

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Paradigmas y realidades para una economía creativa en Colombia

**Rosa Adelina Arenis Hernández, Diana Lizet Cárdenas Chacón, Janeth Rocío
Valdivieso Guerrero**

**Trabajo de grado para optar el título de Especialista Gerencia de Información
Financiera**

Director:

**José Alfonso Martínez Molina
Magister en Educación**

Codirector

**Eduardo Mantilla Pinilla
Economista**

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Contaduría Pública

2020

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a todas las personas importantes en nuestras vidas que nos han acompañado desde siempre en cada logro personal y profesional, a nuestros profesores de especialización por los conocimientos compartidos y por sus motivaciones para ser cada día mejores profesionales.

Un especial agradecimiento al Dr. Eduardo Mantilla Pinilla por su disposición y compromiso en la culminación de este trabajo de grado quien gracias a su experiencia y conocimiento nos orientó en la construcción del tema de investigación.

Contenido

	Pág.
Glosario	7
Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
1. Problema.....	13
1.1 Definición del problema	13
1.2 Justificación.....	15
1.3 Objetivos.....	16
1.3.1 Objetivo General.....	16
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 Diseño Metodológico.....	17
<i>Proceso Investigativo</i>	<i>18</i>
2. Referentes para el avance en una Economía Creativa.....	19
2.1 De la economía creativa a la economía naranja.	20
2.2 La Educación y la economía creativa	23
2.3 Políticas fiscales y creatividad.....	26
2.4 La valoración de intangibles, base de las empresas de economía naranja	29

3. Análisis situacional en la fundamentación social para una Economía Naranja	34
3.1 Aspectos sobre educación creativa	34
3.2 Políticas fiscales para la creatividad en Colombia	37
3.3. La medición de la generación de conocimiento y la valoración del intangible que se genera en las empresas en Colombia.....	38
4. Como avanzar en una Economía Creativa en el marco de la Economía Naranja	42
5. Conclusiones	46
Referencias Bibliográficas	48

Lista de Figuras

Pág.

Figura 1. Participación de la economía naranja en el valor agregado nacional 23

Figura 2. Instrumentos de financiación para las ICC en España 27

Glosario

Activo Intangible: Son bienes que posee la empresa y que no pueden ser percibidos físicamente. Sin embargo, se consideran activos porque ayudan a que la empresa produzca un rendimiento económico a través de ellos.

Economía creativa: Es una economía en la que las ideas son los principales aportes y los principales resultados.

Economía naranja: Es la tendencia de la creación de empresas innovadoras basadas en la creatividad, las cuales están generando crecimiento económico en diferentes partes del mundo.

Industria creativa y cultural: Son un conjunto de sectores económicos específicos, cuya selección es variable según la región o país donde las actividades que proveen bienes y servicios se basan en contenidos simbólicos artísticos e innovadores, que pueden ser reproducidos, difundidos masivamente y que son tradicionalmente reconocidos por tener una estrecha relación con la cultura.

Lógica Difusa: También llamada lógica borrosa, se basa en lo relativo de lo observado como posición diferencial. Este tipo de lógica toma dos valores aleatorios, pero contextualizados y referidos entre sí.

Paradigma: El concepto de paradigma es utilizado comúnmente como sinónimo de “ejemplo”, también se puede decir que es hacer referencia en caso de algo que se toma como “modelo”.

Resumen

El documento expone un análisis crítico sobre la disposición de condiciones (paradigmas y realidades) en Colombia, que permitan el desarrollo de una economía creativa, en el campo de las artes visuales, industrias culturales y tecnología, que ofrezca una autentica oportunidad para el crecimiento económico, donde se potencie la cultura, el emprendimiento, la propiedad intelectual y el patrimonio, para dar relevancia al capital humano en relación con el capital natural e industrial.

El objetivo de fomentar el emprendimiento hacia las industrias creativas y cultural parece fácil, al observarla como un ajuste de fenómenos económicos, sin embargo, la política del Gobierno muy contaminada por la corrupción, tiene unos retos mayores, como proteger la industria nacional, generar confianza a inversores, garantizar a los jóvenes educación que potencie la innovación y creatividad, propiciarles un nivel adecuado de satisfacción de sus necesidades básicas que los motive a liderar equipos, a emprender empresa, a creer en el país y su riqueza étnica y cultural.

Para exhibir una economía creativa se requieren regulaciones especiales en materia educación, legal, comercial y laboral que sean flexibles con estas iniciativas, de tal forma que estos desafíos no debiliten las iniciativas de las mentes creativas y no se incremente el informalismo. Es entonces cuando el reto se vuelve más interesante. De ahí, que en el presente estudio se expongan las condiciones que prevalecen para el desarrollo de las industrias creativas y culturales, desde un enfoque crítico, observando los paradigmas conceptuales y culturales y, la realidad que hace que esta sea una actividad prospectiva y progresiva para jalonar el desarrollo nacional.

Palabras claves: Economía creativa; Economía naranja; Desarrollo; Emprender; Innovar.

Abstract

The document presents a critical analysis of the provision of conditions (paradigms and realities) in Colombia, which allow the development of a creative economy, in the field of visual arts, cultural industries and technology, which offers a real opportunity for the economic growth, where culture, entrepreneurship, intellectual property and heritage are improved, to give relevance to human capital in relation to natural and industrial capital.

The objective of promoting entrepreneurship towards creative and cultural industries seems easy, observing it as an adjustment of economic phenomena, however, government policy, heavily contaminated by corruption brings great challenges, such as protecting the national industry, building trust in the Investors, guaranteeing young people an education that improves innovation and creativity, guarantees the satisfaction of their basic needs, which motivates them to lead teams, start a business, believe in the country and its ethnic and cultural wealth.

To exhibit a creative economy, special regulations on education, legal, commercial and labor matters that are flexible with these initiatives are required, so that these challenges do not weaken the initiatives of creative minds and do not increase informalism. That is when the challenge becomes more interesting. Therefore, in this study, the prevailing conditions for the development of creative and cultural industries are exposed from a critical approach, observing the conceptual and cultural paradigms and the reality that makes this a prospective and progressive activity for national development.

Keywords: Creative economy; Orange economy; Developing; Entrepreneurship; Innovation.

Introducción

En Colombia se ha estado replicando el término de Economía Naranja como alternativa económica que podría mejorar su crecimiento y competir de manera más efectiva en Latinoamérica y en el mundo, centrada en la Economía Creativa; al entrelazar la economía cultural y las industrias creativas, conformando las industrias culturales convencionales, así como constituir áreas soporte para la creatividad. Se basa en la creatividad y la diferenciación.

La importancia que se está dando a la creación de nuevas industrias creativas y el fortalecimiento de las existentes, se centra en la gran apuesta del gobierno nacional por transformar la comunidad y conducirla al desarrollo, al crecimiento económico y la generación de empleo. Estas empresas que nacen en este sector económico, generalmente pertenecen al grupo de pequeñas o medianas empresas, las cuales representan el 95% de las empresas del país como en el contexto económico mundial. (Blázquez Santana, Dorta Velázquez, & Verona Martel, 2006)

Al hablar de bienes y servicios creativos se hace referencia especialmente a activos intangibles que no tienen instrumentos económicos para expresar su valor contable, por tanto, se dificulta el dialogo entre el emprendedor creativo y la institución financiera para traducir esa creatividad en potencial económico que disminuya el riesgo y que les permitan acceder a buenas tasas de interés.

Independientemente de que el gobierno nacional le apueste a esta iniciativa, ya que así lo demostró con el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, lo cierto es que solo los creativos e innovadores podrán subsistir a las exigencias cada vez más ambiciosas de la economía a nivel mundial, pero con un riesgo de valor inmerso que pueden pasar de ser muy valiosos a no valer.

Pese a que el gobierno nacional hable de incentivos tributarios para fomentar la creación de este tipo de empresas no existe garantía de permanencia ya que de acuerdo a Confecámaras tan

solo el 29.7% de los emprendimientos nuevos en el país sobreviven y el 70% de las empresas fracasan en los primeros cinco años de existencia (El Espectador, 2018).

Es importante reflexionar, y planear mecanismos que promuevan la motivación en las personas para producir ideas, fuente de generación de riqueza económica y social. No es absurdo soñar que este sector pueda ser el principal generador de empleo e inversión en Colombia como si ocurre en otros a países del mundo, pero se debe considerar dentro del presupuesto el flujo de recursos para elevar el nivel de tecnologías de la información y de comunicaciones en el corto plazo.

Cuando pensamos en una naranja como fruto podemos obtener en algunas ocasiones un jugoso zumo que bien podría ser dulce o amargo, para el caso colombiano en la actualidad podríamos estar frente a un sabor amargo porque las mentes creativas se forman con una buena alimentación, salud y educación y estas características no son propias de la población del país donde según el Boletín Técnico - Pobreza Monetaria en Colombia año 2018, el DANE reveló que el porcentaje de personas clasificadas como pobres del total de la población nacional para ese año fue del 27,0%.

Este indicador nos demuestra que aún se habla de desnutrición en algunos sectores del país, la educación es un privilegio más no un derecho y quienes quieren acceder a ella deben atender un costo extremo. El Estado con los escasos recursos que asigna aún no logra garantizar gratuidad ni cobertura, continuando en deuda con los menores del país y ni hablar de los servicios de la salud donde todos los colombianos están inconformes con el decremento que se vive cada día en este sector, incluso para el régimen contributivo.

