



ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA

*¿Qué se entiende por Economía Creativa/Economía Naranja?

Para la Unesco, las industrias culturales y creativas son: “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. **El insumo base de la economía cultural y creativa es la propiedad intelectual.**

*¿Cuáles son las características de las industrias culturales y creativas?

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.

*¿Qué ha hecho Colombia en términos de Economía Creativa?

El Ministerio de Cultura ha desarrollado cinco líneas de política de emprendimiento e industrias culturales (**formación, articulación, investigación, conocimiento y circulación**). Esta política surge en 2010 amparada en el documento CONPES 3659.

Si bien se venían llevando a cabo acciones para el fortalecimiento de las industrias culturales, en 2017 se aprueba la Ley 1834 de 2017 -también conocida como Ley Naranja-, que crea un instrumento de articulación intra-gobierno: el Consejo Nacional de Economía Naranja, al que se le asignan las labores de **actualización** y **formulación** de una **política integral de Economía Creativa**, la ampliación de la medición económica de la misma, la búsqueda y el establecimiento de nuevas fuentes de



ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA

Economía Creativa, la ampliación de la medición económica de la misma, la búsqueda y el establecimiento de nuevas fuentes de financiación y el fortalecimiento de las capacidades para los emprendimientos y empresas de este sector.

Solo para mencionar algunos ejemplos del fomento a las industrias creativas, por sectores:

MinCultura: El fomento a la creación y el emprendimiento, insumo primordial de la Economía Naranja, se ha fortalecido desde el Ministerio de Cultura por medio de becas y estímulos derivados del Programa Nacional de Estímulos, el Programa Nacional de Concertación, así como a través del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico y la Ley de Espectáculos Públicos.

MinComercio: Promueve mecanismos de financiación de emprendimientos culturales, mediante alianzas con Bancoldex, Fondo Nacional de Garantías e Innpulsa. Además, del turismo y el patrimonio mueble, desde programas implementados por Innpulsa y FONTUR.

MinTIC: Desarrolla programas como Apps.co, la Red Nacional ViveLab y Crea Digital, que han financiado a creadores digitales.

MinTrabajo-SENA: Brinda acompañamiento al sector cultural y creativo. El Fondo Emprender es uno de los programas a destacar desde esta entidad.

Es importante resaltar que los gobiernos departamentales y municipales, de la mano con las universidades y el sector privado, también han aportado al desarrollo de las industrias creativas, gracias a iniciativas de clúster, Áreas de Desarrollo Naranja (ADN), Distritos Creativos y alianzas público-privadas.



ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA

***¿Qué categorías sectoriales pueden considerarse como parte de la Economía Creativa?**

Categoría 1. **Artes y patrimonio**

Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial

- Artesanías, antigüedades, lutería y productos típicos.
- Gastronomía.
- Museos, galerías, archivos y bibliotecas.
- Restauración arquitectónica.
- Parques naturales y ecoturismo.
- Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos.
- Conocimientos tradicionales, festivales, carnavales.

Educación en artes, cultura y economía creativa

- Educación básica formal y no formal.
- Educación superior.
- Educación para el trabajo, no formal para adultos: cursos y talleres.

Categoría 2. **Industrias culturales**

Son las actividades que proveen bienes y servicios basándose en contenidos simbólicos artísticos y creativos que pueden ser reproducidos y/o difundidos masivamente. Estas industrias son reconocidas por tener una estrecha relación con la cultura.

Editorial

- Literatura.
- Edición: libros, periódicos y revistas.



ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA

- Librerías.

Fonográfica

- Música grabada.

Audiovisual

- Cine.
- Televisión.
- Video.
- Radio.

Agencias de noticias y otros servicios de información

Categoría 3. **Creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenidos.**

Son las actividades que tradicionalmente no hacen parte de la cultura, pero definen su relación con el consumidor a partir de su valor simbólico en lugar de su valor de uso.

Medios digitales y Software de contenidos

- Video juegos.
- Contenidos interactivos audiovisuales.
- Plataformas digitales.
- Creación de *software*.
- Creación de *apps*.
- Animación.

Diseño

- Interiores.
- Artes gráficas e ilustración.
- Joyería.
- Juguetes.



ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA

- Industrial (productos).
- Arquitectura.
- Moda.

Publicidad

- Copy publicitario.
- Dirección de arte.

