

IMPACTO DE LA ECONOMÍA NARANJA EN LAS ORGANIZACIONES DE LA
REGIÓN ORINOQUÍA Y SU CONTRIBUCIÓN EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES



KAROL NATALIA CASTIBLANCO ARIZA
LUISA FERNANDA MARTÍNEZ NAVARRETE



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2021

IMPACTO DE LA ECONOMÍA NARANJA EN LAS ORGANIZACIONES DE LA REGIÓN
ORINOQUÍA Y SU CONTRIBUCIÓN EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES

KAROL NATALIA CASTIBLANCO ARIZA
LUISA FERNANDA MARTÍNEZ NAVARRETE

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de negociador internacional

Director semillero REI:
Mg. JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR
Magister In Business Administration

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2021

Autoridades Académicas

P. FRAY JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O.P.

Rector General

P. EDUARDO GONZÁLES GIL, O.P.

Vicerrector Académico General

P. FRAY JOSÉ ANTONIO BALAGUERA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. FRAY RODRIGO GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

JAVIER HUMBERTO TRILLO CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Dedicatoria

A Dios, quien fue el que nos permitió dar un gran paso con el desarrollo de la presente investigación, permitió que nos encontráramos con un propósito y un rumbo, con un tema que poco a poco nos fue apasionando más.

A nuestras familias y amigas, que sin duda alguna son y seguirán siendo un pilar fundamental en nuestra formación tanto profesional como personal, fueron voces de aliento, y contribuyeron a que nos formáramos como unas excelentes negociadoras internacionales con resultados que ahora nos enorgullecen.

Agradecimientos

Extendemos nuestro agradecimiento a la Universidad Santo Tomás, que gracias a su formación profesional e integral nos brindó las herramientas necesarias para el desarrollo de la presente investigación.

Al grupo de investigación HOLOS de la facultad de Negocios Internacionales, que nos brindó espacios de aprendizaje adecuados para el desarrollo de nuestras competencias en el ámbito de la investigación.

A nuestro docente y tutor de semillero Jairo Camilo Zamora Escobar, quien nos acompañó y nos dirigió en todo el proceso ofreciéndonos su apoyo incondicional.

Y finalmente, pero no menos importante, el agradecimiento mutuo como compañeras de grado, si no hubiese sido por nuestra dedicación, constancia y entrega, no podría materializarse el presente proyecto de grado como un producto académico valioso que generará un aporte importante a la sociedad.

Tabla de contenido

	Pág.
Glosario	9
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción	13
Justificación	14
Estado del arte.....	16
Cronograma.....	19
Planteamiento del problema	20
Descripción del problema.....	20
Formulación del problema	20
Preguntas específicas de investigación	20
Objetivos	21
Objetivo general	21
Objetivos específicos.....	21
Marco referencial.....	22
Marco Teórico	22
Marco Conceptual	23
Metodología	26
Tipo de investigación	26
Tratamiento de la información	27
Tratamiento de indicadores	28
Supuestos preliminares	28
Hipótesis.....	28
Técnicas de investigación.....	29
Resultados.....	30
Contribución La Economía Naranja desde una perspectiva teórica.....	30
Ventajas De La Economía Naranja Desde La Teoría.....	31

Desventajas De La Economía Naranja	35
Criterios y/o elementos requeridos para aplicar Economía Naranja	36
Sectores creativos y su participación en la región de la Orinoquía.....	39
Ventajas y Desventajas de los Sectores Creativos en la Región de la Orinoquia	41
Departamentos “Naranja” en la región Orinoquía	41
Incidencia de la Economía Naranja en las organizaciones de la región Orinoquía	44
Conclusiones y recomendaciones.....	47
Referencias bibliográficas	48

Lista de tablas**Pág.**

Tabla 1. Desarrollo de la investigación por etapas	19
Tabla 2. Industrias culturales	40

Glosario

Creatividad: La creatividad logra ser entendida para diversos autores como una forma de expresión, fuera de lo cotidiano, que permite analizar espectros más amplios y llegar a nichos de mercado más amplios, pues tal así IH Arteaga, JCA Pérez (2015), logran definirla como:

La capacidad que tiene el ser humano de pensar cosas nuevas, y en la innovación, que es la capacidad de implementar dichas ideas de un modo diferente. Sin embargo, los obstáculos y las limitaciones para que esto no sea posible o se prolongue en el tiempo, está en la resistencia, en el rechazo, en las negaciones y objeciones que se encuentran en la cultura y se filtra en las políticas públicas e institucionales, en los lineamientos y en la normatividad, constituyéndose en limitantes con los que se convive cotidianamente. (p.4)

Cultura: La cultura es el conjunto de conocimientos y rasgos característicos que distinguen a una sociedad, una determinada época o un grupo social. La palabra cultura ha tenido diferentes significados a lo largo de la historia. (Peiró, 2021)

Economía: Para Mark (2008), la economía es “el estudio de cómo los individuos transforman los recursos naturales en productos y servicios finales que pueden usar las personas” (p.16). Por otro lado, renombrados economistas como William (2008) definen la economía como: “El estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos” (p.4). Finalmente es importante rescatar el aporte de Gregory (2008), el cual define la economía como “el estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos” (p.3).

Economía creativa: De acuerdo al Informe sobre Industrias Creativas en América Latina y el Caribe, el término “Economía Creativa” se refiere al ciclo de la creación, la producción, y la distribución de estos bienes y servicios que utilizan el conocimiento, la creatividad y el capital intelectual como recursos productivos primarios.

Industria creativa: Según el Banco Mundial, la Industria Creativa es todo proceso de producción y prestación que sea producto de la creatividad del hombre.

Industria cultural: “El término industria cultural se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural” (Lebrún Aspíllaga, 2014). El término de industrias culturales, según la UNESCO (Portal de la Cultura de América Latina y el Caribe, 2010), abarca aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza.

Innovación: “La innovación es un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes, mejorándolos o creando nuevos que impacten de manera favorable en el mercado” (Peiró, 2021).

Naranja: La palabra ‘Naranja’ como expresión única para referirse a un color ha quedado atrás y ha dado paso al ‘Naranja’ como denominación innovadora que identifica una herramienta económica que ha tenido gran auge, esta denominación fue propuesta por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual históricamente ha asociado este color con cultura, creatividad e innovación, sin embargo, la llamada ‘Economía Naranja’ no es más que una forma local para referirse a ‘Economía Creativa’ (Hernández, Ospina, Londoño, & Tello, 2018). Siendo así, el término de ‘Economía Naranja’ es tomado como sinónimo de la ‘Economía Creativa’ y esta última según Felipe Buitrago e Iván Duque (2013) en su libro “La economía naranja. Una oportunidad infinita” (Como se cita en Gutiérrez, 2018) es un “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” (p.40).

Resumen

En el desarrollo de esta investigación se proporcionará información relacionada a la participación y la contribución de la economía naranja como término que actualmente se encuentra en auge y es de gran interés principalmente para las organizaciones, las cuales actualmente están aplicando en sus productos innovación, cultura, creatividad y/o tecnología. El desarrollo de la investigación se centra en una zona determinada, en este caso la región Orinoquía de Colombia teniendo en cuenta que es una región que tiene un patrimonio cultural importante para el país y que con ayuda de diversas fuentes y factores como las políticas del gobierno, las oportunidades en el mercado y la cooperación internacional, puede obtener éxito en la aplicación de esta nueva visión de la economía, potenciando a su vez el valor agregado de los productos propios de la región y alentando los esfuerzos de los empresarios.

Palabras Claves: Economía, Creatividad, Naranja, Industria, Cultura

Abstract

In the development of this research, information related to the participation and contribution of the orange economy will be provided as a term that is currently on the rise and is of great interest mainly for organizations, which are currently applying innovation, culture, creativity and / or technology. The development of the research focuses on a specific area, in this case the Orinoquía region of Colombia, taking into account that it is a region that has an important cultural heritage for the country and that with the help of various sources and factors such as government policies , market opportunities and international cooperation, can be successful in applying this new vision of the economy, in turn enhancing the added value of the region's own products and encouraging the efforts of entrepreneurs.

Keywords: Economy, Creativity, Orange, Industry, Culture

Introducción

Los primeros nombramientos del término “economía naranja” se remontan al siglo XVI y XVII con la obra seminal *The Economic Dilemma* de Willian Baumol y William Bowen esta obra abordó temáticas de Política cultural, valor de cultura y gestión empresarial, que más adelante permitieron consolidar el concepto de economía naranja, en el año 2013 el BID (Banco interamericano de desarrollo), en compañía de Felipe Buitrago e Iván duque publicaron el libro *Economía naranja: una oportunidad infinita*, este libro se enfocó en reunir los aportes realizados por Jonh Howkins en 2001 y a su vez dio su propia definición de economía creativa basada en todos los puntos de reflexión del libro “*The Creative Economy*”.

Uno de los acontecimientos más recientes para la compilación del concepto de economía naranja se enmarca a Colombia con el discurso del 7 de agosto del año 2018 por parte del presidente de Colombia Iván Duque en el cual aseguró que Colombia se la jugará toda para que el país tenga la posibilidad de progresar a nivel económico por la apropiación y el uso de la economía naranja, este acontecimiento viene acompañado del evento Colombia 4.0, dirigido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), realizado la primera semana de octubre del 2018 en el que se pretendió mostrar cómo las industrias colombianas pueden basar su economía en esta nueva forma de explotación de bienes y servicios culturales.