El contenido de este estudio está enfocado en tres ejes temáticos; la educación, la política pública y la valoración de los intangibles, principales componentes que enmarcan esta nueva economía en Colombia o como algunos la consideran la cuarta revolución industrial. El gobierno se ha apropiado de este tema porque argumenta que al estimular este nuevo sector se generará

mayor riqueza y desarrollo para el país, es entonces cuando se cuestiona si su impacto es suficiente para que sea considerada como una solución que reduzca significativamente los problemas económicos del país ya que las empresas que hacen parte de este sector no han sido creadas sino transformadas.

1. Problema

1.1 Definición del problema

En la propuesta de desarrollo del actual gobierno se ha enfocado el impulso del crecimiento económico con desarrollo de industrias creativas en Colombia. Recientemente se firmó el decreto reglamentario No. 1669 fijando que el objeto social de las empresas que accederán a los beneficios fiscales, debe ser exclusivamente el desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y/o actividades creativas, las cuales tendrá un monto mínimo de inversión de 150 millones y mínimo 3 empleos.

Si bien, se habla del dinamismo del emprendimiento con empresas creativas de economía naranja, La Republica del 8 de noviembre de 2019, informa que en el último año se crearon 7.447 empresas, aunque la gran mayoría correspondía a empresas existentes que han apelado al ingenio, la cultura y la creatividad, forjando empleo y crecimiento económico regional y, por otro lado, según el Espectador del 29 de octubre de 2018, pese a que el gobierno nacional habla de incentivos tributarios para fomentar la creación de este tipo de empresas, no se puede garantizar su duración, de acuerdo a Confecámaras el 70% de los emprendimientos fracasan en los 5 primeros años.

De ahí, que no sea conveniente otorgar a priori éxito a la política de la economía naranja como acción que jalona el desarrollo económico nacional, sin estudiar la disposición en Colombia para la creatividad, el emprendimiento y persistencia en los negocios, a partir de las aptitudes y actitudes formadas desde el sistema educativo en los diferentes niveles y procesos sociales y culturales en las diferentes regiones del país, como bases de transformación socioeconómica de toda nación.

Ahora bien, es innegable la importancia de la creatividad y la innovación para el crecimiento económico y la competitividad, independientemente de que la política de estado le apunte a la economía naranja como uno de los ejes y motor del desarrollo; sin embargo, no es suficiente que se promueva solo con instrumentos de política fiscal, cuando hay una serie de factores que son fundamentales para lograr personas con actitud y aptitud para la creatividad, la innovación y el emprendimiento, cultural y tecnológico en las diferentes áreas de la industria creativa y cultural.

De ahí, que surja el interés por estudiar aspectos como:

- Con la economía creativa traerá consigo la automatización de procesos, lo cual conlleva a que los mercados laborales requieran nuevas habilidades en el personal que contraten, pues las nuevas tecnologías retan al capital humano, destacando a los profesionales, a fortalecer habilidades de liderazgo. Entonces surge el cuestionamiento: ¿Se tienen docentes preparados para optimizar los procesos de enseñanza y aprendizaje en y para el uso de nuevas tecnologías incluyendo el campo de la información y la comunicación?
- La educación es cimiento para las transformación social y cultural en toda sociedad, por consiguiente, sustenta el desarrollo económico: ¿La estructura educativa, los contenidos y el modelo pedagógico de enseñanza aprendizaje reúne las condiciones para la formación de aptitudes y actitudes en la población para el desarrollo de industrias creativas? ¿Permite el sistema educativo la formación de competencias creativas y de emprendimiento?
- En el contexto internacional otros países han logrado impulsar sus propias marcas y generar desarrollo económico para sus habitantes, controlando la informalidad y el desempleo, propios de las empresas que surgen cotidianamente y aún más característicos en el sector cultural. ¿Son suficientes las reglamentaciones laborales, fiscales, y comerciales para lograr los resultados que se proponen?

- La industria creativa y cultural, se fundamenta en lo intangible cuya medición o valoración contable requiere de unos métodos no tan conocidos y cuyos resultados no son confiables para quienes tienen el control del dinero. ¿Son los intangibles un respaldo para acceder a financiación y a tasas realmente atractivas que motiven la industria creativa y cultural? ¿Se poseen métodos y normas, apropiados para la valoración de intangibles?

Dichos cuestionamientos han despertado el interés particular, de la búsqueda de respuesta al cuestionamiento, los paradigmas que rodean el tema de industrias creativas y culturales en Colombia, planteando como pregunta problematizadora:

Formulación del Problema. - ¿Cuáles son los paradigmas y la realidad para una economía creativa en Colombia?

1.2 Justificación

En el plan de gobierno del actual presidente de la Republica de Colombia Iván Duque Márquez es donde se ha popularizado el termino Economía Naranja y aunque su periodo inicio en 2018 y va hasta 2022 es imposible que en este cuatrienio pueda solucionar las fallas o reestructurar los el capital docente, los esquemas, estructura, contenidos y pedagogía, que tiene la educación en el país, los cuales son las principales fuentes de mentes creativas, máxime cuando no se cuenta con un diagnostico nacional de las condiciones que posibilitan un buen término para el desarrollo de las industrias creativas y culturales.

En esta investigación el principal interés fue abordar el reconocimiento y forma de valoración de los intangibles (acorde con las normas internacionales de contabilidad e información financiera) en las empresas que conforman el sector de la economía naranja, realizando un acercamiento a la definición de su principal componente “La Creatividad” y se analizó la afectación de esta en la

transformación de la economía; adicionalmente identificó el origen de la dificultad para avanzar ágilmente en la creatividad y el emprendimiento en el marco de las condiciones de la educación en el país, lo cual en el corto plazo no permite consolidar a Colombia como unos de los referentes de la economía creativa a nivel regional ni mundial.

Los principales exponentes de la cultura colombiana se encuentran fuera del país porque no se generan oportunidades ni apoyo a los artistas, la inversión del Estado en la industria cultural no garantiza que las personas estudien y trabajen en este campo. En sus inicios muchos de ellos son sus propios productores, compositores y publicistas hasta que logran ganar el respaldo de grandes empresarios del mundo.

El descontento de la comunidad es masivo frente a el discurso prometedor del político de turno que en su afán de convencer sobre oportunidades de desarrollo y el crecimiento comercial se escuda en un plan de gobierno alejado de la integralidad de las necesidades del pueblo.

De ahí que los resultados del estudio, se conviertan en base para el reconocimiento de una realidad y se piense en reestructuraciones para que en el mediano y largo plazo se logre avanzar de manera sostenida en una economía creativa y cultural de alto emprendimiento, beneficiando la formación de las generaciones futuras de profesional e ir adaptando a la población presente para enfrentar nuevos retos en una sociedad mundial, atraída por la tecnología y atracciones culturales.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Establecer los paradigmas y realidades para avanzar en la economía creativa en Colombia, en el marco de la política estatal.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Reconocer los diferentes referentes que orientan el desarrollo de la economía creativa en el marco de la economía naranja, como política de Estado.
- Realizar un análisis situacional de la disposición de la población para desarrollo la economía creativa desde la influencia educativa, la política estatal y el soporte de la contabilidad orientada bajo la norma internacional.
- Plantear acciones para avanzar en una economía creativa en el marco de la economía naranja, ante la realidad presente y la normativa estatal.

1.4 Diseño Metodológico

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el método descriptivo o explicativo basado en la observación y análisis de fuentes bibliográfica tales como libros, revistas, recortes periodísticos, entre otros, los cuales contienen información relevante relacionada con la economía naranja en Colombia.

Adicionalmente se quiso concluir sobre la tendencia de aplicación de esta economía y las políticas que han respaldado esta iniciativa en Colombia usando un método histórico-analítico.

Dentro de los métodos utilizados se destacó también el método inductivo para exponer la realidad a través de la revisión de experiencias. La revisión de experiencias se basó en otros países, con relación a la evolución de la economía creativa en el mundo. De la misma forma se usó el método deductivo para exponer la realidad a partir del raciocinio. Se tomó como punto inicial pensamientos o premisas que se consideraron adecuadas y, desde la lógica se logran conclusiones.

Con relación al diseño de la investigación se presenta un trabajo bibliográfico y documental puesto que fue necesario indagar en diversas fuentes cómo documentos escritos y documentos electrónicos (páginas web), con el fin de analizar y sistematizar información sobre paradigmas y realidades de la economía creativa en Colombia.

La profundidad del estudio fue explicativa, el interés fue explicar por qué ocurren los fenómenos, las condiciones en que éstos ocurren y buscar las causas.

La investigación es de tipo descriptiva, porque a partir de los indicadores estudiados, se elabora una descripción de la evolución, características y comportamiento del crecimiento económico y la inversión pública en Colombia con la economía naranja, tomando en cuenta la relación entre cada uno de sus componentes, para poder determinar los principales aspectos del problema y obtener los resultados que muestren la situación real.

Proceso Investigativo

Las fases del proyecto se detallan a continuación:

1. Reunión de los estudiantes para la búsqueda de material bibliográfico y de fuentes idóneas para la investigación.
2. Revisión del proceso de investigación y de la bibliografía para identificar los tres aspectos económicos más importantes relacionados con la economía naranja.
3. Se elabora un borrador de tipo ensayo contextualizando el escrito en torno al proceso de indagación y se proponen los posibles argumentos que sustentan el mismo.

