



**LA RELACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO
EN COLOMBIA**

FRANCY LORENA BERNAL CASTRO

WILLIAM FARID BARRETO HERNÁNDEZ

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**

BOGOTÁ D.C.

29/11/2020



TABLA DE CONTENIDO

1	RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA	8
2	JUSTIFICACIÓN	12
3	ESTADO DEL ARTE.....	13
4	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
5	OBJETIVOS	19
5.1	Objetivo General	19
5.2	Objetivos Específicos.....	19
6	MARCO TEÓRICO.....	20
6.1	Valor agregado	20
6.2	PIB (producto interno bruto).....	20
6.3	Propiedad intelectual	20
6.4	Arte.....	20
6.5	Patrimonio cultural.....	20
6.6	Industrias culturales.....	21
6.7	Creaciones funcionales.....	21
6.8	DANE.....	21
6.9	Mapeo de la industria creativa	21
6.10	Metodología general cuentas satélite de cultura.....	24
6.11	La industria y el mercado del cine en Colombia: tamaño, evolución, estructura y aporte económico	25
6.11.1	El mercado del cine en Colombia:	25
6.11.2	Aporte de la industria a la economía:	27
6.12	Encadenamientos	27
6.13	Marco Conceptual.....	28
7	METODOLOGÍA	30
7.1	Países que han Implementado la Economía Creativa.....	30
7.1.1	Corea del sur	30
7.1.2	Argentina.....	31
7.1.3	México	32
7.2	Propuestas para Incentivar la Economía Naranja en Colombia	32
7.3	Plan de Implementación por Parte del Gobierno del presidente Iván Duque y los Costos para su Implementación.	34



7.3.1	Modelos de gestión	36
7.3.2	Soporte financiero.....	39
8	RESULTADOS Y ANÁLISIS	42
8.1	Logros Cumplidos en los dos Primeros años del actual Gobierno de Iván Duque Márquez	42
8.1.1	Reportes del dane sobre la economía naranja	42
8.2	Impacto de la Pandemia sobre los Planes del Gobierno	49
	<i>Decreto 475</i>	50
8.3	Tratamiento de Datos	53
9	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
9.1	Conclusiones	58
9.2	Recomendaciones.....	59
10	BIBLIOGRAFÍA CITADA	60



TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Emprendimiento y Organizaciones.....	37
Tabla 2 Principales Apuestas de la Economía Naranja.....	38
Tabla 3 Personas ocupadas en la Economía Naranja.....	44
Tabla 4 Personas Ocupadas en la Economía Creativa.....	46
Tabla 5 Cuenta de Producción total Economía Creativa.....	47
Tabla 6 <i>Población ocupada según Actividades de Inclusión total y parcial</i>	48
Tabla 7 Ocupados por Áreas de la Economía Creativa.....	48
Tabla 8 Variación porcentual en los Ocupados por Áreas de la Economía Creativa.....	49
Tabla 9 Componentes de la producción total y del valor agregado de las actividades editoriales, cinematográficas, entre otras.....	53
Tabla 10 Componentes de la producción total y del valor agregado de las actividades de artística, de entretenimiento y recreación.....	54
Tabla 11 Encadenamientos de actividades de edición y cinematográficas entre otras.....	54
Tabla 12 Encadenamientos de actividades de artística, de entretenimiento y recreación.....	54
Tabla 13 Crecimiento del PIB desde el 2014 al 2019.....	56
Tabla 14 Crecimiento de la economía creativa desde el 2014 al 2019.....	56
Tabla 15 Comparación PIB con economía creativa.....	57



TABLA DE GRAFICAS

Grafica 1 Distribución Sectorial de la Economía Creativa 2018.....	36
Grafica 2 Participación del Valor Agregado de la Economía Creativa	43
Grafica 3 Composición del Valor Agregado según Áreas de la Economía Creativa.	43
Grafica 4 Comparación Primer Reporte con el Segundo Reporte	45
Grafica 5 Composición del Valor Agregado según Áreas de la Economía Creativa	45
Grafica 6 Valor Agregado según Áreas de la Economía Creativa 2014-2019	47
Grafica 7 Participación de las Personas Ocupadas en las Actividades de la Economía Creativa en el total Nacional	49
Grafica 8 Porcentaje de creación de empresas por sectores	55
Grafica 9 Relación PIB y economía creativa.....	57

AGRADECIMIENTOS



A mi familia por siempre estar a mi lado, gracias a mis profesores por brindarme conocimiento tanto profesional, como para la vida, especialmente al profesor William Barreto y gracias a la universidad por la oportunidad de pertenecer a la comunidad Antonio Nariño en la cual he podido cumplir mis sueños y metas.

DEDICATORIA



A mi madre por su apoyo incondicional, a mi hermana mayor por ser un ejemplo de superación, de responsabilidad y de amor a su profesión, me ha enseñado lo lejos que se puede llegar con dedicación y esfuerzo, también lo dedico a mi hermano menor porque hemos crecido juntos, aprendiendo uno del otro con amor, paciencia y honestidad y por último a mi novio que cuento con él incondicionalmente, es un ejemplo vivo de lealtad y unión.



1 RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

El presente documento consta de una investigación sobre la economía naranja, como es llamada por el actual gobierno de Colombia, la cual también es conocida como economía creativa. También contiene los aspectos a tratar, los cuales son el plan de gobierno para incentivar esta economía, sus inversiones, logros en los dos años de mandato y los retos que se presentarán posterior a la pandemia por Covid-19, teniendo como base los datos sobre la influencia de la economía naranja en el PIB, desde el año 2014 hasta el año 2019, contando con una proyección hasta el año 2025 y un porcentaje de participación, con el fin de mostrar el crecimiento de la economía naranja en nuestro país, los beneficios a futuro y cómo manejar la economía después de la pandemia, basándose en los datos.



ABSTRACT

This document consists of research on the orange economy, as it is called by the current government of Colombia, which is also known as the creative economy. It also contains the aspects to be addressed, which are the government plan to incentivize this economy, its investments, achievements in the two years of mandate and the challenges that will be presented after the pandemic by Covid-19, based on data on the influence of the Orange economy on GDP, from 2014 to 2019, with a projection until 2025 and a percentage of participation, to show the growth of the orange economy in our country, future benefits and how to manage the economy after the pandemic, based on data.



INTRODUCCIÓN

La economía naranja es la bandera del actual gobierno, la cual se refiere a la industria creativa de un país (en adelante “Economía creativa”). En este caso de Colombia, donde se puede encontrar la cultura, el emprendimiento, la propiedad intelectual, el patrimonio y también la tecnología, como inspiración de nuevas ideas. “Esta industria representa el 3,3 % del PIB, lo cual muestra una oportunidad de crecer con una buena incentiva” (COLOMBIA CO, 2018).

Para el inicio del gobierno del actual presidente Iván Duque, su propuesta era multiplicar la participación de las industrias creativas en el PIB a un 6 % al finalizar su período de mandato en 2022, esto también generando entre 600.000 y 700.000 nuevos empleos, sin embargo, consultando datos del DANE, revelan que las industrias naranjas movieron 15.6 billones de pesos en el 2018, esta cifra representa un 2.5 % de crecimiento frente al 2017 (PORTAFOLIO, 2019). Y en cuanto a la empleabilidad, los resultados son los siguientes: en años anteriores había 285.944 personas que ocupaban este sector y para el 2018 se registraron 282.566, aproximadamente 3.300 personas menos que ocupan estos cargos (PORTAFOLIO, 2019).

Teniendo en cuenta los datos anteriores, se podría deducir que falta un refuerzo por parte del gobierno frente a esta industria, para que se pueda conocer los programas que quiere desarrollar la economía creativa, además adicionando la situación actual de emergencia sanitaria por el COVID-19 se puede ver como una oportunidad de asentar esta iniciativa para multiplicar la industria creativa.

Desde la aparición del COVID-19 se ha visto afecta la forma en que se vive diariamente, todos los sectores de la economía se han visto perjudicados por esta misma, pero en las industrias creativas es un golpe mayor porque son consideradas como no esenciales, entonces se afrontó la cancelación de conciertos, cines, teatros etc. Un reto para el gobierno es sostener las empresas que



estén en crecimiento y buscar la forma de promover su producto el cual puede ser por medios virtuales o incluso pequeñas convocatorias para poder disfrutar de su contenido.



2 JUSTIFICACIÓN

Con la siguiente investigación se quiere demostrar la relación del desarrollo económico en Colombia y la participación de la industria creativa. Una de las razones para desarrollar este tema, en primer lugar, es porque era la bandera de la actual presidencia de Colombia, dirigida por Iván Duque Márquez, el cual, tenía el objetivo de duplicar la participación de la economía creativa en el PIB del país, teniendo en cuenta que es una economía emergente. Por esta razón, conlleva varios retos como lo son su definición, la cual puede ser confusa, ya que, las ideas, la innovación y la creación pueden hacer parte de cualquier actividad económica. Entonces, para el desarrollo del plan de gobierno se debe tener claro qué tipo de organizaciones y emprendimientos pueden catalogarse como economía creativa, y a su vez, no descuidar los otros sectores de la economía colombiana. Ahora bien, en lo anterior se menciona que eran los planes del gobierno, como un objetivo en pasado porque con la emergencia sanitaria por Covid-19, las actividades económicas se detuvieron, y el Gobierno se enfocó en solucionar la emergencia. Sin embargo, contando con cifras del DANE del año 2019, se puede ver el crecimiento de esta economía y cómo minimiza gastos y promueve el empleo, evidenciando creación de empresas y siendo sostenibles durante este mismo periodo. Con lo anterior se quiere mostrar cómo la industria creativa puede ayudar a la reactivación de la economía colombiana y sus aportes beneficiarán a muchas personas.



3 ESTADO DEL ARTE

Blanco Valbuena, C; Bernal Torres, C; Camacho, F; Díaz Olaya, M. (2018) Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. *Scielo.conicyt.cl*, 29(3). https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642018000300015#aff4.

el objetivo de este artículo es analizar el perfil de la gestión y la creación de conocimiento en las industrias culturales y creativas mediante el procesamiento agregado y desagregado de datos y ofrecer un panorama de la denominada economía naranja y su relación con la economía basada en el conocimiento.

Este estudio, considerado descriptivo, se realizó con la información obtenida de una muestra de 110 directivos de igual número de empresas de la industria cultural y creativa con sede en Bogotá de un total de 150 directivos invitados a participar del estudio. Para la obtención de la información se aplicó un cuestionario con escala Likert, diseñado a partir de los trabajos de Macadam y Reid (2001), de Von Krogh et al. (2001) sobre el significado de las formas de conversión del conocimiento (tácito a explícito) SECI para la creación de conocimiento y los aportes de Seidler-de Alwis y Hartmann (2008) relacionados con el uso del conocimiento tácito y los aportes de Blanco (2004), Blanco y Bernal (2009) sobre percepción de la gestión del conocimiento en las empresas colombianas.

En general, según el análisis agregado de los datos, los directivos y empresarios de las empresas culturales y creativas entrevistados reconocen la importancia de la gestión del conocimiento para construir ventaja competitiva en esas empresas. Sin embargo, manifiestan que en sus empresas, es poco usual la conversión de conocimiento tácito en conocimiento explícito.



El conocimiento que en ellas se crea se hace tanto de forma individual como colectiva principalmente por medios formales y particularmente por la interacción entre personas de la misma área. El conocimiento del entorno se adquiere a través de especialistas en las tecnologías de la información.

De otra parte, el análisis desagregado de los datos (componentes principales) permitió identificar que, en esas empresas el medio de conversión de conocimiento que más impacta es la interiorización del conocimiento y no la socialización que es sugerida por los expertos para una eficaz gestión del conocimiento; la forma de mayor impacto en la creación de conocimiento es la interacción intergrupala y que no es la que se practica en esas empresas.

