



“Pertinencia de la Economía Naranja en Colombia”

Christian Vicente Caro Cuartas

Colegio de Estudios Superiores de administración

Pregrado en administración de Empresas

Bogotá, Colombia

2020

“Pertinencia de la Economía Naranja en Colombia”

Christian Vicente Caro Cuartas

Tutor:

Juan Camilo Giorgi Martínez

Colegio de Estudios Superiores de Administración - CESA

Pregrado en administración de empresas

Bogotá

2020

Tabla de Contenido

Resumen.....	5
Introducción	6
1. Marco teórico.....	11
1.1 Economía Naranja.....	11
1.1.1 Definición.....	11
1.1.2 Industrias culturales y creativas en otros países.....	16
1.1.3 Colombia.....	21
1.1.2 Opiniones en contra	31
2 Estado del arte.....	34
2.1 La economía naranja no aguanta con todo (artículo)	34
2.2 La Economía Naranja: Una oportunidad infinita (Libro)	34
2.3 Desarrollo y sostenibilidad aplicado a la economía naranja	35
2.5 La economía Naranja en Colombia (Artículo académico)	37
2.6 Crecimiento, supervivencia y desafíos de las empresas de Economía naranja en Colombia	38
3. Metodología:	41
3.4 Ficha técnica entrevistas	47
4. Desarrollo	49
4.1 Análisis del entorno de la Economía Naranja:.....	49
4.2 Hallazgos	67
4.2.1 Análisis de las entrevistas	67
4.2.2 Análisis de elementos claves	88
4.2.3 Análisis cruzado de la información.	95
5. Conclusiones y recomendaciones	99
Bibliografía	104
Anexos.....	106

Índice de figuras

Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB) Nota. Fuente: (Dane, 2019).....	9
Gráfico 2. Valor agregado de la economía naranja 2014-2018 Fuente: Economía Naranja. Segunda Reporte 2019 (DANE, 2019)	15

Índice de Tablas

Tabla 1. Actividades para el cumplimiento de los objetivos	43
Tabla 2. Información del entrevistado	47
Tabla 3. guía entrevista	47
Tabla 4. Leyes y artículos correspondientes a la Economía Naranja	62
Tabla 5. Análisis DOFA	65
Tabla 6, Entrevista 1	67
Tabla 7. Entrevista #2	71
Tabla 8. Entrevista #3	74
Tabla 9. entrevista #4	78
Tabla 10. Entrevista #5	82
Tabla 11. Entrevista #6	85

Resumen

Esta investigación tendrá como objetivo determinar la pertinencia en las empresas de las políticas públicas de la economía naranja en Colombia. Con esto, lo que se quiere encontrar es la percepción de los actores frente a la economía naranja y el impacto que ha tenido en el país. Para esto se utilizó un método cualitativo de tipo exploratorio y se seleccionaron 6 expertos del sector intencionalmente que tuvieran diferentes visiones y posiciones.

Principalmente se encontraron opiniones desfavorables a los esfuerzos del gobierno en aglomerar las industrias creativas y culturales, por lo que se pudo contrastar las ideas de los actores con un último experto del Ministerio de Cultura para corroborar las ideas negativas de los entrevistados. Finalmente, teniendo en cuenta la falta de información del impacto de las políticas públicas y el tiempo tan reciente de creación, es muy difícil identificar la efectividad de las políticas públicas del gobierno actual.

Palabras claves: Industria Creativa, Comercio de bienes, servicios creativos, creatividad, industria cultural, valor agregado.

Introducción

La Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (Fedesarrollo) publicó un artículo en marzo del 2020 donde dice textualmente que el mercado de gas natural de Colombia tiene numerosas fricciones, complejidades y fallas de mercado. Esto se debe a que existe un problema de abastecimiento debido a las fuentes domesticas existentes. En Colombia hay dos mercados de gas natural, hacia el interior y en la costa, estos tienen precios diferentes debido a que las dos reservas existentes están ubicadas en extremos totalmente opuestos, y son manejadas por dos entidades diferentes; Transportadora de Gas Internacional (TGI) hacia el interior del país y Promigas en la costa caribe. El artículo menciona que a pesar de que el Gas producido internamente es más barato que el importado, las reservas son tan pequeñas (0,1% del mundo) y el nivel actual está en el mínimo, la producción doméstica será insuficiente para atender la oferta nacional desde comienzos del 2021, lo que requerirá que se deberá importar el 73% de la demanda para finales del 2028. (Benavides, 2020)

El 18 de enero del 2020, Semana sacó un artículo en donde menciona que el 2024 va a ser un año crítico para Colombia debido a que las reservas de gas y petróleo se están agotando y crece el riesgo de desabastecimiento. Según esta noticia, el país deberá encontrar más yacimientos, construir plantas regasificadoras y hacer fracking, un controversial método debido al costo ambiental que genera. El documento afirma que si no se hace esto va a entrar en una crisis

energética y económica. Esta noticia menciona que la solución más viable es la del fracking debido a que puede ser una importante fuente de ingresos. (Semana, 2020)

Como se mencionó anteriormente, las reservas de petróleo colombiano son muy pequeñas y esto deriva a que, en un futuro próximo, el país tenga una crisis, no solo energética sino también Económica. Debido a esto el gobierno no tiene más alternativas que entrar a revisar prácticas que tienen un impacto muy negativo en el medio ambiente como es el fracking. Lo que nos da a entender que esto es solo un ejemplo de lo que puede causar la dependencia al sector primario.

En el mundo, hoy en día, se está empezando a ver una nueva tendencia que va a marcar la cuarta revolución industrial, es tan reciente que apenas se está formalizando, pero ya se sabe que va a cambiar la historia de la humanidad, como lo hicieron las anteriores revoluciones industriales. En Colombia en el plan nacional de desarrollo 2018-2022 se propone la promoción de la economía naranja, en el Gobierno del Presidente Iván Duque proponen que dejemos de depender tanto de las materias primas, es decir, dejar de enfocarnos en el sector primario como base y en el sector secundario, y evolucionar al sector terciario mediante industrias que tengan en su fundamento la creatividad y cultura tales como arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión y radio, video juegos, entre otras.

Colombia y su gobierno está pasando por una etapa de cambios. El Plan de Desarrollo actual propone una promoción en la que la economía naranja como protagonista resolverá y ayudará a la economía en el mediano a largo plazo. Entonces, según este planteamiento, la economía naranja es de vital importancia para ser estudiada ya que los esfuerzos políticos con recursos públicos se van a ir directo a la promoción e incentivos de una idea que puede ser acertada o errada.

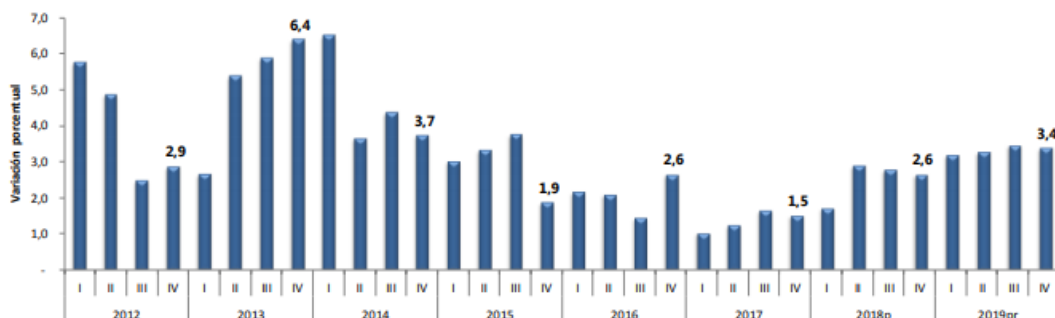
Según Procolombia el aporte del Sector Cultura al Valor Agregado de la economía colombiana en 2016 y 2017 fue de \$8.1 y \$8,2 Billones de pesos respectivamente (Procolombia, 2018), lo que quiere decir que si convertimos ese valor a dólares serian aproximadamente 2,6 mil millones. En Colombia el PIB de ese año fue de 309,2 mil millones de dólares, lo que daría una participación del 0.008%. Es decir que en comparación de la participación de agro alimentos, ese mismo año fue de un 4.92% muchísimo más alto que lo que genero el sector cultura.

Aunque Colombia en este momento se esté desarrollando en este tema, las industrias creativas pueden llegar a ser una gran oportunidad. Como lo dice Buitrago y Duque en su libro *La economía naranja, una oportunidad infinita*, si esta economía fuera un país sería la cuarta economía más grande del mundo. (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013).

Para el año 2019, el valor agregado de las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios; actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 3,4% en su serie original, comparado con el mismo periodo de 2018. (Dane, 2019) (Dane, 2019,párr. XX)

Estás dinámicas se deben a que las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicio crecen el 3,6%. Mientras que las actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores, creció el 2,9% respecto al mismo periodo del año anterior. Contribuyendo al valor agregado 0,1 de 3,2 durante el año 2019.

Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB)
Tasas de crecimiento en volumen¹
2012-I – 2019^{pr}-IV



Fuente: DANE, Cuentas nacionales

Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB) **Nota.** Fuente: (Dane, 2019)

Según la Cámara de Comercio de Bogotá en su informe “Balance de la economía de la región Bogotá – Cundinamarca 2018”, Bogotá es el mayor mercado del país y uno de los más importantes en el continente: Aporta más de la tercera parte del PIB nacional (31%) y es el motor de la economía nacional por el tamaño de su población (22% de la población nacional). Es el primer mercado de trabajo del país con 4,3 millones de ocupados y las actividades de servicios generan más del 78% de la ocupación de la ciudad, mientras que el sector industria: el 15% (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018) Esto invita a la reflexión de que el sector servicios es un potente motor de la economía colombiana.

Esta investigación busca en primera estancia que el lector entienda los conceptos básicos de la economía naranja, su importancia y marco de acción en Colombia. Finalmente se presentará cuáles son las oportunidades de este mercado y la pertinencia y percepción en los sectores empresariales relacionados.

A partir de ello se plantea determinar la pertinencia en las empresas de las políticas públicas de la economía naranja por medio de la comprensión de los conceptos alrededor de la economía naranja. Luego, investigar la importancia e impacto que puede tener la economía naranja a partir de las mejores prácticas del mundo, con el fin de aprender de ellas y poder analizar la percepción de los beneficios, impactos y retos de los actores de las políticas públicas definidas por el gobierno, para lograr así, determinar las oportunidades que existen en el sector para los empresarios y sus retos para la implementación de las políticas públicas.

1. Marco teórico

1.1 Economía Naranja

1.1.1 Definición

El Banco Interamericano de desarrollo (BID) (2017) propone la siguiente definición de economía naranja: “El conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, y cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual.” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017, pág. 5).

Según la Ley 1834 – la ley naranja: La economía naranja está comprendida de la siguiente forma:

Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Las industrias creativas comprenderán de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de 'artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa. (Congreso de Colombia, 2017, pág. 1)

1.1.2 Entendiendo las industrias creativas

El presidente Iván Duque y el Viceministro de Economía Naranja /Mincultura) mencionan que la economía naranja se divide en dos partes, industrias creativas y economía cultural y en medio de estas dos queda una intersección en donde se encuentran las industrias culturales convencionales. Estas se dividen de la siguiente manera:

- a) Economía cultura:
 - a. Arte y patrimonio.
 - b. Artes escénicas y espectáculos.
 - c. Turismo patrimonio cultural material e inmaterial.
 - d. Educación artística y cultural.
- b) Industrias Culturales Convencionales
 - a. Editorial.
 - b. Audiovisuales.
 - c. Fonografía.
- c) Creaciones funcionales, nuevos medios y software.
 - a. Diseño,
 - b. Software de contenidos.
 - c. Agencias de noticias y otros servicios de información.

Hay una línea muy gruesa y es clara entre las empresas creativas y las tecnológicas. Desde el punto de vista de la consultoría y el *design thinking*; la computadora podría no existir y no pasaría nada, pues mucho del trabajo como consultores es ayudar a los clientes a verse de manera diferente y a encontrar una motivación distinta a lo que hacen todos los días: a ver como comunican su visión hacia el interior y el exterior, tomar conciencia de la forma como alinean

objetivos, y eso tiene que ver con un pensamiento creativo y de desarrollo en el cual la computadora se queda en su casa (FUENTES, 2018).

La industria creativa debe tener un impacto social. “No hablamos de la creación masiva de productos como *souvenirs*, que es el peligro en el que podríamos caer si hablamos, por ejemplo, de Tlaquepaque (ciudad de México) y su industria del barro. El cómo profesionalizas esa industria, como creas valor a partir de ella y el diferenciador que podría tener es lo que la convierte en una industria creativa.” (Fuentes, 2018) Un ejemplo más para aterrizar y comprender mejor el concepto de lo que sí es industria creativa es una agencia de viajes que se dedica a exaltar el patrimonio cultural de la comida mexicana. La experiencia que vive el consumidor es lo que la hace industria creativa, que no es solo un proyecto inmerso en la industria del turismo (Fuentes, 2018).

1.1.3 Importancia

Felipe Buitrago Restrepo en su libro *La economía naranja, una oportunidad infinita* muestra que: Si la economía naranja fuera un país, sería la cuarta economía del mundo con un tamaño de 4.29 billones de dólares. Sería el noveno mayor exportador de bienes y servicios con 646 miles de millones de dólares, estaría justo detrás de Corea del Sur. Finalmente sería la Cuarta fuerza laboral del mundo, empleando a 144 millones de personas. (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013)

En el 2012 las exportaciones de bienes y servicios creativos fueron de 646 mil millones de dólares. Esto quiere decir que sería la quinta mercancía más trasladada del planeta con 87.6 (miles de millones de dólares) (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013).