*¿Cómo la Economía Naranja reconoce la diversidad de agentes del sector?

Es indispensable, como base de los lineamientos de la política, reconocer e integrar a los diferentes niveles de riesgo creativo y financiero que asumen creadores, emprendedores y empresarios de la cultura y la creatividad. En este momento hay cuatro niveles identificados:

El primero, reúne los agentes con iniciativas propias, creadores independientes y auto gestionados, comunitarios y a organizaciones sin ánimo de lucro, por un lado. En **segundo nivel** se ubican los emprendedores emergentes; en **la tercera**, los emprendedores consolidados; y finalmente, en **la cuarta**, la gran empresa.

Este enfoque diferencial permite identificar que una gran cantidad de agentes se concentran en los dos primeros niveles (comunitarios, auto gestionados y organizaciones sin ánimo de lucro y emprendedores emergentes).

Así mismo, la política integral de Economía Naranja que se comienza a desarrollar, tiene como reto **generar mecanismos diferenciales para cada uno estos niveles**.



ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA

***Algunas características de cada uno de estos niveles de atención.**

Comunitarios, autogestionados y organizaciones sin ánimo de lucro: Asociativos, autogestores, emprendimientos por necesidad, iniciativas personales, ligadas al patrimonio y a los oficios de creación. Necesitan capacidades y redes para su sostenibilidad.

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.

Emprendedores consolidados: Ventas consolidadas, modelos de negocio funcionales y diversificados, más de 3 años de existencia. Incluye emprendedores en etapa de escalamiento (*scale up*). Precisan mecanismos para diversificar sus fuentes de financiación y rutas de circulación para escalar el modelo de negocio.

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

*** ¿Cuáles son las principales oportunidades para la sostenibilidad y crecimiento del sector?**

Las principales oportunidades para la sostenibilidad y crecimiento del sector están en articular los incentivos existentes, para favorecer al empresariado cultural y creativo. Es importante revisar las leyes vigentes para el mejoramiento normativo en



ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA

beneficio de los diversos actores del sector y sus cadenas de valor. Esto no necesariamente significa más leyes y normas pero sí un mejor aprovechamiento del marco normativo existente.

Asimismo, es importante incentivar la valoración, el acceso, el disfrute y las distintas formas de consumo de la producción cultural y creativa del país. Disfrutar de nuestra cultura es un derecho, pero además es un inmenso valor que requiere reconocimiento. El poder distintivo y la originalidad de las creaciones que se enmarcan en esta política, es parte fundamental de aquello que nos hace únicos, que nos hace colombianos. En un mundo de productos masivos y de grandes marcas que se implantan por todo el planeta, el valor y la diferencia de los productos creados en Colombia, fruto de la creatividad y el patrimonio cultural, cobran cada vez mayor relevancia para nosotros como sociedad, y para nuestros creadores. Allí también se encuentra sostenibilidad.

***¿Cómo podemos conocer el impacto de las Industrias Culturales dentro de la economía colombiana?**

Gracias a la Cuenta Satélite de Cultura (CSC), trabajo conjunto entre el Ministerio de Cultura y el DANE desde el año 2002. Este sistema de información permite la medición económica de las diversas actividades y productos culturales. Esta iniciativa se ha convertido en un referente para los países de América Latina.

***¿En los últimos años, qué han producido en materia económica las industrias creativas?**

En Colombia, en el año 2017 de acuerdo con datos de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC), el total del Valor Agregado del campo cultural fue de \$8.2 billones frente a \$6.2 billones en 2010.



ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA

De acuerdo con datos de la Cuenta Satélite de Cultura, los sectores con mayor participación en el valor agregado del campo cultural fueron en 2017: el audiovisual con 43,2%; el de libros y publicaciones con 21,9%, la educación cultural con 19,3% y el diseño publicitario con 8,7%.

La participación promedio del Valor Agregado del Campo Cultural frente al Valor Agregado total de la economía desde el año 2005 hasta el 2017 se ubica en 1.1%.

El crecimiento promedio del campo cultural desde el año 2005 hasta el 2017 fue de 5.5% anual.

En 2017 el sector generó 247.849 empleos, cifra que supera en un 23% a los generados en el mismo periodo por el sector de explotación en el campo minero energético que generó 191.157 empleos en 2017.

En 2022, Colombia tendrá un sector creativo innovador, diversificado, fuerte en sus capacidades y sostenible.