



ECONOMÍA NARANJA

Andrés Enrique Galindo Bernal

Asesor Viceministerio de Desarrollo Empresarial



GOBIERNO
DE COLOMBIA



MINCIT



¿Y esa naranja cómo se come?

- Involucra el uso de la **creatividad** del ser humano.
- Los **territorios** y las **personas** pueden difundir, promover y comercializar elementos únicos de su **cultura**.



**Pero es que la gran
pregunta es...**

¿CÓMO SE DEFINE?

¿Cuántos términos hemos escuchado?

- Industrias culturales
- Industrias creativas
- Industrias del ocio
- Industrias del entretenimiento
- Industrias de contenidos
- Industrias protegidas por derechos de autor
- Economía cultural
- Economía creativa

Cada uno de estos términos tiene numerosas y diversas definiciones...
¿Y ésto es malo?....

Realmente es muy natural que esta diversidad exista.

¿Cuáles son entonces las áreas comunes de todas estos términos?

Creatividad, arte y cultura como esfuerzos productivos

Productos fuertemente relacionados con derechos de propiedad intelectual en particular derechos de autor

Actividades con un rol directo en la cadena de valor de la transformación de ideas en productos o servicios

¿Y por qué naranja?

- El color naranja ha sido a menudo asociado con la cultura, creatividad e identidad.
 - ✓ En la antigüedad los artistas egipcios usaban un pigmento naranja conocido como REALGAR para la decoración de los jeroglíficos en las tumbas de los faraones.
 - ✓ Baco, Dios del vino y patrón del teatro, es representado vistiendo indumentarias naranjas.
 - ✓ En las culturas asiáticas también se ha denotado la importancia:
 - ❑ En el confucionismo es el color de la transformación.
 - ❑ En el budismo identifica los monjes líderes y promotores de la cultura.
 - ❑ En el hinduismo representa los Sadhus y el chacra naranja representa el centro de poder creativo del individuo.
 - ✓ Para el Tupac Katari de Perú es el color de la sociedad y la cultura.

A background network diagram consisting of numerous small grey dots connected by thin grey lines, forming a complex web of connections. The dots are of varying sizes and are distributed across the left and bottom portions of the slide.

Entonces la economía naranja es...

actividades productivas cultura
ideas transformación
creatividad bienes o servicios
propiedad intelectual
mercado territorio

¿Porqué dicen que es tan buena la naranja?

- El valor de la economía naranja para el 2011 ya alcanzaba 4,3 trillones de dólares!!!
- La economía naranja es un gran contribuyente a los Estados mediante el pago de impuestos.
- Las exportaciones de bienes y servicios creativos alcanzó los 646 billones de dólares en le 2011.
- Comercio creativo es menos volátil a las crisis económicas.
- Comercio de servicios creativos crece 70% más rápido que comercio de bienes creativos gracias al internet y las teconologías digitales.

¿Y en Colombia?

- Múltiples ejemplos locales del crecimiento de la industria:
 - Colombia cómo locación de películas y series.
 - Videojuegos diseñados en Colombia y vendidos en el exterior.
 - Festival Iberoamericano de teatro, festivales de Música, eventos culturales con carácter internacional.
 - Diversidad de cantantes y grupos posicionados en el escenario internacional.
 - Incremento del turismo cultural en Colombia y de la demanda de las artesanías colombianas.
 - Posicionamiento de la industria de software en mercados grandes cómo le de USA.

¿Si es tan buena porqué no se le había prestado atención?

1. Definirla es complejo (cultura, creatividad y economía son conceptos muy amplios).
2. La relación entre cultura y economía no es evidente por sí sola.
3. El acercamiento cuantitativo y económico a la cultura y la creatividad es muy reciente.
4. La recolección y difusión de datos e información relevante es inconsistente.
5. El proceso creativo que lleva un resultado tangible en un proceso o producto no es tan claro.
6. El diseño de políticas de incentivo de esta economía no tiene muchas experiencias exitosas.
7. Las personas involucradas no representan una masa crítica.

Principales necesidades del sector naranja

Fortalecer capacidades

En innovación y excelencia creativa
En oficios técnicos
Gerenciales
De promoción y mercadeo
Para la recepción y consumo

Mecanismos adecuados para su financiación

- El tiempo de retorno de las inversiones en bienes y servicios creativos es más largo que los del resto de la economía.
- Los mercados financieros no están preparados para tomar decisiones en función del valor de capital intangible (ideas, talento, capacidades).
- Se necesitan mecanismos específicos para la financiación del riesgo asociado a los proyectos creativos

Fortalecer redes

- Creadores y productores
- Distribuidores y programadores
- Entre cadenas - Clusters

Modificar la normatividad a favor del empresarismo

- Los empresarios del sector creativo generan modelos de negocio híbridos y diversificados para su sostenibilidad
- La normatividad existente no reconoce esta condición y no incentivan la generación de ingresos y empleo.

Política integral de la economía naranja

Visión

“En el 2022, Colombia tendrá un sector creativo más innovador, diversificado, fuerte en sus capacidades y sostenible”

La visión esta encaminada a cumplir con las metas 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del PNUD

Actividades que conforman el sector Naranja

Arte y Patrimonio (Categoría 1)

Artes visuales
Artes escénicas
Espectáculos
Turismo y patrimonio cultural
Educación artística y cultural

Industrias culturales (Categoría 2)

Audiovisual
Editorial
Fonográfico
Agencias de noticias
Servicios de información

Creaciones funcionales, nuevos medios, software (Categoría 3)

Medios digitales y software de contenidos
Diseño
Publicidad

Niveles de intervención

1

Comunitarios, asociativos, autogestores, emprendimientos por necesidad, iniciativas personales, ligadas al patrimonio y a los oficios de creación. Precisan capacidades y redes para su sostenibilidad.

2

Emprendedores emergentes aportan innovación y riesgo en contenidos. Requieren cofinanciación, fortalecer capacidades y red de intermediarios para el desarrollo de sus mercados y la consolidación de su modelo de negocio.

3

Empresas (PyMEs)
Ventas consolidadas, modelos de negocio funcionales y diversificados, más de 3 años de existencia. Precisan mecanismos para diversificar fuentes de financiación y rutas de circulación para escalar el modelo de negocio.

4

Industria
Trayectoria, peso en el mercado y capacidad financiera. Tienen potencial de ser de anclas de inversión y para expansión de mercados (exportación).
Precisan beneficios tributarios, agilización de permisos y procedimientos, mejoramiento de infraestructuras físicas y digitales.

1.1 Financiación: recursos no reembolsables

1.2 Financiación: línea de crédito

1.3 Financiación: fondos de capital

1.4 Financiación: incentivos

2. Asistencia técnica para el emprendimiento creativo

3. Infraestructura

4. Formación y talento humano para las artes, el patrimonio y los oficios del sector creativo

5. Internacionalización

6. Marca y posicionamiento

7. Información y conocimiento

ENTIDADES



MINCIT

iNNpuls
Colombia



"No hay nada más poderoso que una idea
cuyo tiempo ha llegado"

Honoré de Balzac