Según Oxford Economics la contribución de la economía naranja al empleo en México llega a ser de un 11%, tomando mucha importancia. En Colombia es un 5.8% el aporte al empleo de la Economía naranja (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013).

1.1.4 Generación de valor

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la economía naranja genera valor por las siguientes características:

- *Los empresarios creativos innovan en sectores tradicionales:* En este universo naranja, el software y las tecnologías de la información lideran las transformaciones a partir de la creatividad (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017).
- *La empatía y la creatividad para salvar al mundo:*

Según el BID, la capacidad cognitiva de percibir lo que otro puede sentir es una característica notable de muchos productos de la economía naranja. Sus creativos han sabido capitalizar en ella poniéndose en el lugar de los otros para generar sus productos y servicios que resuelven las necesidades específicas de la sociedad. En esta nueva economía, plantear soluciones inclusivas, que capitalizan inteligencia desde la participación del usuario es una ventaja competitiva en términos de innovación social. Esto se basa principalmente en sumar a la creación a los beneficiarios, habilitando un resultado final alineado con las necesidades del proyecto, que acelera los procesos de empoderamiento y apropiación de las innovaciones. Esto afecta de forma directa la preferencia de los consumidores por uno u otro producto. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017, p.16)

- *La creatividad en favor del consumo responsable:* Este plano emocional es donde las marcas pueden alcanzar la preferencia y lealtad de los consumidores (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017).
- *Entiéndase el valor agregado como:* Producción bruta menos los consumos intermedios empleados, es decir que es el valor final del producto terminado. Según el reporte del DANE la economía naranja ha dado en promedio el 3,3% del total del valor agregado nacional en los últimos 5 años. (DANE, 2019)

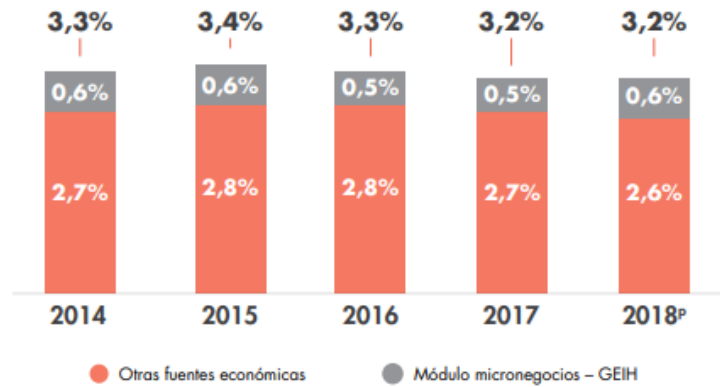


Gráfico 2. Valor agregado de la economía naranja 2014-2018 Fuente: Economía Naranja. Segunda Reporte 2019 (DANE, 2019)

1.1.2 Industrias culturales y creativas en otros países.

Las industrias culturales nacen en el último tercio del siglo XIX debido a el nuevo desarrollo científico-técnico con la transformación de una sociedad que conseguía mayores tiempos de ocio y empezaba a obtener una capacidad de gasto más alta. Por esto, empieza a ser necesario atender esas *nuevas necesidades culturales*. Por ejemplo, el fonógrafo fue inventado en 1876 y el gramófono en 1889 para generar la industria fonográfica musical. También el kinescopio dándole la entrada al cine. Por último, la radio fue una unión de innovaciones colectivas hasta que nació en 1895 y finalmente la televisión entre 1910 y 1925. (Bustamante Ramírez, s.f)

De esta forma la tecnología fue creando sectores de actividad cultural autónomos, que se sumaban con contenidos culturales, más aparatos de reproducción, más usos sociales, y más un esquema de financiación, hasta convertirse en pocas décadas en las actividades dominantes en la cultura de nuestro tiempo, para dar así espacio para la creación y transmisión de ideas y valores hasta convertirse en lo que tenemos hoy en día, sociedades desarrolladas. (Bustamante Ramírez, s.f)

Según el reporte de la UNESCO *Creative Economy Report 2013 Special Edition*, Hoy en día los datos de industrias creativas son extremadamente escasos, además debido a que las industrias culturales y creativas cubren diferentes fenómenos culturales dependiendo de la cultura, es imposible generar una comparación dado el estado actual del conocimiento. (UNESCO, 2013)

Para empezar a hablar de la formulación de políticas, es necesario empezar por Inglaterra, quien fue pionero en 1980 haciendo una política urbana de las industrias culturales y creativas. Empezaron con un enfoque hacia el empleo de la juventud, luego se transformó en políticas con objetivos estratégicos hacia la economía y de ahí se ha venido transformando poco a poco, cambiando términos y conceptos adaptándose a un aspecto más comercial de la producción cultural.

Australia y Nueva Zelanda también han sido pioneros en las políticas culturales, fueron los primeros países en adoptar cuentas satélites para recoger data. Estas políticas dieron lugar a sectores como por ejemplo Sheffield en el Reino Unido, la primera ubicación de un barrio de industrias culturales. También Alemania adopto este tipo de políticas que dieron lugar a Emscher Park, un lugar que llevaba a cabo un programa para cambios estructurales con el fin de mostrar nuevos conceptos de ideas sociales, culturales y ecológicas. (Kong & O'Connor, 2009)

Según Andy C. Pratt profesor de la universidad de Londres y un experto en las industrias creativas, explica que las políticas culturales provienen de las políticas públicas provenientes de sistemas de inversión a su vez publica, y están basadas en las artes tradicionales. Esto lo que quiere decir es que las instituciones y el papel del estado en la historia, tienen un papel importante en la formación de las industrias creativas y en sus políticas. (Kong & O'Connor, 2009)

El problema en general está dado en las definiciones y los conceptos de las industrias creativas y culturales ya que en diferentes países la misma terminología se usa para diferentes actividades. A esto se le asocian dos problemas que están conectados, el primero: cada país usa instituciones de censo que emplean diferentes clasificaciones y por esto el problema es que hay diferencias en los términos y conceptos como se mencionó anteriormente, lo que ha afectado es que se formen desacuerdos al medir las industrias culturales. En segundo lugar, es la variación e insuficiencia en la taxonomía de la industria para recoger data. (Kong & O'Connor, 2009)

El profesor Andy C. Pratt, en este libro quiere concluir si es posible sacar conclusiones de las políticas creativas y culturales europeas. En términos de teorías de transferencia de políticas y acerca de problemas específicos que tienen las industrias culturales y creativas no es un prospecto factible donde se pueda aprender, debido a las diferentes modelos y prácticas que constituyen la experiencia en Europa. El autor dice que lo que sí se puede concluir es que los países europeos han

venido adaptándose para aprender con el fin de no volver a cometer los mismos errores, por lo que una de las lecciones aprendidas es: hay que desarrollar sistemas rigurosos de políticas en donde se basen en la evidencia con la obtención de datos enfocados a los objetivos establecidos y a los verdaderos resultados, también a evaluar las políticas establecidas. Por otro lado, comenta que cada vez estas industrias son más importantes debido a que tienen impactos sociales y económicos, por lo que la sociedad y el estado deben preocuparse de las políticas que van a dar forma a la industria. Finalmente concluye que las políticas genéricas (transnacionales o trans-industriales) no sirven, esto porque las industrias creativas y culturales tienen aspectos muy específicos que necesitan políticas dedicadas solo a ellas.

1.1.2.1 África

En África las industrias creativas y culturales han tenido un rápido crecimiento. Según el reporte “Creative Economy Report 2008” informa que África contribuyó 1 por ciento de las exportaciones de bienes creativos del mundo. Explica que este número es muy bajo debido a que mucha de la industria cultural y creativa está en el sector informal, además de la falta de personas capacitadas e instalaciones técnicas, poca inversión y tamaños fijos de mercado. (UNESCO, 2013)

Las sociedades civiles han tenido una participación importante para el desarrollo de infraestructuras y financiamiento en las industrias culturales y creativas. También han jugado un papel clave en África las entidades no gubernamentales extranjeras y compañías extranjeras. Según el documento se han venido dando cuenta de que es importante juntar la cultura con otros sectores como por ejemplo turismo, transporte, etc., pero el estado se resiste debido a que la cultura es percibida como un producto de lujo. (UNESCO, 2013)

Hay países de África que están promoviendo y adaptándose a este movimiento, por ejemplo, en algunas ciudades han adaptado negocios y alianzas como el festival sur le Niger and te bokk Café in Harerare. También los artistas han venido siendo más reconocidos mundialmente debido a la publicidad global que se está haciendo. Algunas ciudades se han unido a el movimiento *ciudades creativas* esto para dejar de promover el estereotipo de que las ciudades africanas son pobres, sufren de hambre y existe conflicto y cambiar a una vista más moderna de la cultura y su diversidad.

1.1.2.2 Países árabes

Pocos países de la región tienen políticas definidas para las industrias culturales y creativas y las iniciativas privadas están limitadas también. En los países con monarquías ricas en petróleo como los Emiratos Árabes, en especial Abu Dhabi y Qatar son la excepción con una considerable inversión en ambos, desarrollo urbano ligado a la cultura e infraestructura en museos, galerías y artes contemporáneo. Esto se debe a que estas ciudades quieren alcanzar status mundial, además su objetivo es también perseguir el desarrollo humano.

Es importante resaltar también que la brecha generacional es bastante amplia y el poder lo tienen los mayores, que a su vez es una generación conservadora, casada con el arte y la noción patrimonial de la cultura. (UNESCO, 2013)

Los otros países como, Egipto, Líbano y Tunicia han demostrado un uso de las redes sociales para expresarse globalmente. Por ejemplo, los jóvenes usan herramientas de expresión en inglés para poder abarcar a más público globalmente. En redes como Facebook y Twitter cada vez es más el apoyo a la creatividad y a los derechos de las minorías religiosas. En el mundo árabe las artes siempre han sido importantes, pero también se ha demostrado que han sido suprimidas.

En este estudio dice que Marruecos es un país que se le da importancia a la herencia cultural, generó más de 370 millones de dólares en impresión y publicidad mientras que el sector de la música generó más de 54 millones de dólares. Los festivales principalmente de música y arte han sido el eje principal en la industria cultural de Marruecos y Túnez. Además, el apoyo del sector público y privado a estos festivales ha contribuido notablemente en el crecimiento que ha tenido el sector en los últimos años. (UNESCO, 2013)

Mercados limitados, mecanismos financieros mal-establecidos, falta de derechos de autor, crean desafíos para la economía creativa., por lo que muchos artistas y emprendedores se están moviendo para Europa y Norte América. Los que quedan en el país se le complica debido a el panorama pobre de normas que regulan y benefician el entorno creativo. Por ejemplo, los diseñadores de ropa han florecido debido a el poder adquisitivo de los ciudadanos del golfo, además de las exportaciones, mientras que los artistas plásticos solo pueden llegar a una clientela local y encuentran muchas barreras para entrar al mercado internacional.

1.1.3 Colombia

1.1.3.1 La economía naranja en el PND (Plan Nacional de Desarrollo)

En el Plan de Desarrollo 2018-2022 tiene como meta aumentar durante estos cuatro años el crecimiento real del valor agregado de la economía naranja de 2.9% a 5.1%. Para ello, se planteó un conjunto de estrategias enfocadas en las siete directivas de la Ley Naranja (Ley 1834 de 2017): Información, Instituciones, Industria, Infraestructura, Integración, Inclusión e Inspiración, recogidas en los siguientes objetivos que contemplan inversiones por \$6 billones (Departamento Nacional de Planeación, 2019):

Generación de información: El PND plantea, entre otras estrategias, el desarrollo de un sistema de información para las actividades de la economía naranja y la realización de una publicación periódica denominada “Reporte Naranja”, como una estrategia de divulgación de los resultados, que permitirá al gobierno la formulación de políticas acertadas que dinamicen la producción de bienes y servicios, y faciliten la entrada a mercados internacionales. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Fortalecimiento del entorno institucional: A nivel institucional, el PND estipula tanto aspectos administrativos como financieros. Administrativamente, el Consejo Nacional de Economía Naranja (CNEN), coordinará las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa. En el marco del CNEN se creará un Comité Operativo que se apoyará en siete mesas temáticas: instituciones, información, industria, infraestructura, integración, inclusión e inspiración. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Potencializar el desarrollo de industrias creativas: Con el propósito de brindar acompañamiento a los emprendimientos, fortalecer los proyectos de la economía naranja existentes y articularlos con los demás sectores de la industria nacional, el Gobierno nacional potencializará el

aprovechamiento de la oferta institucional existentes. Aquí se pueden destacar casos como el de INNpalsa, que, por medio del Programa Aldea, se enfocará en impulsar el crecimiento de emprendimientos naranjas y empresas en etapa temprana, y el de Artesanías de Colombia que fortalecerá los laboratorios de diseño e innovación en las regiones con vocación artesanal. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Desarrollo de las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN): En aras de llevar el PND a las regiones se impulsará la definición e implementación de agendas creativas para municipios, ciudades y regiones, delimitando y reconociendo espacios geográficos definidos en los que se incentiven y fortalezcan actividades culturales y creativas en todo el territorio nacional mediante la creación de ADN. En las cuales, confluirá en espacios para los negocios creativos (clústeres, coworkings, etc.) la inversión privada nacional e internacional. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Integración de la economía naranja: Se planea en dos direcciones, por un lado, la integración en los mercados internacionales y por otro, la integración de las actividades de la economía naranja con otros sectores productivos. Para ello, se impulsará el consumo nacional y regional, y las exportaciones de bienes y servicios de las actividades que conforman la economía naranja, por medio de la creación y consolidación de Mercados Integrados de Contenidos Originales (MICOS), y la divulgación nacional e internacional del sello “Colombia Crea” que tendrá como fin posicionar la calidad del talento creativo, al igual que la producción y la distribución de bienes y servicios creativos a escala nacional e internacional. Igualmente, Colombia Productiva liderará un programa de extensionismo creativo, enfocado en la incorporación de “valor agregado naranja” en todos los sectores industriales, es decir, de valor creativo, cultural o artístico en los bienes manufacturados. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Inclusión del capital humano: En el foco de la generación de valor en las actividades de la economía naranja se encuentran los creadores y productores culturales y creativos. De su imaginación, experimentación, habilidad técnica y dedicación depende la creación de bienes y servicios innovadores que generen valor económico y social. Por ello, el PND plantea estrategias para mejorar la empleabilidad del talento creativo de la economía naranja, así como evaluar las competencias del talento humano, la pertinencia y calidad de la oferta educativa y formativa, acorde con los requerimientos de la economía naranja. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Promover la propiedad intelectual como soporte a la inspiración creativa: El logro de este objetivo asume como primera tarea la actualización de la Política de Propiedad Intelectual, correspondiente al Documento CONPES 3533 de 2008, la cual incluirá temas en materia de derecho de autor y derechos conexos. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