4. Se recibe tutoría del Docente Eduardo Mantilla Pinilla, quien con su experiencia y altruismo logra que se organicen todas las ideas y se le dé la forma y la estructura de un trabajo de grado.

2. Referentes para el avance en una Economía Creativa

El mundo está enfrentando cambios drásticos y cada vez más se conocen productos o servicios más sofisticados promovidos por individuos que le han apostado a trabajar la consolidación de sus ideas y la explotación de sus talentos eventos que han hecho que se replique un nuevo término global “economía creativa o industrias creativas”

Aquí la protagonista es la creatividad de la cual existen varios autores que logran definirla en una extensión de pocas o largas palabras: Stein (1964) “La creatividad es la habilidad de relacionar y conectar ideas, el sustrato de uso creativo de la mente en cualquier disciplina”; Marín (1980) “Innovación valiosa”; López y Recio (1998) “Creatividad es un estilo que tiene la mente para procesar la información, manifestándose mediante la producción y generación de situaciones, ideas u objetos con cierto grado de originalidad; dicho estilo de la mente pretende de alguna manera impactar o transformar la realidad presente del individuo” (Esquivias Serrano, 2004).

Independiente de su definición la creatividad es una habilidad del ser humano la cual puede proyectarse desde la niñez por lo cual se esperaría que se consolidaran en los espacios educativos por ser considerados escenarios de formación enseñanza-aprendizaje para que de una manera activa y lúdica lograran que los estudiantes impulsaran sus ideas y potencializaran sus talentos convirtiéndolos en ciudadanos con una alta capacidad para crear e innovar.

El sistema educativo colombiano no está diseñado para buscar las características del niño creativo porque no ha estudiado las causas del desarrollo de la creatividad ni las causas que la

reprimen en tanto que aún continúan con programas académicos muy rígidos. Aunque el artículo 67 de la Constitución Política de 1991 establece que “La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura”, en Colombia aún existen niños y jóvenes sin acceso a la educación pública y los que acceden a ella no encuentran que las instituciones educativas cumplan lo plasmado en la constitución.

Por otra parte, la política pública debe no solo establecer incentivos fiscales sino destinar recursos para la adecuación o construcción de escenarios de arte escénicas u otros espacios de carácter público en regiones más allá de la capital del país donde se promocióne la inclusión de todas las actividades vinculadas a este sector de la economía y se motive a la comunidad a participar en estas manifestaciones socioculturales y artísticas.

Otro sector que debe vincularse activamente es la banca quienes deben empezar a aceptar que el principal componente de valor en una compañía es un activo intangible y a partir de este debe dar la oportunidad de acceder a la financiación con las mismas condiciones que brindan a las demás empresas con actividades económicas tradicionales.

2.1 De la economía creativa a la economía naranja.

El término de Economía Creativa se lanzó en el Reino Unido en 1998 y fue popularizado en 2001 por el escritor y gestor de medios de comunicación británico John Howkins, que lo aplicó a 15 industrias que iban desde las artes hasta la ciencia y la tecnología.

Según Howkins, *“La economía creativa consiste en utilizar nuevas ideas en productos y servicios que se pueden vender. Por lo tanto, abarca desde el arte y la cultura hasta el uso de*

ideas en el diseño y la marca. La economía creativa es un concepto de nivel superior, aunque muchas personas simplemente hablan de arte, diseño, entretenimiento, medios de comunicación, entre otros. Todo es creativo". (El Tiempo, 2019)

En enero de 2014 se presentó el informe "El impacto económico de las industrias creativas en las Américas" realizado conjuntamente por la Organización de Estados Americanos (OEA), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el British Council.

Según datos recogidos por Oxford Economics y reflejados en este estudio, el valor de las exportaciones mundiales de bienes y servicios creativos en 2011 fue de cerca de 640.000 millones de dólares, de los cuales 87.000 millones (un 14%) se originaron en las Américas.

Uno de los análisis relevantes del estudio es la contribución de las industrias creativas al Producto Interno Bruto (PIB), la cual varía ampliamente en toda la región: de poco menos del 2% en Chile a más de 10% en Brasil y Estados Unidos. Así mismo, refleja que el sector creativo es un importante proveedor de empleo en algunos países entre el 5% y el 11% de los puestos de trabajo en Canadá, Colombia, México y Trinidad y Tobago. Las exportaciones de los países de las Américas representaron el 2,2% de todas sus ventas al exterior de bienes y servicios. (OEA, BID, British Council, Oxford Economics, 2014)

En Colombia a partir del 7 de agosto de 2018 se empezó a hablar de "Economía Naranja" ya que el actual presidente Iván Duque Márquez en su discurso de posesión manifestó:

"Quiero que los jóvenes de Colombia escuchen esto con atención: Estamos comprometidos 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". (El Tiempo, 2018).

El naranja fue escogido por tema de identidad, es un color que representa la creatividad y la cultura en diferentes lugares del mundo ya que hace parte de la historia en muchos de ellos, los dioses y los indígenas usaban este color.

La economía naranja (o creativa) también se define como el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual (Benavente & Grazzi, 2018).

La economía naranja está dividida en tres categorías de la siguiente manera (Procolombia, 2018).

- Categoría 1. Artes visuales (pintura, escultura, instalaciones y video arte), arte en movimiento, fotografía, artes escénicas y espectáculos (teatro, danza y marionetas), música (orquestas, óperas y conciertos), turismo y ecoturismo, artesanías y productos típicos, gastronomía, centros históricos y sitios arqueológicos, tradiciones y expresiones culturales (festivales y carnavales) y educación en artes, cultura y economía creativa, entre otros.

- Categoría 2. Industrias culturales que proveen bienes y servicios que pueden reproducirse o difundirse masivamente. Entre ellos se encuentran la industria editorial (libros, periódicos y revistas), la música grabada, la literatura, la radio y la industria audiovisual (cine y televisión). También hacen parte de esta categoría las agencias de noticias y demás servicios de información.

- Categoría 3. A esta categoría, denominada como nuevos medios y software de contenidos, pertenecen las siguientes productos y servicios: videojuegos, plataformas digitales, creación de software y aplicaciones, animación, artes gráficas e ilustración, joyería, contenidos interactivos audiovisuales, arquitectura, moda y publicidad.

El primer reporte de la Economía Naranja (2014-2018) entregado por el DANE reveló que las actividades que participan en este sector tienen un peso del 1,8% en el Valor Agregado Bruto del

país. Las participaciones por tipo de empresa están en la industria manufacturera y las actividades de servicio con un 10,9% y 89,1% respectivamente. Del total de micronegocios en el país, 150.462 desarrollan actividades asociadas a este sector lo cual corresponde al 3,14% del total nacional. El 28% de estos micronegocios generan más de un empleo, mientras el 72% son operados por trabajadores por cuenta propia. Las personas entre los 25 y 54 años son quienes dirigen estos micronegocios (72,7%), seguido por el grupo de más de 55 años (14,0%) y por último se encuentra el grupo de menos de 24 años (13,3%) (DANE, 2019). Ver gráfica 1.

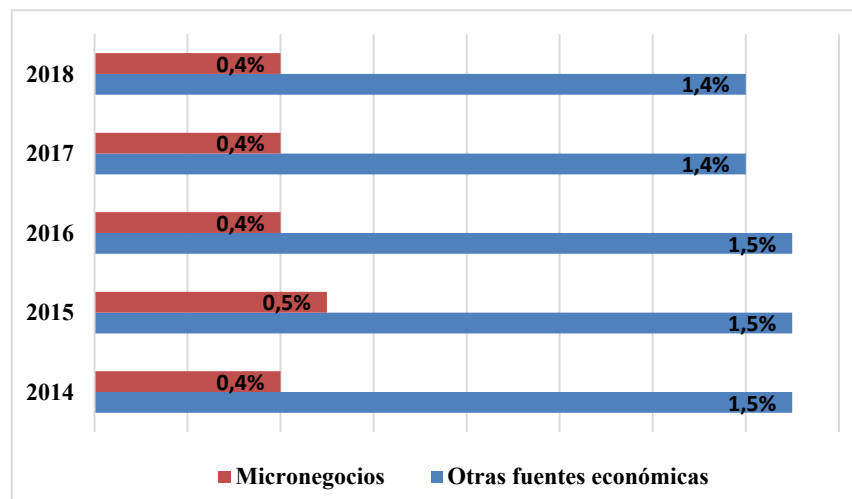


Figura 1. Participación de la economía naranja en el valor agregado nacional

Fuente: Adaptado de DANE, 2019

2.2 La Educación y la economía creativa

En algunos humanos la creatividad es un don, pero otra hipótesis, es considerar que estimular el desarrollo de la creatividad se remonta a los primeros niveles de escolaridad y si esto no se da indudablemente va desapareciendo a medida que avanza a otros niveles superiores, por eso es que ciertos países en el mundo tienen sistemas educativos muy atractivos por su capital intelectual, el rol de la ciencia y la investigación permitiendo establecer un ranking de los mejores en educación.

El 10 de junio de 2019 el portal web de comunicación educativa mundial publicó los 10 mejores países: 1. Corea del Sur 2. Japón 3. Hong Kong 4. Finlandia 5. Singapur 6. Canadá 7. Reino Unido 8. Alemania 9. Irlanda 10. Los países bajos. (otrasvoceseneducacion.org, 2019).