Estos estudios realizados han permitido definir la economía naranja como una herramienta de desarrollo económico que pretende que los sectores exploten a gran escala sus capacidades, es una herramienta inclusiva porque permite que todos los sectores sean tenidos en cuenta como generadores potenciales de ingresos para una determinada región o país, sin embargo es posible evidenciar la falta de conocimiento y aplicación de esta herramienta por organizaciones a nivel mundial, surge la necesidad de hablar y apropiarse de las ventajas y desventajas que esta conlleva y lo favorable que resultaría para aquellas organizaciones que desconocen el término, es importante reconocer que la economía naranja involucra a lo largo de su desarrollo diversos aspectos económicos, políticos y sociales que le permiten adaptarse y regirse, la investigación nace de la necesidad de las organizaciones por crear ambientes económicos con perspectivas diferentes, en donde se aproveche al máximo los recursos con los que cada región cuenta y sea valorado el trabajo que todos los sectores están realizando.

Justificación

Relevancia

La presente investigación tiene impacto en los ámbitos económico, político, sociocultural e incluso académico, en el ámbito político, contribuye al desarrollo de políticas públicas para la regulación de la Economía Naranja principalmente dentro de la región y que su aplicación para las organizaciones sea llevada a cabo de una manera más consolidada.

En cuanto al ámbito sociocultural, permite que las personas en general o habitantes de una región conozcan conceptos y todo lo que involucra esta herramienta y que además se apropien de las tendencias actuales de la economía y las vean como una oportunidad que a través de los atributos culturales fácilmente pueden convertir en productos que tengan buena aceptación por el consumidor.

En el ámbito económico permite conocer la participación de la Economía Naranja en la Región Orinoquía de Colombia a las organizaciones, las pequeñas y medianas empresas y a los posibles emprendedores y de qué manera esta genera rentabilidad contribuyendo al crecimiento económico en general; lo anterior que lleva a que esta sea reconocida como una herramienta económica importante en la actualidad.

En este orden de ideas, la investigación sirve como un documento base para conocer el contexto y los antecedentes de la Economía Naranja y así realizar proyecciones. En otras palabras, el estudio de este tema resulta de gran importancia, puesto que permite tener un contexto claro y actual de la herramienta, lo que beneficia de cierta forma a los actores involucrados. Ahora bien, en cuanto a la contribución académica, radica en que sirve como fuente de información para estudiantes que llevan a cabo proyectos de investigación de temas de la misma línea o relacionados o para empresarios de la región que deseen aplicar la economía naranja en su empresa.

Utilidad

- Guía para las organizaciones de la región Orinoquía; que estas puedan identificar la favorabilidad de la aplicación de la economía naranja en su organización.
- Documento guía de compilación de antecedentes teóricos referentes a economía naranja en Colombia y sus respectivos estudios académicos realizados ya que no se encuentra mucha información que proporcione un contexto claro.

- Permita reconocer a nivel interno en las organizaciones que otros procesos se pueden desarrollar en los determinados departamentos en donde se involucre el arte, la cultura, la música, el dibujo y todos aquellos espacios de creatividad.

Valor teórico

A lo largo de la investigación ha sido posible identificar diversos autores que permitieron gracias a sus aportes desarrollar y definir lo que hoy se conoce como Economía Naranja, aportes que de alguna u otra forma forjaron la compilación de información y el desarrollo de esta a través del tiempo; pero en este espacio es importante resaltar a aquellos autores cuyos objetivos e ideales se encuentran relacionados con el objetivo principal de la presente investigación, es por esta razón que cabe mencionar a John Newbiggin autor del artículo “Economía Creativa” publicado por el British Council, el cual determinó a la Economía Naranja como factor elemental en el desarrollo de política pública de todo país, necesaria en cada gobierno para que este logre diversificar sus fuentes de ingreso y explotar así cada vez más los recursos con los que cuenta.

Dicho artículo permite cierto grado de afinidad con la investigación, puesto que esclarece cada uno de elementos de este nuevo término y compagina con el objetivo del presente que será expuesto más adelante.

Estado del arte

Durante los siglos XVI y XVII la economía naranja logra catalogarse como un término aparentemente nuevo, pues tras la obra seminal *The Economic Dilemma* de Willian Baumol y William Bowen se desarrollan aspectos de esta visión de la economía en donde se retoman elementos como lo son: la política cultural, el modelo de consumo de bienes, el valor cultural, y la gestión empresarial.

Para los años entre 1944 y 1947 es posible evidenciar el nombramiento del término economía/industria cultural por Max Horkheimer y Theodor Adorno, miembros de la escuela de Frankfurt la cual se centraba en la investigación de condiciones sociales e históricas que permitían deducir las necesidades de cambios en la sociedad y los mecanismos a implementar

Allí Max Horkheimer y Theodor Adorno desarrollaron el concepto de industria cultural como un conjunto de sectores destinados a la creación, distribución y exhibición de servicios y bienes culturales con la finalidad de mirar otros horizontes económicos.

- En 2001 John Howkins publica su libro de “*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*”, el cual se centra en definir en primera instancia qué es la creatividad, cómo se desarrolla y de qué manera permite que la tecnología se involucre en esta.

Howkins también estableció en su escrito reglas claves para el éxito en el desarrollo de la economía naranja, estas se resumen en comprender los derechos de autor, propiedad intelectual, reinventar, patentes y convenir todas las ideas en activos que valgan la pena.

- En 2008 la ONU publicó su primer informe, en el cual describe las industrias creativas como las encargadas de involucrar el arte, la cultura y la tecnología en sus procesos comerciales, además perfeccionó este concepto y abarca toda su implementación en el campo económico.

Es uno de los informes más importantes de la ONU acerca de economía naranja puesto que estableció una posible noción de políticas públicas para promover el desarrollo en los sectores que esta economía se centra, algunos de estos fueron:

- ✓ Publicidad
- ✓ Arquitectura

- ✓ Arte
- ✓ Artesanías diseño
- ✓ Moda
- ✓ Cinematografía

En **2010** la ONU, nuevamente realizó un informe acerca de economía naranja pero en este lo único que hizo fue reafirmar las conclusiones a las que se habían llegado con el informe de 2008 y estableció estrategias a nivel nacional para que se lograra hablar de economía naranja en todo el mundo. En este mismo año John Newbiggin redacta un artículo denominado Economía Creativa, publicado por British Council en el cual establece que la economía creativa también conocida como economía naranja tiene un papel fundamental en la política pública y es oportuno conocer la forma en que esta se desarrolla en cada estado, desde este entonces British Council se ha comprometido a involucrar el término de economía cultural en varios países mediante diversas estrategias que planteó para el debido desarrollo de este compromiso.

- En 2013 el BID (Banco interamericano de desarrollo), en compañía de Felipe Buitrago e Iván duque publican el libro Economía naranja: una oportunidad infinita, este libro reunió los aportes realizados por Jonh Howkins en 2001 y a su vez dio su propia definición de economía creativa basada en todos los puntos de reflexión del libro “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”.

Este libro tuvo en cuenta para su análisis a organizaciones como la OMPI, la consultora Oxford y la UNCTAD pues sirvieron como base de datos para el abordaje de las temáticas, además utilizaron gráficos e infografías con la finalidad de mejorar la comprensión y generar una interacción única con el lector.

- El acontecimiento más reciente para la compilación del concepto de economía naranja se dio el 7 de agosto del año 2018, cuando el presidente de Colombia Iván Duque en uno de sus discursos menciona que Colombia se la jugará toda para que el país tenga la posibilidad de progresar a nivel económico por protagonistas con apropiación tecnológica en sus actividades comerciales, robótica, impresión 3D y mejoras en la internet.

Este acontecimiento viene acompañado del evento Colombia 4.0, dirigido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), realizado la primera semana

de octubre del año 2018 en el que se pretendió mostrar cómo las industrias colombianas pueden basar su economía en esta nueva forma de explotación de bienes y servicios culturales.

Cronograma

Tabla 1. Desarrollo de la investigación por etapas

Etapas 1. Planteamiento de la investigación	Etapas 2. Recolección de información	Etapas 3. Análisis y trabajo de campo	Etapas 4. Presentación de resultados
*Planteamiento del problema *Objetivos *Pregunta de investigación *Metodología	*Elaboración del marco teórico *Marco conceptual *Técnicas referenciales y bibliográficas	*Desarrollo de los capítulos (1-5)	*Procesamiento de datos *Análisis de resultados *Conclusiones y recomendaciones

Planteamiento del problema

Descripción del problema

En el desarrollo del presente proyecto se pretende abordar la Economía Naranja desde un punto de vista regional (Orinoquía), rescatando elementos y definiciones básicas del concepto que proporcione unas bases sólidas para los empresarios de la región que deseen adaptar esta nueva visión de economía en sus empresas, además se hace necesario abordar la temática por la fuerte presencia de patrimonio cultural en la región Orinoquia con relación al país, para ello es preciso enfocar las cinco etapas del cuerpo del trabajo que constituyen desde la contribución de la Economía Naranja a partir de la teoría hasta la incidencia de la Economía Naranja en las organizaciones de la región de la Orinoquía.