Adicional a los objetivos que quedaron establecidos en el PND, se hizo la primera diferenciación de desarrollo de las empresas de la economía naranja en cuatro niveles, según el tipo de riesgo creativo y financiero, como son las organizaciones comunitarias y sin ánimo de lucro (SAL), los emprendimientos emergentes, los emprendedores consolidados y la gran empresa creativa, que serán apoyados según los lineamientos de la Política de Desarrollo Productivo – PDP, Documento CONPES 3866 de 2016, y con políticas específicas de acompañamiento, que les permita definir una ruta para asegurar la sostenibilidad y crecimiento del negocio. (Departamento Nacional de Planeación, 2019)

1.1.3.2 Economía Naranja en Colombia Indicadores

Para poder encontrar el por qué es importante la economía naranja, tenemos que ver algunas cifras del mercado actual en Colombia. Cifras que nos presenta Procolombia; la entidad del estado encargada de fomentar el turismo, las exportaciones y la inversión extranjera. Según esta entidad, el crecimiento promedio del sector cultura ha sido del 5,5% anual entre 2005-2017, el aporte del Sector Cultura al Valor Agregado de la economía colombiana en 2016 y 2017 fue de \$8.1 y \$8,2 Billones de pesos respectiva y finalmente el sector es muy volátil pues presenta años con crecimiento alto: 10,9% entre el 2009 y 2010; y periodos estables como entre el 2013-2014 con 6,6%. (Procolombia, 2018)

En 2017, el sector cultura genero 247.849 empleos. Los segmentos que más empleo generaron son Diseño en el primer puesto con 96.054 puestos laborales representando un 36.33%, la educación cultural con 47.599 puestos representando 19.29% y luego artes visuales, música, artes escénicas con 41.501 puestos de trabajo representando el 16.74%. Desde el 2010 al 2017 el crecimiento laboral fue de un 34.3%, si lo comparamos con otros sectores el sector cultura está generando más empleos que el sector de explotación de minas y canteras en un 23%. También supera en un 43% al sector de suministro de electricidad, gas y agua con un total de 140.526 empleados (Procolombia, 2018).

En el reporte presentado por el DANE de la economía naranja en diciembre de 2019 dice que el valor agregado ha venido creciendo en promedio un 6% en los últimos 5 años, en donde en el 2018 el valor fue de 28 billones de pesos lo que implica un aporte de 3,2% al PIB nacional, generando 539.933 empleos. (DANE, 2019) Según esta misma fuente se han venido decreciendo las exportaciones de bienes de la economía naranja. En 2015 se exportaban 145.369 mil millones

de dólares, mientras en el 2018 se exportaron 131.424 mil millones de dólares, lo que representaría una caída de 9.59% en 4 años.

Para hablar un poco más de las cifras actuales de las industrias creativas en Colombia, Confecámaras publicó un estudio llamado: *Crecimiento, supervivencia y desafíos de las empresas de economía naranja en Colombia* y brinda datos importantes de la situación actual de la industria cultural y creativas en nuestro país. Por ejemplo, dice que: representan solo el 2,8% de las empresas registradas en el país. El número de empresas registradas formalmente en el país pertenecientes a la industria creativa es de 45.294, siendo 18.163 personas jurídicas y 27.125 personas naturales. Otro dato relevante es que las empresas que están registradas con razones sociales que involucran actividades culturales, son el 3,1% del total de las compañías empleadoras del país y contribuyen con el 1,6% del total de los empleos Formales en Colombia. (Confecámaras, 2019)

En el 2019 el Sena destinó más de \$579.000 millones para brindar formación técnica, tecnológica y en competencias relacionadas con áreas de la economía creativa a más de un millón de personas. También Colciencias destinó más de \$567.000 millones a procesos de investigación y creación relacionados con la Economía Naranja. (El País, 2020)

El Sena destinó más de \$25.000 millones para la creación de empresas naranja. En agosto de 2018 y julio de 2019 esta entidad desembolsó \$14.282 millones para 118 empresas, que esperan generar 705 empleos directos en 68 municipios de 25 departamentos. El MinTIC e INNpulsa Colombia destinaron más de \$8.000 millones para beneficiar a 287 emprendedores de la Economía Naranja, de los cuales 124 participaron en los programas Mega i Naranja, Capital Naranja y Aldea Naranja. Colombia Productiva, en alianza con MinTIC, destinaron más de \$18.000 millones para el programa de desarrollo y asimilación de tecnologías avanzadas, donde se benefician empresas naranjas. Artesanías de Colombia apoyó a 14.971 artesanos en 300 municipios del país, a través

de programas de asistencia técnica y fomento a la comercialización, generándoles ingresos por casi \$10.000 millones. (El País, 2020)

Se consolidaron 17 nodos naranja en las regiones, con la participación de 250 entidades públicas y privadas. Esto permitirá focalizar los recursos públicos e incentivar la inversión privada en este sector. Por otro lado, el Ministerio de Cultura aumentó en 69 % el presupuesto del Programa Nacional de Estímulos. Se destinaron 25.000 millones para convocatorias que promueven la formación, investigación, creación y circulación de bienes y servicios culturales. También apoyó, a través del Programa Nacional de Concertación, a 773 festivales en 32 departamentos, con una inversión de \$23.833 millones. (El País, 2020)

A noviembre de 2019, el recaudo logrado por medio de la Ley de Espectáculos Públicos (LEP) superó los \$27.000 millones, cifra importante que va a permitir el fortalecimiento de la infraestructura cultural destinada para el desarrollo de las artes escénicas. Colpensiones y MinCultura otorgaron más de \$63.000 millones en Beneficios Económicos Periódicos (BEPS) a creadores y gestores culturales. (El País, 2020)

Es importante plasmar en esta investigación, indicadores que den una idea de cómo es la situación actual de la economía naranja en Colombia. Por esto se hizo una investigación basada en fuentes secundarias que den una idea de cómo se encuentra el sector cultura nacional e internacionalmente.

El BID hizo una selección de las empresas entre los 26 países que pertenecen al banco y selecciono las 50 empresas que más tuvieran una fuerte propiedad intelectual e innovación. Del total de 50 empresas seleccionadas 10 son colombianas, de arquitectura, artesanías, diseño, medios, servicios creativos, software y plataformas digitales (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017). A continuación, se presentarán datos relevantes de la economía naranja en Colombia:

Según Proimágenes Colombia, en 2017, 62 millones de personas asistieron a cine, lo cual significó una taquilla de \$182,2 millones de dólares (Procolombia, 2018).

Según una encuesta de Consumo Cultural del DANE muestra que 3,608,000 personas asistieron a exposiciones, ferias o muestras de Artes Visuales. Y 1,714,100 personas asistieron al menos una vez al año. La Dirección Nacional de Derecho de Autor en Colombia se registraron 43,883 obras culturales mientras que en 2017 fueron 67,027, lo cual muestra un crecimiento promedio anual de 8,9. Durante el 2016, según la Cámara Colombiana del libro, el número de ejemplares producidos fue de 27,259,123 (Procolombia, 2018).

1.1.3.3 Actualidad en Colombia

Procolombia menciona que en la actualidad hay muchas empresas TI que están viniendo del exterior a asentarse en tierra colombiana. Esto se debe a que Colombia está muy bien situada geográficamente, existen garantías jurídicas y hay un respaldo gubernamental para el desarrollo del sector, además de lo anterior nuestro país cuenta con una conectividad robusta, proveeduría local y un tamaño de mercado que permite escalabilidad en las operaciones. Por otro lado, tiene una relación costo-beneficio en salarios que hace que sea más atractivo que otros países. La llegada de ciertas empresas como Jumi, empresa de Silicon Valley, estableciéndose en Barranquilla y Amazon en Bogotá, demuestran que Colombia es un país atractivo para inversiones. En Medellín Accenture está haciendo el centro de alta tecnología enfocándose en la formación de profesionales en inteligencia artificial, robótica de procesos, machine learning y analítica. Esto va a impulsar a que la ciudad sea un referente global tecnológico (Procolombia, 2018).

Según Confecámaras que estudió 37.321 empresas formales del sector creativo:

“En industrias creativas, las actividades que concentran el mayor número de empresas son publicidad (63,9%), seguido de diseño (31,3%), en particular de actividades especializadas en diseño y fabricación de joyas y bisutería, y medios digitales, y software de contenido (8,8%) liderados por la edición de programas de informática.” (Confecámaras, 2019, p.23)

1.1.3.4 Festivales en Colombia

Las fiestas en Colombia se denominan de la siguiente forma: Fiestas tradicionales religiosas, fiestas tradicionales profanas carnalescas, fiestas patrias. Los festivales son: artístico y folclórico y las ferias tienen un carácter promocional y su propósito es fomentar la integración de los habitantes de la región, resaltar los valores y facilitar el intercambio cultural. (Universidad EAN, Ministerio de Cultura, 2013)

El historiador Marcos González Pérez en una entrevista a RCN Radio dijo que en Colombia se realizan más de 4.030 fiestas al año. Solamente en Bogotá son 300 festividades. (RCN Radio, 2018) Para entender un poco mejor cuáles son los festivales más importantes en Colombia son: El carnaval de Barranquilla, Carnaval de Negros y Blancos en Pasto y el Festival iberoamericano de teatro de Bogotá, Festival de la leyenda Vallenata, festival de San Pedro, Colombia moda, Feria de las flores, festival de la tacaoca, feria de Cali, etc. Existen aproximadamente 28 festivales de arte en Colombia, entre esos se encuentran: Artbo, Noche de San Felipe, Espacio Odeón, entre otros.

El estudio de caracterización de la cultura del pacífico como bien económico y cultural. Caso: *XXII Festival de Música del pacífico Petronio Álvarez 2018*, dice que 1.108 son los creativos que asisten al festival, el origen de los asistentes es de 91 municipios de 21 departamentos y de 11

países a nivel internacional. Donde el 97.7% de los asistentes está de acuerdo con que la celebración del Petronio contribuye a su enriquecimiento cultural y 96.4% de los asistentes está de acuerdo con que la celebración contribuye a conservar las expresiones y tradiciones culturales del Pacífico. (Organización Internacional para las Migraciones (OIM), 2018)

En cuanto a las cifras económicas, el informe menciona que tiene un impacto de 50.343 millones de pesos y crean alrededor de 1739 puestos de trabajo, el gasto y estancia media diaria de un asistente es de 100.135 pesos colombianos y asisten 2.7 días con un grupo de personas en promedio de 5. El gasto de los turistas es de 166.721. (Organización Internacional para las Migraciones (OIM), 2018)

1.1.3.5 Empresas de video Juegos en Bogotá

Según la cámara de comercio de Bogotá, el panorama de la industria de los video juegos en el mundo para hacer un enfoque comparativo con Bogotá. El documento es detallado y presenta datos del sector, cifras, problemas y beneficios de esta industria. La Cámara de Comercio de Bogotá explica que en esa época había 49 empresas que desarrollaban juegos. El problema con este sector en la capital era que de las 49 compañías ninguna se dedicaba a hacer productos finales, es decir no se dedicaban a hacer juegos como único propósito, sino que también tercerizaban. De hecho, el 46% de esas empresas se dedicaban también a hacer animaciones como por ejemplo crear dibujos en 3D de los edificios para que los constructores pudieran mostrar sus proyectos. (Camara de comercio de Bogota, 2010)

1.1.3.6 Oportunidades del sector

Procolombia promociona nuestro territorio como un país con grandes oportunidades de inversión, entre ellos los sectores más atractivos son: Cine, artes escénicas y audiovisuales, producción de

software y TI, sector editorial, video juegos, artesanías, moda y joyería de diseño (Procolombia, 2018).

Muchas compañías como Discovery Networks, Jumio, HBO, Sony Pictures, Jam City, Accenture, Belatrix, Quad Graphics, Telmex y Grupo Cisneros, están entre los inversionistas extranjeros que han apostado en la economía naranja en Colombia. También ya está designado un “Distrito Naranja” en el centro de Bogotá que va a convertirse en una importante área de renovación, comercio, exhibición cultural y creación artística (Procolombia, 2018).

El Gobierno de Iván Duque con la ayuda de Procolombia y su presidenta Flavia Santoro quieren exportar economía naranja a más de 60 países. La presidenta de la entidad dice que hay potencial en ventas del desarrollo de ‘software’, cine y televisión, animación y videojuegos, entre otros. En una entrevista con el Espectador dijo que existían incentivos del Mincomercio, como los bonos naranjas, además se ha iniciado un recorrido por el país con programas de formación exportadora para este sector que llamamos Colombia Bring IT On Tour (PORTAFOLIO, 2018)

El gobierno de Iván Duque, según la ley Naranja 1834 ha decidido dar exención de impuestos a todas las industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas que estén incluidas en el artículo 1.2.1.22.48 del decreto 1669.