Otro indicador que compara y evalúa la competitividad de los países es el Índice Global de Competitividad (IGC) del año 2019 principal informe del Foro Económico Mundial publicado el 8 de octubre de 2019. Esta medición se logra a través de 103 indicadores agrupados en 12 pilares: 1. Instituciones 2. Infraestructura 3. Adopción de TIC 4. Estabilidad macroeconómica 5. Salud (Esperanza de vida) 6. Educación y habilidades 7. Mercado de productos 8. Mercado de trabajo 9. Sistema financiero 10. Tamaño de mercado 11. Dinamismo de los negocios y 12. Capacidad de innovación.

Los resultados IGC muestran que las cinco posiciones de las economías más competitivas de las 141 economías a nivel mundial la ocupan: 1. Singapur 2. Estados Unidos 3. Hong Kong 4. Países Bajos 5. Suiza. Pasando a América Latina el líder de la región es Chile en la posición (33/141), le sigue México (48/141), Uruguay (54/141), Colombia (57/141) y Costa Rica (62/141). (Foro Económico Mundial, 2019)

En particular en Colombia, para potenciar el talento en los ciudadanos se debe centrar la atención en las nuevas generaciones, los pequeños y jóvenes de nuestro país, el organismo oficial responsable de la formación y calidad del conocimiento es el Ministerio de Educación quien dando cumplimiento al artículo 23 de la Ley 115 de 1994 establece las áreas obligatorias que apoyan el proceso de fundamentación y planeación a través de los lineamientos curriculares entendiéndose como las orientaciones epistemológicas y pedagógicas.

Los lineamientos sobre educación reposan en la Ley 115 de 1994 que en su artículo 23 expone, Ciencias Sociales, Cátedra de Estudios Afrocolombianos, Educación Artística, Educación Física,

Recreación y Deportes, Idiomas Extranjeros, Ciencias Naturales y Educación Ambiental, Constitución política y democracia, Educación ética y valores humanos, Lengua castellana, Matemáticas, Preescolar e Indicadores de logros curriculares. Estos deben incorporarse obligatoriamente en los planes de estudios responsabilizando a cada institución que los elabora basados en la experiencia, formación e investigación de sus docentes.

En esta misma Ley se determinan los niveles de educación: preescolar, básica (primaria y secundaria) y media siendo esta última la que tiene el carácter de académica o técnica por eso es que existen solo algunas instituciones que incluyen en sus currículos asignaturas que fortalecen los conocimientos más específicos a esas áreas creativas.

En el papel todo lo escrito se ve bonito, pero la realidad es que el rol que debe desempeñar el Gobierno a través de este Ministerio es determinante para convertir a Colombia en un generador de mentes brillantes, aún no se han logrado mayores cambios pese a las masivas protestas que cada año lideran las comunidades educativas encabezadas por jóvenes estudiantes capaces de expresar descontento con las políticas públicas escenarios en donde no pueden unirse los más pequeños.

Aunque para el año 2019 el sector de la educación fue el de mayor destinación en el Presupuesto General de la Nación (PGN) con \$41,4 billones con promesas de aumentar la cobertura, lo cierto es que el hacinamiento en las aulas no cesa ni se vislumbran proyectos de ampliación o modernización de las instalaciones ni nuevas contrataciones de profesores (Presidencia de la República de Colombia, 2018).

Para el próximo año a este sector se le asignarán recursos por \$44,1 billones porque esta cifra el Congreso de la República la aprobó en el Presupuesto General de la Nación para la vigencia 2020, el pasado 16 de octubre de 2019. Esto representa un lo que representa un aumento del 6,41% frente al aprobado para la vigencia de 2019, siendo el más alto de la historia. (El Espectador, 2019)

Esto es lo que dice la Constitución Política en su artículo 67: “La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura”.

El aula debe convertirse en centro primordial de un proyecto económico tangible e intangible donde sea un motor de desarrollo y darle al sector educativo el puesto que realmente le corresponde a ser, un jalonador de una sociedad donde cada ser humano gire alrededor del conocimiento y un puente para garantizar el progreso.

Se trata de reconocer el talento que tiene cada persona, el pensamiento es creativo por naturaleza. En la actualidad todo se encuentra hecho por tanto hay que llevar al estudiante a pensar, pero ese pensamiento debe ser crítico con una ideología donde prime el bien común y así satisfacer no solo la necesidad individual sino colectiva. La generación de ideas permite al hombre evaluar, priorizar y generar un proyecto viable y sostenible.

2.3 Políticas fiscales y creatividad

Las industrias culturales y creativas (ICC) estimulan la economía mundial y crean 29,5 millones de empleos en todo el mundo es decir dan empleo al 1% de la población activa mundial.

En el contexto internacional el estudio Tiempo de Cultura - El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas es un estudio que ofrece unos datos únicos y traza un colorido tapiz de un mundo creativo multipolar (CISAC, 2015).

En Australia existe un gran número de organizaciones de artes escénicas que dio lugar a la adopción de significativas medidas gubernamentales de apoyo a través del Consejo Australiano, de hecho, este sector está apoyado por el estado a través de la Asociación Australiana de Centros

de Artes Escénicas. La economía creativa de Europa se ve reforzada por la gran ayuda pública, con intensidad variable de un país a otro, a través de compras públicas, incentivos financieros y fiscales, subvenciones y empleo público. En 2013, los gobiernos de los 28 países de la Unión Europea dedicaron unos 68.600 millones de dólares a los servicios culturales (EY, 2015).

En España después de las ayudas públicas las principales fuentes de financiación operativa de las industrias ICC son la autofinanciación y los préstamos bancarios (Fundación Ideas, 2012).

Canadá ha apoyado durante mucho tiempo a esta industria con incentivos fiscales (deducción fiscal para la producción cinematográfica y de vídeo) y regímenes especiales para la industria de los juegos. Otra ayuda es el Fondo de Música Ontario, dedicado a la música en directo y la música grabada, con un programa de tres años de 45 millones de USD, permite a la industria de la música cubrir sus necesidades de inversión y apoyar proyectos innovadores (EY, 2015). En la gráfica 2. Instrumentos más apropiados para incrementar las oportunidades de financiación para las ICC, se observan los instrumentos que son fuente de financiación en España.

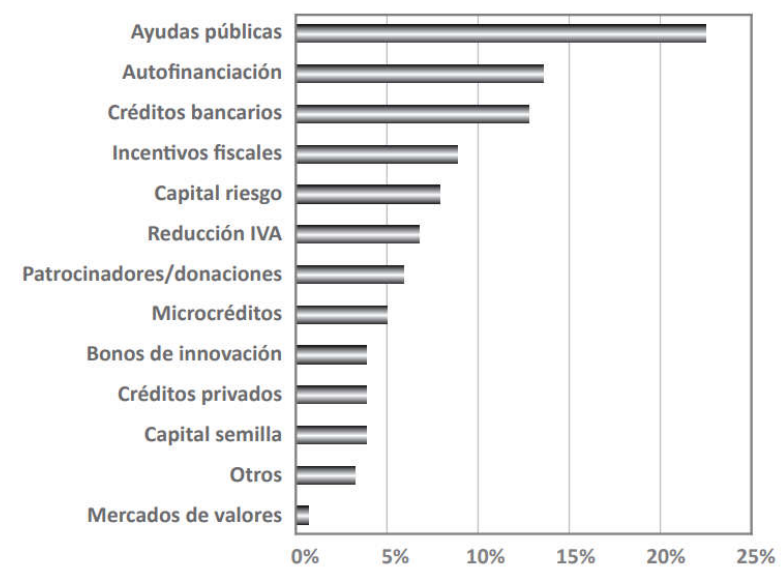


Figura 2. Instrumentos de financiación para las ICC en España

Fuente: Ideas, 2012

El caso de Brasil que ha venido liderando la economía naranja en Latinoamérica y el Caribe, La Ley del Bien (*Lei do Bem No. 11.196 de 2005*), reúne varios incentivos fiscales que benefician empresas que realizan investigación y desarrollo en innovación tecnológica. Algunos incentivos básicos son:

- Deducción de los gastos operativos relacionados con Investigación, Desarrollo e Innovación, para fines de cálculo de impuesto de renta;
- Reducción del 50% del Impuesto sobre Productos Industrializados, destinados a Investigación, Desarrollo e Innovación;
- Amortización total, dentro del año de adquisición, de todos los nuevos equipos y máquinas utilizadas durante las actividades de Investigación, Desarrollo e Innovación;
- Amortización acelerada de los gastos del fondo de comercio destinados a actividad de Investigación, Desarrollo e Innovación;
- Exención del impuesto de renta para remesas destinadas al registro de marcas, patentes y cultivares en el exterior

“En Argentina las actividades vinculadas a las industrias creativas (IC) agrupan a 10.500 empresas y a 180.000 trabajadores. El empleo vinculado a este sector creció un 65% entre el periodo 2007-2017, frente al resto de la economía, la que tuvo crecimiento inferior al 20% (Fuente SIPA)” (Argentina Online, 2019).