Formulación del problema

¿Qué impacto tiene la Economía Naranja en las organizaciones de la región Orinoquía y cómo contribuye a potenciar sus actividades comerciales?

Preguntas específicas de investigación

- ¿Cómo la Economía Naranja contribuye desde una perspectiva teórica?
- ¿Cuándo se considera que un estado, departamento o región aplica la Economía Naranja?
¿Cómo contribuye el gobierno colombiano a las PYMES que aplican Economía Naranja?
- ¿Cuáles son los diferentes sectores creativos y cuáles se encuentran en la región de la Orinoquía?
- ¿Cuáles son los departamentos de la región Orinoquía que aplican Economía Naranja y cuáles podrían ser potenciales en un futuro?
- ¿Cuál es la incidencia de la Economía Naranja en las Organizaciones de la región Orinoquía?

Objetivos

Objetivo general

Identificar el impacto y la contribución potencial de la Economía Naranja en las organizaciones de la región Orinoquía y en sus actividades comerciales, permitiendo así compilar la información para que los empresarios de la región logren aplicarla a sus empresas.

Objetivos específicos

- Determinar cómo contribuye la Economía Naranja desde una perspectiva teórica.
- Identificar los elementos que permiten determinar cuándo se considera que un estado, departamento o región aplica la Economía Naranja.
- Determinar cómo contribuye el gobierno colombiano a las PYMES que aplican Economía Naranja (Factores: Política pública, Innovación, TIC y Cooperación internacional).
- Establecer cuáles son los sectores creativos e identificar cuales se encuentran en la Región de la Orinoquía.
- Establecer cuáles departamentos en la región de la Orinoquia aplican Economía Naranja y cuáles podrían ser posibles potenciales.
- Investigar la incidencia de la Economía Naranja en las organizaciones de la región de la Orinoquía.

Marco referencial

Marco Teórico

De acuerdo con estudios similares realizados en torno a la Economía Naranja, a nivel mundial, a nivel regional y departamental, se han publicado textos importantes y destacados que han sido escritos tanto por personajes relevantes en el tema, como también por profesionales o estudiantes que proporcionan investigaciones de temas de discusión o de alto interés en las ramas económicas.

Algunos de estos escritos en el continente, el país y la región objeto de investigación son:

- PDF: “Emprender un futuro naranja: Quince preguntas para entender mejor a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe”
Escrito por L Gasca, A Luzardo - 2018 - repositorio.uesiglo21.edu.ar
- Artículo “Identificación de ventajas y desventajas de los canales de comercialización en las economías campesinas de dos municipios de Meta y Cundinamarca, Colombia”
Escrito por JC López-Posada... - Revista de Investigación..., 2017 - revistas.uptc.edu.co
- Libro: “La Economía Naranja: Una oportunidad infinita”
Escrito por Iván Duque Márquez, PFB Restrepo - 2013 - books.google.com
- Artículo: “Transformando talento en organizaciones sustentables: el desarrollo de emprendimientos de la economía creativa”
Escrito por R Jal - FACES, 2015 - nulan.mdp.edu.ar
- Artículo: “Economía naranja colombiana en tiempos modernos”
Escrito por S Garay - Ploutos, 2018 - journal.universidadean.edu.co
- Artículo: “Efecto del valor agregado del consumo cultural: una aproximación a la economía naranja en Colombia”
Escrito por IF Jiménez, MF Millán, DF Suárez - Ploutos, 2018 - journal.universidadean.edu.co
- Libro: “Responsabilidad social y economía naranja en Colombia. Plan de acciones de innovación social en UNE EPM Telecomunicaciones”
Escrito por JM Montoya - 2016 - dialnet.unirioja.es

- PDF: “La institucionalidad de la economía naranja en Colombia: un estudio neo-institucional para el periodo 2010-2014”
Escrito por G Escobar Gálvez, T Forero Rubiano, P Vargas Pérez - repository.lasalle.edu.co
- PDF: “La era de la economía naranja”
Escrito por YAP Ríos, MEF Garzón - Perspectivas, 2018 - revistas.uniminuto.edu
- PDF: “Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la Ley 1834 de 2017”
Escrito por LP Ospina Díaz, I Hernández Madroñero... - bdigital.unal.edu.co
- PDF: “Estrategias para fortalecer el tráfico aéreo en el departamento del Guaviare basadas en la economía naranja”
Escrito por CM Higuera Uribe - repository.unimilitar.edu.co
- PDF: “Desarrollo de la propiedad intelectual como pilar de la economía creativa en la economía colombiana”
Escrito por HF Ramirez Peñaloza, LN Rodríguez Molina - 2018 - repository.ucatolica.edu.co
- PDF: “América Latina: oportunidades en la economía del conocimiento”
Escrito por G Duque Escobar - bdigital.unal.edu.co
- PDF: “Las oportunidades que puede ofrecer la publicidad para el desarrollo de la economía naranja”
Escrito por JM Vasquez Enciso, LV Rodríguez Varela - 2017 - repository.libertadores.edu.co

Marco Conceptual

Para referirse a esta herramienta económica actualmente se usan diversos términos, sin embargo, el que más ha tenido auge y llama la atención es el término “Economía Naranja”, al que se le ha agregado el color Naranja por ser más dinámico y tener mayor aceptación del público, que suele asociar este color con cultura, creatividad innovación e identidad.

La Economía Naranja también es llamada “Economía Creativa”, que parte de la comprensión de dos términos esenciales que permiten que esta se desarrolle y cumpla a cabalidad con sus objetivos; estos términos son: Economía y Creatividad. Economía entendida como la encargada de guiar los procesos de los bienes y servicios, atendiendo a la producción, intercambio,

distribución y consumo de estos; y Creatividad entendida como un término empleado para demostrar la capacidad de generar marca propia.

En agregado, los términos “Economía” y “Creatividad” permiten identificar a la Economía Creativa como una herramienta de desarrollo económico que pretende la generación de nuevas ideas, potenciando el desarrollo y crecimiento económico. Desde el período neolítico, el sistema financiero a nivel mundial y principalmente en Latinoamérica se ha centrado en el sector primario pero con la consolidación de la Economía Creativa se comienza a fijar nuevos horizontes dentro del sector secundario, incluyendo sectores creativos que anteriormente no se les daba el mismo reconocimiento como los ya mencionados en el marco teórico, que corresponden a:

- Publicidad
- Arte
- Cinematografía
- Música
- Artes escénicas
- Juguetes y juegos
- Radio y televisión
- Deporte
- Ciencia

Las “Industrias creativas” o “Industrias culturales” también han sido términos usados que hacen referencia a las industrias que abarcan sectores de economía naranja.

En teoría, cuando se habla del término “Industria” el concepto indica un conjunto de actividades que mediante una serie de conocimientos y procesos de transformación generan un bien determinado. Este concepto tradicional acoge el término como un proceso sistemático que puede ser aplicado al sector secundario de la economía; sin embargo, para entender este término en la actualidad es necesario mirarlo desde una perspectiva histórica y analizando las condiciones en que se desarrolla.

En este orden de ideas, el término relacionado: “Industrialización” es tomado como:

Una radical transformación de las estructuras mentales colectivas, se convierte en una hipótesis que constituye una útil indicación de investigación: no se trata ya de investigar sus

orígenes, sino las transformaciones sociales producidas por la industrialización, estudiadas desde un punto de vista histórico y no puramente ideológico-propagandístico. (Galván, 2009)

Actualmente, los términos Industria e Industrialización recogen más que simplemente la transformación de un bien, prácticamente se le llama industria a un sector completo y no necesariamente de bienes tangibles; esto se puede evidenciar si bien, en los servicios en general o en este caso en la economía naranja; esta última involucra todo un sector específico y su proceso de transformación desde el conocimiento y las ideas hacia el resultado de productos (tangibles o intangibles) aplicando innovación, tecnología y/o cultura.

Las industrias culturales y creativas según la Unesco (Ministerio de cultura, 2018) 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” (p.1). Bajo esta lógica, la Unesco reconoce que la economía creativa se divide en tres grupos esenciales:

- Herencia Cultural.
- Creatividad y medios.
- Creaciones funcionales.

Cada uno de estos anteriores grupos comprende una actividad comercial que tiene impacto en el mercado. La herencia cultural es de carácter tradicional y se transmite de generación en generación. Esta “incluye creencias, saberes, expresiones artísticas, normas y valores, prácticas sociales, tradiciones y costumbres, lugares, objetos y cualquier otra expresión de la cultura”. (Contreras, 2018). Uno de los fines de la economía naranja es precisamente preservar la cultura convirtiendo en productos innovadores los patrimonios culturales como por ejemplo el turismo en lugares históricos y los museos.

La creatividad y los medios son un grupo que poco tiene que ver con las tradiciones, por el contrario, en este grupo se encuentran las ideas propias de los individuos y cómo las expresan por los diferentes medios o actividades. En este grupo entran todos los medios audiovisuales, las actividades artísticas, y en general los medios de comunicación.

En cuanto a las Creaciones funcionales, estas involucran todas las actividades que requieren de diseño y de técnicas específicas dependiendo del campo; por ejemplo, el diseño gráfico, el diseño publicitario, el diseño industrial, la arquitectura, etc.

Metodología

La propuesta de investigación se desarrollará bajo la metodología de investigación aplicada, ya que muestra el interés de poner en práctica la información proporcionada, en este caso, se busca informar cómo la Región de la Orinoquía aplica la Economía naranja y cuáles son los sectores potenciales para aplicarla.