En un artículo de Bancolombia llamado “5 beneficios de la Ley naranja para los emprendedores colombianos” mencionan que (Bancolombia, 2018):

- 1) Se crearon líneas de crédito de más de 150 millones de dólares para apoyar a los emprendedores creativos del país. Estos créditos tendrán unas condiciones de plazo y de tasas muy favorables.
- 2) Se aprobó la exención del impuesto sobre la renta por siete años para los nuevos emprendedores que inviertan en la economía naranja y tengan un mínimo de empleados.

- 3) Se creó un sello “Creado por Colombia” con el objetivo de promover los bienes y servicios culturales y científicos del país para impulsar las industrias creativas nacionales.
- 4) Se crearon programas para fortalecer los emprendimientos y brindarles herramientas educativas y tecnológicas a las nuevas empresas que surjan en la industria naranja.
- 5) El estado promoverá la formación en las disciplinas consideradas culturales y creativas. Los emprendedores van a contar con respaldo económico si quieren hacer estudios relacionados con la cultura y la creatividad. El estado quiere impulsar las becas y los créditos estudiantiles.

1.1.2 Opiniones en contra

La república sacó un artículo en donde menciona los peligros de los incentivos que está proponiendo el gobierno de Iván Duque.

En consonancia, Bancóldex anunció el arranque de una línea de crédito denominada *Exprimiendo la Naranja*, por \$400.000 millones destinados a las empresas que realicen actividades asociadas al nuevo sector. Incluso ya hay un Consejo Nacional de la Economía Naranja creado para hacer crecer un segmento que existe, es grande, pero que no había tenido un doliente en el gobierno central. El gran problema es que todo puede ser economía naranja y que la amplitud y heterogeneidad de sus definiciones se convertirán en problemas graves a la hora de hacer exenciones tributarias y fijar montos de ayuda. El Ministerio de Cultura será el eje de esta nueva política pública, cuando el estructurador más indicado debería ser el Departamento Nacional de Planeación y consignar esta nueva hoja de ruta en el Plan Nacional de Desarrollo, incluso cruzarlo presupuestalmente en el sistema de regalías. Existe un gran temor y es que el dinero destinado a

fomentar la creatividad, la industria digital, la cultura, el turismo en sus diversas formas y la generación de contenidos en los distintos medios de comunicación, se lo lleven otros sectores tradicionales como el agro, la infraestructura, las industrias extractivas, entre otros. Si se mira con detenimiento, no todo puede ser vestido de naranja para morder más presupuestos. (Editorial LR, 2018)

La Universidad Nacional desarrolló una conferencia en la Facultad de Artes en donde los profesores Ricardo Arcos, Rolando Ruiz y el analista Aurelio Suarez manifestaron sus preocupaciones y las medidas que deberían tomar frente al nuevo modelo que está proponiendo Iván Duque.

Para mencionar lo que se dijo en esa conferencia, se citarán textualmente frases dichas por los autores del artículo:

- a. Sin embargo, Arcos, Ruiz y Suárez tienen sus propias razones para desconfiar y, por eso, durante la conferencia expresaron su preocupación frente a las “supuestas” oportunidades que se abren para el país con el tema de la economía naranja, pues aseguraron que el Estado será solo un regulador del nuevo “negocio” y no asumirá la función que le corresponde. (González, 2018, parr.2)
- b. Por su parte, la Unidad Nacional de Artistas (UNA) –organizadora del evento académico– denunció en un comunicado que “con este modelo, que hace parte de una política neoliberal propuesta por Iván Duque para el Banco Interamericano de Desarrollo, se pretende eliminar la obligación del Estado de garantizar, auspiciar, financiar y defender la cultura y el arte nacionales. La cultura desaparece como derecho y se convierte exclusivamente en un negocio de las empresas del entretenimiento. (González, 2018, parr.5)

- c. El analista también dijo que están acabando con la cultura nacional, que el patrimonio cultural se convirtió en un objeto de mercancía, que se está haciendo mucho énfasis en la oferta y muy poco en la demanda porque muchos son los que producen y pocos los que compran, que los que compran son los conglomerados multimedia que dominan los mercados –con tres agravantes: son pocos, son globales y controlan los medios– y que, por lógica, lo que compran no es el producto sino los derechos, es decir la mercancía, que en este sentido el producto no es igual a la mercancía y que “en una microeconomía el precio lo pone esa demanda y no nosotros. (González, 2018, parr.6)

2 Estado del arte

Este es un tema reciente de investigación. Existe desde el 2017 desde que se sancionó la ley naranja y en el 2018 se empezó todo a configurarse desde posición del presidente actual Iván Duque. Aunque sea una materia relativamente nueva se ha escrito bastante del tema y está a los ojos de la opinión pública y de expertos.

2.1 La economía naranja no aguanta con todo (artículo)

Este artículo de la Republica, empieza explicando lo que es la economía naranja, cuenta que ha tomado mucha relevancia debido a que es una de las propuestas del actual presidente Iván Duque y este ha sido uno de los abanderados en Latinoamérica. Da una idea general de cifras de la economía naranja y de los incentivos que ha propuesto el gobierno para los emprendedores creativos.

Explica los peligros de la economía naranja desde la perspectiva de los incentivos del gobierno. El artículo resalta el peligro que puede generar lo poco estructurado de la ley, ya que muchas cosas pueden ser actividades creativas, la amplitud y heterogeneidad de sus definiciones se pueden convertir en un problema a la hora de hacer exenciones tributarias y fijar montos de ayuda que se pueden ir a otros sectores de la economía. La exención tributaria podría generar más empleo, pero se puede desbordar debido a las fronteras que limitan lo que es una industria creativa, es decir delimitar lo que es y no es una industria creativa, que puede llegar a crear confusiones, que al final se ve evidenciado en el marco de la legalidad y su jurisdicción. (Editorial LR, 2018)

2.2 La Economía Naranja: Una oportunidad infinita (Libro)

El BID publicó un libro elaborado por Felipe Buitrago e Iván Duque. A partir de esta publicación se empieza a crear y aterrizar el concepto de la economía creativa o economía

naranja. Este dice que se basa principalmente en el talento, la capacidad de innovación y el desarrollo de la creatividad.

Este libro es de los textos más completos que se pueden encontrar de la economía naranja. Explica que es, como está dividido, que ramas tiene, como está compuesta la industria naranja, cuáles son las oportunidades que ha generado en el mundo, da ejemplos mundiales, tips, entre muchas otras cosas, y lo explica de una manera muy singular ya que el libro está ilustrado con poco texto, números muy grandes y figuras, es decir es un libro bastante creativo.

El libro propone como lo mencione anteriormente de una manera muy creativa y apoyado por fuentes reconocidas, datos para un entendimiento de la magnitud de la Economía Naranja y por qué es importante. Entre muchas cosas Buitrago concluye el libro dando a entender que es también nuestra responsabilidad sacarle el máximo a la naranja. (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013)

2.3 Desarrollo y sostenibilidad aplicado a la economía naranja

Este artículo quiere dar a conocer el potencial que tiene la economía naranja en cuanto al impacto que tiene a nivel social, político y económico.

Este artículo menciona el poder que tiene la economía naranja en ayudar a que Colombia deje de depender de los bienes básicos. Es por esto por lo que la principal razón de desarrollo y la sostenibilidad empresarial debería ser: dar a conocer el potencial que tiene las industrias creativas y que a estas se les debe dar un apoyo desde la concepción financiera.

Este exhibe el caso de éxito de la película el abrazo de la serpiente que ganó bastantes premios y hasta fue nominada al Oscar con el fin de demostrar lo que puede llegar a construir proyectos que estén ligados a la creatividad y la cultura. Juan Sebastián Sánchez el creador de este artículo, menciona que después de la Ley 814 del 2003 la producción audiovisual y cinematográfica en

Colombia ha crecido debió a los estímulos tributarios que el estado ha ofrecido para reducir su la renta a todas las personas o empresas que inviertan o donen en proyectos cinematográficos. Lo que quiere decir con esto es que es verdaderamente necesario la mano y ayuda del gobierno.

El autor concluye que aún no se está explotando el valor real de la industria enfocada en la cultura y nuestro patrimonio nacional, haciendo que todavía exista un margen gigante por explotar. Finalmente dice que esta debe ser apoyada por distintos agentes para lograr que el país genere riqueza en este sector. (Sánchez, 2016)

2.4 Gestión de la Responsabilidad Social Organizacional en las organizaciones de la Economía Creativa en la ciudad de Cali (Propuesta de investigación)

Esta investigación hecha por estudiantes de administración de empresas de la Universidad Santiago de Cali busca presentar una propuesta de investigación que indague sobre el estado de la Responsabilidad Social Organizacional en las empresas de la economía creativa en la ciudad de Cali.

Se enfocan en dos autores, Paola Ospina Diaz y Carlos Tello Castrillón, quienes se han encargado de estudiar la responsabilidad social organizacional en industrias creativas de la ciudad. Los dos estudiantes terminan proponiendo hacer una metodología de investigación en donde se entrevistarán organizaciones culturales con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro para establecer como están las empresas caleñas en RSO. Para esto proponen que las entrevistas sean guiadas con estándares propuestos por Paola Ospina Diaz y Carlos Tello Castrillón.

A pesar de que el artículo académico no presenta ninguna conclusión relevante, es de suma importancia ver que se ha investigado en otras universidades sobre la situación actual de las

empresas colombianas con el fin de poder acercarnos un poco a conocer si realmente la economía naranja es la salvación como lo menciona el presidente Iván Duque. (Londoño & Isabella, 2019)

2.5 La economía Naranja en Colombia (Artículo académico)

Esta tesis de dos estudiantes de la institución universitaria Tecnológico de Antioquia. Lo que busca es identificar cuáles son las fortalezas y oportunidades de la economía naranja en Colombia y determinar el impacto en el desarrollo del país.

Para desarrollar este objetivo, los estudiantes analizaron la economía naranja. Hacen una descripción exhaustiva acerca de que es, como está dividida, que está buscando el gobierno, como está ayudando el gobierno a impulsar las industrias creativas, entre otras cosas.

El estudio también demuestra que hay unas opiniones encontradas acerca de la favorabilidad de que el gobierno promueva las empresas creativas y a que la creatividad se convierta en un negocio. Según esta investigación hay opiniones encontradas en donde los que están en contra dicen que el arte se va a convertir en una empresa haciendo que la cultura desaparezca como un derecho y se convierta exclusivamente en organizaciones generadoras de entretenimiento.

También menciona como algunas ciudades han tomado la decisión de adaptarse a las industrias creativas, entre ellas están: Bogotá, Medellín, Cartagena y el Quindío, que tienen como foco el desarrollo de que se generen en ellas las empresas con cultura.

El estudio menciona que existen muchos incentivos para fomentar este tipo de industria y que no solamente el gobierno se está enfocando en la ayuda económica, sino que también brinda acompañamiento y capacitación.

Finalmente concluye que a pesar de que el gobierno esté dando muchos incentivos y ya haya muchas organizaciones que estén disfrutando ya de los beneficios, aún existe mucho desconocimiento del tema; que es por esto por lo que la gente a pesar de que tenga un

emprendimiento que sea de la industria creativa no use los beneficios por que no sabe que existen. Es por lo anterior que recomiendan que el estado difunda de una manera más efectiva todas las herramientas que brindan ayuda a este sector. (López & Durango, 2019)

2.6 Crecimiento, supervivencia y desafíos de las empresas de Economía naranja en Colombia

Como su nombre lo indica, este documento estudia y exhibe principalmente los retos y la supervivencia que tienen las empresas de la economía naranja en Colombia.

Confecámaras que es la agremiación que representa las 57 entidades de cámara y comercio que existen en Colombia, es el creador de este documento. Para poder estudiarlo tomó la muestra de 7.431 empresas que nacieron en el 2013 y con esto quiere explicar la supervivencia y mostrar el riesgo que tienen las empresas de fracasar en Colombia. En este estudio se toman muchas variables de estudio como: crecimiento en el número de empleados, el nacer generando al menos un empleo, acceso al crédito a través de mecanismos alternativos de financiación, sector al que se pertenece, la orientación al mercado externo y el ubicarse en sectores con alto potencial intervenidos a través de las Iniciativas Clúster.

2.7 Creative Economies, Creative Cities (libro)

Este documento es un libro que tiene varios capítulos en referencia a las industrias creativas. El libro recolecta varios autores y plasma investigaciones respecto a las políticas públicas de las economías creativas.

Empieza introduciendo al lector en la relevancia y popularidad que están teniendo las industrias creativas alrededor del mundo. Menciona ejemplos de países que han adoptado políticas y que tienen en sus agendas el desarrollo y potencialización de la creatividad y la cultura como un sector

visto de forma económica. Por ejemplo; Singapur, Hong Kong, Australia, Korea del sur, etc, han venido implementando políticas públicas para las industrias creativas. El capítulo 2 llamado *Policy Transfer and the Field of the Cultural and Creative Industries: What Can Be Learned from Europe?* resalta el aprendizaje que se puede tener de los primeros países que adoptan políticas públicas para el sector creativo.