Argentina emitió la Ley 27.506 de 2019, como un Régimen de Promoción de la Economía del Conocimiento, en el que establece reducciones de los tributos e incentivos fiscales especiales para empresas de informática, biotecnología, servicios profesionales exportables e industrias del entretenimiento y creativas. Entre otras, la normativa contempla una alícuota reducida del

Impuesto a las Ganancias del 15%; también se decreta que los exportadores que hayan abonado o se le hayan retenido impuestos similares al Impuesto a las Ganancias en el país destino de la exportación, podrán deducir dicho pago del impuesto que liquiden a las Ganancias y, otorga otro beneficio, que correspondo al hecho que no podrán ver aumentada su carga tributaria total nacional a partir la inscripción en el Registro, incluyendo los derechos de exportación. (Infobae, 2019)

Observen ahora México, primera economía creativa de América Latina, potencia económico-cultural por su infraestructura, inversiones, importaciones y producción de contenidos. No se evidencian beneficios tributarios que hayan impulsado este desarrollo.

2.4 La valoración de intangibles, base de las empresas de economía naranja

Durante los últimos años, los activos intangibles se han posicionado entre los principales drivers en la creación de valor y han tenido mayor auge, entre ellos las licencias, patentes, propiedad intelectual, etc., de esta forma se han transformado en una herramienta indispensable para la gerencia, reconociendo el valor de la originalidad, los procesos en colaboración y la prevalencia de aspectos intangibles en la generación de valor, fuertemente anclada en la cultura y en su diversidad. Entre los problemas más recurrentes se encuentran errores gerenciales a nivel estratégico dada la incapacidad de cuantificar su impacto, inversiones y adquisiciones erróneas en cuanto a consideraciones de precio, dificultades desde perspectivas contables; entre otros (Funes Cataño, 2009).

En economías desarrolladas el papel de los intangibles ha crecido de manera exponencial convirtiéndose en la principal fuente de valor de las empresas a nivel mundial. Según el estudio periódico que hace la organización Ocean Tomo, sobre la evolución histórica de los intangibles

como parte de los reportes financieros y valor de mercado de las compañías, en países como Estados Unidos el crecimiento de este tipo de activos ha sido significativo pasando de representar el 17% de valor en 1975 al 80% en el 2015. Según Hagelin, 2002, la valoración de activos intelectuales en los E.E.UU. puede valer cerca de varios billones (millones de millones) de dólares.

En Colombia el balance es diferente al de países con economías desarrolladas. Del total de activos reportados en Supersociedades de información financiera, en 2018 los activos del país ascendieron a \$585 billones; de estos, \$14 billones corresponden a activos intangibles, lo cual representa el 2.5%. Las empresas que reportan este tipo de activos son las pertenecientes a los sectores extractivos, como las industrias mineras y petroleras con \$5,35 billones. (Dinero, 2019)

En la economía naranja, la participación de activos provenientes de empresas relacionadas a actividades a empresas de industrias culturales y creativas representa tan solo el 1.9% del total registrado en las Supersociedades. En Colombia la principal característica frente a este sector es que la mayor parte del desarrollo económico es realizado por el sector informal, donde no tienen una contabilidad y sus activos no son registrados ni evaluados ya que principalmente está centrada en la micro, pequeña y mediana empresa.

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), en la Norma Internacional Contable N° 38 establece tres requisitos para el reconocimiento de un activo: 1). Que sea generador de beneficios económicos futuros, 2). Que se tenga control o propiedad sobre el intangible, y 3). Que sea identificable y separable dentro de la empresa y sus actividades productivas. Para las Pymes en la sección 18 Activos Intangibles Distintos de Plusvalía, establece que un activo intangible es un Activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física cuando: 1). Es separable, es decir, es susceptible de ser separado o dividido de la entidad y vendido, transferido, explotado, arrendado o intercambiado, bien individualmente junto con un contrato, 2).

Surge de un contrato o de otros derechos legales, independientemente de si esos derechos son transferibles o separables de la entidad o de otros derechos y obligaciones. De igual forma, reconocerá como activo sí, y solo sí: 1). es probable que los beneficios económicos futuros esperados atribuido al activo fluyan a la entidad, 2). El costo o el valor del activo puede ser medido con fiabilidad; y 3). El activo no es resultado del desembolso incurrido internamente en un elemento intangible.

La valoración de intangibles se requiere en varios contextos: en propiedad intelectual se hace necesaria para medir el desempeño y evaluar estrategias de negocios. En adquisiciones, ventas y joint ventures, para determinar el valor de una firma. En licenciamiento para conocer el valor de la licencia. También en la solicitud de patentes, pago de mantenimientos de patentes, auditoria de propiedad intelectual, transferencias internas de propiedad intelectual y uso de la propiedad como garantía o para titularización.

Según Vélez, 2013, existen dos tipos de activos intangibles: *Activo de Propiedad Intelectual*: es un activo en cuanto a que el propietario tiene derecho de beneficiarse de este activo. Incluye patentes, derechos de autor (copyrights), secretos industriales y marcas, y *Ventajas intangibles*: No es un activo propiamente dicho porque el dueño no ejerce propiedad sobre ellas. Incluye la gente que trabaja en la firma, el entrenamiento que se ha dado a los empleados, la habilidad gerencial y la fidelidad de los clientes. La diferencia es que los activos de propiedad intelectual se pueden transferir en forma separada de una transferencia de la firma, mientras que la ventaja intangible no se puede transferir en forma separada.

Es difícil valorar intangibles, según Vélez, 2013, hay cuatro razones por las cuales son más difíciles de valorar que los activos tangibles: No existe un mercado visible y transparente para transar intangibles a diferencia del mercado de tangibles que sí existe. Esto no significa que no se

negocien, sino que no es un mercado institucionalizado y abierto como ocurre con las acciones y bonos. La mayoría de los contratos de negociación de propiedad intelectual son muy variados. *Son ad-hoc*. Cada uno tiene sus peculiaridades, en la práctica irrepetibles. Por su propia naturaleza los activos de propiedad intelectual son muy disímiles. Precisamente la ley requiere que así sea. Si así no fuera no tendría sentido, por ejemplo, registrar una marca o una patente. Y los detalles de transferencia de propiedad intelectual rara vez se hacen públicos.

La valoración de intangibles adolece de problemas de medición. La idea detrás de los esfuerzos para medir el valor de un intangible es hallar la diferencia entre una firma (o unos flujos de caja) de quien tiene el activo intangible y de quien no lo tiene. En el caso de una marca, por ejemplo, la idea es medir el valor asociado al hecho que por un producto de marca el cliente paga más que por un producto genérico. En la valoración de intangibles existen tres métodos básicos de valorar una marca o activo intangible en general: el método de identificación del ingreso asociado al activo, calculando el valor presente de los flujos de caja futuros, el método basado en transacciones similares en el mercado (valor comparado en el mercado) y el método basado en el costo (costos para su desarrollo).

Según Juliana González G., Valuadora de intangibles de la firma Ingenio Asesores, el impacto económico de los intangibles es indiscutible. Los escenarios en que se requiere su cuantificación son variados y, en ocasiones, no están siquiera identificados por sus titulares. El valor que les otorgue dependerá de la aplicación correcta de los estándares de valoración y, para ello, se requiere conocimiento técnico, pero también sensibilidad y apoyo interdisciplinario.

Para valorizar un intangible lo primero es reconocer que tiene un activo generador de valor, obtener una certificación dada por un evaluador, quien hace un análisis del flujo de ingresos basado en la proyección del flujo de caja; finalmente se registra como una garantía mobiliaria y se hace

público. Sin embargo, uno de los inconvenientes a la hora del reconocimiento contable y posterior gestión financiera, comercial y tributaria de los activos intangibles es que cuando son formados internamente en la compañía, las NIIF establecen que no se pueden registrar contablemente ni reconocer en los Estados Financieros.

El hecho de llevar una contabilidad y tener un intangible reconocido en primera instancia cambia su presentación en los estados financieros, mejorando su capacidad económica, sus activos y por ende sus indicadores financieros, ya que puede disminuir su nivel de endeudamiento y tener mejor capacidad de pago al momento de realizar cualquier trámite para obtener apalancamiento financiero, para el desarrollo de los proyectos.

Colombia es un país que cuenta con muchos proyectos creativos, pero que a la hora de financiar sus proyectos les es muy difícil que cuenten con las garantías reales, por ello es necesario que el sector financiero, empiece a aceptar garantías con base en la tasación de los intangibles, y que los evaluadores estén preparados para hacer ponderaciones confiables sobre este tipo de activos, para garantizar la seguridad de las transacciones y el apoyo por parte de las entidades financieras para la puesta en marcha y funcionamiento de este tipo de proyectos.

Adicional a eso el mercado debe desarrollar nuevas líneas de crédito apropiados para este nuevo sector, esto implicaría en crear uno o más instrumentos de riesgo que ayuden al apalancamiento de recursos para fomentar la economía a través de activos intangibles, realizar la valoración de estos, y proveer estructura de mercado para que puedan transar. Por ello, el programa de Gobierno para impulsar el crecimiento de las empresas que pertenecen a la economía naranja, se requiere que quienes participan en la financiación e inversión, promuevan determinen y acepten la valoración de los activos intangibles.