Según el tipo de los datos es una investigación cualitativa que recoge datos que no son cuantificables y que pretenden explicar las características, factores y comportamientos del tema estudiado. Sin embargo, para algunos datos es necesario proporcionar información oficial de cifras y porcentajes de participación. De acuerdo al tipo de análisis puede ser una investigación explicativa porque estudia las relaciones entre diferentes variables y proporciona información que aún no está clara y precisa en el tema de Economía Naranja.

Esta propuesta de investigación se basa en un documento didáctico: “Metodología de la investigación” proporcionado por la Universidad Naval (UNINAV) de México que impulsa la investigación académica y proporciona una metodología acorde para el tema en este caso.

Tipo de investigación

El método de investigación seleccionado para el desarrollo del estudio es el método deductivo, este método que va desde lo general hasta lo particular utiliza la razón para llegar a conclusiones particulares. Este método es aplicable en el presente estudio ya que como el mismo método lo propone, la investigación parte desde la teoría y todos los principales referentes teóricos que existen de Economía Naranja y a partir del estudio de esos referentes permite realizar un análisis completo y finalmente llegar a la realidad de la Economía Naranja en la Región Orinoquía y con esta a todas las variables particulares que se plantearon desde un inicio.

El método deductivo en comparación con otros métodos de investigación, como el inductivo, el analítico y el experimental es el más pertinente en este caso de estudio, teniendo en cuenta que el inductivo parte de lo particular a lo general, el analítico estudia los componentes de un tema, pero lo hace por separado y el experimental se basa en la comprobación de los hechos, este último es más utilizado para investigaciones científicas. Por lo tanto, el método deductivo es preciso porque supone la investigación de la teoría y el investigador puede darle un rumbo más

específico a partir de esta, llegando a conclusiones claras que podrían aplicarse en las diferentes particularidades, ya sean de tipo geográfico, conceptual o intragrupal.

Es importante recordar una vez más que la presente investigación cuenta con una delimitación de espacio, puesto que se habla de la Región de la Orinoquia porque es principalmente a esta región la que se desea evaluar en términos de la aplicación del termino de Economía Naranja, es importante recordar que se ha delimitado esta región porque más allá de evaluar se desea impulsar o generar conciencia en los empresarios, para que no estancuen sus procesos y estén siempre en busca de la reinención, pues el mercado es cambiante y es mejor siempre estar un paso adelanté de él, por otro lado la delimitación de la población se denota en un término practico a los empresarios de la Ciudad de Villavicencio, Yopal, Arauca y Puerto Carreño. Sin embargo cabe resaltar que como se ha mencionado el alcance del documento prevé servir como base para que a quien le interese la aplicación y la teoría del término encuentre aquí sus respuestas.

No se cuenta con delimitación de tiempo, puesto que nuestra investigación tiene un enfoque más teórico y menos práctico, la parte de aplicación únicamente está guiada a conocer cuáles de los empresarios de la región implementan la Economía Naranja, si tenían conocimiento del tema o no, por lo que no es pertinente establecer un tiempo de operación o un lapso de evaluación de este fenómeno de aplicación económica.

Al mismo tiempo, al usar variables cualitativas para el desarrollo de la investigación mediante herramientas de recolección de información como cuestionarios estructurados, se evidencia el uso de varios tipos de variables entre las que se encuentran: las variables dicotómicas, las cuales comprenden sólo dos categorías como opción; las variables politómicas, que permiten varias opciones o categorías; y finalmente las variables inter e intra, que estudian grupos ya sea a nivel interno o desde una perspectiva más amplia que permite hacer comparaciones.

Tratamiento de la información

Para alcanzar los objetivos propuestos se hace necesario, abordar la temática desde cinco momentos, los cuales se verán reflejados a continuación: 1. Contribución de la Economía Naranja a partir de la teoría, 2. Criterios y/o elementos requeridos para la aplicación de la Economía Naranja, 3. Sectores creativos en la Región Orinoquia, 4. Departamentos “naranja” en la región de la Orinoquia y finalmente 5. Incidencia de la economía naranja en las organizaciones de la región

Orinoquia, las anteriores etapas o momentos permitirán alcanzar los objetivos planteados y más allá de eso responder a cada una de las preguntas que conlleva la presente investigación.

Operacionalización de las variables

Dentro del análisis de la investigación es preciso identificar que las variables de estudio corresponden a variables cualitativas en su mayoría, estas variables que también son conocidas como categóricas permiten el estudio a través de la descripción de la información o el tema de estudio. Las variables de estudio tienen como función determinar los sectores creativos, los departamentos en la región que aplican Economía Naranja, los factores que permiten su aplicación entre otros objetivos específicos.

Tratamiento de indicadores

Supuestos preliminares

La economía naranja surge como una herramienta que facilita y dinamiza las acciones de las organizaciones, dándole un mayor enfoque y peso a la creatividad, la innovación y la ciencia. Cada uno de los elementos y los sectores que se involucran en esta nueva visión económica, tienen un enfoque particular que permite que más acciones sean tomadas en cuenta como fuentes de ingresos, tales como la cultura y el arte.

La región de la Orinoquia se queda corta al momento de implementar la economía naranja, puesto que son muy pocas las empresas que conocen el término o su debida aplicación, es importante que desde la presente investigación se oriente al empresario, para que este sea el encargado de identificar los posibles sectores a los que haya lugar y además potenciar los que no son tan fuertes, pues recordando que ahora más que nunca, se hace necesario que las organizaciones se reinventen y estén siempre a la vanguardia del mercado.

Hipótesis

La Economía Naranja tiene un impacto positivo en las organizaciones que la apliquen, puesto que permite que las mismas desarrollen actividades enfocadas a elementos innovadores y creativos que le dan un mayor peso a su valor de marca y este impacto permite medirse a través de

indicadores financieros y de rendimiento económico dentro de la organización, puesto que al evaluar un espectro más amplio de lo que refiere los sectores económicos optimiza cada uno de sus recursos. Dicho impacto se centra en las actividades comerciales de la región de la Orinoquia, puesto que en primer lugar es con la región que se tiene mayor acercamiento y la que se identifica con carencias en la implementación de estrategias de reinversión.

Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación “son acciones para recolectar, procesar y analizar información” (Universidad Naval, 2005), dentro de estas se encuentran las técnicas de investigación documental y las técnicas de campo, las primeras comprenden el análisis de una información dentro del objeto de estudio, en este caso las más utilizadas para la investigación son las técnicas referenciales y bibliográficas evidenciadas en el marco teórico y en el desarrollo de los capítulos de investigación. Para el abordaje correcto de estas referencias se utilizará la técnica de las normas de la Asociación Psicológica Americana (APA) que permitirá el orden y el manejo de la estructura del documento con las respectivas citas, formatos y demás requisitos de carácter académico.

Resultados

Contribución La Economía Naranja desde una perspectiva teórica

Tal y como se menciona en el abordaje del presente trabajo, la intención de este primer capítulo de desarrollo de la investigación recae en describir desde las diversas perspectivas la potencial contribución de la Economía Naranja; para lograr esto anterior es importante comenzar describiendo su trascendencia histórica en el país, ya que desde el año 2010 la economía naranja ha sido catalogada como un tema de auge a nivel mundial y se ha enmarcado en el país como una potencial fuente de ingreso.

Actualmente, existen teorías de referencia que de una u otra forma tienden a explicar la percepción de diversos autores sobre la economía naranja pero que al final del día permiten complementarse y determinar la verdadera esencia del término; dichas teorías ya fueron abordadas en el marco teórico por lo que no es necesario mencionarlas de nuevo, sino tener claro que con base en estas teorías ha sido posible describir la Economía Naranja así:

- Una serie de procesos que agregan valor a las acciones realizadas desde un marco cultural, esto aludiendo a aquellas actividades relacionadas al baile, la música, el arte, el teatro y en general aquellas que rescaten un valor propio de la región o del país.
- Mecanismo de fusión entre la economía y la cultura mediante el cual lo intangible puede ser cuantificado, esta concepción teórica pretende además de reconocer el valor agregado inmerso en el bien mediante el factor cultural, enmarcar la retribución financiera de estos servicios que resultan claramente intangibles y poco convencionales.
- Herramienta del sistema económico, que busca incentivar la inversión extranjera haciendo atractiva la labor de aquellas personas dedicadas a la creación de contenido poco convencional, que centran sus actividades en rescatar rasgos de la región y mostrarla al mercado nacional e internacional.

Con base en los anteriores puntos abordados es posible considerar que la contribución recaería en ese valor agregado que la Economía Naranja permite darle al producto, al ser un bien intangible requiere de un mayor conjunto de atributos para que se muestre atractivo a los posibles clientes, también se sumerge en un factor cuantificable porque permite que la generación de ingresos tenga un control y sea de importancia en el sistema financiero para la región o país que

lo desarrolle, finalmente se encuentra el factor de inversión extranjera visto como el mar de posibilidades en un mercado internacional que reconozca el potencial del sector de bienes intangibles a través de espacios culturales, sociales, tecnológicos y de innovación.