Finalmente, el profesor Andy C. Pratt menciona que no se puede copiar políticas debido a que cada país tiene una taxonomía de industria muy diferente por lo que se recomienda a los países, desarrollar sistemas rigurosos de políticas que se basen en la evidencia con la obtención de datos enfocados a los objetivos establecidos y a los verdaderos resultados, también a evaluar las políticas establecidas. (Kong & O'Connor, 2009)

2.8.1 Relevancia de las industrias culturales y creativas en Colombia

- Entre el 2014 y 2018 las industrias creativas aportaron el 19,9% del valor agregado nacional y generó 282.566 puestos de trabajo, lo que equivale al 2,6% del porcentaje de ocupados en actividades de servicios e industrias manufactureras. (Confecámaras, 2019, p.14)
- Entre 2010 y 2017 las inversiones de Colombia en materia de construcción y reconstrucción de 428 espacios culturales ascendieron a más \$530 mil millones. (Confecámaras, 2019, p.9)
- Se estrenaron 215 películas nacionales. Los proyectos cinematográficos se han beneficiado en promedio anual con \$20.000 millones a través de inversión y donaciones. (Confecámaras, 2019, p.15)
- Este estudio comparte muchos datos importantes para comprobar la situación actual de las industrias creativas. Explican la supervivencia empresarial de las empresas creativas en Colombia entre otras cosas. Entre los resultados de como las empresas sobreviven, dicen que las empresas que nacen con al menos un empleado tienen más probabilidad de supervivencia.

Otra conclusión importante menciona que la subsistencia también depende mucho de que las barreras de financiación sean bajas y que la variable relacionada con el grado de desarrollo del territorio no resulta ser un determinante en la duración de las nuevas firmas. (Confecámaras, 2019, p.8)

3. Metodología:

Según lo afirma Hernández Sampieri (2014) la investigación cualitativa se encuentra basado en la recolección de datos que no tienen una medición de tipo numérica, basado en las descripciones y las observaciones. Normalmente, las preguntas e hipótesis en este tipo parten del proceso de investigación de tipo flexible, con una interpretación basada en los eventos; según el autor el propósito consiste en reconstruir la realidad, tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido, también se le llama “holístico”, porque se precia de considerar el “todo”, sin reducirlo al estudio de sus partes. (Sampieri, s.f, p.9)

La investigación realizada es de tipo exploratorio y descriptivo ya que se usa información ya disponible como documentos, publicaciones académicas, publicaciones de revistas, noticias, libros, etc. A partir de las bases de datos: América Economía, la revista más leída e influyente de negocios y finanzas en América latina. ANIF Centro de estudios económicos. EBSCO Host – All research Database es el mayor proveedor mundial con más de 200 bases de datos de textos completos y secundarios, EbscoHost – Academic Search complete, es la base de datos académica multidisciplinaria de completos más exhaustiva y valiosa del mundo, EMIS University LATAM tiene 15.000 reportes sectoriales y análisis macroeconómicos. Por otro lado, se han usado y se usaran herramientas externas gratuidad como Google Academic, el buscador de archivos académicos de Google. El buscador normal de Google. Revistas y artículos de internet, tales como Dinero, La república, El país, etc. Por último, información no confidencial que Procolombia me ha proveído.

Luego, se desarrollarán unas entrevistas a profundidad de expertos en el tema donde se pueda contrastar los elementos identificados con el contexto empresarial, las industrias relacionadas y las oportunidades de negocios. Con ello se podrá llegar a las conclusiones y recomendaciones.

3.1 Muestra

Hernández (2014) dice que la muestra es un subconjunto representativo de la población y la forma de selección se basa en una muestra por conveniencia, que resulta de la selección de las unidades o los elementos que están disponibles o que representan los intereses de los actores del sector estudiado.

El tipo de muestreo realizado en este estudio es no probabilístico dirigido, intencional y por conveniencia. En esta investigación se seleccionó intencionalmente 5 expertos del sector.

3.2 Instrumentos y sujetos

Para el desarrollo de la indagación de la información secundaria se escogieron 5 empresas del sector de diferente naturaleza; donde a partir de los informes de gestión e información de sus páginas web se logrará identificar la información necesaria para esta investigación.

Para el desarrollo del proyecto, en total se diseñó un instrumento: para cinco (5) entrevistas para aplicar a diversos actores del sector (ver Apéndice A). Las matrices serán parte de la misma entrevista donde se logrará llenar los instrumentos para su posterior análisis.

Para el desarrollo de estos instrumentos se tomó como referencia el marco teórico, logrando definir un cuestionario guía que permitiera indagar la información necesaria para cumplir los objetivos secundarios definidos en el trabajo, por otro lado, hay preguntas, cuyas respuestas se logran validar cualitativamente.

Para lograr identificar las percepciones y necesidades de los actores sociales a partir de entrevistas y encuestas, se analiza las acciones y observaciones. El análisis de la información genera la posibilidad de determinar la pertinencia colectiva frente a las acciones y políticas

estatales. La tabla metodológica del trabajo logra presentar las fases, actividades relacionadas desde los objetivos específicos al final de esta sección.

3.3 Técnicas de análisis de la información

El enfoque cualitativo bajo el cual se trabajó la presente investigación provee una base para entender los fenómenos sociales estudiados y las intenciones de los entrevistados. Para el presente estudio se desarrolla la recolección de la información, se hace el análisis respectivo y se desarrolla las conclusiones y las matrices definidas; para finalizar el proceso de cruce de la información extrayendo las conclusiones y recomendaciones.

El proceso se ajusta a la tabla metodológica definida a continuación:

Tabla 1. *Actividades para el cumplimiento de los objetivos*

ACTIVIDADES PARA CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS		
1. Objetivo general: Determinar la pertinencia en las empresas de las políticas públicas de la economía naranja en Colombia.		
Objetivo	Actividad	Herramienta
Comprender los conceptos alrededor de la economía naranja y las industrias creativas.	Indagar que es la economía naranja y como es la situación actual de la economía creativa en Colombia.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis PESTEL. • Análisis DOFA • Fuentes secundarias documentales.
Investigar la importancia e impacto que puede tener la economía naranja a partir de las mejores prácticas del mundo.	Análisis de las industrias creativas en otros países.	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes secundarias documentales. • Entrevistas semiestructuradas con expertos del sector sobre las políticas y su pertinencia.

<p>Analizar la percepción de los beneficios, impactos y retos de los actores de las políticas públicas definidas por el gobierno.</p>	<p>Clarificar cuales son las políticas públicas, determinar la percepción de los actores en las leyes para los beneficios tributarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes secundarias documentales. • Entrevistas semiestructuradas con expertos del sector sobre las políticas y su pertinencia.
<p>Determinar las oportunidades que existen en el sector para los empresarios y sus retos para la implementación de las políticas públicas.</p>	<p>Determinar los beneficios e incentivos que ha dado el gobierno a las industrias creativas, analizar qué tan fácil es para los empresarios obtenerlos y poder ver el impacto que se ha tenido hasta el momento. Identificar posibles oportunidades para mejoras.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de resultados de los instrumentos aplicados.

Elaboración propia

Una vez efectuada la recolección de datos, llega el momento de analizarlos en dos etapas: la primera realizando una clasificación de la información obtenida en función de los elementos conceptuales de la guía de preguntas; donde se desarrolla un análisis de los textos de las transcripciones y la posterior realización de las entrevistas.

Luego de haber concluido el análisis individual de cada una de las entrevistas, se desarrolló una codificación de las entrevistas, con ello se desarrollaron las demás herramientas; posteriormente se redactó y presentaron los resultados que son base para el modelo.

Para el análisis de los resultados de las entrevistas se realizó bajo la siguiente secuencia:

- a. Selección del objeto de análisis articulado a partir del marco teórico
- b. Desarrollo del preanálisis a partir de la información recogida
- c. Identificación de unidades de análisis
- d. Desarrollo de las categorías de análisis

e. Integración final de los hallazgos

A continuación, se presenta el desarrollo del análisis de resultados:

a. Selección del objeto de análisis articulado a los modelos conceptuales

Frente a los objetivos definidos el objeto de análisis los modelos conceptuales observados en las entrevistas serán alrededor de las iniciativas, percepciones frente a la implementación este paso ha sido desarrollado en la primera parte de este documento, allí se han hecho explícitos los supuestos que orientan este trabajo.

b. Desarrollo del preanálisis a partir de la información recogida.

Recolección de los datos: Este primer aspecto fue alcanzado gracias al diseño de la investigación. Se realizaron y grabaron cinco entrevistas semiestructuradas que posteriormente fueron transcritas. Se decidió analizar las transcripciones de las entrevistas, las respuestas transcritas fueron analizadas en 6 categorías.

c. Identificación de unidades de análisis

De acuerdo con el objetivo de esta investigación, la unidad de análisis seleccionada es la respuesta a cada una de las preguntas por parte de los entrevistados.

d. Desarrollo de las categorías de análisis

Las categorías de análisis identificadas a partir de los objetivos son las siguientes:

- Contexto: Todo lo incluido al estado actual que permita saber las variables y contextos sociales, políticos y culturales en Colombia.
- Oportunidad: Las oportunidades que se pueden ver en todo lo referente a mejoras hacia las políticas y ventajas que tienen los empresarios por las leyes e incentivos tributarios de la economía naranja.

- Actividades: Actividades relacionadas con la promoción de las industrias naranjas o incentivos del gobierno para atracción de empresarios.
- Beneficios: Beneficios que se encuentren en las políticas públicas e incentivos de la economía naranja.
- Barreras/Amenazas: Analizar todos los puntos involucrados en toda la cadena de stakeholders para encontrar barreras de los incentivos del gobierno o amenazas hacia los involucrados.
- Implementación: Todo lo relacionado a como se ha venido implementando las políticas e incentivos de la economía naranja.

En este trabajo se realizó una codificación abierta, ello significa que las reglas de análisis y los códigos que emergen, pueden cambiar a la luz de las construcciones teóricas que se abordan en ciertas problemáticas.

Se analizará las entrevistas en las siguientes categorías: Contexto, oportunidad, actividades, beneficios, barreras e implementación. Cada categoría se enfocará en sustraer información específica como herramienta de organización de la información con el fin de poder compararlas.

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas realizadas por el autor.

f. Integración final de los hallazgos

A partir de la información recogida se desarrolló un concepto identificando los comentarios de las entrevistas según la categoría permitiendo un mejor análisis (Apéndice C).

De este cuadro se identifica como los entrevistados perciben que la economía está en un periodo de poco crecimiento, con la problemática frente a los países vecinos; igualmente llaman a un cambio de las políticas del estado frente a la política de paz y la supervisión de las actividades del sector.

En las acciones se identifica que se centran en el empleado, buscando desarrollar actividades de bienestar, préstamos o integración de discapacitados; pero hay algunas actividades gremiales que logran tocar los demás grupos de interés.

3.4 Ficha técnica entrevistas

Objetivo de la entrevista: Determinar la pertinencia en las empresas de las políticas públicas de la economía naranja en Colombia.

Tiempo aproximado de la entrevista: 15 a 20 minutos

Recursos: la guía de entrevista, audio o móvil.

Tabla 2. Información del entrevistado

Nombre	
Fecha de entrevista	
Teléfono contacto	
Empresa u organización	

Elaboración propia

Guion:

Buenos Días / Tardes Doctor(a) XXXX La presente entrevista tiene como fin, indagar sobre el tema de Economía Naranja. Así como identificar el impacto de las políticas públicas propuestas por el gobierno para fortalecer el sector.

Tabla 3. guía entrevista

Investigar la importancia e impacto que puede tener la economía naranja a partir de las mejores prácticas del mundo.	¿Qué entiende o sabe usted de economía naranja?
	¿Usted conoce las experiencias internacionales frente la economía naranja?
	¿Cuáles cree que son los países que mejor han desarrollado ecosistemas de la economía naranja?
Analizar la percepción de los beneficios, impactos y retos de los actores de las políticas públicas definidas por el gobierno.	¿Tiene conocimiento de las políticas públicas sobre economía naranja? ¿Conoce la ley de la economía naranja?
	¿Por qué es importante desarrollar la economía naranja en Colombia?
	¿En la empresa u organización han participado en los eventos sobre temas economía naranja?

	¿Qué impulsa a la empresa a participar o no participar en las iniciativas del gobierno? ¿Cuáles entes públicos ha escuchado que apoyan y cómo? Político: ¿Qué cree usted que va a impulsar a las empresas a participar o no participar en las iniciativas del gobierno? ¿cuáles entes públicos apoyan a este sector y cómo?
Determinar las oportunidades que existen en el sector para los empresarios y sus retos para la implementación de las políticas públicas.	¿Usted cree que se puede desarrollar o potencializar los sectores de la economía naranja? ¿Por qué?
	¿Ante el COVID19 el sector mantiene su atractivo? ¿Qué cree que le va a pasar (al sector como tal y a los beneficios del gobierno para el sector)?
	¿Cuáles cree que son los principales retos de implementar la ley naranja en Colombia?
	Educadores: ¿Las universidades como están apoyando la economía naranja para usted?
	¿Conoce el proceso para tramitar los beneficios tributarios de la ley naranja? ¿Como califica el proceso sencillo o complicado?
	¿Cree que hace falta otros incentivos para mejorar las políticas públicas de la economía naranja?

4. Desarrollo

4.1 Análisis del entorno de la Economía Naranja:

Actualmente el Coronavirus ha modificado todos los planes y esfuerzos de los gobiernos del mundo. La prioridad en este momento es contener el COVID-19. Gracias a esto los esfuerzos económicos y políticos se están enfocando en la crisis y muchos planes del gobierno actual van a tener que cambiar.