Duque Navia, A. (2016) Acercamiento a la Economía Creativa: Análisis de los determinantes de su posicionamiento y crecimiento, y cómo estos se han aplicado al fortalecimiento de la misma en Bogotá, Colombia. Universidad de Los Andes. Bogotá D.C <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/18099/u753962.pdf?sequence>

En este documento se encuentra el análisis general del sector, de su importancia para el desarrollo y de los determinantes para su posicionamiento, se hará una caracterización de la actividad en Colombia, impulsada principalmente por la actividad creativa y cultural de su capital, Bogotá. Esto, con el fin de identificar las falencias y las oportunidades que se vienen, para que en un futuro la Economía Creativa y Cultural sea reconocida como determinante de desarrollo y de esta manera se pueda convertir en el motor de crecimiento económico del país latinoamericano y su capital.

Las estrategias de este trabajo están basadas en los programas del gobierno británico pionero en economía creativa lo principal de este es la capacitación de los individuos para pensar



creativamente dentro un ambiente de negocios para facilitar el balance entre los diferentes ecosistemas que tienen participación dentro del sector. Se requiere entonces, de una formación académica adecuada en donde exista una vinculación entre las carreras artísticas con herramientas básicas de manejo de dinero, gerencia y marketing. Esto permitiría superar uno de los obstáculos más grandes del sector: la desconfianza entre los creativos y sus intermediarios además de ir de la mano del gobierno.

Rodríguez Oliva, L. (2018) Economía creativa en América Latina y el Caribe Mediciones y desafíos. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). *Publications.iadb.org*
<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>

Este estudio se puede catalogar como una guía de medición de la economía creativa en los países latinoamericanos y del caribe y a su vez el desarrollo de una inversión por parte BID a las industrias culturales y creativas en la región, y con el fin de fortalecer algunas áreas claves de la economía creativa como alianzas público-privadas para revitalizar centros históricos como el de Colón (Panamá), el de Río de Janeiro (Brasil), así como la promoción de las industrias culturales como motor de desarrollo socioeconómico del centro histórico de Quito (Ecuador) entre otros.

La apuesta por la economía creativa del Banco Interamericano de Desarrollo sería una estrategia para mejorar su cartera de instrumentos, reforzar el diseño de proyectos y la supervisión de la ejecución, así como para seguir mejorando sus prácticas operativas en el terreno.

4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La economía creativa en Colombia es un sector emergente, por lo cual, el actual gobierno implementó un plan acompañado de la Ley Naranja entrando en vigor en 2017, la cual, quiere ayudar a crecer toda empresa perteneciente a la industria creativa. Sin embargo, se deben mirar algunos puntos para encontrar el problema.

El presidente promete que “basado en las industrias culturales, el PIB del país se duplicará para el 2025” ¿Cómo pretende hacerlo? El primer paso fue la implementación de la ley naranja cuando aún era senador. Esta ley “promueve una política de incentivos y de facilidades de financiación para los productores creativos y culturales.”

Sin embargo, según el Ministerio de Cultura, la economía naranja genera un impacto de apenas 1.5% en la economía nacional. Cifra para nada despreciable, pero tampoco suficiente para afirmar que será la base de la economía y que duplicará el PIB en menos de diez años, como ya lo dijo el presidente (LatinAmerican Post, 2018).

Lo anterior da a entender que no hay suficientes industrias creativas en el país. Por esta razón su crecimiento es bajo y lento, así que la idea de multiplicar la participación de la economía creativa en el PIB puede que lleve más de cinco años en realizarse.

También hay otra situación; el desempleo por la falta de un mercado establecido en la industria creativa. Con la siguiente información se expresa que estos trabajos de cultura suelen ser informales, entonces no se encasillan en ningún lado, claro que el Gobierno ha hecho lo posible por cambiar esta situación.

A pesar del papel activo del gobierno central y sus intentos por formalizar y fortalecer el sector cultural, uno de los mayores problemas es que su estructura y procedimientos siguen siendo informales. Por tal razón, no es posible dimensionar el sector de manera exacta.

Un número significativo de actividades culturales en el país se llevan a cabo en espacios no convencionales, donde emergen nuevas prácticas creativas y circulan e intercambian productos y servicios culturales (Lado B, 2018).

Con la siguiente afirmación se da a entender que, aunque existe la producción de industria creativa, no está formalizada y, por ende, no es constante. Los creadores y aportantes de la industria no tienen garantías, incluso no se puede asegurar que participen en el plan de gobierno cuando no son tenidos en cuenta.

Adicional a esto, el estudio profesional va muy ligado al crecimiento de la economía creativa y al desempleo, pues esto parece una solución a lo anterior, pero en estos dos datos se puede ver que hay una carencia frente a las necesidades de este gremio.

el presidente Duque que el gobierno está comprometido con “el impulso a la economía naranja para que nuestros actores, artistas, productores, músicos, diseñadores, publicistas, joyeros, dramaturgos, fotógrafos, y animadores digitales conquisten mercados, mejoren sus ingresos, emprendan con éxito, posicionen su talento y atraigan los ojos del mundo”.

Puede verse en este discurso que el apoyo está inclinado a los campos profesionales únicamente, en un país en el que, según cifras del Ministerio de Educación, solo el 7.5% de la población alcanza el nivel de educación profesional.

Así, el apoyo del gobierno estaría dirigido a una población muy reducida que cuenta con el capital para emprender. Estos emprendimientos culturales generarían muchos empleos, por supuesto. Pero el apoyo económico no iría entonces hacia el artesano, sino a la institución para la que trabaja (LatinAmerican Post, 2018).

En Colombia, las personas a quienes les interesa una carrera en el sector cultural normalmente optan por una educación en artes, ciencias sociales o humanidades (ciencias políticas, historia, antropología, sociología, literatura). Las entrevistas y los grupos focales que se llevaron a cabo para este proyecto de investigación mostraron que en estos programas los estudiantes reciben una formación en la respectiva teoría de su disciplina, pero adquieren muy pocas capacidades prácticas que les podrían ser útiles para sacar adelante un proyecto o una empresa cultural (Lado B, 2018).

Con lo siguiente se puede ver cómo se van por caminos separados la educación y el emprendimiento. Algo que debe ir de la mano y más al apoyar una industria emergente. No se puede enfocar solo en que la economía creativa es inventar o innovar, hay varios factores que se involucran para hacerla crecer. Es por todo lo anterior que se plantea la siguiente pregunta problema ¿Cómo se puede solucionar que no exista una estructura empresarial fuerte en la economía creativa?



5 OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Determinar si existe una relación positiva entre la economía creativa y el PIB en Colombia, observando las estrategias del gobierno para el crecimiento de las industrias creativas, tomando datos desde el año 2014 al 2019.

5.2 Objetivos Específicos

- ❖ Reconocer la relación estadística entre el PIB y la economía creativa, con el fin de evidenciar la falta de un tejido empresarial en esta industria, lo cual no permite el crecimiento económico.
- ❖ Analizar las políticas públicas de Colombia, iniciando con la ley naranja de 2017 hasta el 2019, las cuales están enfocadas en el desarrollo de la economía creativa y su impulso al sector.
- ❖ Precisar el crecimiento de la industria creativa en Colombia, desde el año 2014 hasta el 2019, haciendo énfasis en el inicio del actual gobierno y su plan de desarrollo económico (2018), haciendo una comparación del valor agregado de los sectores de esta industria.
- ❖ Evidenciar el crecimiento en la creación de empresas, en los sectores de la industria creativa en Colombia, durante el año 2019, comparándolos con el resto de los sectores económicos.



6 MARCO TEÓRICO

La economía creativa es un concepto relativamente nuevo, que empezó a tomar fuerza después del año 2000, principalmente en Latinoamérica, lo que se busca con esta economía es impulsar el arte, la cultura y tecnología de cada país, a través de ideas e innovación. A continuación, se exponen algunos métodos y conceptos para el fundamento de la investigación.

6.1 Valor agregado

es la utilidad adicional que tiene un bien o servicio como consecuencia de haber sufrido un proceso de transformación. Dicho de otro modo, el valor de un producto o servicio vale más que la suma de los recursos utilizados.

6.2 PIB (producto interno bruto)

Sigla de producto interior bruto, conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año.

6.3 Propiedad intelectual

es una rama del derecho que busca por una parte fomentar la innovación, la creación y la transferencia tecnológica y por la otra, ordenar los mercados facilitando la toma de decisiones por el público consumidor.

6.4 Arte

Actividad en la que el hombre recrea, con una finalidad estética, un aspecto de la realidad o un sentimiento en formas bellas valiéndose de la materia, la imagen o el sonido.

6.5 Patrimonio cultural

es un conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos, y luego resignificados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes.



6.6 Industrias culturales

podría definir como el conjunto de empresas e instituciones cuya principal actividad económica es la producción de cultura con fines lucrativos. Por otra parte, ciertas maneras de denominar a estas industrias y consumos tiende a dotarlos de una suerte de estatus privilegiado, de una cierta “aura”.

6.7 Creaciones funcionales

Se caracterizan por realizar actividades coordinadas entre sí, para que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales y/o creativos. El valor de estos bienes está determinado, en muchos casos, por el contenido de propiedad intelectual que albergan.

6.8 DANE

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) es la entidad responsable de la producción de estadísticas oficiales en Colombia, así como de la coordinación del Sistema Estadístico Nacional.

6.9 Mapeo de la industria creativa

El mapeo se usa como método de identificación de la producción y actividades económicas de cada país. En este caso, es utilizado para conocer la ubicación y cantidad de las industrias creativas en Colombia, teniendo en cuenta varios estudios con diferentes puntos. También se profundiza en este tema, ya que, hace parte de las 7i, las cuales son: Información, Instituciones, Industria, Infraestructura, Integración, Inclusión e Inspiración. Dichas estrategias son parte del plan de gobierno para el desarrollo de la economía creativa. Así, se apoya el crecimiento y ayuda a conocer el mercado actual. Dicho mapeo se halla en la estrategia Información, la cual promueve un correcto levantamiento de datos constantes y confiables en lo que respecta a los sectores de esta economía.



En el primer estudio Guía Práctica para Mapear Las Industrias Creativas, Otorga una definición clara y para qué sirve, también muestra el proceso de como mapear dándole una importancia a este.

El mapeo es una forma rápida de definir una tarea que abarca toda una serie de métodos analíticos para recolectar y presentar información a propósito de la variedad y del alcance de las industrias creativas. La intención principal del mapeo es la de poner en perspectiva el valor económico de las industrias creativas, particularmente en lugares donde no se sabe casi nada de ellas (BOP Consulting, 2010).

Adicional a esto genera una guía para hacer el mapeo de la cual se toma tres puntos importantes que sirven de guía para este trabajo.

¿Por qué mapear? El mapeo obedece a la necesidad de evaluar el valor de las industrias creativas dentro de la economía total. Esto se puede cuantificar con cifras como el nivel de empleo, el número y el tamaño de los negocios creativos, exportaciones, valor bruto añadido o la sectorización de la fuerza de trabajo (género, origen étnico, por ejemplo).

¿Qué asuntos de políticas públicas puede abordar el mapeo? Rara vez alguien acomete un proyecto de mapeo por mera curiosidad intelectual. La mayoría de los organizadores pretende influir en el desarrollo futuro de las industrias creativas. Sin embargo, para conseguirlo, deben entender qué áreas de la política pueden llegar a ser realmente influenciadas por el proyecto de mapeo.