En este primer apartado es posible concluir que desde la teoría la potencial contribución de la Economía Naranja logra describirse como un proceso económico que permite darle valor agregado a las actividades que se realizan en un marco fuera de lo convencional, dichas actividades resultan de la comprensión de lo intangible que puede ser expresado en retribuciones financieras para la zona, región o país que decida explotar los recursos bien sea; culturales, artísticos, teatrales, tecnológicos y todos aquellos que partan de la innovación, creatividad y propiedad intelectual; con este proceso se busca lograr potencializar las actividades comerciales impidiendo que la economía se estanque y dependa únicamente de uno o dos sectores, palabras más palabras menos es un proceso que abre los horizontes, aumenta las perspectivas de crecimiento y no solo comerciales sino también sociales permitiendo la presencia y la cooperación entre diversos países y/o regiones.

Como ya se ha mencionado en el abordaje de este primer acercamiento teórico, la Economía Naranja tiene injerencia en los ámbitos económicos, políticos, sociales y culturales, antes de mencionar cada uno de estos ámbitos y su incidencia en el desarrollo del país es importante recalcar que una de las finalidades de la Economía Naranja recae en retribuir social y financieramente las labores realizadas en el sector cultural, primando por el reconocimiento de las actividades que buscan la generación de empleo, reconocimiento de marca propia, apropiación de la terminología de creatividad e innovación, el papel del gobierno en proyectos socio-culturales con enfoque económico y la cooperación entre regiones y países.

Ventajas De La Economía Naranja Desde La Teoría

A partir del estudio de las teorías que hablan de la contribución de la Economía Naranja se puede hacer una consolidación de todas las ventajas que pueden generarse tras su aplicación. La mayoría de los autores resaltan su contribución económica, pero no resta darle importancia también a la contribución política, social y cultural. Siendo así, las ventajas de la economía naranja se pueden resumir en la siguiente lista que será abordada en este capítulo:

- Respaldo del gobierno mediante políticas públicas y leyes.
- Generación de ingresos y el aumento de las oportunidades de empleo.

- Protección a la propiedad intelectual.
- Fortalecimiento de la identidad del país.
- Competitividad desde el valor agregado.
- Aumento de las exportaciones.

La principal ventaja económica que genera la aplicación de la Economía Naranja se encuentra en la generación de ingresos y el aumento de las oportunidades de empleo en el país. Si una organización o bien, una PYME aprovecha los recursos y la herencia cultural de una región para brindar productos y servicios que atraigan a las personas mediante el uso de la creatividad y la generación de ideas novedosas, esta organización a medida de que mejora la calidad de sus productos también está ganando mercado; cuando una organización tiene un segmento de clientes que le generan una estabilidad al negocio y tiene una participación en el mercado considerable o incluso cuando la gente conoce su nombre y tiene una imagen buena de la empresa, esta encuentra oportunidades para su crecimiento.

El crecimiento de una empresa debido a la aplicación de la Economía Naranja no solo contribuye en términos generales a la economía del país, muchos de los autores que hablan de su contribución mencionan el empleo dentro de este, pues no es un secreto que La Economía Naranja es generadora de empleo y riqueza; proporciona oportunidades de trabajo y contribuye al crecimiento económico del país. El empleo, es una ventaja clave en la Economía Naranja, generalmente son empleos dónde las personas se pueden dedicar en un sector creativo específico aportando sus propias ideas, su creatividad y sus conocimientos. Estos empleos se caracterizan por desarrollarse en un ambiente de bienestar donde la identidad, la cultura, la innovación y el libre desarrollo de ideas hacen que exista armonía en el trabajo; también son ambientes laborales donde se les permite a los trabajadores dividir sus tareas o trabajar en equipo dependiendo de la metodología empleada.

El enfoque para transformar el empleo desde una contribución potencial a una ventaja real para el país, radica en que cualquier emprendedor que esté iniciando un proyecto (ya sea de carácter cultural, tecnológico, artístico, entre otros), puede fácilmente desempeñarse en un sector creativo que le genere ingresos suficientes para tener una estabilidad económica o un buen nivel de calidad de vida, lo que hace también que a través de este pueda brindar oportunidades a otros y abrir convocatorias de empleo para las que personas que tengan conocimiento en el sector o personas que puedan realizar aportes; es decir, una persona que emprende un proyecto creativo no

solo tiene una nueva ocupación que puede transformarse en un trabajo significativo, sino que también puede ser generadora de empleo en su proyecto y brindar oportunidades a personas que se encuentren en busca de uno.

Muchas de las ventajas clave que permiten que el desarrollo de la Economía Naranja lleve un orden y un respaldo las proporciona el gobierno. El gobierno a través de sus políticas públicas y leyes oficiales permite que tanto emprendedores, PYMES, como grandes empresas creativas se vean respaldados por políticas que al mismo tiempo regulan sus actividades. Es necesario destacar las políticas de oferta, en donde el gobierno a través de mecanismos de financiación, permite a las empresas que realizan actividades en los sectores creativos accedan a recursos económicos para potenciar sus actividades creativas; el gobierno además brinda apoyo financiero a estas empresas de diferentes formas, lo hace mediante subsidios, créditos tributarios, microcréditos, fondos nacionales y programas que otorgan incentivos para la investigación y el desarrollo de actividades creativas específicas.

En el caso de Colombia, por ejemplo, actualmente el Ministerio de Cultura de la mano con el gobierno nacional tienen el objetivo de mejorar esas fuentes de financiación y que para los emprendedores sea más fácil acceder a estos mecanismos; también la existencia de “La Ley Naranja” (Ley 1834 de 2017) es clave para esta herramienta económica en Colombia, ya que permite conocer la Economía Naranja y los sectores creativos que involucra y además fomentar la aplicación de esta en el desarrollo de las diferentes industrias. La protección de las ideas desarrolladas en la Economía Naranja regulada por un conjunto de leyes que abordan el tema de “propiedad intelectual” también entran como una ventaja de confianza para esta clase de industrias, es importante como emprendedor informarse y tener en cuenta todos los requisitos y los procesos para la protección de todas esas ideas creativas y culturales que se tienen en mente o que ya se han desarrollado y han tenido éxito; una empresa creativa ha dado un paso significativo cuando por ejemplo ha consolidado y registrado su propia marca o ha patentado algún producto innovador que ha lanzado al mercado.

Con lo anterior, es posible evidenciar, que un gobierno que reconoce la existencia de la Economía Naranja como una herramienta económica y que actúa para que esta se fortalezca contribuye a que las nuevas ideas, la cultura y la creatividad, tomen un papel importante y sean reconocidas como motor de crecimiento y desarrollo para el país.

Como ha sido mencionado, la Economía Naranja a partir de los productos que desarrolla fomenta la importancia del valor agregado en el mercado y esto se convierte en una ventaja de competitividad. El mercado actual se caracteriza por demandar productos innovadores, los productos que no usan las nuevas tecnologías y la creatividad ya sea solo en su proceso de marketing quedan atrás. La Economía Naranja como herramienta económica, promueve y hace que los nuevos emprendedores desarrollen productos competitivos que estén al nivel o que sobrepasen el nivel de los productos ya existentes. El papel de la Economía Naranja en el valor agregado puede ser tan simple como aprovechar una actividad económica, por ejemplo, la agricultura, que ha sido tan tradicional en el desarrollo de productos agrícolas pero esta vez agregarle un plus, que simplemente no sea el comercio de una fruta, que sea un snack de una fruta de cultivo propio en la región, un producto atractivo, con empaque y marketing innovador, esto permite que el producto tenga un segmento de mercado mucho más efectivo que se encuentre satisfecho con su consumo y que además reconozca los atributos que le han sido agregados.

A partir del valor agregado nace una nueva oportunidad que contribuye a la economía del país y a su competitividad a nivel internacional, esta oportunidad recae en las exportaciones de los productos. Un país que desarrolla productos con valor agregado que entran dentro de la clasificación de productos creativos, culturales o innovadores, los cuales han sido bien recibidos por el mercado nacional, puede fácilmente venderle esa idea al mundo. Para realizar un proceso de exportación una empresa tiene que tener en cuenta factores como la inteligencia e investigación de mercado, la segmentación de consumo, la adaptación del producto o su estandarización; también el conocimiento o asesorías en el proceso logístico internacional son claves para tener éxito.

Se puede observar como todas las ventajas de la aplicación de la Economía Naranja se relacionan entre sí; el valor agregado al producto contribuye a que este sea vendido en el mercado internacional a otros países, así mismo el aumento de las exportaciones contribuyen a que los índices de la balanza comercial de un país estén más equilibrados o que haya un superávit en esta. El hecho de que un producto nacional que desarrolla Economía Naranja llegue a otro país, conlleva también al fortalecimiento de la identidad de este mediante las diferentes expresiones nacionales y regionales que muestran al mundo una herencia cultural propia y unas ideas innovadoras llevando en alto el nombre del país; esto último se convierte en una ventaja para los emprendedores creativos en potencia, ya que un país que reconoce lo que tiene y de lo que es capaz se motiva cada

día a mejorar su nivel en los productos que ofrece aprovechando eficientemente su cultura como auténtica y las ideas novedosas que puede generar.

En este orden de ideas, los elementos que involucran la economía naranja, resumida en creatividad, cultura e innovación, son claves para el crecimiento económico, político y cultural de un país y más en una generación donde la globalización y el desarrollo tecnológico genera una fuerte atención en el mercado.