La Universidad Nacional sacó una investigación titulada *Política pública en tiempos del Covid-19, entre la necesidad y la contingencia*. La investigación empieza mencionando las altas proyecciones que el Ministerio de Hacienda y Crédito Público había hecho para el mediano plazo aun sin la crisis que estamos viviendo en estos días. Menciona que la planeación macroeconómica acentúa un problema de insuficiencia de recursos para afrontar la crisis y dificulta el panorama de financiación de la política pública. El panorama actual es bastante crítico, el riesgo de mayores contagios, las afectaciones financieras, materiales y sociales han hecho que las entidades públicas y el sector privado en todos los órdenes y niveles jerárquicos estén tomando medidas debido a la crisis económica y de salubridad. (Triviño, Castaño, Rubio, 2020). Este artículo menciona que el gobierno ha tomado medidas económicas que favorece a los sectores económicos más privilegiados, advirtiendo que los que están más expuestos social y económicamente quedan a su propia suerte: Trabajadores de la economía popular, adultos mayores sin esquemas de protección social y comunidades en regiones con fuerte presencia étnica y campesina, además de otras comunidades sin presencia de inversión estatal en salud pública. (Triviño, Castaño, Rubio, 2020)

Esta situación tiene diversos impactos en la sociedad, por ejemplo, los empleos formales se ven en riesgo debido a la contracción de la demanda, los trabajadores propios que tienen empresa ven

congelados sus proyectos y finalmente la fuerza laboral informal, que viven del diario, ven las calles desoladas sin poder recibir ingresos. (Semana, 2020)

4.1.1 Políticos:

Colombia tiene 32 ciudades con más de 200.000 habitantes y 70 con más de 100.000, tiene un territorio complejo que necesita más movilidad social, más educación y más crecimiento con una mejor institucionalidad. La modernización, no ha estado exento de problemas. El país urbano vs el rural tiene grandes disparidades políticas y económicas. Los territorios rurales son marginados y no hay institucionalidad o están capturadas por mafias o clanes donde son asesinados líderes sociales. (Santos, Alejandro, 2020)

El gobierno actual ha tenido muchas dificultades en acoplarse al poder. Debido a la nueva propuesta de nueva política sin mermelada tiene el reto de gobernar y ponerse de acuerdo con toda la clase dirigente para la aprobación de sus reformas. El régimen actual deberá también hacer que la sociedad vuelva a confiar en la institucionalidad que se ha visto manchada por la corrupción. Según portafolio, la entidad Transparencia Internacional, una de las organizaciones líderes contra la corrupción a nivel mundial, expuso los resultados de la percepción que tiene la gente sobre la corrupción. En Colombia, el 52% de los encuestados señala que durante el último año la corrupción había aumentado. Por otro lado, el 57% de los encuestados cree que el gobierno está haciendo un mal trabajo en la lucha contra la corrupción. (PORTAFOLIO, 2019)

En cuanto al análisis político se debe incluir todo lo relacionado con las políticas públicas; entender para el estado que es la economía naranja y cuáles son sus planes para desarrollarla. El plan de gobierno del presidente Duque tuvo énfasis en la promoción de esta economía cuando en su discurso de posesión manifestó:

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. (González, 2018, parr.2)

El estado es el encargado, por medio de políticas, promocionar que la industria creativa crezca y sea sostenible en los años futuros. Para eso es importante resaltar que según el ministerio de cultura lo que se busca con la política de economía naranja es en concordancia con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Se pretende propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales. (Ministerio de Cultura, s.f)

Está política económica naranja lo que lograra es desarrollar a través de una política que reúne 7 líneas estratégicas en la que participan 21 entidades del Gobierno Nacional con más de 70 programas enfocados en generar condiciones para que los proyectos creativos de los colombianos en cualquier territorio sean sostenibles.” (Ministerio de Cultura, s.f)

El gobierno colombiano fundamenta las políticas de la economía naranja en do grandes grupos que abarcan las más de 50 políticas públicas. En primer lugar, está la Ley 1834 de 2017 o la Ley Naranja y en segundo lugar el Plan Nacional de Desarrollo del 2018.

En Colombia existen antecedentes de política pública en el sector cultura desde la constitución de 1991. La Ley 397 de 1997 o Ley general de Cultura, crea el Ministerio de Cultura, en remplazo de Colcultura. Se crea el plan Nacional de Cultura del 2001. En el 2005 se da la convención de 2005 de la UNESCO en el cual se exhibe el panorama de las políticas, medidas y acciones desarrolladas por Colombia en lo referente a la protección y promoción de la diversidad de las

expresiones culturales. (Ministerio de Cultura, 2017) Después el gobierno nacional saco el plan de gestión del ministerio de cultura 2007-2010, donde en lo que se creó el programa para el emprendimiento y las industrias culturales. En el 2008 y en el 2010 se crean documentos CONPES con el fin de aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar el nivel de productividad y su participación en el ingreso y en el empleo. Describió cuantitativamente la situación de las industrias en el país y estableció una agenda para las diferentes entidades públicas involucradas. El gobierno desarrolla leyes para formalizar el sector del espectáculo y el cine. En el 2017 se expide la Ley 1834 Ley Naranja. (Superintendencia de sociedades, 2019)

Según la ley naranja 1834: Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Las industrias creativas comprenderán de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de 'artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa. (Congreso de Colombia, 2017, pág. 1).

El gobierno ha decidido dar exención de impuestos a todas las industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas que estén incluidas en el artículo 1.2.1.22.48 del decreto 1669. La exención funciona por 7 años consecutivos en donde la empresa estará exenta del pago de impuestos. Hay que tener en cuenta que el estado ha puesto unas condiciones que para resumirlas se deben tener en consideración tres normas (Redacción Economía, 2019):

- El incentivo tributario se concederá a sociedades que tengan su domicilio principal en territorio colombiano y hayan sido creadas antes del 31 de diciembre del 2021.
- Tener mínimo 3 empleados. No cuentan como empleados los administradores del negocio.
- Se debe cumplir con un monto mínimo de inversión de 4.400 UVT lo que equivale aproximadamente a 150 millones de pesos.

Por un lado, el estado está incentivando las industrias creativas, hay que entrar a investigar y corroborar que tan fácil es entrar a tener este beneficio tributario.

En la misión de sabios de Colombia del 2019 se dan unas propuestas para que el sector cultural y creativo en Colombia llegue a la meta del 6% del PIB nacional. Se resumirá las propuestas que se proponen en la misión de sabios en los siguientes frentes: Valor simbólico, identidad cultural y generación de contenidos, educación para las industrias creativas y culturales, circulación de contenidos, articulación con industria, integración de cadenas de valor, Infraestructura y tecnología, Regulación, financiación, información. Entre las recomendaciones se destaca:

En la perspectiva de Investigación Orientada por Misiones, es fundamental que se priorice el conocimiento y uso sostenible del patrimonio cultural colombiano, a través de actividades de investigación, desarrollo, innovación y creación, desde todas las áreas del conocimiento, con miras al fortalecimiento de la diversidad cultural del país, su apropiación y su aprovechamiento para las industrias creativas y culturales. Para esto se han formulado líneas específicas dentro de la Misión Colombia Diversa, bioeconomía y economía creativa. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

Deben garantizarse las condiciones para que la educación artística sea implementada como área fundamental del currículo y se haga efectiva su obligatoriedad desde la primera infancia y a través de todos los niveles y modalidades de la formación básica y media. Esta debe estar basada

prioritariamente en contenidos procedentes de las diferentes regiones del país, especialmente la propia. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

Esta política debe contemplar un programa específico para la educación y formación de maestros que tengan a su cargo contenidos relacionados con arte, cultura e industrias culturales y creativas en sus diferentes áreas y modalidades. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

Garantizar que cada una de las 32 capitales de departamento funcione con a la una institución educativa especializada en artes. El Ministerio de Educación debe producir lineamientos para lograr transformaciones curriculares, pedagógicas y evaluativas en primera infancia, básica y media desde una aproximación estética, es decir, que desarrolle la percepción, la sensibilidad y la receptividad (estesis). (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

El Ministerio de Cultura debe fortalecer su rol como articulador de la red de casas de la cultura, garantizando un sistema de información que permita el flujo de contenidos, talento humano y buenas prácticas. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)) Es necesario estimular la realización de censos culturales en diferentes regiones y sectores como punto de partida para la implementación de una política de información y comunicación para las ICC. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

Es necesario que en los acuerdos que se adelanten con empresas extranjeras se incluyan de forma explícita cláusulas conducentes a la generación de capacidades locales. Las cuotas de contenidos en plataformas o las exigencias de contratar talento colombiano por parte de productores, son demandas bien intencionadas, pero no suficientes en el largo plazo. Tiene que

haber elementos claros de transferencia de conocimiento y tecnología que fortalezcan la industria local. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

Las industrias culturales y creativas necesitan de conocimiento y tecnología para la creación que actualmente se importa a altos costos, pero que se podría desarrollar en el país: interfases, métodos, materiales, etc. A su vez, las ciencias se pueden beneficiar de nuevas formas de representación, comunicación y expresión exploradas por el arte (no solo para efectos de divulgación y apropiación social, sino para la misma producción científica). Proponemos que el Ministerio de CTI, en conjunto con el Ministerio de Cultura abra líneas de convocatorias específicas para este tipo de proyectos de alimentación mutua entre ciencia y arte a través de procesos de I+C. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

Se debe trabajar en la formulación y aprobación de una ley de mecenazgo que defina incentivos estructurales y de largo plazo para la inversión en actividades culturales, con base en la experiencia lograda en las leyes de cine y otras que han tenido efecto positivo en el sector. Es fundamental simplificar los procesos y reducir la carga tributaria para la formalización de diferentes tipos de organizaciones del sector cultural, no de manera coyuntural sino a través de mecanismos de largo plazo. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

Es importante formular una política de información y comunicación para las ICC que sirva para:

- i) repotenciar y articular sistemas de información existentes y crear otros nuevos donde se necesiten;
- ii) establecer beneficios claros para los usuarios, como facilitar el flujo de información en doble vía o intermediar entre oferta y demanda;
- iii) comunicar contenidos pedagógicos a usuarios específicos y obtener retroalimentación oportuna sobre problemas del sector;
- iv) lograr una apropiación cabal de las políticas culturales;
- v) involucrar diferentes actores de las ICC en el

levantamiento de información a través de deberes y derechos claros; vi) realizar análisis con big data y analítica, con el fin de dar a los tomadores de decisiones información relevante sobre el sector. Para la formulación e implementación de esta política se debe hacer una inversión significativa de tiempo y recursos, y debe adelantarse bajo el liderazgo del Ministerio de TIC, el Ministerio de CTI y Ministerio de Cultura. (Vicepresidencia de la Republica de Colombia, 2020)

4.1.2 Económico:

Colombia ha logrado en estos últimos años convertirse en un país de ingreso medio y ser el segundo país que más ha crecido en el continente durante la última década, pero no se ha logrado que la riqueza se distribuya equitativamente.

Según el Banco mundial, en una publicación, menciona que Colombia tiene un historial de gestión macroeconómica y fiscal prudente. En 2019 el crecimiento económico se aceleró a 3.3% en 2019 impulsado por un sólido consumo privado y mayor inversión. El crecimiento estaba encaminado a acelerarse aún más en el 2020 pero con la pandemia del COVID-19 se espera que se afecte significativamente el consumo privado y la inversión. (Bancomundial, 2020) EL Gobierno anunció un paquete de estímulo fiscal (14.8 billones o 1.4% del PIB) que proporcionaría recursos adicionales para el sistema de salud, líneas especiales de crédito para empresas en ciertos sectores y mayores transferencias para grupos vulnerables. Otras medidas incluyen aplazamientos en la recaudación tributaria en sectores seleccionados y aranceles más bajos para las importaciones estratégicas de salud. En el futuro, las perspectivas dependen de la duración y la gravedad de la crisis y la capacidad del país para recuperarse rápidamente. (Bancomundial, 2020)

Entrando en análisis de la economía del sector creativo: según el segundo reporte del 2019 de la Economía naranja del DANE, las exportaciones de bienes culturales alcanzaron los 131.424 miles de dólares FOB. La participación del valor agregado de la economía naranja en el total del nacional para el 2018 es de 3.2% del total del PIB, de este porcentaje se divide en tres áreas; 44,4% Creaciones funcionales, 28,3% artes y patrimonio, 27,3% industrias culturales. Entiéndase creaciones funcionales como: “Las actividades que tradicionalmente no hacen parte de la cultura, pero definen su relación con el consumidor a partir de su valor simbólico en lugar de su valor de uso.” medios digitales y software de contenidos, diseño y publicidad (Ministerio de cultura, s.f).

La producción total para el 2018 fue de 49 billones de pesos y el valor agregado alcanza los 28,4 billones de pesos, quedando muy cerca del sector de la construcción que produjo 30,41 billones. (Dinero, 2019) Felipe Buitrago, viceministro de la Creatividad y la Economía Naranja, dijo que se estima que en 2019 el sector produjo una cifra alrededor de los 30,1 Billones.