¿Cómo se definen las industrias creativas? El primer paso consiste en convenir una definición de industrias creativas. Definir qué empresas quedan por fuera y cuáles



quedan adentro nos ayudará a establecer el alcance del proyecto. Como se ha visto hasta ahora, no hay una definición estándar de industrias creativas, pues cada país adopta una distinta según sean sus necesidades. En la mayoría de los proyectos de mapeo se elige una definición que refleje las características de la realidad industrial, cultural y social de cada país. Esto se puede lograr trabajando con expertos del país o del exterior (BOP Consulting, 2010).

La información anterior es la base para el comienzo del mapeo en este trabajo, ya que aparte del perfilamiento de las economías creativas, las políticas públicas es lo que puede resolver el problema ya planteado y va de la mano con la definición y clasificación de las industrias creativas.

En la siguiente investigación se puede ver el uso de la anterior guía para el mapeo de toda la economía creativa en Colombia. Además de una clasificación detallada, se manejan los datos de marco conceptual, información económica y casos para cada actividad económica, en este último se relacionan ejemplos y al final del documento una recomendación para cada una de ellas. La investigación muestra un gran recurso y como se pasa a la vida real.

El Departamento de Diseño de la Facultad de Arquitectura y Diseño y el CEDE (Centro de Estudios de Desarrollo Económico) de la Universidad de los Andes, encargados de la primera etapa del programa de Industrias Creativas del British Council presenta el Mapeo de las Industrias Creativas en Bogotá. El objetivo general de esta investigación es presentar un diagnóstico del sector Industrias Creativas en la ciudad de Bogotá y Soacha, tomando como referencia el modelo aplicado en el Reino Unido y presentado por el British Council en Colombia, con los respectivos ajustes al contexto colombiano y con la asesoría del economista



doctor Calvin Taylor, profesor de la Universidad de Leeds (BRITISH COUNCIL, 2002).

En esta última investigación encontramos un mapeo hecho en el Atlántico por la cámara de comercio de allí, con el fin de determinar el impacto de la cultura de la región a la economía creativa, haciendo una comparación con los demás sectores económicos, incluyendo su impacto en las importaciones y exportaciones.

El presente trabajo pretende mapear las características de este sector y analizar sus ventajas y desventajas, para convertirse en catalizador del crecimiento, a través del desarrollo de las industrias creativas que se derivan de este: Artes escénicas, Artes visuales, Audiovisual, Música, Diseño, Patrimonio Material, Patrimonio Inmaterial y Formación Artística (Camara de Comercio de Barranquilla, 2016).

6.10 Metodología general cuentas satélite de cultura

Partiendo de la Constitución Política de Colombia de 1991 y la Ley General de Cultura de 1997, quedo clara la necesidad de hacer mediciones económicas del sector cultural, como parte del desarrollo. Con lo anterior se comprendieron aspectos de vital importancia como: la oferta y la demanda de las industrias culturales; la dignificación de los trabajadores de la cultura; el turismo y el patrimonio culturales, y la cultura como eje en los planes territoriales y sectoriales de desarrollo (DANE, 2015).

Por lo anterior se desarrollaron las cuentas satélites que son una extensión del Sistema de Cuentas Nacionales que comparte sus conceptos, definiciones y clasificaciones. Permiten ampliar la capacidad analítica a un área de interés específico (DANE, 2015).



6.11 La industria y el mercado del cine en Colombia: tamaño, evolución, estructura y aporte económico

La industria del cine en Colombia, que, como en otros países, está estructurada en productores, distribuidores y exhibidores, que, a su vez, interactúan con otras ventanas como son las industrias de televisión y video (Convenio Andres Bello, 2003).

6.11.1 El mercado del cine en Colombia:

Este mercado se ha visto afectado los últimos años. Lo que significa que la cantidad de asistentes a cine ha disminuido paulatinamente. En Bogotá, que es el principal mercado de este sector, los consumidores principales son personas de estratos bajos, los cuales representan el 70 % de los asistentes a las salas, mientras que las personas de estratos altos solo representan el 30 %. Esta situación no es ajena a otros países de América Latina.

En 1983, el promedio de asistentes a cine era de 66 millones, y pasó a 16 millones en 1999. Hay dos hipótesis para esta problemática; la primera es que, esta disminución estuvo concentrada en personas de bajos recursos. La otra es la aparición de alternativas de entretenimiento como centros comerciales, coliseos, televisión por cable y satelital, etc. La industria del cine se reinventó, y cambió las salas amplias con una sola pantalla por una serie de salas pequeñas en un solo complejo ubicado principalmente en los centros comerciales llamado multiplex. Ofreciendo así, una amplia gama de servicios y películas.

Tomando en cuenta la concentración de personas en el país, las exhibiciones de largometrajes se concentran en las principales ciudades, siendo Bogotá la principal con el 36 % de las pantallas existentes. Por otra parte, solamente el 5 % de los 1.160 municipios del país cuenta con salas de cine.



En la cadena cinematográfica (productores, distribuidores y exhibidores), Colombia sigue esta estructura, pero la participación extranjera es mayoritaria en los dos primeros eslabones. La producción de películas en el país es bastante reducida, siendo en gran medida un oficio temporal. Una forma de medir esto es viendo la participación de películas exhibidas con relación a las extranjeras. Así, se determina que dicha participación no supera el 2 %.

Incluso en el mercado extranjero, la participación de producciones colombianas es mínima. Además, este mercado es iberoamericano, siendo nula la participación en países desarrollados. Por otro lado, los programas de televisión superan a las producciones cineastas en este aspecto.

En cuestiones de distribución, convergen empresas nacionales como extranjeras. Así, el 96 % de participación yace en las cuatro empresas principales, de las cuales, Cine Colombia tiene un 37 % de dicha participación.

La exhibición también está concentrada en muy pocas empresas, pero también hay muchas empresas pequeñas que tienen su participación en los diferentes municipios del país.

No existen estudios alrededor de la estructura del sector y su comportamiento económico ni de las consecuencias de este en el mercado, solo apreciaciones de los agentes que participan en este sector. Algunos de estos mencionan el poder de las empresas extranjeras y su alta participación en distribución y exhibición. La realidad es que, el poder de la producción colombiana en términos de negociación es mínima, ya que, no está en la capacidad de ofrecer una alta variedad de productos de cine y audiovisión como sí las distribuidoras extranjeras.

Los distribuidores por su parte se dividen en dos: Los distribuidores extranjeros, los cuales disponen de amplio conocimiento del mercado, un gran respaldo y además una alta capacidad de distribución y una oferta continua. Y los distribuidores nacionales, los cuales distribuyen material



nacional y extranjero, pero que su poder derivar principalmente de la exhibición y no de la distribución.

Por último, los exhibidores nacionales conservan algún poder negociador que deriva del control de las salas de cine, pero esto no evita que los grandes distribuidores extranjeros también tengan su monopolio de salas (Convenio Andres Bello, 2003).

6.11.2 Aporte de la industria a la economía:

El principal aporte de la industria del cine en Colombia es la generación de empleos, así como la agregación de valor en los insumos por utilización combinada de trabajo y capital, importación de tecnología y la exportación de derechos (Convenio Andres Bello, 2003).

6.12 Encadenamientos

Los encadenamientos como su nombre lo indica es unir una cosa con otra, en este caso se refiere a la industria creativa y como influye en el resto de las actividades del país. Los encadenamientos directos hacia atrás mide la capacidad de un sector atraer a otros ligados a él, por su demanda de bienes de consumo intermedio y los encadenamientos directos hacia adelante miden la capacidad de un sector para estimular otros, con el fin de hacer crecer la oferta.

El concepto de Hirschman de más influencia en el análisis económico es el de “encadenamientos”, hacia adelante y hacia atrás. Este concepto hace énfasis en las complementariedades del proceso de desarrollo, en contraste con el énfasis en la sustitución, en el cual se centró gran parte de la microeconomía neoclásica. Hirschman definió los eslabonamientos como una secuencia característica, más o menos imperativa, de decisiones de inversión que ocurren en el proceso de industrialización y desarrollo económico. En su forma simple, es un intento por descubrir cómo “una cosa conduce a otra”. En los eslabonamientos hacia atrás la



dirección del estímulo va del artículo terminado a las materias primas o semiprocesadas con que se producen maquinarias (del producto al insumo). Los eslabonamientos hacia adelante van en la otra dirección, la existencia de un producto A, un artículo de demanda final o insumo de B actúa como estímulo para establecer la línea C (Blanco, 2013).

6.13 Marco Conceptual

Estas son algunas definiciones de la economía creativa por parte de organizaciones mundiales para el desarrollo, la cultura y la economía:

El nombre de la economía naranja fue otorgado por Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez en su libro titulado "La Economía Naranja: una oportunidad infinita". En la cual, se explica que el color naranja es escogido porque hace referencia a la creatividad y, además, se encuentra una definición de esta.

Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: I) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y II) las áreas de soporte para la creatividad (Restrepo F. B., 2019).

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD): En **primer** lugar, en esta economía se propende por la creación de empleo y ganancias a través de la generación de ingresos para sus diferentes industrias, mientras respetan la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano. **Segundo**, subsume a los aspectos sociales, culturales y económicos que



interactúan con los modelos de negocios de base tecnológica, de propiedad intelectual y de turismo (UNCTAD, 2019).

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI): las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDAs) son aquellas que se dedican, son interdependientes, o que se relacionan directa e indirectamente con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor (OMPI, 2018).

Teniendo en cuenta los siguientes conceptos la economía naranja es una oportunidad para la creatividad e impulsar un sector económico un poco olvidado o que se piensa que no es tan provechoso, pero de cada idea creativa se adquieren ingresos, se minimizan gastos y se aumenta el empleo.

Se puede ver como ejemplo una empresa llamada Torre en Colombia es famosa por ser una empresa de banco de voces digital siendo esta la más grande del mundo. Cuenta con 60 empleados y más de 5.000 contrataciones en Colombia y en diferentes países y fue valorada en 50 millones de dólares en 2010.



7 METODOLOGÍA

7.1 Países que han Implementado la Economía Creativa

En el mundo en general, la economía naranja ha sido un aporte de gran magnitud como se ve en estos ejemplos: Según el Banco Interamericano de Desarrollo, “en Latinoamérica y el Caribe, las industrias culturales y creativas generan anualmente 1.9 millones de empleos, e ingresos superiores a 175.000 millones de dólares” (Revista PanamericanaWorld, 2019, párrafo quinto).

Según el informe “Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries” de la UNESCO, la cultura y los bienes o servicios directamente relacionados con la creatividad representan un 3% del PIB mundial, y dan empleo a 29,5 millones de personas en el mundo, más que lo que aportan sectores como el de las telecomunicaciones o economías nacionales como la alemana. Los ingresos de las industrias culturales y creativas en el mundo representan US\$2,25 billones, más que toda la industria automovilística de Europa, Japón y Estados Unidos (Banco Interamericano de Desarrollo, 2016).

La economía naranja en las siete economías más grandes de Latinoamérica y el Caribe (LAC), Brasil lideraría el sector con 66.870 millones de dólares; seguido de México (55.000 millones); Argentina (17.000 millones); Colombia (11.000 millones); Venezuela (unos 5.000 millones); y Perú (4.720 millones de dólares) (notimérica, 2015).

7.1.1 Corea del sur

Uno de los países pionero en la economía naranja es Corea del sur, logrando que en las dos últimas décadas la industria de cultura y entretenimiento dupliquen los ingresos de industrias



tradicionales como el acero, “arrojando en el año 2015 aproximadamente \$4.87 mil millones de dólares para la industria de contenidos” (Camara de Comercio Colombocorean, 2019).

Corea ha impulsado la industria creativa a través del entretenimiento, invirtiendo en música con el género llamada k-pop y programas de televisión, transmitidos en canales locales causando una gran aceptación en los televidentes y más en la población joven, “en el año 2011 significó en exportaciones de naturaleza cultural, 4.200 millones de USD” (Camara de Comercio Colombocorean, 2019).

