que este brinda, dicho valor está conformado por el valor espiritual, social, histórico, simbólico y de autenticidad que cada producto le pueda ofrecer a la comunidad.

Con el fin de posicionar los servicios culturales y creativos y alcanzar un mayor público en ventas, los sectores públicos y privados han desarrollado estrategias de Marketing digital con espacios y eventos que desarrollen la creatividad e impulsen el consumo, dichas estrategias sirven como herramientas en la generación y el posicionamiento de los productos

y servicios de la economía creativa y cultural en el país. En dichas herramientas se busca el reconocimiento popular y al mismo tiempo dar a conocer el concepto de Economía Naranja (Rivera, 2020).

Cortés (2020) afirma que la colaboración entre marcas, así como la visibilidad pueden dar el reconocimiento y posicionamiento de las actividades de la Economía Naranja, por otro lado, permite la ampliación y la difusión de dichas actividades en Colombia, así mismo, genera una gran capacidad de compra y consumo de estos.

Se debe tener en cuenta que la implementación de tecnologías en dichas industrias genera aportes importantes en cuanto al valor agregado, pues logra brindar a la comunidad conocimientos en términos culturales e intelectuales, esto debido a que el significado de la economía naranja y sus aportes no es conocido por muchos de sus consumidores.

Propuestas

A partir de las dificultades mencionadas anteriormente se realizan ciertas propuestas con el fin de generar un aumento en la participación de las industrias culturales y creativas en la economía Naranja, así como hacer parte de los beneficios que el gobierno nacional les ofrece a estas.

1. Con el fin de disminuir la desinformación, el gobierno nacional debe ser claro en cuanto a la definición de economía naranja que le brinda a la comunidad, así como los beneficios a los que se pueden acceder las industrias creativas y culturales al hacer parte de la Economía Naranja.
2. Se propone la creación de un sistema de información que complemente al SIENA, en donde se pueda consultar de manera detallada la composición de la economía naranja

en el país, las industrias creativas y culturales que participan, los incentivos que ofrece el gobierno nacional, y demás indicadores económicos con el fin de que la comunidad pueda consultarlo y estar enterado del funcionamiento de la Economía Naranja en Colombia.

3. Por otro lado, se propone la creación de convocatorias y eventos que permitan la integración tanto de sectores públicos como privados permite dar a conocer a la comunidad las actividades artísticas y culturales que se producen, aumentando así su consumo, además de esto, dichos eventos permiten la generación de nuevos contenidos con mayor capacidad de innovación fomentando la creatividad y estimulando la competencia entre las industrias pertenecientes a la Economía Naranja.
4. Con la implementación de la tecnología se propone generar un mayor alcance de las industrias, así como un aumento en los consumidores a través de medios digitales, esto permite que las industrias puedan dar a conocer sus productos o servicios a una mayor cantidad de personas.
5. Otra de las propuestas es la creación e implementación de marketing digital, debido a que permite posicionar en el mercado las actividades que brindan la industrias culturales y creativas en cuanto al aumento en ventas, conocimiento y posicionamiento de la marca y difusión de los productos y servicios que ofrecen, lo cual al mismo tiempo permite dar a conocer entre el público el concepto de Economía Naranja.
6. Por otro lado, se propone que el gobierno nacional brinde incentivos de financiación educativa, con el fin de que las personas dedicadas a dichas industrias se puedan

capacitar en programas académicos que permitan potenciar las actividades creativas y culturales que hacen parte de la Economía Naranja en el país.

7. Es importante generar espacios en donde las industrias culturales y creativas pertenecientes a la Economía Naranja puedan intercambiar no solo contenidos sino también conocimientos creativos por medios físicos y digitales, con el fin de promover la integración entre las empresas pertenecientes a dicha industria.
8. Por último, se propone que el gobierno nacional promueva las herramientas necesarias para que las industrias pertenecientes a la Economía Naranja puedan acceder a diferentes mercados por medio de la exportación y comercialización de los servicios creativos y culturales que estas producen.

Conclusiones y Recomendaciones

Las industrias culturales y creativas no solo aportan al crecimiento de la Economía Naranja sino también al crecimiento y al valor agregado del país, es por eso que la información y el alcance de estas actividades se hace indispensable para aumentar la cantidad de industrias y el consumo de estas, para esto se considera necesaria la implementación de mejores sistemas de información por medio de los cuales se pueda dar a conocer el concepto de Economía Naranja, sus aportes y la manera en la que las industrias creativas y culturales pueden hacer parte de esta.

La Economía Naranja se considera indispensable pues genera aportes significativos en términos culturales e intelectuales dado que, permite reconocer y brindar la importancia necesaria al patrimonio cultural de Colombia, para esto se hace necesaria la integración entre

los sectores no solo creativos y culturales sino también públicos y privados para propiciar la innovación y el consumo de las actividades pertenecientes a dicha economía.