Las industrias generaron 13.1 billones, las artes y patrimonio 7,9 billones y las industrias culturales 7.3 billones. Hay que tener en cuenta que el sector con más crecimiento de esta economía fue el turismo cultural con un crecimiento anual del 11,2% y generando un valor de 2,63 billones. Esto significa que en Colombia está creciendo el turismo gastronómico, museos, parques arqueológicos y festivales. (Dinero, 2019)

4.1.3 Sociales:

Colombia sigue siendo para el 2020 el tercer país con mayor desigualdad en América Latina y estamos en el 10% de las más desiguales del mundo. Según Rimisp (Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural), el 60% de nuestra desigualdad proviene de la brecha urbano-rural. (Santos, Alejandro, 2020)

El narcotráfico ha sido y sigue siendo un mal que persigue a Colombia. Actualmente hay 200.000 hectáreas de coca sembradas que representa un problema de seguridad nacional. El negocio de las drogas es la principal fuente de ingresos para los grupos ilegales y el principal motivo de asesinatos de líderes sociales. (Santos, Alejandro, 2020)

El año 2019 terminó con un desempleo de 10,4 en donde los que se ven más afectados son los jóvenes y el campo. Esto, además de muchos factores, tanto nacionales como globales han hecho que la protesta social se haya incrementado en este año. Además, otro desafío que tiene que afrontar el gobierno es la migración de venezolanos en Colombia. Según Alejandro Santos, actual director de la revista semana, el sentimiento de la xenofobia se va incubando con el tiempo y crea terreno fértil para el populismo y el nacionalismo. (Santos, Alejandro, 2020)

La expectativa de vida de los colombianos es de 77 años, la población mayor de 35 años representa el 43% del total, y en 10 años los mayores de 40% serán más de la mitad de la población. Este nuevo efecto de la pirámide demográfica tiene un profundo efecto en casi todas las variables de política pública. (Santos, Alejandro, 2020)

Las personas ocupadas, es decir la generación de empleo de las industrias naranjas es de 539.933. Sin embargo, cabe destacar que, aunque es un número considerable de empleo, también tiene un elevado nivel porcentaje de carácter informal. (Dane, 2019)

Según el DANE el ingreso promedio mensual del hogar por artesanía, el 82,5% del total de las personas dedicadas a las actividades artesanales, manifestaron que el ingreso fue inferior a un salario mínimo mensual legal vigente. Es importante entender que los bienes culturales están pagando muy poco a la mano de obra. Finalmente son los artesanos los que tienen el conocimiento y la herencia cultural. (Dane, 2019)

En cuanto a los programas que ha diseñado el gobierno para que el talento humano de las industrias creativas crezca, se encuentran diferentes cursos y centros de formación para desarrollar el talento humano. El SENA toma un rol bastante importante en la formación. Esta institución ha sido elegida el brazo operativo debido a su participación en todo el territorio colombiano y tiene como objetivo la formación y financiamiento de emprendimientos naranjas. Tiene ofertas educativas y de financiación. Los programas son los siguientes: Centros de formación SENA, oferta para formación técnica en las industrias creativas y culturales, fondo emprender, SENA Emprende rural, que tiene como objetivo propiciar la inclusión de personas y comunidades rurales en actividades productivas. Desde el 2016, la entidad ha formado a más de 391 mil aprendices en cursos relacionados a la economía naranja como: patrimonios ancestrales, artes visuales y escénicas, medios, etc. También ha apoyado más de 94 empresas con inversiones alrededor de los 7 mil millones de pesos. (SENA, 2018)

Los otros actores importantes en el desarrollo del talento humano es el Ministerio de Cultura que tiene el Programa nacional de Escuelas Taller de Colombia. Este es una iniciativa que se viene dando desde el 2009, donde desde la formación se recupera el patrimonio y los oficios tradicionales. Se capacitan jóvenes entre los 15 y 30 años en oficios vinculados con el patrimonio cultural. Al final del ciclo formativo, los egresados se convierten en emprendedores. (Ministerio de Cultura, s.f). También se encarga del Programa Nacional de estímulos donde se movilizan a los artistas, creadores, investigadores y gestores culturales colombianos a ámbitos nacionales o internacionales y que puedan recibir estímulos a través de becas, pasantías, premios nacionales, reconocimientos o residencias artísticas.

La Presidencia también tiene un rol en el desarrollo del talento humano; tiene una estrategia llamada Sacúdete para convertir a los jóvenes colombianos en emprendedores.

4.1.4 Tecnológicos e infraestructura:

La situación actual de infraestructura en Colombia también se ha visto afectada por el COVID-19. Según Dinero, la infraestructura era el principal motor de la economía, pero debido a la emergencia sanitaria y las medidas, se han tenido que cortar importantes proyectos para el país; como por ejemplo la primera línea de metro de Bogotá, troncales de Transmilenio, ciclo rutas, hospitales y nuevas vías, como también lo menciona Mario Huertas, presidente de MHC ingeniería, el constructor de obra civil más importante de Colombia, las carreteras 4G también se paralizaron.

En el ámbito Tecnológico las principales instituciones que toman relevancia son: Presidencia, DNDA (Dirección Nacional de Derechos de Autor), Artesanías de Colombia, SENA, Ministerio de cultura, Artesanías de Colombia, Bancoldex, Ministerio de comercio, Industria y Turismo.

La presidencia como ya se mencionó anteriormente, lanzó una iniciativa de crear centros SACUDETE que significa (salud, cultura, deporte, tecnología y emprendimiento). Estos centros se especializan para que los jóvenes del país descubran y desarrollen sus habilidades y puedan convertirlas en proyectos que terminen transformando las regiones a través de la creatividad, el conocimiento y la innovación social. Es una sede física en donde se puede encontrar bibliotecas, salas de lecturas, salas para baile y música y auditorio entre otras cosas. (Ministerio de Cultura de Colombia, 2018)

La dirección nacional de derechos de autor lanzó un campus virtual que quiere enseñar, por medio de cursos virtuales, todos los temas relacionados con los derechos de autor y leyes que aplican a diferentes industrias tales como: musical, editorial, audiovisual, etc. (Dirección nacional de derechos de autor, 2018)

El instituto Artesanías de Colombia ha desarrollado una iniciativa donde se crean unos laboratorios de innovación y diseño para las actividades artesanales en la mayoría de los departamentos. Su función es la siguiente:

- Los laboratorios son espacios donde se dinamizan todos los proyectos que se realizan en los departamentos, en función del fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal. Estos buscan articular estratégicamente acciones, actores y recursos, en función del fortalecimiento de la cadena de valor de la actividad artesanal en las diferentes regiones del país.
- Los proyectos que se desarrollan por medio de los laboratorios tienen unos componentes fundamentales:

Sistema de Información Estadística para la Actividad Artesanal, SIEEA.

2. Caracterizar la actividad artesanal de la región.

3. Desarrollo de productos basados en procesos de diseño, co-diseño y co-creación.

4. Identificación y análisis de las dinámicas de los mercados locales y regionales, para encontrar y crear oportunidades comerciales que beneficien a las unidades productivas artesanales.

5. Integrar diferentes proyectos en función del desarrollo de la actividad artesanal.”

(Artesanías de Colombia, 2020, parr.4)

El SENA ha creado unos espacios de visita gratuita de innovación tecnológica que sirven como aceleradores para el desarrollo de proyectos de investigación + desarrollo + innovación. Con esta iniciativa se quiere promover la productividad, el emprendimiento con base tecnológico y competitividad de las empresas. En la página web del SENA establece que su objetivo es: El

desarrollo de proyectos innovadores de base tecnológica, para generar productos y servicios que contribuyan al crecimiento económico y la competitividad de país y las regiones. (SENA, s.f)

Bancóldex ha desarrollado líneas de crédito específicamente para tecnología e infraestructura. Estos créditos son para empresas que tengan actividades en la economía naranja en Bogotá. El primero es: “Bogotá crece” la cual dispone de 30.900 millones para proyectos que innoven en movilidad sostenible, uso de la bicicleta y turismo. La segunda línea llamada Crédito Bogotá, pretende que se dinamice las micro, pequeñas y medianas empresas de la ciudad. (El Espectador, 2019)

4.1.5 Legales: Todas las leyes que se deben tener en cuenta estarán resumidas en la siguiente tabla.

Tabla 4. *Leyes y artículos correspondientes a la Economía Naranja*

Ley 814 del 2003	Promover la actividad cinematográfica en Colombia.	Estimulando la inversión, Facilitar la gestión cinematográfica, convocar condiciones de participación, competitividad y protección para la cinematografía nacional.
Ley 1556 del 2012	Fomentar la actividad cinematográfica de Colombia, promoviendo el territorio nacional como elemento del patrimonio cultural para la filmación, a través de la actividad turística y la promoción de la imagen del país.	A través de una política pública. Se crea el Fondo Fílmico de Colombia y contratos de la filmación y su contraprestación.

Ley 1493 del 2011 “Ley del espectáculo público”	Reconocer, formalizar, fomentar y regular la industria del espectáculo público de las artes escénicas.	Democratizando la producción e innovación local, diversificando la oferta de bienes y servicios, ampliando su acceso a una mayor población y aumentando la competitividad y la generación de flujos económicos.
Artículo 256 del ET	Descuentos en el impuesto de renta si hay inversión en investigación, desarrollo tecnológico o innovación.	De cada 100 pesos invertidos se descontarán del impuesto de renta 25% de la inversión en el año gravable.
Artículo 257 Estatuto Tributario Nacional	Descuento en el impuesto de renta por donaciones.	De cada 100 pesos donados se descontarán del impuesto de renta 25% de la donación en el año gravable.
Ley 1943 de 2018	Defraudación o evasión tributaria.	Varias normas como, por ejemplo: Estando obligado a declarar, no declare, omita ingresos, incluir costos o gastos inexistentes, etc.
Artículo 235-2	Rentas exentas a partir del año gravable 2019.	Es un incentivo tributario para empresas de economía naranja. 7 años de beneficios tributarios.
Ley 1819 de 2016 artículo 238	Beneficio tributario por proyectos de inversión a zonas más afectadas del conflicto armado ZOMAC.	Descuento de hasta el 50% del impuesto de la renta.

Ley Naranja 1834 del 2017	desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor debido a sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.	Se va a lograr con estrategias del gobierno con incentivos, instituciones que promueven el desarrollo, créditos, defensa, divulgación y desarrollo de actividades creativas.
---------------------------	--	--

Elaboración propia con datos de la Superintendencia de sociedades a partir de 2019 (Ministerio de Cultura, 2018)

4.1.6 Medio Ambiente

Semana sostenible en Vivo, sacó un capítulo en donde sentaron a 4 expertos de la economía naranja Marco Llinás (vicepresidente de competitividad y valor de la Cámara de Comercio de Bogotá), Carolina Durán (directora ejecutiva de corporación Ventures), Felipe Buitrago (viceministro de la Creatividad y la economía naranja), Wilson León García Delgado (Programado, director de artes escénicas). En este debate Felipe Buitrago menciona que no todo en el sector creativo puede ser negocio, por lo que el estado tiene que entrar a buscar y a apoyar partes de la cadena que necesitan apoyo y acompañamiento y ver que otras partes son jalonadores económicos. Ambas, se conectan y es por eso que hay que entender todos los eslabones de la cadena debido a que se terminan uniendo en diferentes sectores, y se debe tener una industria en absoluto dinamismo. También mencionan que para que la economía naranja florezca, se debe dar articulación de sectores ajenos a esta y que el estado entre con beneficios para estas empresas o sectores que promuevan la música, artes, etc. Ponen un ejemplo en donde Movistar hizo una adecuación en el Movistar Arena para un festival y el estado le atribuyó beneficios tributarios para 73 mil millones de pesos. Hay que ver la economía naranja como un ecosistema que tiene muchos actores involucrados en donde la cultura puede transformar políticas públicas. Carolina Durán menciona que se ha hecho gran avance

trayendo al sector creativo a la mesa de inversionistas. Cuenta que en las cumbres que están llevando a cabo en Cartagena “Latin America Venture Summit” donde en la agenda se ponen los intereses nacionales, hay un panel corporativo, otro de inversión y otro de industria cultural. Esos escenarios generan mucho ruido y se está viendo que la cultura está tomando importancia cada vez más. (Semana Sostenible, 2018)

La industria creativa debe tener un impacto social. “No hablamos de la creación masiva de productos como *souvenirs*, que es el peligro en el que podríamos caer si hablamos, por ejemplo, de Tlaquepaque (ciudad de México) y su industria del barro. El cómo profesionalizas esa industria, como creas valor a partir de ella y el diferenciador que podría tener es lo que la convierte en una industria creativa”. (Fuentes, 2018, 23)

4.1.7 Análisis DOFA

Tabla 5. Análisis DOFA

	Positivos	Negativos
Internos	<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mientras que la economía decrece el sector Cultura crece debido a que la gente sigue consumiendo arte. En 2019 creció 3.4%. • Si la economía naranja fuera un país, sería la cuarta economía del mundo. • El PND – Sistema de información para las actividades de la economía naranja y divulgación de resultados. • Innpulsa tiene programas para impulsar el emprendimiento naranja. • El aporte del Sector Cultura al Valor Agregado de la economía colombiana en 2016 y 2017 fue de \$8.1 y \$8,2 Billones de pesos respectivamente. 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoy en día los datos de industrias creativas son extremadamente escasos debido a que las industrias culturales y creativas cubren diferentes fenómenos culturales dependiendo de la cultura, es imposible generar una comparación dado el estado actual del conocimiento. • La variación e insuficiencia en la taxonomía de la industria para recoger data. • En 2015 se exportaban 145.369 mil millones de dólares, mientras en el 2018 se exportaron 131.424 mil millones de dólares, lo que representaría una caída de 9.59% en 4 años.

	<ul style="list-style-type: none"> • Colombia está muy bien situada geográficamente, existen garantías jurídicas y hay un respaldo gubernamental para el desarrollo del sector, además de lo anterior nuestro país cuenta con una conectividad robusta, proveeduría local y un tamaño de mercado que permite escalabilidad en las operaciones. Por otro lado, tiene una relación costo-beneficio en salarios que hace que sea más atractivo que otros países. 	<ul style="list-style-type: none"> • Este modelo, que hace parte de una política neoliberal propuesta por Iván Duque para el Banco Interamericano de Desarrollo, se pretende eliminar la obligación del Estado de garantizar, auspiciar, financiar y defender la cultura y el arte nacionales. La cultura desaparece como derecho y se convierte exclusivamente en un negocio de las empresas del entretenimiento.” (González, 2018).
Externos	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dejar de depender del sector primario. • Los empresarios creativos innovan en sectores tradicionales. • La empatía y la creatividad para salvar al mundo. • La creatividad en favor del consumo responsable. • Cada vez estas industrias son más importantes debido a que tienen impactos sociales y económicos, por lo que la sociedad y el estado deben preocuparse de las políticas que van a dar forma a la industria. • Se crearon líneas de crédito de más de 150 millones de dólares para apoyar a los emprendedores creativos del país. • Se aprobó la exención del impuesto sobre la renta por siete años para los nuevos emprendedores que inviertan en la economía naranja y tengan un mínimo de empleados. • Se crearon programas para fortalecer los emprendimientos y 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El problema en general está dado en las definiciones y los conceptos de las industrias creativas y culturales ya que en diferentes países la misma terminología se usa para diferentes actividades. • Cada país usa instituciones de censo que emplean diferentes clasificaciones y por esto el problema es que hay diferencias en los términos y conceptos. • Las políticas genéricas no sirven, esto porque las industrias creativas y culturales tienen aspectos muy específicos que necesitan políticas dedicadas solo a ellas. • El gran problema es que todo puede ser economía naranja y que la amplitud y heterogeneidad de sus definiciones se convertirán en problemas graves a la hora de hacer exenciones tributarias y fijar montos de ayuda.