Además, para aprovechar la tecnología se desea transmitir la televisión por equipos móviles aprovechando que tiene el internet más veloz del mundo y ocupan el cuarto lugar en desarrollo de las TIC en el mundo.

7.1.2 Argentina

La economía naranja en Argentina es una parte representativa e importante en los últimos años según el SINCA (Sistema de Información Cultural Argentino) una forma de ver este porcentaje es a través del valor agregado bruto cultural o llamado VAB el cual mostro una expansión en 2017 del 4,2% en comparación con el año anterior, también su participación en el VAB cultural fue del 2,56% en 2017. Estos datos nos muestran el alza de la participación de estos sectores en la economía.

Los principales sectores que componen el VAB Cultural argentino son el audiovisual (28%), la publicidad (16%) y los contenidos digitales (16%). En términos de empleo, las actividades culturales generaron casi 310 mil puestos de trabajo en 2017, es decir, el 1,5% del total de la economía (Camara Argentina de Comercio y Servicios, 2018).



7.1.3 México

Es un país que está implementando la economía naranja, impulsando el sector audiovisual, con la posición 14 en importancia en la industria creativa, con un 3,5% del PIB nacional, este ha sido fundamental para el crecimiento aportando 1.3 millones de empleos en México.

“La economía naranja es, por lo tanto, uno de los pilares sobre los que se basará el desarrollo económico de México en los próximos años” (Revista PanamericanaWorld, 2019).

Para muchas personas que pertenecen al sector audiovisual reconocen que esta industria es muy fuerte en México y si además se invierte y se promueve el emerger, crecer y crear en esta misma los resultados pueden ser mejores porque ya desde el 2016 por ejemplo, “el valor bruto de la producción cinematográfica ascendió a \$34924 millones de pesos y generó 28.434 puestos de trabajo” (Revista PanamericanaWorld, 2019).

7.2 Propuestas para Incentivar la Economía Naranja en Colombia

Para el desarrollo de la economía naranja en Colombia, se han diseñado unas propuestas las cuales se contemplan en la ley 1834 de 2017, se conocerá el objetivo de la nombrada ley y las estrategias para lograr el crecimiento de las industrias creativas.

Artículo 1: Objeto. La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual (Congreso de Colombia, 2017, p. 1).

Artículo 5°. Las 7i. Estrategia para la gestión pública. Las 7i serán entendidas como las estrategias que se implementarán para darle efectiva aplicación a esta: ley:

1. Información. Se promoverá un adecuado levantamiento de información constante, confiable y comparable sobre los sectores de la economía creativa.



2. Instituciones. Se coordinará la gestión administrativa que permita involucrar al sector público, privado, mixto y no gubernamental, que permita articular de forma adecuada los postulados de la Economía Creativa. La articulación de las instituciones u organizaciones públicas y privadas a nivel regional también es necesaria para crear un terreno fértil para la industria cultural y creativa, sobre todo en los departamentos, ciudades, distritos y municipios.

3. Industria. Se fortalecerá el papel de las industrias creativas, así como su formalización y adecuación, con la finalidad de que se privilegie y apoye su contribución en el producto interno bruto.

4. Infraestructura. Se desarrollará la infraestructura necesaria para que, en el marco de las competencias del Gobierno nacional y los Gobiernos locales, se privilegie la inversión en infraestructura física e infraestructura virtual, así como a su acceso inclusivo.

5. Integración. Se promoverán 105 instrumentos internacionales necesarios para que las industrias de la economía creativa obtengan acceso adecuado a mercados fortaleciendo así su exportación, sin perjuicio de aquellos tratados y obligaciones internacionales suscritas y ratificadas por Colombia.

6. Inclusión. Se promoverá el desarrollo de las industrias creativas, con miras a que estas se conviertan en vehículos de integración y resocialización como generadoras de oportunidades laborales y económicas. En este sentido, se fortalecerán espacios de circulación independientes de todas las artes en general mediante el reconocimiento de los mismos espacios y equipamientos culturales. A través de la difusión de contenidos locales independientes, se impulsarán vías de circulación



tales como radio pública y comunitaria, tv pública, salas alternas de cine, librerías, espacios de circulación de música en vivo y artes escénicas habituales y no habituales y otros mecanismos de circulación de bienes y servicios culturales que beneficien principalmente la comercialización y consumo de contenidos locales y nacionales.

7. Inspiración. Se promoverá la participación en escenarios locales, virtuales, nacionales e internacionales que permitan mostrar el talento nacional, conocer el talento internacional, e inspirar la cultura participativa desarrollando la Economía Creativa en todas sus expresiones (Congreso de Colombia, 2017, p. 2).

7.3 Plan de Implementación por Parte del Gobierno del presidente Iván Duque y los Costos para su Implementación.

Uno de los propósitos del presidente Iván Duque para el cuatrienio es fortalecer las economías culturales del país a través de la economía naranja, con un proyecto que busca el crecimiento del arte, cine, patrimonio, incluyendo la tecnología, su objetivo es:

Fortalecer y crear mecanismos que permitan desarrollar el potencial económico de la cultura y generar condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se pretende propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales (Crear talento, 2020, p. 5).



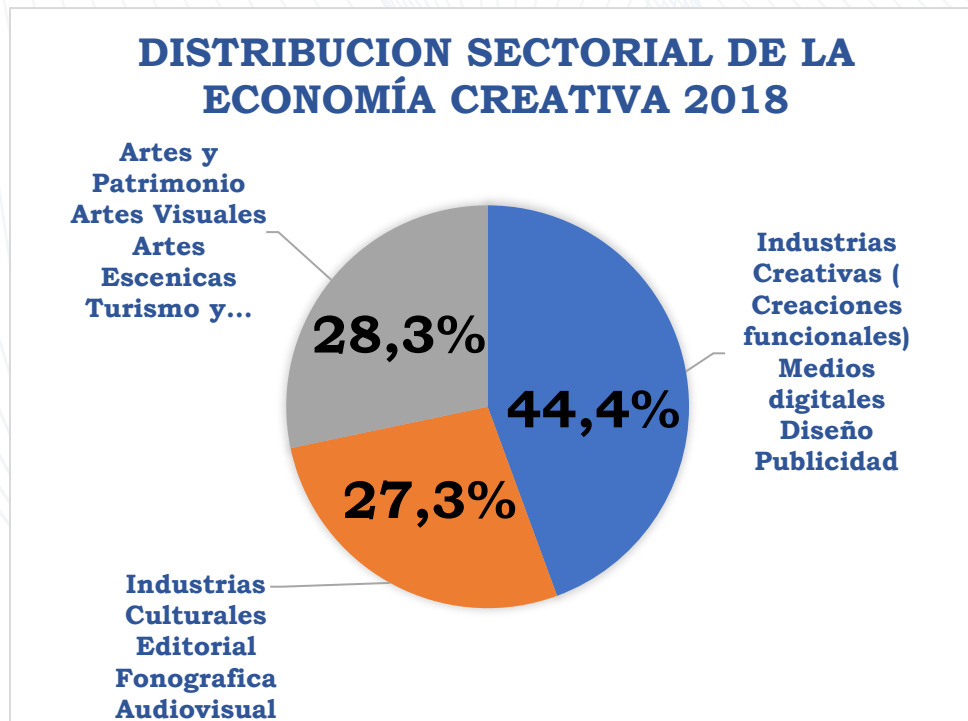
Entonces, para lograr esto se encuentra una guía que establece cual es el pacto creado por la política de la economía creativa que es por la protección y promoción de nuestra cultura y patrimonio, esta se divide en dos líneas:

- ❖ A: la cual busca profundizar en la cultura y promoverla en todo el territorio, sus objetivos son: el generar un espacio para la creación y preservación de la cultura, y también proteger el patrimonio nacional.
- ❖ B: crecer en el emprendimiento y desarrollo de industrias enfocadas en la artes y la tecnología y sus objetivos son:
 1. Información efectiva.
 2. Fortalecer entorno institucional.
 3. Potencializar oferta pública.
 4. Impulsar agendas creativas y ADN
 5. Integración con mercados internacionales y otros sectores productivos.
 6. Condiciones habilitantes para capital humano.
 7. Promoción de la propiedad intelectual (Crear talento, 2020).

En el desarrollo de la economía creativa en Colombia, se encuentran varios escenarios, en cuanto como se encuentra cada empresa y el proceso necesario para impulsar o expandir su proyecto, al querer participar en esta implementación de la economía naranja, lo primero es ubicar la actividad de la industria creativa que esté desarrollando o tenga una idea de proyecto, en este se encuentra una distribución sectorial: Artes y Patrimonio (artes visuales, artes escénicas, turismo y patrimonio cultural y educación), Industrias Culturales (editorial, fonográfica, audiovisual) y Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software de contenidos (medios digitales, diseño, publicidad). A partir de esto cada programa tiene las herramientas para desarrollarlo, con entidades

para la ayuda financiera quienes serán las que deciden el beneficio para cada proyecto. Podemos observar la distribución sectorial en la siguiente **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** .

Grafica 1 *Distribución Sectorial de la Economía Creativa 2018*



Fuente: elaboración propia, datos tomados de (Crear talento, 2020)

7.3.1 Modelos de gestión

Es la forma en la que se organizaron las empresas y proyectos para identificar las necesidades de cada uno y así ofrecer el asesoramiento adecuado para el fortalecimiento y crecimiento de las industrias creativas, estos se clasificaron así;

- Informales y comunitarios.
- Sin ánimo de lucro.
- Emergentes.
- En vías de consolidación.

- Empresas consolidadas (Crear talento, 2020, p. 10).

Cada uno de ellos cuenta con: Financiamiento, talento, tecnología e infraestructura, programas descubrimiento emprendedor, comercialización, regulación y competencia, motivación, servicios a plan de negocios. esto con el fin del crecimiento de las industrias creativas. Como se puede ver en la siguiente **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**

Tabla 1 *Emprendimiento y Organizaciones*

EMPRENDIMIENTOS Y ORGANIZACIONES				
1. Informales y comunitarios	2. Sin ánimo de lucro	3. Emergentes	4. En vías de consolidación	5. Empresas consolidadas
Emprendimientos no formalizados de carácter comunitario	Están formalizados como entidades sin ánimo de lucro	Están formalmente constituidas	Cuenta con líneas de negocios funcionales y diversificadas	Tienen trayectoria en el mercado y músculo financiero
Tienen desafíos para lograr ingresos sostenibles	Tienen desafíos para lograr ingresos sostenibles	Innovan y asumen riesgos en los contenidos que crean, producen y comercializan	Han logrado la estabilidad de ingresos en el tiempo	Son demandantes de talento, productos y servicios de los emprendedores creativos
Iniciativas de autogestión y gestión comunitaria ligadas a las artes el patrimonio y los oficios	Iniciativas de autogestión y gestión comunitaria ligadas a las artes el patrimonio y los oficios	Son autogestores, trabajan por proyectos y tiene fuentes de ingresos intermitentes	Requieren financiamiento para expandir rutas de circulación y escalar el modelo de negocio	Tienen potencial de ser anclas de inversión y expansión de mercados (exportación)
Ejecutan proyectos con objetivo de impacto local y comunitario	Ejecutan proyectos con objetivo de impacto local y comunitario	Requieren fortalecer capacidades y redes de intermediarios	Tiene el desafío de innovar, aumentar su productividad y perfilar sus bienes y servicios para mercados más competitivos	Necesitan marcos regulatorios estables, mejoramiento de infraestructura e incentivos a la inversión
Necesitan fortalecer sus capacidades y redes	Necesitan fortalecer sus capacidades y redes	Requieren capital semilla para el desarrollo de sus mercados		

Fuente: elaboración propia, la tabla muestra los tipos de emprendimiento y organizaciones que aplican al plan de gobierno, datos tomados de: (Crear talento, 2020)



La economía creativa en Colombia se desarrollará a través de una política que reúne 7 líneas estratégicas, en la que participan 21 entidades del Gobierno Nacional, con más de 70 programas enfocados en generar condiciones para que los proyectos creativos de los colombianos en cualquier territorio sean sostenibles. Esta iniciativa representa una articulación sin precedentes para trabajar por la cultura y la creatividad del país (Crear talento, 2020, p. 21).