Desventajas De La Economía Naranja

Así como todo proceso tiene sus debilidades, la Economía Naranja las tiene, por lo menos en los países en donde el término no lleva mucho tiempo de ser mencionado; Colombia hace parte de esos países. Así en otros países tenga antecedentes significativos de siglos atrás, en países como Colombia y otros de Latinoamérica su auge es nuevo, por lo tanto la capacitación a las diferentes PYMES o nuevos emprendedores no se ha dado en gran escala, lo que puede convertirse en desventaja; pues las personas en general de un país deben conocer el término y deben identificar las actividades y los diferentes sectores en los que se pueden generar productos con esta herramienta económica antes de ponerlo en práctica. El gobierno debe ofrecer capacitación en temas de financiación para estos proyectos, el propósito es que las personas que generen productos de este nivel sean conscientes de lo que están desarrollando, de lo que implica y de los mecanismos con los que cuentan.

Los amplios conceptos que involucra la economía naranja también pueden presentar una desventaja ya que no existe una consolidación de estos y no son muy claros sus límites, teniendo en cuenta que es una economía inclusiva de los diferentes sectores económicos y que comprende conceptos como creatividad, cultura e innovación.

Otra desventaja que se puede identificar en la aplicación de la Economía Naranja es el fracaso en las políticas públicas que diseña el gobierno o la falta de ellas. Así como estas políticas pueden jugar a favor de las organizaciones o los empresarios, también puede ser un factor en contra el hecho de que no existan mecanismos proporcionados por el gobierno para algunas actividades creativas; esto no genera confianza y respaldo. También influye negativamente el hecho de que a partir del diseño de estas políticas no salgan suficientemente beneficiados los emprendedores creativos o el acceso a estas sea limitado.

Finalmente, a partir del abordaje de las ventajas y desventajas de la Economía Naranja es posible concluir que las ventajas hacen que esta herramienta económica sea más reconocida y valorada por todos; estas ventajas benefician tanto a particulares en específico como al país en general y a quienes aplican Economía Naranja en el desarrollo de sus actividades. La mayor ventaja de aplicar Economía Naranja en un país no solo es económica, sino que va mucho más allá y llega a la mente y a las emociones de las personas, se convierte en una puerta para que las ideas creativas, culturales e innovadoras sean conocidas por todo el mundo resaltando los atributos escondidos de una región. Sin embargo, así como existen diferentes ventajas también existen desventajas que se encuentran en la poca participación del gobierno, en la falta de mecanismos y en la falta de capacitación a las organizaciones y a la sociedad en general para que la Economía Naranja sea finalmente reconocida por todos y en cada rincón del mundo como motor de crecimiento y desarrollo.

Criterios y/o elementos requeridos para aplicar Economía Naranja

Ahora bien, como segundo apartado, la Economía Naranja logra relacionarse con todo aquello que involucre una serie de elementos que permiten que su aplicación sea un éxito, como ya ha sido mencionado antes, la cultura es uno de esos elementos clave que permite la creación de bienes tangibles e intangibles que conectan a las personas desde un sentimiento de identidad, sin embargo, en el mundo actual las industrias creativas abordan sectores que no necesariamente son de carácter cultural, la cultura entonces es vista como un factor que siempre está presente no solo en los sectores en los que se aplica, sino también como un factor arraigado en las personas creativas, en los emprendedores y en las personas que mueven a la Economía Naranja en general.

Para hablar de la materialización de la Economía Naranja es necesario hablar más allá de los factores arraigados en las personas como la cultura y entrar a hablar de aquellos factores que le dan impulso a la Economía Naranja dentro del marco de aplicación en un país, estos elementos son:

Gobierno (Políticas públicas):

Dentro del marco legal que involucra la aplicación de la Economía Naranja, las políticas públicas que implementa el gobierno son fundamentales, en este caso las políticas de importancia

deben regular temas como la propiedad intelectual y la financiación de las industrias creativas. La existencia de leyes que regulen la propiedad intelectual brindan seguridad en la ejecución de proyectos que involucren ideas propias e innovadoras, además de que significan el reconocimiento a las mentes creativas sin dar lugar a imitaciones, plagio o falsificaciones que buscan obtener un reconocimiento no merecido y beneficiarse de ello.

En Colombia el régimen de propiedad intelectual incluye la protección de la propiedad industrial y la protección de los derechos de autor; la propiedad industrial involucra a las marcas, las patentes y los diseños industriales y la entidad encargada de regularla es la Superintendencia de Industria y Comercio, mientras que los derechos de autor involucran la creación de obras que nacen a partir del ingenio y el talento de las personas como por ejemplo las obras artísticas y estas pueden ser registradas ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor.

En cuanto a políticas de financiación a las industrias creativas es necesario que los emprendedores estén al tanto de estas políticas que implementa el gobierno, La Ley Naranja (Ley 1834 de 2017) mencionada anteriormente, busca fomentar las industrias creativas blindándole a los empresarios herramientas desde la institucionalidad, con la regulación de políticas públicas no solo de propiedad intelectual, sino también de financiación, educación e integración. La financiación es un factor clave cuando se quiere iniciar un proyecto de Economía Naranja y puede ser tomada como una de las mayores dificultades con las que se puede encontrar un emprendedor. Las industrias creativas basan su valor en la creatividad e innovación y existen sectores que no requieren de tanto capital para iniciar a producir, como algunas industrias del sector manufacturero, pero hay otras industrias que si requieren de mayor capital, como las industrias que necesitan de tecnología de punta para funcionar. La ayuda que proporciona el gobierno en este caso es fundamental, las empresas que consideren que están fomentando las industrias creativas y que se reconozcan como productoras de bienes con un valor creativo pueden contar con beneficios de financiación.

El Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 mediante la Ley Naranja y las entidades financieras de carácter público y privado como Bancoldex, Finagro, el Fondo Emprender, entre otros, ha creado herramientas clave que permiten la facilitación de créditos y microcréditos a las pequeñas organizaciones que tienen proyectos en los que aplican Economía Naranja y que su sector se encuentra encasillado en los sectores potenciales para hacerlo, a través de innovación y/o la tecnología. Por esto es importante que un país se apropie de las ideas que abarcan los sectores no

convencionales de la economía y que van al ritmo de una economía cambiante, fomentando al mismo tiempo el crecimiento. Intentar aplicar Economía Naranja sin ejecución de políticas públicas por parte de un gobierno comprometido no permitirá el éxito de los procesos.

Innovación y TIC:

El factor innovación y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones trabajan de la mano en una sociedad de consumo que se encuentra atraída hacia los nuevos avances tecnológicos y que quiere estar a la vanguardia de las nuevas tendencias. La institucionalidad del gobierno continúa siendo importante para la aplicación de las nuevas tecnologías y el acceso a ellas, por esto en Colombia, la Ley 1341 encarga al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que diseña e implementa políticas en este sector. “Dentro de sus funciones está incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y a sus beneficios” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2020).

Las industrias creativas se caracterizan por adoptar estas tecnologías en sus procesos, que los hacen más eficientes e innovadores. En Colombia, existe una articulación de las instituciones académicas, las empresas y el Gobierno, quienes trabajan en sinergia para la creación de Centros de Excelencia y Apropiación (CEA) los cuales se desempeñan en el ámbito de la investigación con el fin de fomentar el desarrollo empresarial desde la aplicación de las nuevas tecnologías, dos de estos abarcan el Internet de las Cosas (IoT) y el tema del Big Data, de los que se despliegan cantidad de proyectos encaminados a la aplicación de las tecnologías avanzadas en los diferentes sectores productivos.

Estas estrategias funcionan como espacios para que los futuros emprendedores desarrollen sus competencias y permite que todos los colombianos tengan acceso a las mismas oportunidades de acceso a la tecnología, una herramienta fundamental que permite tener éxito en la aplicación de la Economía Naranja y fomenta la creación de bienes creativos e innovadores.

En cuanto a marketing digital, el ministerio de las TIC ha venido promoviendo el curso de introducción que permite crear, diseñar y ejecutar estrategias de “inbound” y “outbound”. Ambas metodologías facilitan a los estudiantes realizar la conversión y medición de los resultados de las estrategias en ventas. Además, podrán segmentar sus

audiencias y llegar a los usuarios ideales para su negocio. (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2020)

Cooperación Internacional:

La Economía Naranja se desarrolla desde una perspectiva regional, pero su crecimiento le genera reconocimiento en los espacios internacionales, aportando al comercio internacional, al crecimiento de las exportaciones de un país y a la creación de iniciativas de cooperación e integración.

Una de las entidades a nivel internacional es La UNCTAD o Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, la cual entre sus funciones:

Plantea su misión en términos de “la integración amistosa de los países en desarrollo en la economía mundial”. Además de vincular a la economía creativa con metas de desarrollo más amplias, la UNCTAD funciona como un foro para la discusión intergubernamental, asume tareas de investigación y análisis, y ofrece asistencia técnica para el desarrollo a gobiernos de todo el mundo. (Newbiggin, 2010)

Así como la UNCTAD, existen otras entidades a nivel internacional que promueven la aplicación de la Economía Naranja, entre estas están el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que financia proyectos innovadores que proponen los países miembros, los cuales demuestran tener un impacto social y económico, también hay entidades como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) que entre sus pilares de interés se encuentra la economía creativa y el desarrollo de los sectores creativos, implementando estrategias e iniciativas que van ligadas al desarrollo sostenible mediante pilares como la cultura, la educación y las ciencias.