La implementación de la tecnología es importante en dichas industrias pues además de que genera competencia, da a conocer a los consumidores los servicios creativos y culturales que genera la economía naranja con el fin de impulsarlo y llegar a más mercados, además de esto incentiva la competencia y la innovación de productos que generen patrimonio cultural.

Los beneficios que reciben las industrias creativas y culturales por parte de las entidades públicas son significativos debido a que les brinda el impulso y estímulo de creación, así mismo, les provee las herramientas necesarias para generar crecimiento y desarrollo de todas las industrias que hacen parte de la creación cultural en Colombia.

Referencias.

- Alam Syed & Noor Mohammad. (2009). *International Journal of Business and Management*.
Obtenido de ICT adoption in small and medium enterprises: aand Empirical evidence of service sectors in Malaysia.
- ASOBANCARIA. (2017). *El sector servicios: ¿vamos por buen camino?* Obtenido de Semana Económica: www.asobancaria.com
- Baran, P. (1959). *La economía política del crecimiento económico*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Baumol, W. (1967). *American Economic Review*. Obtenido de Macroeconomics of unbalanced growth: the anatomy of urban crisis.
- BONETE, R. . (2009). *La UE y el comercio mundial: su protagonismo en las .* Obtenido de Madrid: Confederación Sindical de Comisiones Obreras.
- Bustelo, P. (1999). *Teorías Contemporáneas del desarrollo económico*.
- CEPAL. (1990). *“Neoestructuralismo versus neoliberalismo en los años noventa*. Obtenido de La Crisis Social de América Latina: Una perspectiva neoestructuralista, en el desarrollo social.

- Congreso de la República. (2006). *Ley 1014 de 2006*. Obtenido de fomento a la cultura del emprendimiento: secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- DANE. (2019). *Economía Naranja*. Obtenido de Reporte Naranja DANE Mincultura: <https://www.economianaranja.gov.co/reporte-naranja-dane-mincultura/>
- DANE. (2020). *Encuesta Nacional de Calidad de vida*. Bogotá: ECV.
- DNP. (2021). *IDIC*. Obtenido de Índice de innovación departamental: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-empresarial/Competitividad/Paginas/Indice-Departamental-de-Innovacion-para-Colombia.aspx>
- DNP. (2022). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/>
- Fedesarrollo. (2019). *IMPORTANCIA DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN LA ECONOMÍA*. Obtenido de www.fedesarrollo.org.co/sites/default/files/iml_junio2019_digital.pdf
- Función pública. (2022). *Decreto 1080 de 2015 Sector Cultura* . Obtenido de Gestor Normativo: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76833>
- Función Pública. (2022). *Gestor Normativo*. Obtenido de Ley 489 de 1998: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=186>
- Función pública. (2022). *Ley 1493 de 2011*. Obtenido de Gestor Normativo: <https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45246>
- Funcion pública. (2022). *Ley 814 de 2003* . Obtenido de Gestor Normativo: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8796>
- J. C. Serrano. (2011). “*El sector servicios en la economía global: transformaciones y consecuencias*”. Obtenido de ” (Temario de : <http://clio.rediris.es>. ISSN: 1139-6237.
- Jean-Pierre, M. A. (2010). *Journal of Productivity Analysis*. Obtenido de Innovation and productivity in knowledge intensive businessservices.
- Lewis, A. (1958). *La teoría del desarrollo económico*,.
- Ley Naranja. (2017). *Congreso de Colombia*. Obtenido de Ley 1834.
- Ley Naranja. (2022). *Economía Naranja*. Obtenido de <https://www.economianaranja.gov.co/ley-naranja/>
- Lucas R. Jr. (1988). “*On the Mechanics of Economic Development*”,. *Journal of Monetary Economics*, Vol. 22, 1. .
- MinCultura. (2022). *Economía Naranja*. Obtenido de <https://www.economianaranja.gov.co/>

- Prada, K. V. (2019). *Economía naranja como potencializador de innovación en los proyectos de emprendimiento*. Obtenido de Universidad de la Salle: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1529&context=finanzas_comercio
- Rivera, J. M. (2020). *Oportunidades del Marketing digital en la promoción y posicionamiento de la Economía Naranja*. Obtenido de Universidad Piloto de Colombia: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/8190/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Roach, Stephen. (1991). *Harvard Business Review*,. Obtenido de Services under Siege: The Restructuring Imperative.
- Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte. (2014). *Lineamientos del proceso de organización del arte, la cultura y el patrimonio*. Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co>
- Secretaria general del senado. (2022). *Ley 1556 de 2012*. Obtenido de www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1556_2012.html
- Secretaria general del senado. (2022). *Ley 397 de 1997*. Obtenido de <https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337>
- Solow, R. (1956). *"A Contribution to the theory of economic growth"*. Quarterly Journal of Economics.