Lo que quiere lograr la economía creativa y a lo que le apuesta durante estos cuatro años de presidencia se explica en la siguiente **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

Tabla 2 Principales Apuestas de la Economía Naranja

ESTRATEGIAS DE LA ECONOMÍA CREATIVA						
INSTITUCIONES	INFORMACIÓN	INSPIRACIÓN	INCLUSIÓN	INDUSTRIA	INTEGRACIÓN	INFRAESTRUCTURA
Creación corporación colombiana crea	Sistema de información en economía creativa	Fortalecimiento de escuelas taller y talleres escuela	Identificación de brechas de capacidades y diseño de cualificaciones	Formación para el emprendimiento	Turismo cultural	Implementación de mínimo 5 ADNs
Ley de financiamiento (rentas naranja exentas)	Cuentas satélites de cultura y economía creativa	Programas de estímulos y concertación	Transferencia de conocimiento al interior de los emprendimientos creativos	Laboratorios de diseño de artesanías de Colombia	Fortalecimiento de mercados culturales y creativos	Línea de crédito Reactiva-Finder para infraestructura cultural
FDS y ampliación ley 1556	Mapeos regionales y sectoriales	Espacios de experimentación y laboratorios creativos	Competencias creativas en la infancia y la juventud	Fondo emprender (SENA)	Fortalecimiento de la participación colombiana en mercados extranjeros	Regalías para proyectos de infraestructura cultural
Agendas regionales para la economía creativa	Red de observatorios	Estímulos a investigación y creación	BEPS naranja	Programas INNPulsa	Mercados integrados de contenidos originales	Alianza público privadas-APPs para construcción y gestión de infraestructura
Ampliación ley 1556 y extensiones otros géneros		Política de derecho de autor	Identificación de brechas sectoriales	Fábricas de productividad	Capacidades empresariales para elevar la productividad	Estímulos a planes de sostenibilidad de infraestructuras culturales
			Diseño de cualificaciones	Bono naranjas (Bancóldex)	Sello Colombia crea	
			Piloto de formación en oficios audiovisuales		PINES naranja	
					Estrategia de comunicaciones	

Fuente: elaboración propia, en la tabla se encuentra los 7 en donde va a invertir la economía creativa, datos tomados de: (Crear talento, 2020)



7.3.2 *Soporte financiero*

Para el soporte financiero de la economía naranja se encuentra a Bancóldex el cual creó la línea de crédito llamada Exprimiendo naranjas.

“Tenemos disponibles 400.000 millones de pesos para apoyar de forma concreta el desarrollo de las empresas que realicen actividades fundamentadas en la propiedad intelectual, el diseño, la investigación, el desarrollo artístico, el talento humano y en general, la creatividad” (Melo, 2018).

Esto hace parte de la iniciativa de la política de la economía naranja en Colombia, con el fin de dar apoyo a la creación y crecimiento de empresas destinadas a las industrias creativas, cada empresa puede llegar a obtener hasta 1.500 millones de pesos y pagos hasta 7 años, contando con periodos de gracias, el crédito puede ser invertido en maquinaria y equipos, infraestructura, muebles, adecuaciones, instalaciones, materias primas, costos de constitución e inicio de actividades de la empresa, gastos operacionales y también puede ser utilizado para el saldar pasivos de la empresa.

Dada la diversidad de actividades que la componen, el impulso a la Economía Naranja debe ser amplio e integral, atendiendo necesidades tanto de liquidez en corto y mediano plazo, como de inversión para el fortalecimiento productivo y competitivo de las empresas (Restrepo J. M., 2018).

También se puede encontrar empresas y ministerios que han contribuido con la financiación de la economía naranja.

En los primeros 15 meses de Gobierno, la inversión para promover la Economía Naranja superó los 1,4 billones de pesos. Por primera vez, 31 agencias



del Estado articularon su oferta para apoyar procesos de formación artística, emprendimiento cultural y circulación de bienes y servicios culturales y creativos.

- ❖ El SENA destinó más de 579.000 millones de pesos para brindar formación técnica, tecnológica y en competencias relacionadas con áreas de la economía creativa a más de un millón de personas.
- ❖ Colciencias destinó más de 567.000 millones de pesos a procesos de investigación y creación relacionados con la Economía Naranja.
- ❖ El SENA destinó más de 25.000 millones de pesos para la creación de empresas naranja. Entre agosto de 2018 y julio de 2019 esta entidad desembolsó 14.282 millones de pesos para 118 empresas, que esperan generar 705 empleos directos en 68 municipios de 25 departamentos.
- ❖ MinTIC e INNpulsar Colombia destinaron más de 8.000 millones para beneficiar a 287 emprendedores de la Economía Naranja, de los cuales 124 participaron en los programas Mega i Naranja, Capital Naranja y Aldea Naranja.
- ❖ Colombia Productiva, en alianza con MinTIC, destinaron más de 18.000 millones de pesos para el programa de desarrollo y asimilación de tecnologías avanzadas, donde se benefician empresas naranjas.
- ❖ Artesanías de Colombia apoyó a 14.971 artesanos en 300 municipios del país, a través de programas de asistencia técnica y fomento a la comercialización, generándoles ingresos por casi 10.000 millones.
- ❖ Se consolidaron 17 nodos naranja en las regiones, con la participación de 250 entidades públicas y privadas. Esto permitirá focalizar los recursos públicos e incentivar la inversión privada en este sector.



- ❖ Min Cultura aumentó en 69 % el presupuesto del Programa Nacional de Estímulos. Se destinaron 25.000 millones para convocatorias que promueven la formación, investigación, creación y circulación de bienes y servicios culturales.
- ❖ Min Cultura apoyó, a través del Programa Nacional de Concertación, a 773 festivales en 32 departamentos, con una inversión de 23.833 millones de pesos.
- ❖ A noviembre de 2019, el recaudo logrado por medio de la Ley de Espectáculos Públicos (LEP) superó los 27.000 millones de pesos, una cifra histórica que va a permitir el fortalecimiento de la infraestructura cultural destinada para el desarrollo de las artes escénicas.
- ❖ Colpensiones y Min Cultura otorgaron más de 63.000 millones en Beneficios Económicos Periódicos (BEPS) a creadores y gestores culturales (Noticia de industria, 2019).



8 RESULTADOS Y ANÁLISIS

8.1 Logros Cumplidos en los dos Primeros años del actual Gobierno de Iván Duque Márquez

8.1.1 Reportes del dane sobre la economía naranja

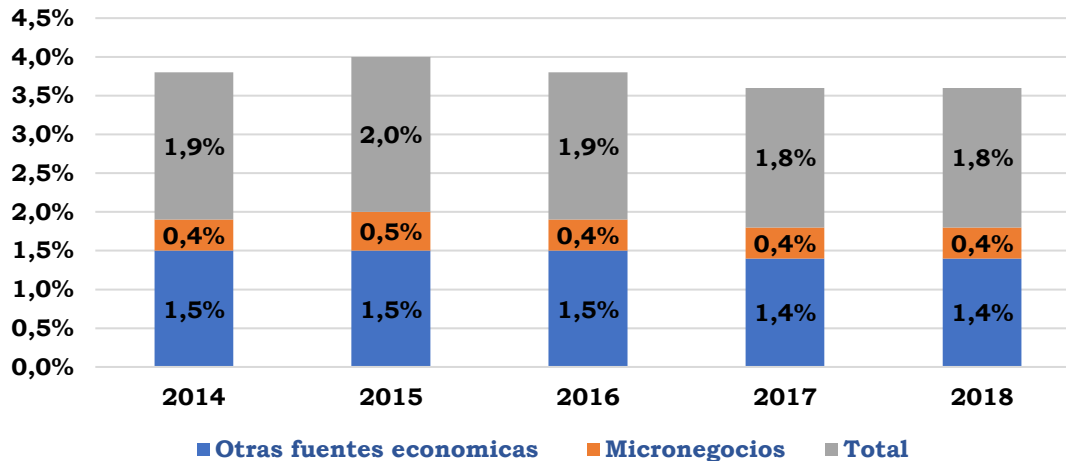
En los reportes del DANE se encontro cifras, comparaciones y graficas sobre el movimiento de la economia naranja en los años de 2018 y 2019, tomando como referencia desde el años 2014 y mostrando el crecimiento y ayudando a lo planteado por el presidente Ivan Duque, quien dice que la economia naranja aporta un poco mas que industrias como la minera, se vera aconticuacion tres reportes del dane.

8.1.1.1 **Primer reporte** Se explica la definición de economía naranja, cifras sobre años anteriores y el año 2018, apreciando el crecimiento de esta y como ha afectado cada rama de esta economía. “Como antecedente, entre 2014 y 2017 la Cuenta Satélite de Cultura reportó un peso relativo promedio del valor agregado del campo cultural de 1,1% en el total del valor agregado nacional” (DANE, 2019, p. 15).

El valor agregado de la economía naranja en comparación con el valor agregado nacional para el periodo de 2014-2018 tiene un promedio de 1.9%, como se puede apreciar en la siguiente **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

Grafica 2 Participación del Valor Agregado de la Economía Creativa

PARTICIPACIÓN DEL VALOR AGREGADO DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL TOTAL DEL VALOR AGREGADO NACIONAL 2014-2018

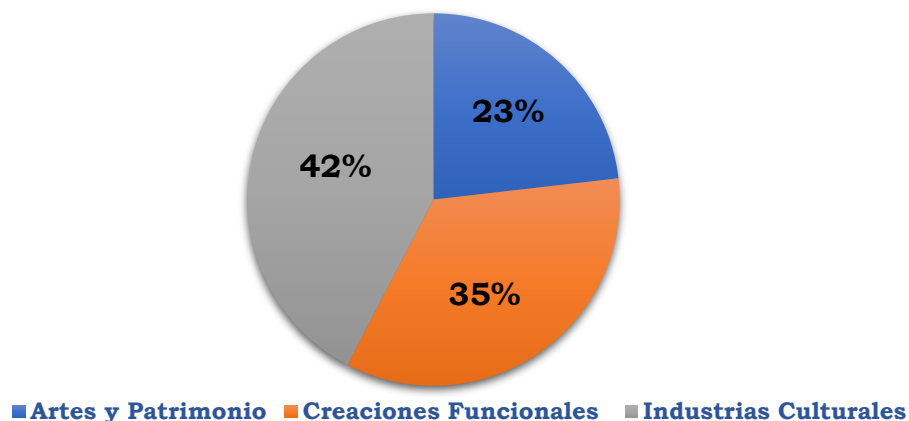


Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2019)

Además, se puede apreciar el valor agregados en las ramas que está dividida la economía naranja sus porcentajes son los siguientes: “Industrias Culturales 42,4%, Creaciones Funcionales 34,5% y Artes y Patrimonio 23,2%” (DANE, 2019, p. 16), como se puede ver en esta **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**

Grafica 3 Composición del Valor Agregado según Áreas de la Economía Creativa.