Sectores creativos y su participación en la región de la Orinoquía

Es importante en este punto mencionar aquellos sectores creativos de la región, que ventajas y desventajas presentan, pero para esto se hace necesario abordar en primera instancia la definición de “sector creativo” que como muy bien se precisó en el marco conceptual, son todos aquellos segmentos de la economía que guían sus esfuerzos a actividades por lo general intangibles que traen inmerso en su valor de marca el factor innovador y creativo, pues como muy bien lo

Menciona (David Hesmondhlagh, 2007) en la traducción al español de su artículo “industrias culturales”, los sectores creativos logran ser catalogados de la siguiente manera:

Tabla 2. Industrias culturales

Industrias nucleares:	Industrias periféricas:	Industrias marginales:
-Broadcasting (radio, televisión)	-Teatro	-Deportes
-Industrias cinematográficas (cine, DVD y otros formatos)		-Electrónica/hardware
-Internet (+ aspectos relativos al ordenador y la industria de las telecomunicaciones)		-Software
-Industrias de la música	-Artes	-Moda
-Editorial digital		
-Videojuegos		
-Publicidad y marketing		

Nota: Información extraída del Art. Industrias culturales

El autor lo trabaja desde estos 3 ejes, pero finalmente logra relacionarse con los mimos mencionados por demás críticos, teniendo claridad del tema es posible entrar a evaluar como estos sectores tienen presencia en la región de la Orinoquía, pues bien así es importante mencionar que Según Suarez, la economía naranja o economía creativa vive momentos claves en varios territorios latinoamericanos porque se ha entendido el papel crucial que juega para reducir brechas típicas de la región como la desigualdad social o la escasez de empleo juvenil. Siendo así, la apuesta para incrementar los emprendimientos en esta economía debe imperar como política teniendo en cuenta los obstáculos a los que se enfrenta una empresa de esta economía, como la valoración subjetiva que dan los consumidores o la obtención de ganancias en el largo plazo (Suárez Marroquín & Lizcano Barajas, 2018) , la región de la Orinoquía destaca por ser una de las principales fuentes de producción de materia prima a nivel nacional y es evidente que la región destaca como oportunidad de explotación frente a este nuevo sector, pero la falta de conocimiento y aplicación hace que no se desenvuelva de la mejor manera frente a otras regiones del país, como por ejemplo la andina, que más adelante será crucial en el desarrollo del presente proyecto.

Ventajas y Desventajas de los Sectores Creativos en la Región de la Orinoquia

Frente a las ventajas y las desventajas que supone la presencia de sectores creativos en la región de la Orinoquia, es importante mencionar que la región se encuentra corta frente al desarrollo de sectores creativos, pues ha enfocado sus esfuerzos a un factor de extracción de materias primas y de desarrollo económico tradicional, con ello se hace referencia a la explotación de primer, segundo y tercer sector; pero en el sector creativo que es el que compete para el abordaje del presente, ha sido un elemento abandonado y que ha sido relegado por otras actividades económicas, lo anterior supone una desventaja, puesto que la presencia es mínima y como se mencionó anteriormente solo se evidencia un trasfondo, cultural y musical que deja en descontento muchos elementos que podrían ser explotados.

Por otro lado supone una ventaja el hecho de que no sea una región que ha convertido en ajeno el tema de la economía naranja, pues a pesar que le faltan muchos campos más por explorar y explotar, actualmente uno de sus eventos está siendo conocido a escala nacional, con esto me refiero al evento “Vive Zaperoco”, espectáculo que desde el año 2015 se ha encargado de recrear costumbres y tradiciones de los llaneros, aportándole así un plus a la experiencia musical, pues recordemos que como menciona (Koselleck, 1997) “El sentido de la experiencia musical es siempre algo más que lo dicho y diverso de todo esto” y con esto se refiere a que más allá de lo que la letra plantea vale la conexión que se crea con el receptor, tal así Zaperoco ha logrado entender dicho planteamiento y ha hecho una transición de lo convencional y tradicional a algo innovador y recreativo, pues este grupo de artistas han logrado posicionar al Meta y a la región de la Orinoquia a nivel nacional.

Departamentos “Naranja” en la región Orinoquía

Para abarcar el antepenúltimo capítulo es necesario hablar acerca de la región Orinoquía en materia de Economía Naranja, desde las particularidades de la región y de cada uno de sus departamentos, que más allá de conformar una región con un ecosistema particular gracias a su ubicación geográfica caracterizada por sus sabanas y llanuras, conforman una población con una riqueza cultural que identifica a todos sus habitantes. Arauca, Casanare, Meta y Vichada son los departamentos que hacen parte de esta región ubicada en el oriente Colombiano.

Según el DANE, la región de la Orinoquía aporta aproximadamente 6% al PIB de Colombia y en ella habitan 1,7 millones de personas. Cada uno de los departamentos que conforman a la Orinoquía cuentan con unas fortalezas características de sus sectores productivos y con sus propios atractivos en el mercado de bienes y servicios, sin embargo, los principales sectores productivos suelen ser los mismos, ya que debido a los recursos naturales con los que cuenta y a su ubicación geográfica el sector primario siempre se desataca.

Arauca es el departamento más pequeño de la Región Orinoquía al mismo tiempo que tiene la menor cantidad de población, la capital de este departamento es Arauca. Las principales actividades económicas que se realizan en Arauca son la agricultura, la ganadería y la explotación del petróleo.

El departamento del **Casanare** tiene una de las mayores extensiones de la región con 44.640 km² de superficie, su capital es Yopal y su población suma más de 300.000 habitantes, como los demás departamentos de la región sus sectores más productivos son la ganadería, la agricultura y la explotación de petróleo en pocas cantidades.

Vichada es otro de los departamentos que tiene mayor extensión en la región de la Orinoquía, con una superficie de 105.947 km², pero cuenta con poca población en relación a su extensión, sus habitantes son apenas alrededor de 68.500. Las actividades productivas en este departamento se centran en la ganadería y la agricultura.

Meta es el departamento con mayor extensión de la región, esta tiene 85. 635 km² en superficie, al mismo tiempo es el departamento que tiene la mayor cantidad de población, cuenta con alrededor de 1,04 millones de habitantes y su capital es el municipio de Villavicencio. El Meta limita con Bogotá, lo que hace que sea fuente importante de productos agrícolas y que su transporte a las otras regiones del país se vea facilitado por su cercanía con la capital. Las actividades productivas del departamento del Meta se enfocan en la ganadería, la agricultura, pero además en la extracción de petróleo, de crudo y gas.

Esta región, a pesar de que ha centrado su economía en el sector agrícola le está apostando a explotar los sectores potenciales antes no explotados, a reforzar el sector industrial y darle un valor agregado a los productos aprovechando la riqueza cultural y las ideas innovadoras que van al ritmo de los avances y las nuevas tecnologías. Por todo su potencial y su identidad cultural resulta como oportunidad adoptar el modelo de Economía Naranja y convertirlo en una

herramienta de fácil aplicación para los pequeños empresarios de la región, para esto es necesario reconocer las industrias y los elementos que involucra la Economía Naranja.

La Orinoquia, especialmente, presenta una gran oportunidad con esta industria. Pues, sin duda es una región rica en expresiones y productos culturales que merecen ser conocidos por el mundo. Aquí podemos encontrar desde danzas como el joropo, el galerón y el pasaje, hasta platos típicos como la mamona, la hayaca y el pisillo. Pero esto no es todo, también se encuentran un sin número de ferias y fiestas entre las que se destaca el Torneo Internacional del Joropo (Villavicencio), el Encuentro Mundial de Coleo (Villavicencio) y el Festival Internacional Yurupary de Oro (San José de Guaviare). (Medrano, 2018)

Todos estos eventos promovidos por la cultura contribuyen al crecimiento y el desarrollo de industrias como la música, las artes escénicas, la industria de alimentos, el turismo, entre muchos otros, que mediante la articulación de toda una red de identidad conformada por los productores, el gobierno, los empresarios, los pequeños emprendedores y la comunidad en general hacen que los llanos orientales sean un destino con infinitud de atractivos dignos de exportar.

Uno de los espectáculos que recientemente ha mostrado gran auge y es un ejemplo de lo anterior es el musical “Vive Zaperoco” realizado anualmente en el municipio de Villavicencio, que consiste en una expresión de la cultura llanera a través de representaciones que incluyen la música, los bailes típicos y el teatro; este último ha contribuido al desarrollo del turismo en la región brindando oportunidades a las industrias relacionadas.

Así como estas industrias, hay otras que se están desarrollando especialmente en el departamento del Meta como la industria cinematográfica con el fin de mostrarle la cultura de la región al mundo, sin embargo estas tienen menos alcance teniendo en cuenta que la región es deficiente en el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, por lo tanto, la Orinoquía con apoyo del gobierno tiene que seguir trabajando en los retos que esto conlleva.

Siendo así, el turismo es uno de los sectores con mayor potencial que tiene la región y permite apoyar a su vez el resto de industrias creativas y culturales, ya que entre más visitantes conozcan lo que la región tiene para ofrecer mayor va a ser el auge de estas a nivel nacional e internacional. Destinos como Caño Cristales, el Obelisco de Puerto López, las Maravillas del Guejar, el Parque Nacional Natural El Tuparro en Vichada, los atractivos del municipio de Yopal y el municipio de Puerto Carreño, los Parques naturales de Villavicencio, entre otros, son un

ejemplo claro del potencial que ofrece la naturaleza de la región de la Orinoquía, convirtiéndose en un escenario importante para la aplicación de las industrias naranja.