Colombia apenas está empezando a desarrollar mecanismos para que las valoraciones de bienes como marcas, tecnología, patentes, inventos y secretos empresariales, sean utilizadas ampliamente por las entidades financieras y los inversionistas con el fin de respaldar los créditos y promover la inyección de recursos a las industrias creativas (Portafolio, 2019). Sin embargo, hay un importante recorrido por hacer, pues si bien se tiene claridad sobre los intangibles adquiridos, los generados en los procesos de las empresas, están en estado primario. Importancia y Valoración de los activos Intangibles

3. Análisis situacional en la fundamentación social para una Economía Naranja

3.1 Aspectos sobre educación creativa

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) aplica el Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA, por sus siglas en inglés) donde se evalúa el desarrollo de las habilidades y conocimientos de los estudiantes de 15 años a través de tres pruebas principales: lectura, matemáticas y ciencias; desde el año 2000 esta organización aplica esa prueba cada tres años.

Colombia ha participado en estas pruebas desde el año 2006 y los últimos resultados que se conocen son los del 2015 donde el país se ubicó en el puesto 57 entre 72 países participantes. En cuanto a América Latina a nivel país Chile es el primero de la región, en el lugar 44, seguido de Uruguay (47), Costa Rica (55), México (58), Brasil (63), Perú (64), República Dominicana (70). (Martins, 2016)

En Colombia el sistema educativo lo conforman: la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados), la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller), y la educación superior tal como lo define el artículo 11 de la Ley 115 de 1994.

La evaluación es necesaria durante estas etapas de aprendizaje para avanzar en la calidad educativa por lo cual el Ministerio de Educación lo reglamentó con el Decreto 1290 de 2009 dando autonomía a cada institución para la definición del sistema de calificación. En la mayoría de instituciones, la “nota” (término más usado) es un sistema numérico que a veces va acompañado de decimales y el resto usa un sistema de letras.

La escala de valoración nacional requiere que se hable de desempeño Superior, Alto, Básico y Bajo. Cuando la institución opta por un sistema cualitativo, este se basa principalmente, en el cumplimiento de unos logros u objetivos que fácilmente no permite inferir si el estudiante se ha desempeñado bien cuando ha obtenido varias letras; generando mucha confusión al estudiante y aún más a los padres de familia.

La temática para evaluar los conocimientos de los estudiantes generalmente es a través de cuestionarios rígidos que obligan un aprendizaje de memoria, puesto que quien responda el concepto al pie de la letra se hace merecedor de una buena calificación. Las instituciones que usan un sistema numérico también determinan una escala de mayor a menor para establecer el mejor estudiante del aula.

Todas las instituciones educativas, sin excepción, deben ser evaluados en tres ámbitos: nacional, internacional e institucional, a través de las siguientes pruebas: A nivel nacional: Saber 3º, 5º y 9º, Avancemos 4º, 6º, 8º y Pruebas Saber 11. A nivel internacional: Programa para la Evaluación Internacional de Estudiantes (Pisa), Encuesta Internacional de la enseñanza y el

aprendizaje (Talis), Estudio Internacional sobre Educación Cívica y Ciudadana (ICCS) (Ministerio de Educación Nacional, MEN, 2017).

Otro eslabón importante en esta cadena de formación es el docente ya que a través de su metodología logrará o no incentivar la capacidad creativa en el estudiante desafiándose así la actitud creativa del docente. No basta que las instituciones les exijan títulos, ahora la selección de este personal debe apuntar a un ser estrategia pedagógico y didáctico. El reto es convertir todas las aulas de clase en espacios que estimulen la creatividad desde que el niño llega por primera vez hasta convertirse en un estudiante universitario.

A modo de ejemplo, se seleccionó aleatoriamente un grupo de 15 estudiantes de tres colegios de educación básica secundaria, con el fin de obtener sus percepciones sobre su formación en el tema creativo, el arte y la innovación es que los colegios no incentivan la creatividad, ni los espacios de opinión o crítica; que por ejemplo en las clases de música, el juego o los deportes, los estudiantes no tiene la oportunidad de elegir, como tampoco se evalúan sus capacidades o destrezas para iniciar los niveles de formación.

Dentro de los planes de estudio se establecen clases de música, pintura o práctica de juegos; las que son de obligatoria asistencia, independientemente de la apatía o vocación de los estudiantes, los cuales lo manifiestan, pero no son oídos, obteniendo como resultado un bajo rendimiento y poco interés en las clases. Lo cual deja en evidencia que la falla está en que no se canalizan los talentos ni se estudian las destrezas individuales, tampoco se les brinda la opción de escoger aquello que los entusiasma y los apasiona para así, disfrutar el proceso de aprendizaje, incentivando el desarrollo de sus habilidades para lograr impulsar el desarrollo emocional e intelectual en ellos.

Cuando se trata de crear espacios de opinión, también se mide al alumno por la cantidad de palabras que escribe. Si su pensamiento se aleja de la línea del docente puede ser afectado por una mala calificación. Por hechos como éste, se desestimula el análisis, la reflexión y juicio crítico; aunque la formación integral que deben impartir las instituciones educativas debe basarse en disciplinas de conocimientos y movimiento, es claro que aún están dirigidas a aulas de clase con grupos numerosos de menores, con múltiples expresiones de cultura y habilidades.

3.2 Políticas fiscales para la creatividad en Colombia

Teniendo como precedente que la informalidad que tiene el país tiene especial concentración en los actores económicos del sector de la economía naranja, el gobierno deberá tener presente que el recaudo de impuestos no le permitirá recuperar el capital público que se está invirtiendo para desarrollar el potencial económico de la cultura.

La apuesta del gobierno colombiano, es hacer atractivo este proyecto y motivar a los emprendedores a presentar sus ideas, por tal razón la ley de financiamiento en su art. 79 modifica el artículo 235-2 del Estatuto Tributario-ET, presentado los incentivos tributarios que consisten básicamente en la exención del impuesto de renta por un término de 7 años para las rentas que provengan del desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas. El pasado 12 de septiembre de 2019 se firmó el Decreto Reglamentario No. 1669 que da claridad sobre el concepto de empresas de economía naranja y precisa los requisitos para acceder a los beneficios y algunas condiciones específicas.

Requisitos para acceder a los beneficios según lo establece el Art. 235-2 del Estatuto Tributario:

1. Personas jurídicas, régimen ordinario, con domicilio en Colombia, constituidas y que inicien actividades antes de 31 diciembre de 2021.

2. Ser industrias de valor agregado tecnológico, actividades creativas o actividades referentes al turismo cultural que se detallan en el artículo 235-2.

3. Tener como mínimo 3 empleados sin contar a sus administradores ni a la junta directiva. En el decreto reglamentario se establecieron rangos de ingresos brutos fiscales para determinar el número de empleados contratados directamente.

4. Presentar la solicitud del proyecto de inversión al Comité de economía naranja que estará constituido por el Consejo Nacional de la Economía Naranja evidenciando la viabilidad financiera del proyecto, la descripción de la conveniencia económica, número de empleos, monto y tipo de inversión y cronograma, entre otros.

5. Posteriormente el Ministerio de Cultura emitirá un acto administrativo de conformidad o no conformidad.

Finalmente se debe cumplir con los montos mínimos de inversión que en ningún caso puede ser inferior a cuatro mil cuatrocientas (4.400) UVT en máximo tres (3) años gravables.

3.3. La medición de la generación de conocimiento y la valoración del intangible que se genera en las empresas en Colombia

Durante los últimos tiempos se viene evidenciando una dinámica económica gracias a la globalización, conllevando a que aparezcan nuevos conceptos cargados de incertidumbre e imprecisión, ante la capacidad de generar gran valor para la empresa a través de los activos

intangibles, permitiendo un mayor desarrollo en la economía y realizando un importante aporte al desarrollo económico de la sociedad.

En el entorno económico actual, las empresas al tratar de medir el capital intelectual de una organización, se encuentran con que no se pueden medir con fiabilidad y de una forma fácil, puesto que estas variables están cargadas de incertidumbre e imprecisión, dificultando más aún su medición y valoración. La valoración de los activos intangibles se basa en su gran mayoría en métodos de contabilidad tradicional, además las empresas no conocen el grado de identificación que tienen sus intangibles, para determinar la importancia que conceden la necesidad de valorarlos financieramente y las razones para ello.

Además, una forma de materializar los intangibles asociados a la propiedad intelectual es reconociendo su valor, para lo cual se deben valorar, ya sea para transferirlos o licenciarlos, para cuantificarlos como aporte de una sociedad o para reconocerlos en los estados financieros y poderlos entregar como garantía ante una posible operación de crédito o prenda financiera.

En síntesis, para avanzar en la economía naranja las condiciones en Colombia presentan niveles de dificultad, se puede decir que no está preparada para el desarrollo y puesta en marcha de una industria creativa. Los grandes desafíos están en el sistema educativo porque falta fortalecer la generación de ideas, la ciencia y la tecnología. Al estudiante se le cortan las alas frente a una idea creativa, cuando no se puede pensar, decir y mucho menos actuar frente a lineamientos diferentes a los establecidos por el Ministerio.

Si se habla desde la parte fiscal se puede observar que efectivamente se crean unos beneficios y exenciones tributarias para apoyar estas nuevas líneas de negocios en el pago de impuestos, pero igualmente se colocan unas barreras que hacen imposible acceder a ellas, puesto que la mayor parte de ideas creativas vienen de personas naturales, no de grandes empresas constituidas.

Toda idea innovadora nace de una persona natural y a medida que se va desarrollando dicha idea, se va formando un establecimiento o persona jurídica y va adquiriendo mayor capacidad de contratación. Por tanto, estos beneficios que brinda el gobierno, no deberían tener requisitos tan limitados, deberían ser apoyos centrados en esta línea de la economía, pero buscando apoyar a los nuevos genios creativos, independiente del tipo de empresa o cantidad de empleados a contratar. Otro reto en la economía naranja es la medición, porque algunas ideas innovadoras se promueven en el sector de servicios.