COMPOSICIÓN DEL VALOR AGREGADO SEGÚN ÁREAS EN LA ECONOMÍA CREATIVA-PROMEDIO 2014-2018





Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2019)

También se hizo una medida sobre la cantidad de ocupación de las personas en las industrias creativas, este punto es importante porque uno de los objetivos de esta economía es generar empleo y un crecimiento general, los porcentajes del año 2014 al 2018 están relacionados en la siguiente **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

Tabla 3 *Personas ocupadas en la Economía Naranja*

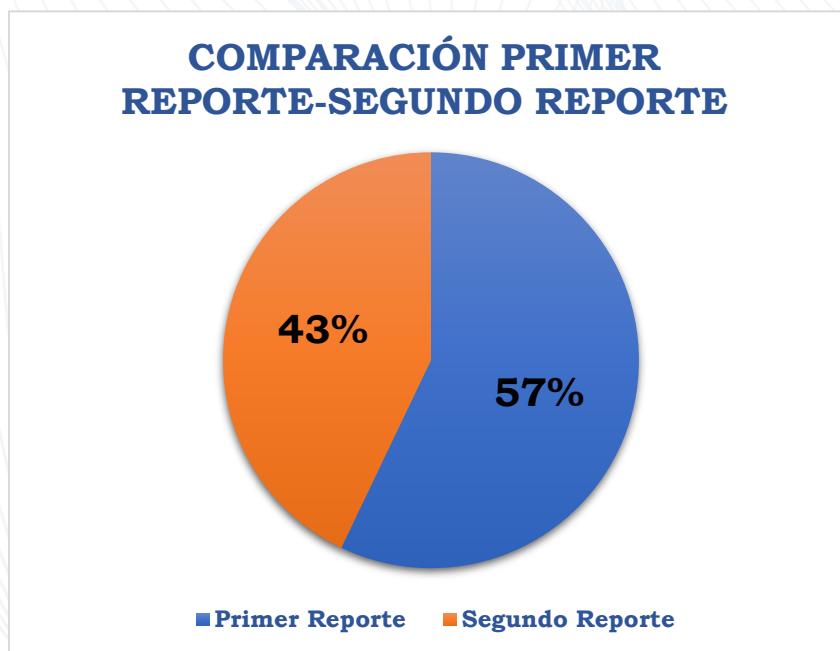
PERSONAS OCUPADAS EN LA ECONOMÍA CREATIVA		
AÑOS	PERSONAS OCUPAS EN LA ECONOMÍA CREATIVA	% DE OCUPADOS EN LAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS E INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
2014	286.358	2,7%
2015	290.929	2,7%
2016	285.944	2,7%
2017	283.984	2,6%
2018	282.566	2,6%

Fuente: elaboración propia, datos tomados del (DANE, 2019)

8.1.1.2 Segundo reporte. En este reporte se presentan las cifras del valor agregado de la economía naranja, haciendo una comparación con las del primer reporte, ampliando el espectro de actividades.

En el valor agregado promedio de la Cultura y Economía Naranja, publicado en esta oportunidad para la serie 2014-2018 el 57,1% corresponde al valor agregado publicado en el primer Reporte (mayo), en tanto que el 42,9% hace referencia al conjunto de actividades pertenecientes a la Economía Naranja incluidas en el segundo Reporte (DANE, 2019, p. 20), **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

Grafica 4 Comparación Primer Reporte con el Segundo Reporte



Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2019)

“La composición del valor agregado según áreas en la Economía Naranja es: Creaciones funcionales, con 44,4%; Artes y patrimonio, 28,3%; e Industrias culturales, 27,3%” (DANE, 2019, p. 21), ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

Grafica 5 Composición del Valor Agregado según Áreas de la Economía Creativa

**COMPOSICIÓN DEL VALOR AGREGADO
SEGÚN ÁREAS EN LA ECONOMÍA
CREATIVA 2014-2018**





Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2019)

El cambio de un periodo al otro es bastante notable, creaciones funcionales creció un 9.9%, artes y patrimonio un crecimiento del 5.1% e industrias culturales tuvo un decrecimiento del 15%.

Para el primer reporte se tuvo en cuenta solo las actividades que tenían inclusión a la economía creativa, que en total eran 32. Para segundo reporte se tuvieron en cuenta actividades con inclusión parcial y total, siendo 101 actividades, el resultado fue el siguiente:

En las actividades de Economía Naranja, los ocupados presentan un crecimiento de 4,10% en el año 2018P con respecto al año 2017. Por otra parte, para el 2018 los ocupados en actividades de inclusión total participan con 68,70%, y en actividades de inclusión parcial con un 31,30% (DANE, 2019, p. 23) **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

Tabla 4 *Personas Ocupadas en la Economía Creativa*

NÚMERO DE OCUPADOS EN ACTIVIDADES DE ECONOMÍA CREATIVA					
AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
OCUPADOS EN ACTIVIDADES DE INCLUSIÓN TOTAL	331.033	338.295	359.663	352.118	370.959
OCUPADOS EN ACTIVIDADES DE INCLUSIÓN PARCIAL	153.495	148.701	163.486	166.535	168.974
TOTAL, OCUPADOS	484.528	486.996	523.149	518.653	539.933

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2019)

8.1.1.3 Tercer reporte: En el tercer reporte contamos con datos del año 2019, las cifras son las siguientes: “La composición del valor agregado por cada una de las áreas de la Economía Naranja es: Creaciones funcionales, con 45,6%; Artes y patrimonio, 29,2%; e Industrias culturales, 25,2%” (DANE, 2020, p. 12) **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..** Haciendo una comparación con el segundo reporte se encontró un aumento en creaciones funcionales del 1,2%, para artes y patrimonio un aumento del 0,9% y para industrias culturales disminuyó un 2,1%, siendo esta última la que presenta una constante de disminución de la participación Gráfica 6.

Gráfica 6 Valor Agregado según Áreas de la Economía Creativa 2014-2019



Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

De acuerdo con las series encadenadas de volumen con año de referencia 2015, el comportamiento de la Economía Naranja presenta un crecimiento del valor agregado de 0,8% para 2018p con respecto a 2017. Por su parte, el valor agregado para 2019pr con respecto al año anterior presenta un crecimiento de 1,6%. El



crecimiento del valor agregado en 2019pr con respecto a 2014 fue de 3,0% (DANE, 2020, p. 14), **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

Tabla 5 Cuenta de Producción total Economía Creativa

CUENTA DE PRODUCCIÓN						
CONCEPTOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
PRODUCCIÓN	41.410.190	42.876.581	42.805.425	42.433.887	43.714.397	44.255.854
CONSUMO INTERMEDIO	17.874.304	19.053.271	19.017610	18.770.333	19.861.753	20.010.283
VALOR AGREGADO BRUTO	23.535.553	23.823.310	23.787.815	23.663.479	23.853.221	24.245.710

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

“Los ocupados en las actividades de la Economía Naranja presentan un crecimiento de 4,1% en 2019pr con respecto a 2018p” (DANE, 2020, p. 15), **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

Tabla 6 Población ocupada según Actividades de Inclusión total y parcial

Áreas	2017			2018			2019		
	Asalariados	Indepnte	Total	Asalariados	Indepnte	Total	Asalariados	Indepnte	Total
Ocupados Actividades Inclusión total	193.362	158.757	352.119	180.951	186.545	367.496	186.430	188.669	375.099
Ocupados Actividades Inclusión Parcial	89.198	112.995	202.193	84.564	120.807	205.371	96.768	124.581	221.349
Total, Ocupados	282.560	271.752	554.312	265.515	307.352	572.867	283.198	313.250	596.448

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

Por la contingencia presentada con motivo de la pandemia del Covid-19, y por el consecuente aislamiento social obligatorio, las actividades de la Economía Naranja presentaron una disminución en el número de ocupados durante abril de 2020 en 34,7% con respecto a abril de 2019.

El comportamiento de las tres áreas de la Economía creativa fue el siguiente: una disminución en el número de ocupados de 33,2% en las Artes y el Patrimonio, de

43,4% en el área de Industrias Culturales y de 32,6% para las Creaciones Funcionales (DANE, 2020, p. 15), **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia., ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

Tabla 7 Ocupados por Áreas de la Economía Creativa

ÁREA	2018	2019	2020
Artes y patrimonio	286.376	259.625	173.388
Industrias culturales	71.967	96.292	54.521
Creaciones funcionales	181.264	225.200	151.836
Total ocupados	539.607	581.117	379.745

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

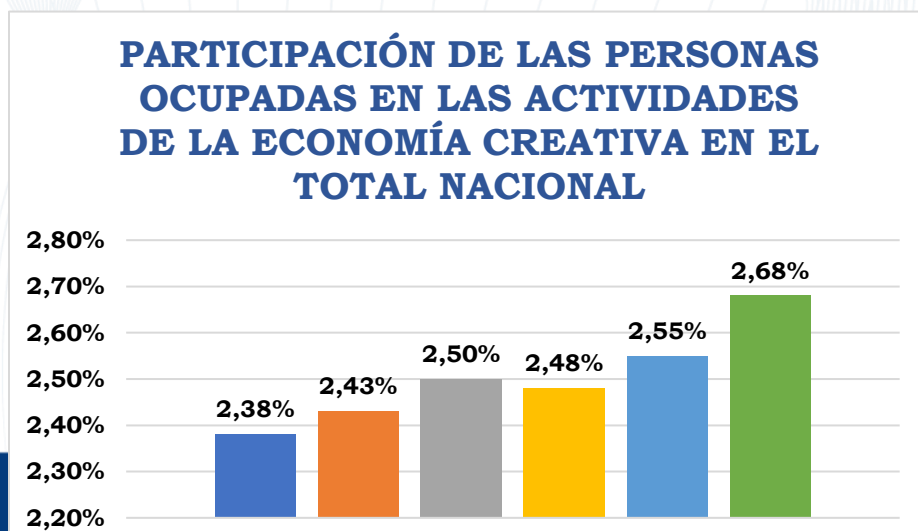
Tabla 8 Variación porcentual en los Ocupados por Áreas de la Economía Creativa

Área	2019	2020
Artes y patrimonio	-9,3%	-33,2%
Industrias culturales	33,8%	-43,4%
Creaciones funcionales	24,2%	-32,6%
Variación porcentual	7,7%	-34,7%

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

“La participación de la población ocupada en actividades de Economía Naranja en Colombia con respecto al total nacional en 2018p 2 fue de 2,55% mientras que para 2019 fue de 2,68%” (DANE, 2020, p. 17) Grafica 7.

Grafica 7 Participación de las Personas Ocupadas en las Actividades de la Economía Creativa en el total Nacional





Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

8.2 Impacto de la Pandemia sobre los Planes del Gobierno

La emergencia sanitaria por el covid-19 afectó la economía general de todos los países del mundo, en Colombia no fue la excepción, para contrarrestar esto, el gobierno decidió generar algunas ayudas por medio del decreto 475, el cual tiene beneficios para las personas contribuyentes de la economía creativa y de alguna forma empezó a mover la economía en general, sin embargo se pudo encontrar algunas incoherencias en el decreto, lo cual hace lento el proceso de crecimiento de la economía creativa.

Decreto 475

1 seguridad social para los creadores y gestores culturales Beneficios Económicos Periódicos (BEPS): Se destinarán \$80.000 millones a través de los Beneficios Económicos Periódicos (BEPS Naranja). Se busca beneficiar a más de 3 mil creadores y gestores culturales de la tercera edad.

Los alcaldes y gobernadores deberán realizar la apropiación y el giro de los recursos provenientes del 20% de la Estampilla Procultura, destinados a la seguridad social de creadores y gestores culturales, a más tardar el 30 de abril de 2020 (ABC del decreto 475, 2020).



Según Mariana Garcés Córdoba, exministra de cultura, este dinero estaba en las alcaldías y gobernaciones desde 2017, con el decreto 2012 del 30 de noviembre de 2017, el dinero ya era destinado a los adultos mayores del sector de industrias creativas, además que el dinero es proveniente de la Estampilla pro cultura lo que nos dice que el gobierno no está haciendo ningún aporte (Cordoba, 2020).