La región Orinoquía cuenta con los recursos naturales necesarios para la explotación de estas industrias, todos los departamentos de la región cuentan con un potencial importante si se tienen en cuenta la aplicación de los factores ya mencionados, la innovación, la creatividad, la aplicación de la tecnología y la transformación de la riqueza cultural, solo así, los pequeños productores y empresarios de cada departamento se verían beneficiados al mismo tiempo de que contribuirían al desarrollo y crecimiento económico de la región, creando oportunidades de empleo y fomentando el reconocimiento del ingenio, el talento y la creatividad.

Incidencia de la Economía Naranja en las organizaciones de la región Orinoquía

Este último capítulo tiene como objetivo profundizar y concluir acerca de esos aspectos que ha sido posible identificar a lo largo de la investigación, en el que se hace necesario esbozar y retomar elementos básicos del concepto de Economía Naranja. En este, que es uno de los capítulos más cortos, es pertinente hablar acerca del desarrollo de la Economía Naranja en las organizaciones que como YAP Ríos, MEF Garzón afirman:

La dinámica del actual sistema internacional está marcada o influenciada por el fenómeno de la globalización que exige cada día mercados más competitivos e innovadores. En este escenario los productos de la economía naranja adquieren importancia para los Estados, organizaciones internacionales, ONG y demás actores por su valor cultural y propiedad intelectual que expresan la riqueza de una nación determinada. (p.10)

Por lo anterior, es preciso entender la Economía Naranja desde todos los escenarios posibles, porque es la aplicación de esta herramienta económica la que puede llegar a influir de manera positiva o negativa en la organización. El desarrollo de esta, parte desde el momento en el que el empresario comprende la necesidad de no estandarizar sus procesos y apoyarse de herramientas de marketing que guíen los procesos de personalización del producto, pues es en el anterior proceso que se evidencia mayor uso de innovación, creatividad y reinención.

Los beneficios de esta herramienta radican en una maximización de los recursos de la empresa, en donde se dotan de reconocimiento hasta los más mínimos detalles, y es aquí donde desde la perspectiva tanto del cliente como del empresario, algo pequeño puede convertirse en algo

más complejo y producido, a su vez permite incluir dentro de un espectro más amplio los sectores generadores de ingresos, en donde no se depende únicamente de un bien, si no los servicios entran a tomar fuerte partido en los movimientos financieros de las organizaciones.

Actualmente, en la región es de precisar que pocas organizaciones han entendido a lo que refiere el término Economía Naranja y por lo tanto su aplicación no es notoria, sin embargo, existen empresas que ya han aplicado el término así no conozcan todo lo que este conlleva y han obtenido buenos resultados. Muchas de estas empresas no son nuevas y antes de que se comenzara a hablar de Economía Naranja en el país estas ya estaban establecidas y operando en su sector. “El éxito de las nuevas empresas no está basado en lo que hicieron las establecidas, precisamente, hacer cosas nuevas es su valor agregado, sin embargo, las compañías tradicionales sacan provecho de eso. Son dos negocios que se complementan” (Alonso, 2019).

Según un estudio de Confecamaras que comprende un sondeo del DANE, en los últimos meses del 2019 fueron creadas 7.447 empresas naranja en Colombia, esta cifra creció un 10,3% respecto al 2018, estas empresas operan hasta en 32 actividades económicas diferentes que están dentro de los sectores creativos que determina Colombia, en total son 103 actividades económicas que incluyen total o parcialmente Economía Naranja.

Todas estas empresas han implementado en sus procesos estrategias de innovación y creatividad y han buscado aplicar la tecnología en su valor agregado. En la región, estas empresas funcionan como generadoras de ingresos y de empleos, por pequeñas que parezcan son una fuente económica importante y más cuando se limita la vista a una perspectiva regional, en donde la subsistencia y el bienestar de los habitantes prima por encima de los intereses económicos de las grandes multinacionales.

La región de la Orinoquía, especialmente el departamento del Meta tiene gran potencial para aplicar esta herramienta económica, si los pequeños empresarios de la región continúan desarrollando sus procesos de esta forma, el panorama de la Economía Naranja crecerá en los próximos años, muchas más empresas que ya están establecidas empezarán a aplicar estos elementos y nuevas empresas se contagiarán de desarrollar ideas innovadoras.

Uno de los factores clave para la aplicación de la Economía Naranja en la Orinoquía es la cultura y dentro de esta el turismo se destaca como uno de los sectores que más beneficia a las demás industrias culturales y creativas, el desarrollo del primer sector también es clave, teniendo en cuenta que las actividades económicas de todos los departamentos de esta región predominan

en el sector primario, la idea es innovar en los procesos, que la economía de la región no se limite a producir en el campo, que las mentes vayan más allá, que desde los pequeños productores sean capacitados y que con el trabajo conjunto de las mentes emprendedoras y del gobierno se creen bienes y servicios atractivos, que aporten a la sociedad en la generación de ingresos y empleo.

Conclusiones y recomendaciones

En este punto de la investigación es posible concluir principalmente que la Economía Naranja a pesar de ser un tema en auge resulta ser beneficioso para aquellas empresas que lo apliquen, pues esta herramienta económica permite potenciar los elementos de la organización en donde la innovación y la creatividad se toman el papel principal, además que alienta cada uno de los esfuerzos de aquellas organizaciones donde su fin último es preservar el factor cultura y expandirlo en el territorio donde desarrollan operaciones comerciales.

También se identifica que pocas organizaciones de la región de la Orinoquía aplican la Economía Naranja y más allá de desconocimiento del término, es desconocimiento de su uso o de las ventajas y desventajas que el mismo trae, por la anterior razón, nos enorgullece presentar la investigación como material de apoyo para los empresarios de la región, puesto que como ha sido posible evidenciar, aquí podrán encontrar información de Economía Naranja desde su teoría, hasta sus sectores y aplicación.

A su vez se hace necesario esbozar aquellas recomendaciones pertinentes al momento de hablar o querer aplicar el término, principalmente se debe tener claridad de los sectores creativos que se involucran dentro de la Economía Naranja e identificar aquellos en los que la empresa tienen presencia, seguido de esto se deben alentar los esfuerzos de la organización con aras de hacer frente a los riesgos del mercado frente a un modelo económico de poco conocimiento y finalmente se debe proyectar a la empresa en un ámbito de constante cambio en donde no se estaquen las operaciones y que siempre prime el factor cultural y de innovación.

Referencias bibliográficas

- Alonso, J. C. (08 de 11 de 2019). Conozca las empresas naranja consolidadas y los nuevos emprendimientos que nacen en el sector. (J. G. Bell, Entrevistador) Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/economia-naranja-noviembre-2019/conozca-las-empresas-naranja-consolidadas-y-los-nuevos-emprendimientos-que-nacen-en-el-sector-2930153>
- Benavente, J. M., & Grazzi, M. (2018). *Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Obtenido de <http://forocilac.org/wp-content/uploads/2018/10/PolicyPapersCILAC2018-EconomiaCreativa-2.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (2017). Ley 1834. *Por medio del cual se fomenta la economía creativa ley naranja*. Obtenido de Ley Naranja: <http://derechodeautor.gov.co:8080/documents/10181/182597/LEY+1834+DEL+23+DE+MAYO+DE+2017.pdf/b21377ad-c7d6-463d-91c7-fb4e0c4b1c29>
- Departamento Nacional de Planeación. (09 de 2016). *Plan Maestro de la Orinoquía*. Obtenido de <http://cccasanare.co/wp-content/uploads/2017/02/Plan-Maestro-de-la-Orinoqu%C3%ADa-2016.pdf>
- Economía Naranja. (17 de 11 de 2020). *Colombia se consolida como referente mundial de la Economía Naranja*. Obtenido de <https://economianaranja.gov.co/noticias/posts/2020/noviembre/colombia-se-consolida-como-referente-mundial-de-la-economia-naranja/>
- Lebrún Aspíllaga, A. M. (2014). *Industrias culturales, creativas y de contenidos*. Obtenido de https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales__Creativas_y_de_Contenidos_-_Ana_Mar%C3%ADa_Aspillaga.pdf
- Medrano, D. (2018). *El TIC de la naranja*. Centro de Estudios de la Orinoquía (CEO). Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/31446/El%20tic%20de%20la%20naranja.pdf?sequence=1>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2020). *Acerca del MinTIC*. Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Ministerio/Acerca-del->

MinTIC/#:~:text=El%20Ministerio%20de%20Tecnolog%C3%ADas%20de,la%20Informaci%C3%B3n%20y%20las%20Comunicaciones.

Newbigin, J. (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*. Obtenido de https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf

Peiró, R. (2021). *Definición de Cultura*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cultura.html>

Suárez Marroquín, L., & Lizcano Barajas, S. (2018). Aspectos que caracterizan el funcionamiento de los teatros, desde la perspectiva de la teoría contingente y la Economía Naranja. *[Trabajo de grado, Universidad de la Salle]*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1361/

Universidad Naval. (2005). *Metodología de la investigación*. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/133491/METODOLOGIA_DE_INVESTIGACION.pdf