Falta capacitación y apoyo económico para fortalecer esta valoración, es allí donde debe entrar el gobierno a crear líneas de emprendimiento, a formar e incentivar el desarrollo y puesta en marcha de estas ideas creativas, que desde el punto de vista empresarial y económico brindan una nueva oportunidad para la generación de empleo y aportan al desarrollo de la economía del país.

Por ello, es una necesidad buscar un método que permita valorar acertadamente los activos intangibles se convierte en una herramienta clave de generación de valor para una empresa. Frente a esta situación, existe la lógica fuzzy, brindando una posibilidad para modelar en un entorno cargado de incertidumbre y subjetividad. Siendo esta una técnica que surgió en la década de los años 60 propuesta por Lofti Zadeh, profesor de ingeniería eléctrica de la Universidad de Berkeley, California, quien sentó las bases matemáticas de los subconjuntos difusos. A través de la lógica fuzzy es posible circunscribir las variables lingüísticas facilitando el ingreso de variables como know-how, creatividad, innovación, organización, etc., generando un intervalo de valores razonables, convirtiéndose en una herramienta efectiva a la hora de valorar activos intangibles.

Según Juliana González G., Valuadora de intangibles de la firma Ingenio Asesores, manifiesta que tratándose de activos individuales e independientes relacionados con propiedad intelectual son diversas las metodologías que se pueden aplicar para la valoración de activos. Para intangibles

como marcas, software, obras originales, entre otros, el método tiene como enfoque los ingresos generados por el activo. Otros intangibles como el good will deben medirse a partir del valor de otros activos a los que está asociado y se determina por valor residual, incluso, pueden llegar a valorarse por métodos que cuantifican el valor de reposición o reemplazo, es decir, un enfoque de costo. Existen diversos métodos como sus precursores, que tiene en cuenta, además de elementos cuantitativos, otros cualitativos. Algunos valuadores aplicarán ciertas variables y otros dejarán de hacerlo. Lo cierto es que la valoración de intangibles excede la aplicación matemática de un método, pues este es solo uno de los criterios que, de acuerdo con los estándares de valoración, deben tomarse en cuenta.

En síntesis, no se dispone de elementos que viabilicen un exitoso desarrollo de la economía creativa que en la política de Estado en Colombia sea un eje del desarrollo económico, ante realidades que no son fácilmente adaptables a los paradigmas que dominan la educación, la contabilidad y valoración de los intangibles propios de las industrias creativas y culturales y, políticas del gobierno nacional inviables por la corrupción y los altos niveles de empobrecimiento poblacional.

De hecho, el modelo educativo, enseñanza aprendizaje con posturas pedagógicas de repetición de saberes, lejos de pensamiento crítico, conlleva a que importantes segmentos poblacionales de jóvenes, no puedan acceder al Emprenderismo, salvo al de la economía informal con negocios saturados en el mercado (hacer los que los demás hacen). Por otra parte el paradigma contable sobre los intangibles, no dan solución al reconocimiento del valor de intangibles no negociados en el mercado empresarial, o no patentables, dificultando la valoración del más importante de los activos y por ende del patrimonio de empresas que se basan en la creatividad de la mente humana o propiedad intelectual.

Cuando las bases para el Emprenderismo y la Creatividad son débiles difícilmente se puede avanzar en la creatividad con políticas fiscales y menos para competir en mercados internacionales, cuando en países industrializados las reglas de patentes y valoración de empresa resulta menos difícil, por sus magnitudes patrimoniales y regulación de mercados.

De ahí la importancia de buscar mecanismos y acciones que transformen los paradigmas que rigen la educación con relación a la formación de personas con capacidades creativas, innovación y sean proactivos, así como lograr políticas de Estado que rijan en igualdad o mejoren las condiciones económicas frente al mundo para incursionar en mercados internacionales.

4. Como avanzar en una Economía Creativa en el marco de la Economía Naranja

En el presente capítulo se plantea a modo de lineamiento, algunas estrategias que permiten avanzar en la economía naranja, tanto en el ámbito educativo, fiscal y de valoración.

Desde la educación son muchos los aspectos en los cuales Colombia debe generar cambios de fondo; inversiones en la primera infancia, planes o programas de formación de fácil acceso y con costos mínimos para hacer efectivo el derecho a la formación hasta lograr profesionales felices, éticos, con calidad de vida y con capacidades de construir comunidad. La educación es la vía principal para erradicar la corrupción y generar reconstrucción del tejido social tan azotado por la guerra y la desigualdad.

Una de las frases de Sir Ken Robinson, educador, escritor y conferencista británico es “*Si pueden encender la chispa de la curiosidad en un niño, con frecuencia, aprenderán sin mucha ayuda*” pero en Colombia las instituciones educativas están lejos de generar una chispa y mucha

menos una llama. En todas las entidades responsables de la formación académica se hace necesario construir escenarios con una cultura de confianza entre niños y maestros que potencialicen las habilidades de innovación y creatividad existentes y construir nuevos procesos de aprendizaje.

La creatividad y las nuevas tecnologías deben ser el eje central de las reformas al sistema educativo colombiano, menos respuestas de memoria y más expresión de punto de vista originales, auténticos y con información relevante, capacitar a la comunidad en el uso de tecnologías y cómo dominar las múltiples fuentes de información, replantear la enseñanza a través de clases magistrales por espacios que generen cuestionamiento e interacción. El estudiante debe graduarse con capacidades para pensar, tomar decisiones, relacionarse positivamente y liderar equipos, además de un amplio sentido de cooperación y ayuda mutua.

Fortalecer la educación debe ser una prioridad sin tener en cuenta si es pública o privada. Tiene que ser educación con calidad para todos y todas. Construir políticas en donde la educación gane relevancia y liderazgo y se mejoren los sistemas de financiación de las universidades públicas que garanticen mejoramiento y actualización de los programas que ofrecen.

Invertir en educación impulsa la innovación y creatividad y para construir un mejor país, en lo cual hay que cambiar el paradigma de enseñanza aprendizaje por una formación crítica, investigación y creatividad.

Las Universidades, deben constituirse como verdaderos laboratorios y observatorios para las industrias creativas y culturales, trabajando de la mano en la construcción de metodologías de valoración de intangibles y de empresas, acorde a la realidad, pues hay claridad para las empresas que cotizan en bolsa o adquieren los intangibles, mas no para las empresas que en su actuar general sus intangibles en la sociedad de conocimiento; así como en la exploración de nuevos espacios para incursionar en mercados internacionales.

Desde la política pública se deben crear organismos que protejan las mentes creativas, con espacios y recursos para conformar grupos creativos en determinados procesos, así como alternativas para apoyar la generación de productos y servicios con valor agregado. De acuerdo a John Howkins “*el gobierno debe hacer una auditoría de todas las políticas para asegurarse de que sean aptas para una economía creativa*” pero en Colombia no se da sólo hasta que se conocen los escándalos de corrupción que involucran los recursos destinados en este sector.

Desde el punto de vista empresarial, se encuentra Colombia preparada para el desarrollo de una economía creativa, cuando existen aún paradigmas en aspectos de gran importancia como lo es la aplicación de las NIIF; se puede evidenciar que después de 5 años de entrada en vigencia esta nueva norma, hay micro, medianas e incluso grandes empresas que aún no han realizado la implementación del Nuevo Marco Normativo Contable, mucho menos están cerca de realizar un avalúo y reconocer en sus estados financieros aquellos activos intangibles, que a pesar de ser para ellas su principal fuente de ingresos, desconocen el proceso contable y financiero para el reconocimiento de estos activos.

De ahí la importancia que sean los emprendedores y los profesionales de apoyo, los que coadyuven en la construcción de las políticas para favorecer el emprendimiento, la innovación y la creatividad, planteando los procedimientos y metodologías para la valoración de los intangibles y de las empresas y, apropiación contable acorde a sus realidades y la realidad mundial en orden a la disposición de condiciones competitivas.

Desde la valoración Alexandra Suárez Pelayo, directora ejecutiva del Autorregulador Nacional de Avaluadores consideró “*el programa del Gobierno para impulsar el crecimiento de las empresas que pertenecen a la economía naranja, requiere que los actores que participan en la financiación e inversión promuevan y acepten la valoración de los activos intangibles*”

(Portafolio, 2019), pero en Colombia el sector financiero es quien debe igualmente hacer una estructuración en cuanto a las garantías solicitadas para la realización de los créditos a las micros y pequeñas empresas de ideas creativas para la obtención del apalancamiento financiero.

Ofrecer soluciones de capacitación y entrenamiento a todas las partes relacionadas con el apoyo a los emprendedores y proyectos creativos que conforman la economía naranja colombiana, en la aplicación de la lógica Fuzzy o matemática borrosa para la medición de activos intangibles formados, que requieren una herramienta adaptable y flexible de acuerdo con las condiciones específicas de cada negocio. De esta forma se consideran todos los factores que influyen en el valor real ya que este modelo opera con conjuntos y matrices bajo conceptos posibilísticos de valoración de variables. En los activos intangibles que se adquieren, la incertidumbre y subjetividad están controladas y se tiene un valor para realizar su reconocimiento.