2 beneficios para espectáculos públicos de las artes escénicas: Destinación transitoria de más de \$40.000 millones, provenientes de la contribución parafiscal de espectáculos públicos de las artes escénicas.

Los recursos girados o que se giren a 31 de diciembre de 2020 por parte del Ministerio de Cultura a los municipios y distritos, podrán destinarse hasta el 30 de septiembre de 2021 para apoyar al sector cultural de las artes escénicas, en las actividades de creación, formación virtual, producción y circulación, en cualquier modalidad (presencial o virtual).

Los responsables de cultura de municipios y distritos podrán establecer mecanismos ágiles de selección de los proyectos, para que en 30 días se puedan beneficiar todos los agentes de la cadena de valor (artistas, productores, promotores, etc.) de la industria de espectáculos públicos (ABC del decreto 475, 2020).

Lo que se hizo para cumplir con este beneficio fue modificar temporalmente la ley 1143 de 2011 la cual dice que la boletería de precio de 3 UVTS o más pague una contribución del 10%, la cual es recaudada por el ministerio de cultura y se les gira a los municipios que la genera. Ahora bien, con el decreto para la emergencia es que a través de convocatorias ágiles se puedan entregar estos dineros para proyectos, pero la recaudación en las diferentes ciudades es diferente, por



ejempló Bogotá recauda más que Cali entonces esta distribución no es equitativa y el dinero es insuficiente para todos (Cordoba, 2020).

3 ampliación de plazos en pagos parafiscales: Para productores ocasionales: Las boletas y los derechos de asistencia comercializados y entregados entre marzo y junio de 2020, sujetos al pago de la contribución parafiscal, podrán ser declarados y pagados hasta el 30 de septiembre de 2020.

Sector cinematográfico: Se amplía el plazo para la declaración y el pago de la Cuota para el Desarrollo Cinematográfico, correspondiente a las actividades realizadas entre marzo y junio de 2020, hasta el 30 de septiembre de 2020.

Desde marzo y hasta junio de 2020, para la aplicación del beneficio de la disminución de la Cuota para el Desarrollo Cinematográfico para los exhibidores, se podrá acreditar la exhibición de cortometrajes nacionales durante 8 días calendario del respectivo mes (usualmente se requieren 15 días) (ABC del decreto 475, 2020).

Se puede concluir que la iniciativa es más para incentivar que para ayudar, porque igual se tiene que pagar y si no se tienen los recursos es muy difícil, la medida debió ser de exoneración teniendo en cuenta que los ingresos y el trabajo para este sector esta reducido (Cordoba, 2020).

4 ampliación de fechas para la realización de eventos apoyados por los Programas Nacionales de Concertación y Estímulos: Los representantes legales de las organizaciones culturales del sector privado sin ánimo de lucro, de las entidades públicas, resguardos y cabildos indígenas, y consejos comunitarios de comunidades negras, podrán solicitar a Min Cultura el trámite oportuno de



prórrogas que permitan modificar metas, actividades y cronogramas, en los casos que sea necesario (ABC del decreto 475, 2020).

Es necesario el ampliar las fechas de los eventos por obvias razones, decretar esto es irrelevante, ahora se debió ver la manera de seguir con los eventos de manera virtual o aportar alguna solución la cual le permita a los afectados del sector seguir con sus actividades de una forma diferente pero no perder los programas (Cordoba, 2020).

Teniendo en cuenta la opinión y observaciones de la exministra Mariana Garcés, se deduce que es prioritaria este sector de la economía como todos y sumándole que es la bandera del actual gobierno, pero en el afán de suplir necesidades por la pandemia no se tomaron bien los puntos donde podían necesitar más ayuda, además que el plan desarrollo de la economía va enfocado para emprendedores y los que ya tienen establecimiento, hora bien si con esta pandemia las empresas cierran y los emprendedores no tienen recursos es muy difícil que el plan de gobierno siga en pie.

8.3 Tratamiento de Datos

Para observar el crecimiento de la economía creativa y cómo influye en el PIB se tendrá en cuenta el impacto de esta en los otros sectores de la economía de Colombia. Se trabajará con la matriz insumo-producto actualizado para 2017, tomando algunas características como lo son: valor agregado, producción total e importaciones. Se hará el análisis con las actividades editoriales; cinematográficas; audiovisuales, software, difusión y desarrollo, etc. Y actividades artísticas, de recreación y entretenimiento.

En la matriz insumo-producto se observa que el valor de producción del mercado total generado por estas actividades es de 17.881 y 15.168 millones de pesos respectivamente. Y esta producción se distribuye en los componentes del valor agregado bruto como se ve en las siguientes tablas: Tabla 9 y Tabla 10.

Tabla 9 Componentes de la producción total y del valor agregado de las actividades editoriales, cinematográficas, entre otras

ACTIVIDADES DE EDICIÓN Y CINEMATOGRÁFICAS ENTRE OTRAS	
COMPONENTES DE LA PRODUCCION TOTAL	
CONSUMO INTERMEDIO	15.283
VALOR AGREGADO	9.968
PRODUCCIÓN TOTAL	17.881
IMPORTACIONES	1.249
COMPONENTES DEL VALOR AGREGADO	
REMUNERACIÓN DE LOS ASALARIADOS	5.353
IMPUESTOS MENOS SUBVENCIONES SOBRE LA PRODUCCIÓN E IMPORTACIONES	392
INGRESO MIXTO	232
EXCEDENTE DE EXPLOTACIÓN BRUTO	3.991
VALOR AGREGADO	9.968

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

Tabla 10 Componentes de la producción total y del valor agregado de las actividades de artística, de entretenimiento y recreación

ACTIVIDADES DE ARTÍSTICA, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN	
COMPONENTES DE LA PRODUCCION TOTAL	
CONSUMO INTERMEDIO	3.032
VALOR AGREGADO	9.364
PRODUCCIÓN TOTAL	15.168
IMPORTACIONES	672
COMPONENTES DEL VALOR AGREGADO	
REMUNERACIÓN DE LOS ASALARIADOS	3.063
IMPUESTOS MENOS SUBVENCIONES SOBRE LA PRODUCCIÓN E IMPORTACIONES	163
INGRESO MIXTO	933
EXCEDENTE DE EXPLOTACIÓN BRUTO	5.205
VALOR AGREGADO	9.364

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)



En lo anterior se analiza que aproximadamente el 55 % y el 61 % para cada actividad respectivamente representan el valor agregado, y el resto de los valores corresponde a las compras realizadas por estas actividades a otros sectores.

Para conocer el aumento de las actividades creativas sobre la demanda del sector se toman los datos de la matriz insumo-producto haciendo un encadenamiento hacia adelante y un encadenamiento hacia atrás, datos en las siguientes tablas: Tabla 11 y Tabla 12.

Tabla 11 Encadenamientos de actividades de edición y cinematográficas entre otras

ACTIVIDADES DE EDICIÓN Y CINEMATOGRAFICAS ENTRE OTRAS	
ENCADENAMIENTOS DIRECTOS HACIA ADELANTE	2,606223709
ENCADENAMIENTOS DIRECTOS HACIA ATRÁS	1,708881425

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

Tabla 12 Encadenamientos de actividades de artística, de entretenimiento y recreación

ACTIVIDADES DE ARTÍSTICA, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN	
ENCADENAMIENTOS DIRECTOS HACIA ADELANTE	6,0243015
ENCADENAMIENTOS DIRECTOS HACIA ATRÁS	1,607829405

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

A partir de los cálculos se obtiene un porcentaje de encadenamientos directos hacia delante de 2,60 y 6,02 respectivamente, esto quiere decir que, si la demanda por actividades creativas aumenta en 100 millones de pesos, el impacto en la oferta aumenta los porcentajes mencionados.

Además de los datos anteriores también se muestra la inversión del gobierno en la creación de empresas para el sector creativo esto es lo que ha crecido en el año 2019.

Se conoció que en los primeros 15 meses de este gobierno, “la inversión para promover la economía naranja superó los 1,4 billones de pesos. Por primera vez, 31 agencias del Estado están articuladas con su oferta para apoyar procesos de formación artística, emprendimiento cultural y circulación de bienes y servicios; 21 de estas hacen inversión directa (El Tiempo, 2019).

La creación de empresas en Colombia en el 2019 fue de 259.026 las cuales pertenecen el 3% a industria creativa y según datos Dane por cada 100 empresas creadas en la economía creativa, 38 sobreviven al termino de 5 años. A continuación, se encuentra que aproximadamente el 60% de estas empresas se constituyeron en creaciones funcionales, seguido por artes y patrimonio con un aproximado de 22% y las industrias culturales 18% (Bell, 2019). Como se ve en la Grafica 8

Grafica 8 Porcentaje de creación de empresas por sectores



Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

Y para consolidar todos los datos se realizó una proyección mostrando, el crecimiento del PIB en los años 2014-2019, también el crecimiento de la economía creativa para este mismo periodo y por último una comparación de los dos resultados anteriores para observar la relación que existe entre estos dos elementos.

El crecimiento del PIB mantiene un promedio de 2,6% aproximadamente, también se observa una tendencia a la baja.

Tabla 13 Crecimiento del PIB desde el 2014 al 2019

AÑOS	PIB	CRECIMIENTO	PORCENTAJE %
2014	781.589	33.650	4,31
2015	804.692	23.103	2,87
2016	821.489	16.797	2,04
2017	832.656	11.167	1,34



2018	853.600	20.944	2,45
2019	881.429	27.829	3,16
2020	604.664	-276.765	

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

Tabla 14 Crecimiento de la economía creativa desde el 2014 al 2019

AÑOS	ECONOMÍA CREATIVA	CRECIMIENTO	PORCENTAJE %
2014	24.656	587	2,38
2015	25.587	931	3,64
2016	26.868	1.281	4,77
2017	26.931	63	0,23
2018	27.282	351	1,29
2019	27.857	575	2,06
2020	16.541	-11.316	

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

El crecimiento de la economía creativa mantiene un promedio de 2,4% aproximadamente, también se observa una tendencia a la baja.

Tabla 15 Comparación PIB con economía creativa

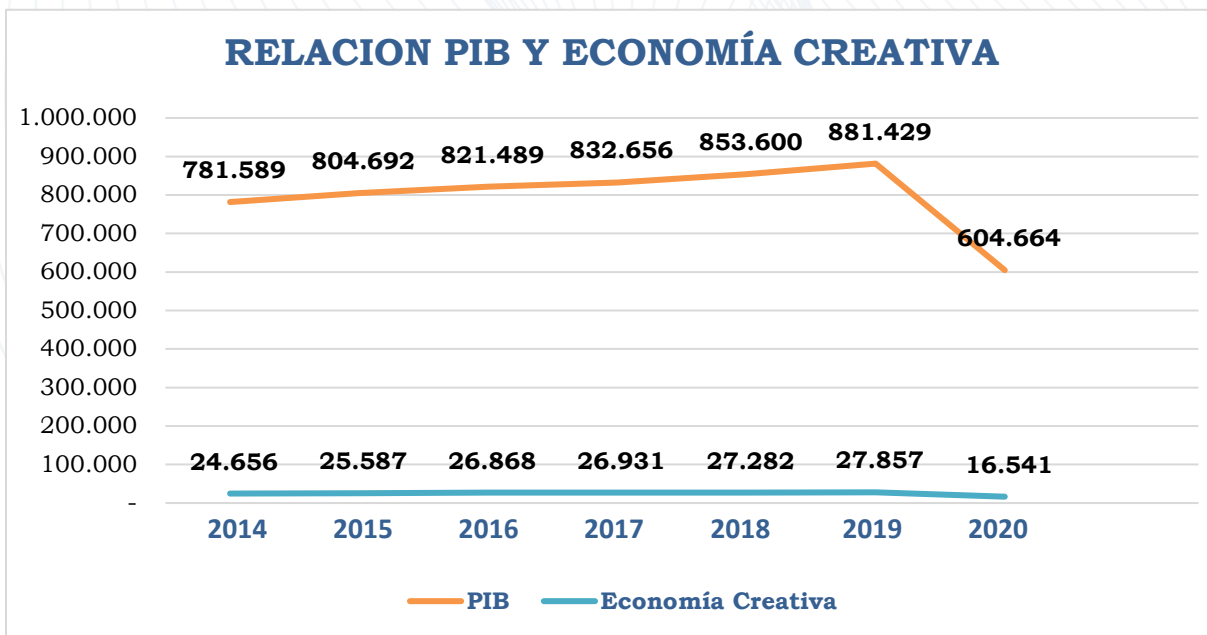
AÑOS	PIB	ECONOMÍA CREATIVA	PARTICIPACIÓN
2014	781.589	24.656	3,15
2015	804.692	25.587	3,18
2016	821.489	26.868	3,27
2017	832.656	26.931	3,23
2018	853.600	27.282	3,20
2019	881.429	27.857	3,16
2020	604.664	16.541	2,74

Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

Con la siguiente información se observa una relación directa entre la economía creativa y el PIB, lo que indica que cuando aumenta una también aumenta la otra, pero teniendo en cuenta el

problema de la falta de estructura empresarial en la mencionada industria esto puede afectar esta dependencia y se caería la economía colombiana, ahora bien tomando como guía este comportamiento se solucionaría dicho inconveniente porque están ligados.

Grafica 9 Relación PIB y economía creativa



Fuente: elaboración propia datos tomados de: (DANE, 2020)

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusiones

- ❖ Al hacer la proyección del PIB y la economía creativa se puede afirmar la relación entre las dos variables, sin embargo como su crecimiento no es de la misma magnitud y además no hay un tejido empresarial sólido en esta industria, esta dependencia se vuelve frágil afectando toda la economía colombiana.
- ❖ No hay una cultura clara de crear empresa en la industria creativa por lo tanto se encuentran problemas como el desempleo o la falta de un mercado, entonces al inyectar capital se puede promover por un tiempo corto el empleo pero no será permanente, lo que hace que



exista la informalidad, la idea de invertir debe verse a futuro y que aspectos dan esa base para mantener una empresa y no solo se quede en proyectos intermitentes.

- ❖ No existe una estructura fuerte de empresas de economía creativa, lo cual se une a la anterior conclusión, los emprendimientos son recientes de hace menos de 5 años y solo 1 de cada 10, lleva más de 20 años en el mercado, contando que de cada 100 empresas creadas en este gremio después de 5 años solo sobreviven 38, es un porcentaje bastante bajo contando que estos datos son arrojados del 2019 teniendo en cuenta el plan de gobierno, al parecer la inversión creativa esta teniendo otras prioridades, se debe trabajar más en la sostenibilidad de un proyecto, esto otorga la estructura económica entonces, los profesionales de la industria no tienen en donde generar sus ideas innovaciones y demás.

9.2 Recomendaciones

- ❖ Crear políticas públicas que incentiven el emprendimiento en universidades directamente en carreras relacionadas con la industria creativa.
- ❖ Seguir con la profundización de esta economía, haciendo una comparación con las otras economías de Colombia.
- ❖ Una forma de restablecer el incremento de la economía creativa es incentivar los emprendedores y ayudar a que las ideas de negocio o negocios pequeños crezcan y se genere empleo, guiándose siempre por los planes del actual gobierno.



10 BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ABC del decreto 475. (25 de 03 de 2020). *Consejo nacional de la economía naranja*. Obtenido de economianaranja.gov.co: <https://economianaranja.gov.co/media/3bglbtx2/abc-decreto-475.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (18 de 01 de 2016). *Economía naranja' genera 3% del PIB mundial (y 29,5 millones de empleos)*. Obtenido de estrategiaynegocios.net: <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/920947-330/econom%C3%ADa-naranja-genera-3-del-pib-mundial-y-295-millones-de-empleos>
- Bell, J. G. (8 de 11 de 2019). *Conozca las empresas naranja consolidadas y los nuevos emprendimientos que nacen en el sector*. Obtenido de La Republica.co: <https://www.larepublica.co/especiales/economia-naranja-noviembre-2019/conozca-las-empresas-naranja-consolidadas-y-los-nuevos-emprendimientos-que-nacen-en-el-sector-2930153>
- Blanco, L. A. (2013). HIRSCHMAN: UN GRAN CIENTÍFICO SOCIAL. *Revista de Economía Institucional*, vol. 15,, 47-64.
- BOP Consulting. (2010). *Guía práctica para mapear las industrias creativas*. Londres: British Council. Obtenido de https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_ODAI_Guia-practica-para-mapear-las-industrias-creativas_v1_010110.pdf
- BRITISH COUNCIL. (diciembre de 2002). *MAPEO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS BOGOTÁ Y SOACHA*. Obtenido de [britishcouncil.org.co: http://www.britishcouncil.org.co/mapeo.pdf](http://www.britishcouncil.org.co/mapeo.pdf)
- Camara Argentina de Comercio y Servicios. (10 de 2018). *Informe sobre Economía Creativa*. Obtenido de [cac.com: https://www.cac.com.ar/data/documentos/21_Econom%C3%ADa%20Naranja.pdf](https://www.cac.com.ar/data/documentos/21_Econom%C3%ADa%20Naranja.pdf)
- Camara de Comercio Colombocoreana. (04 de 04 de 2019). *Corea, país pionero de la economía creativa*. Obtenido de [colombocoreana.com: https://www.colombocoreana.com/wp/2019/04/04/corea-pais-pionero-de-la-economia-naranja/](https://www.colombocoreana.com/wp/2019/04/04/corea-pais-pionero-de-la-economia-naranja/)
- Camara de Comercio de Barranquilla. (2016). *LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL ATLÁNTICO: MAPEO CULTURAL*. Obtenido de [bibliotecadigital.ccb.org.co: https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/18798/Industrias%20creativas.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/18798/Industrias%20creativas.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- COLOMBIA CO. (2018). *LA ECONOMÍA NARANJA EN COLOMBIA*. Obtenido de [investincolombia.com.co: https://investincolombia.com.co/es/articulos-y-herramientas/articulos/la-economia-naranja-en-colombia](https://investincolombia.com.co/es/articulos-y-herramientas/articulos/la-economia-naranja-en-colombia)
- Congreso de Colombia. (23 de 05 de 2017). *POR MEDIO DE LA CUAL SE FOMENTA LA ECONOMÍA CREATIVA LEY NARANJA {PDF}*. Obtenido de [mininterior.gov.co: http://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/ley_1834_de_2017.pdf](http://www.mininterior.gov.co/sites/default/files/ley_1834_de_2017.pdf)
- Convenio Andres Bello. (2003). *Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana*. Bogotá: Edición del Convenio Andrés Bello.



- Cordoba, M. G. (28 de 03 de 2020). *Los decretos de emergencia y la economía naranja*. Obtenido de La línea del medio: <https://lalineadelmedio.com/decretosdeemergencia-economianaranja/>
- Crear talento. (08 de 2020). *ABC Economía Naranja*. Obtenido de mincultura.gov.co: https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf
- DANE. (2015). *Metodología General cuentas satélite de cultura*. Bogotá: Director Técnico de Síntesis y cuentas nacionales. Obtenido de [file:///C:/Users/LORENA/Downloads/Metodologia_CSC%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/LORENA/Downloads/Metodologia_CSC%20(2).pdf)
- DANE. (2019). *Economía Naranja Primer reporte 2019 {PDF}*. Obtenido de Dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-naranja>
- DANE. (2019). *Economía naranja segundo reporte 2019 {PDF}*. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-naranja>
- DANE. (2020). *BASE 2000*. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>
- DANE. (2020). *Economía naranja tercer reporte 2020*. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/economia-naranja>
- Economipedia haciendo fácil la economía. (mayo de 2019). *Ventaja Comparativa*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html#:~:text=La%20ventaja%20comparativa%20es%20la,relativamente%20menos%20recursos%20que%20otro.&text=El%20modelo%20de%20la%20ventaja,venta%20absoluta%20de%20Adam%20Smith>.
- El Tiempo. (17 de diciembre de 2019). *Inversión en economía naranja será de \$ 2 billones en el 2020*. Obtenido de eltiempo.com: <https://www.eltiempo.com/cultura/arte-y-teatro/inversion-en-economia-naranja-sera-de-2-billones-en-el-2020-444696#:~:text=tus%20temas%20favoritos,-,Inversi%C3%B3n%20en%20econom%C3%ADa%20naranja%20ser%C3%A1%20de%200%24%202%20billones%20en%20el,1%2C4%20billo>
- Lado B. (2018). *Investigación sobre capacidades en el sector cultura*. Bogotá: © Lukas Jaramillo/British Council.
- LatinAmerican Post. (08 de 11 de 2018). *Colombia ¿Es la economía naranja la solución?* Obtenido de latinamericanpost.com: <https://latinamericanpost.com/es/24425-colombia-es-la-economia-naranja-la-solucion>
- Melo, M. S. (09 de 2018). *\$400.000 millones para financiar la Economía Naranja*. Obtenido de Camara de comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2018/Septiembre-2018/400.000-millones-para-financiar-la-Economia-Naranja>
- Noticia de industria. (19 de 12 de 2019). *Más de 2 billones de pesos para la Economía Naranja en 2020*. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/mas-de-2-billones-para-economia-naranja-en-2020>
- notimérica. (18 de 07 de 2015). *¿Qué países lideran la economía 'naranja' en Latinoamérica?* Obtenido de notimerica.com: <https://www.notimerica.com/economia/noticia-paises-lideran-economia-naranja-latinoamerica-20150718125935.html>



- OMPI. (2018). *Economía naranja ¿cómo definirla?* Obtenido de connectamericas: <https://connectamericas.com/es/content/econom%C3%ADa-naranja-%C2%BFc%C3%B3mo-definirla>
- PORTAFOLIO. (01 de 09 de 2019). *Economía naranja: ya están en marcha más de 70 programas.* Obtenido de PORTAFOLIO.CO: <https://www.portafolio.co/economia/naranja-ya-están-en-marcha-más-de-70-programas-533136>
- Restrepo, F. B. (14 de 11 de 2019). *Economía naranja: definición, ejemplos y cifras.* Obtenido de Rankia: <https://www.rankia.co/blog/mejores-opiniones-colombia/3940907-economia-naranja-definicion-ejemplos-cifras>
- Restrepo, J. M. (09 de 2018). *\$400.000 millones para financiar la Economía Naranja.* Obtenido de ccb.org.co: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2018/Septiembre-2018/400.000-millones-para-financiar-la-Economia-Naranja>
- Revista PanamericanaWorld. (07 de 2019). *La Economía Naranja y su Importancia en el Desarrollo de México* . Obtenido de panamericanaworld.com: <https://panamericanaworld.com/revista/startups/economia-naranja-mexico/>
- UNCTAD. (25 de 10 de 2019). *La economía naranja en Colombia* . Obtenido de segundaoportunidad.com: <https://www.segundaoportunidad.com.co/la-economia-naranja-en-colombia/#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20la%20econom%C3%ADa%20naranja%20por%20parte%20de%20la%20UNCTAD&text=En%20primer%20lugar%2C%20en%20esta,cultural%20y%20el%20desarrollo%20humano.>
- Velatanga, G. (2019). *Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith.* Obtenido de pucaee.puce.edu.ec: <http://pucaee.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>