Además, es importante trabajar en la generación de indicadores de rentabilidad de intangibles, puesto que a partir de estos indicadores se puede estimar el valor del intangible. Pues, de hecho, en toda empresa el valor es generado por el capital (C. humano, C. Tecnológico instrumental y C. Natural). Dentro del capital humano existe el valor agregado en la obra de mano o acción física pero el valor por el intelecto, debe ser evidenciado en la generación de valor.

Por su parte en la tecnología se destaca la instrumental o uso de equipos y herramientas como medios de producción, la tecnología blanda por mejoramiento de procedimientos y habilidades en el capital humano y, en cuanto al capital natural aporta toda la base de la producción industrial, sin que sea el trabajo o la tecnología la que los cree (bienes bióticos - flora y fauna, o abióticos - minerales), por lo que esa producción no procede de acciones remuneradas o valorables por su costo histórico o de mercado, que si bien son elementos materiales (bienes y activos naturales) se convierte en un intangible la producción al no ser evidenciable con facilidad el aporte de la

naturaleza (¿cuál es el valor aportado por la naturaleza en una mina, o en un cultivo etc.?), pues con el trabajo humano y la tecnología es la explotación de algo que intrínsecamente la naturaleza ha generado.

De ahí, que para lograr el reconocimiento de valores que no obedecen al paradigma contable de valor de mercado, se deban buscar metodologías que aproximen el valor de los intangibles, recurriendo a la lógica y las realidades contables de lo revelable para definir lo incalculable.

5. Conclusiones

Después de observar la política estatal de Colombia se concluye que no se cumplen los propósitos económicos proyectados por el gobierno por lo tanto se requiere una revisión por parte de la comunidad académica y empresarial que estimulen la oferta, la demanda y la interacción entre los diferentes actores.

Aunque no es fácil diseñar e implementar políticas públicas efectivas para la economía creativa se requiere dar un enfoque sistémico a los programas donde actúen todos los componentes del ecosistema creativo de tal forma que a largo plazo los paradigmas puedan convertirse en una realidad tangible donde se demuestre el crecimiento y desarrollo socio-económico del país.

El gobierno nacional debe sensibilizarse, reconocer las fallas del actual sistema de educación y trabajar por mejorar la calidad definiendo metas de aprendizaje y diseñando nuevos modelos pedagógicos que dirijan la educación básica y superior al desarrollo de capacidades, pensamiento crítico, la creatividad, resolución de problemas, análisis y habilidades sociales, entre otros.

La destinación de los recursos públicos para el sector de la educación debe garantizar un ambiente propicio para el aprendizaje con el suministro de materiales necesarios, infraestructura y

remuneración a maestros efectivos al igual que para la construcción de un Modelo Pedagógico Integral en el que la valoración holística del estudiante abarque cada una de las dimensiones del desarrollo humano: espiritual, ética, social, cognitiva, corporal, estética y comunicativa.

Las micro y medianas empresas en materia de valoración de activos intangibles, han optado por la valoración subjetiva debido al desconocimiento de métodos de medición y a la inexperiencia por parte de quienes están encargados del proceso de valoración y reconocimiento contable y financiero afectando el impacto y la situación financiera de la empresa en la presentación de los estados financieros.

Colombia es un país que carece de credibilidad y respaldo frente al desarrollo de la economía creativa, incluso por parte del sector financiero, quién aún hoy, con una globalización tan avanzada se cierra ante una solicitud de apalancamiento financiero en empresas donde su principal fuente de ingresos provenga de una idea innovadora y creativa, pero que en sus estados financieros carezca de activos fijos o prendas físicas, que respalden la cuantía solicitada.

Referencias Bibliográficas

- Argentina Online. (03 de 03 de 2019). ¿De qué se trata la ley de industrias creativas que impulsa el Gobierno en Tierra del Fuego? Obtenido de <http://argentinaonline.com.ar/nota/9441/de-que-se-trata-la-ley-de-industrias-creativas-que-impulsa-el-gobierno-en-tierra-del-fuego/>
- Benavente, J., & Grazzi, M. (2018). Impulsando la Economía Naranja en América Latina y el Caribe. Obtenido de Foro Cilac 2018: <http://forocilac.org/wp-content/uploads/2018/10/PolicyPapersCILAC2018-EconomiaCreativa-2.pdf>
- Blázquez Santana, F., Dorta Velázquez, J. A., & Verona Martel, M. C. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. Revista Innovar Journal, 42-57.
- CISAC. (3 de 12 de 2015). Tiempos de cultura – El primer mapa mundial de las Industrias Culturales y Creativas. Obtenido de <https://es.cisac.org/>: <https://es.cisac.org/Universidad-CISAC/Biblioteca/Estudios-y-guias/Tiempos-de-cultura-El-primer-mapa-mundial-de-las-Industrias-Culturales-y-Creativas>
- Constitución Política de Colombia
- DANE, D. A. (2019). Primer Reporte de la Economía Naranja (2014-2018p). Bogotá: DANE.
- Dinero. (18 de 06 de 2019). ¿Cómo valorar los intangibles? Una pregunta clave para la economía naranja. Dinero, pág. Economía. Obtenido de <https://www.dinero.com/inversionistas/articulo/como-valorar-los-intangibles-una-pregunta-clave-para-la-economia-naranja/275267>
- Duque Márquez, I. (2015). Efecto Naranja. Bogotá: Planeta Colombia S.A.

Duque Márquez, I., & Buitrago Restrepo, F. (15 de 08 de 2016). ¿Qué es y cuál es la importancia de la 'Economía naranja'? (D. Arizmendi Posada, Entrevistador)

El Espectador. (29 de 10 de 2018). ¿Por qué el 70% de las empresas en Colombia fracasan en los primeros cinco años? El Espectador, pág. Economía. Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/por-que-el-70-de-las-empresas-en-colombia-fracasan-en-los-primeros-5-anos-articulo-820897>

El Tiempo. (04 de 09 de 2018). ¿Qué es la economía naranja de la que habla Iván Duque? El Tiempo, pág. Economía. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/que-es-la-economia-naranja-que-promueve-ivan-duque-253254>

El Tiempo. (17 de 09 de 2019). Un país que se aleje de la creatividad se volverá menos rico: Howkins. El Tiempo, pág. Política. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/entrevista-john-howkins-acerca-de-la-economia-creativa-413330>

EY. (12 de 2015). Tiempos de cultura El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas. Obtenido de <https://es.cisac.org>: <https://es.cisac.org/Universidad-CISAC/Biblioteca/Estudios-y-guias/Tiempos-de-cultura-El-primer-mapa-mundial-de-las-Industrias-Culturales-y-Creativas>

Financial Accounting Standrds Board. NIC 38 – Activos Intangibles (2012). Recuperado a partir de http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/niif.php?anio_id=2012pdf

Fundación Ideas. (05 de 2012). Las Industrias Culturales y Creativas. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/listalibrosporcoleccion?codigo=822>

Funes Cataño, Y. (2009). Valuación de los Activos Intangibles, Caso de la UNAM. Revista del Centro de Investigación: Universidad de la Salle, 45-60.

Infobae. (10 de 06 de 2019). Se promulgó la Ley de Economía del Conocimiento con beneficios para empresas exportadoras de tecnología y servicios. Infobae, pág. Economía. Obtenido de <https://www.infobae.com/economia/2019/06/10/se-promulgo-la-ley-de-economia-del-conocimiento-con-beneficios-para-empresas-exportadoras-de-tecnologia-y-servicios/>

Ley N° 115 Diario Oficial No. 41.214 de la República de Colombia, Bogotá, Colombia, 8 de febrero de 1994

Martins, A. (6 de 12 de 2016). Pruebas PISA: ¿cuáles son los países que tienen la mejor educación del mundo? ¿Y cómo se ubica América Latina? BBC Mundo. Obtenido de <https://www.bbc.com>: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-38211248>

Ministerio de Educación Nacional, MEN. (2017). La evaluación formativa y sus componentes para la construcción de una cultura de mejoramiento. Bogotá: Legis S.A.

Ministerio de Educación Nacional. (s.f.). Obtenido de Ministerio de Educación Nacional: https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-233839.html?_noredirect=1

NIIF para las PYMES. Sección 18 Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía (2016). Recuperado a partir de http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/niif/niif.php?anio_id=2012

OEA, BID, BRITISH COUNCIL, OXFORD ECONOMICS. (2014). El impacto económico de las industrias creativas en las Américas.

Portafolio. (12 de 08 de 2019). La valoración de los intangibles impulsa a la economía naranja.

Portafolio, pág. Economía. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/la-valoracion-de-los-intangibles-impulsa-a-la-naranja-532509>

Portafolio. (12 de 08 de 2019). La valoración de los intangibles impulsa a la economía naranja.

Portafolio, pág. Economía.

Presidencia de la República de Colombia. (18 de 10 de 2018). Aprobado Presupuesto General de

la Nación 2019, enfocado en una mayor equidad. Obtenido de <https://id.presidencia.gov.co:https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2018/181018-Aprobado-Presupuesto-General-de-la-Nacion-2019-enfocado-en-una-mayor-equidad.aspx>

Procolombia. (29 de 11 de 2018). El ABC de la Economía Naranja. Obtenido de Portal Oficial de

Inversión de Colombia: <https://www.inviertaencolombia.com.co/noticias/1171-el-abc-de-la-economia-naranja.html>