	<p>brindarles herramientas educativas y tecnológicas a las nuevas empresas que surjan en la industria naranja.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El estado promoverá la formación en las disciplinas consideradas culturales y creativas. Los emprendedores van a contar con respaldo económico si quieren hacer estudios relacionados con la cultura y la creatividad. El estado quiere impulsar las becas y los créditos estudiantiles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los conglomerados multimedia son los que compran y dominan los mercados. Lo que compran no es el producto sino los derechos, es decir la mercancía, que en este sentido el producto no es igual a la mercancía y que en una microeconomía el precio lo pone esa demanda y no nosotros. (González, 2018) • COVID-19
--	---	---

Elaboración propia con datos extraídos del marco teórico y de otras fuentes.

4.2 Hallazgos

4.2.1 Análisis de las entrevistas

Tabla 6, *Entrevista 1*

Nombre	Mauricio Toro
Fecha de entrevista	21/04/2020
Teléfono contacto	3163585897
Empresa u organización	N/A

2.7.2.1.1 Contexto

“La economía naranja es todo aquello que parte de la capacidad del ser humano de convertir una idea en un negocio. Para mí es toda esa industria cultural y creativa que incluye también a todo el sector de las tecnologías que no puede quedar fuera el desarrollo de aplicaciones y otra cantidad de sectores.” (M.T)

“la falta de Claridad en definición de que incluye es y que no por parte del gobierno nacional... incluyen una cantidad de sectores.” (M.T)

“El gobierno adopta el término, cree, y hace una apuesta a esa industria tan importante, pero resulta que deja una zona muy gris donde no define qué sectores van.” (M.T)

“Sí muchas las hacen por el beneficio... la industria ya existía... sólo que ahora le pusieron un nombre y este gobierno lo aglomero en un sector que lo definió así.” (M.T)

Oportunidad

“Pero entonces las empresas aprovechan cualquier oportunidad para poder acogerse a los servicios tributarios y estímulos financieros que existan y las que se avisan quedan.” (M.T)

“Tienen una capacidad de mover unos ingresos millonarios es decir el dinero que la economía naranja mueve es un dinero incalculable, es un porcentaje gigantesco del producto interno bruto de los países y de la economía mundial parte de allí.” (M.T)

“Estados Unidos...con el Ministerio de cultura a ese sector de la Industria cinematográfica, Silicon Valley con toda la inversión que le ha hecho el estado a esa industria tecnológica creativa de Apps y demás. Pero no como concepto sino como una industria que le importa un país en específico” (M.T)

Actividades

“Ministerio de cultura que tiene el viceministerio de la economía naranja a cargo de Felipe Buitrago. Esta Bancoldex que tiene los bonos naranjas que son instrumentos de financiación para el sector que también tienen ayudas. Esta Innpulsa que también tiene Innpulsa naranja que va dirigido a la financiación de las Industrias del sector Está el Ministerio de comercio industria y turismo que recoge a las dos entidades que tiene instrumentos similares. Así que en principio eso serían las Industrias puntuales, ayudas puntuales que existen.” (M.T)

Beneficios

“Los beneficios a la industria naranja en la parte de la Reforma tributaria... poder no tener que pagar renta dentro de los primeros años dependiendo de que deben tener unas inversiones de más o menos 370 millones al año y generar 10 empleos directos en los primeros tres años”

“Hoy los que saben del tema o los que son curiosos dicen ¡uy! salió un recurso y se postulan.”

(M.T)

Barreras

“En la reforma tributaria Nacional de Desarrollo pasado unos beneficios, y resulta que entonces empezaron a entrar aerolíneas porque el gobierno decidió que las aerolíneas caben dentro del sector.” (M.T)

“Terminaron entrando empresas de tornillerías y de acero a los beneficios de la economía naranja, entonces esa falta de definición ha creado un caos en primer lugar.”

“Lo mismo que el conocimiento indígena histórico y ancestral, entonces si no se puede comercializar, no tiene apoyo del gobierno y no hay inversión.”

“No todo se puede industrializar, es decir no todo se puede ver con números porque hay un patrimonio de la nación que no es comercializable.” (M.T)

“En general las empresas buscan acogerse a ellos, pero para buscar ayuda no es determinante.”

(M.T)

“No es que con este presidente se haya creado un nuevo sector, eso estaba antes desagregado”

“Hoy los que saben del tema o los que son curiosos dicen ¡uy! salió un recurso y se postulan. Pero conozco muchísimas empresas que no han recibido las ayudas o que no se los dan o simplemente que no les interesa porque digamos que mantienen su negocio como siempre lo han hecho.” (M.T)

“es sensual, es interesante pero no es algo pues... Y además que las ayudas no es que sean la locura” (M.T)

“En el plan Nacional de Desarrollo propusieron que, para poder acogerse a los beneficios de la economía naranja, las empresas del sector para no van a pagar renta 3 años. Pues juepucha, las empresas cuando arrancamos no pagamos renta porque la empresa no tiene utilidades.” (M.T)

“Entonces el beneficio es casi qué inocuo. ¡Esos beneficios para mí que son culos! Porque si uno le quiere dar un beneficio a la industria entonces devuélvale, IVA ... Son beneficios que crearon para las grandes industrias.” (M.T)

“La industria cultural y creativa depende de la asistencia y el apoyo de las personas en físico está perdiendo millones de dólares que es una industria gigantesca.” (M.T)

“Los mecanismos de financiación son poco audaces. Pues que aquí en Colombia está súper poco creativos los instrumentos para ayudar al sector. Entonces yo creo que ese sector recibió ... mientras otros sectores recibieron un balonazo en el estómago estos manes lo recibieron directamente en el corazón.” (M.T)

“El tema de sensibilizar el mecanismo tributario en Colombia qué es tan difícil pagar esos impuestos y demás.” (M.T)

Implementación

“Lo primero, definir la industria exactamente qué contiene, que esa es la confusión que el gobierno ha generado y por eso se meten empresas que no deberían.” (M.T)

“El tema de acceder a los recursos también es fácil; es meterse a las convocatorias aplicar y tener los documentos para poder beneficiarse no me parece que sea complejo, no es fácil, no, pero no es complejo.” (M.T)

Tabla 7. Entrevista #2

Nombre	Felipe Orjuela (F.O)
Fecha de entrevista	20/04/2020
Teléfono contacto	314255415
Empresa u organización	Libélula Networks S A S

Contexto

“En el papel la economía naranja es muy buena, pero yo siento que por parte del gobierno si hay cierta desconexión porque por más de que ellos propusieron todo este tema a veces no tienen claro realmente que es economía naranja y que no.” (F.O)

“La cuota de pantalla nacional se reducirá al 20%, ósea imagínate, pasamos de tener el 70% de contenido nacional a tener solo el 20.” (F.O)

“Ante el Covid la industria va a entrar en crisis esto está cantado.” (F.O)

Oportunidad

“Tiene que haber una reconexión con el gobierno con lo que realmente es la economía naranja. El digital ahorita es todo. Sí, en este momento si es posible, pero toca reenfocarlo 100% al área que si está activa qué es la digital.” (F.O)

“Todos los talleres que dicta la cámara de comercio Bogotá cada vez que hay una charla que tiene que ver con temas digitales audiovisuales; voy intentó empaparame dentro de lo que puedo de las cosas nuevas que se están implementando de los cambios en la reglamentación, de los eventos asociados que hay, etcétera.” (F.O)

Actividades

“He obtenido beneficios, beneficios dentro del fondo de desarrollo cinematográfico extensión obviamente de la ley que en su momento se convirtió en la ley del cine.”

“Todos los talleres que dicta la cámara de comercio Bogotá cada vez que hay una charla que tiene que ver con temas digitales audiovisuales; voy intentó empaparme dentro de lo que puedo de las cosas nuevas que se están implementando de los cambios en la reglamentación, de los eventos asociados que hay, etcétera.” (F.O)

Beneficios

“He obtenido beneficios, beneficios dentro del fondo de desarrollo cinematográfico extensión obviamente de la ley que en su momento se convirtió en la ley del cine.” (F.O)

“Tengo claro los beneficios y las devoluciones que genera precisamente el tema de economía naranja a empresas como la mía y el tema de inversión extranjera inversión directa al patrimonio cultural. Entonces digamos que en algunos casos he aplicado.” (F.O)

“Todo el dinero venía de España. Hicimos el registro como obra extranjera en producción en Colombia y hacen una devolución muy interesante que es casi del 40% del dinero ingresado, o sea, una vez tú pagas en Colombia el dinero o entra el dinero de origen internacional, tu entregas toda la documentación al Ministerio de cultura ... hacen una devolución de cerca del 40% en efectivo en el país.” (F.O)

Barreras

“Lo que a mí me cuesta mucho trabajo, es el tema de llenar pliegos y de pasar reportes... Sí es de ya para ya, no. Realmente ahí siento yo que se vuelve más dispendioso qué es lo que implica el.”

“En el papel la economía naranja es muy buena, pero yo siento que por parte del gobierno si hay cierta desconexión porque por más de que ellos propusieron todo este tema a veces no tienen claro realmente que es economía naranja y que no.” (F.O)

“Esta ley o este decreto lo que busca realmente es favorecer a los dueños de los canales porque una producción turca te puede costar 5000 ... En Colombia pagarías más” (F.O)

“Un gobierno que promulga la economía naranja, en ese grado desconexión, con el gremio que se supone que debería estar favoreciendo y de hecho el gremio en general no está muy contento con el gobierno en este sentido.” (F.O)

“El principal problema es que las películas grandes, como Rápido y Furioso, van a permanecer más tiempo en sala sin darle espacio a las producciones nacionales lo que automáticamente va a matar todo el producto nacional. Las películas colombianas están muertas y enterrada.” (F.O)

Implementación

“Lo que a mí me cuesta mucho trabajo, es el tema de llenar pliegos ... Mientras yo paso el proyecto, me lo avalan entregó presupuestos, y para poder aplicar pues se me cayó el negocio, se me fue el cliente y se fue a buscar a otra persona ... a mí puntualmente me cuesta mucho trabajo ... aun cuando sé que todos los beneficios que vienen con todo este tema de la economía naranja.” (F.O)

“El caso cercano de un compañero de trabajo que tuve yo que abrió su empresa este año ... El creó su empresa y tenía muchas cosas claras de la economía naranja, pero fue a la cámara de comercio a crear su empresa y los asesores allá, no tenía ni idea de nada ... “terminé explicándole más yo que ellos a mí ...”(F.O)

“Es complicado porque lo que te digo, parece que ellos, en el papel muy bonito, pero a la hora de verdad estar conectados con el sector al que favorece este tipo de cosas, pareciera que no entendieran, no supieran.” (F.O)

“Yo creo que hay otro tema asociado que es el de la capacitación de las ...No en todos los casos tienen un buen acompañamiento entonces uno no sabe cómo acceder a los recursos y también las entidades asociadas como la cámara de comercio y demás.” (F.O)

“Es complicadísimo y de entrega absoluta...Siento que sí es muy enredado y es muy dispendioso, entonces a veces te dicen no toca esperar que llegue el fulano para que le firme la resolución.” (F.O)

“Yo siento que con lo que hay ... pero hay que acompañar bien a los empresarios, hay que informar los bienes para que puedan acceder a todo. Una vez toda la gente tenga clara la información de cómo acceder a los recursos y de pronto ayudar amortiguar un poco tanto trámite, yo siento que la gente va a estar más que satisfecha con los beneficios que la economía naranja les presta a los empresarios.” (F.O)

“Ahora también desde la parte de la gestión interna los procesos que sean mucho más fáciles porque yo puedo durar un año pidiendo unos ... yo puedo terminar accediendo a un beneficio que con una buena gestión era casi un proceso automático, en dos o tres años, cuando ya qué.” (F.O)

Tabla 8. Entrevista #3

Nombre	Wilson León García (W.L)
Fecha de entrevista	03/54/2020
Teléfono contacto	3153420877

Empresa u organización	Fundación T de teatro
------------------------	-----------------------

Contexto

“Lo que tuvimos fue comprender es que simplemente iban a insertar un concepto que permitiera que nos ubicamos dentro de un campo empresarial con planeación, dirección y organización para resultados” (W.L)

“El concepto de economía naranja viene de mucho más atrás, de hecho, el color se lo pusieron aquí.” (W.L)

“En Colombia, no ha sido un sector al que le hayan puesto cuidado o le hayan podido poner atención como creadores o generadores de un movimiento de producto interno bruto y esto pasado hace unos años.” (W.L)

“Las experiencias de todos los países son diferentes.” (W.L)

“Entonces si nos vamos a mirar modelos de otros países o conocer modelos de otros países usted no encuentra modelos iguales que puedan clasificar en el término de economía naranja, eso no existe.” (W.L)

“De hecho para Colombia estamos todos pendientes que se le mire si va a funcionar o no porque por primera vez meten dentro de una política de estado, la cultura.” (W.L)

“El primer país que creó el Ministerio de cultura dentro de su organización de estado fue Francia.”

“Hay que hacer políticas de cuidar lo inmaterial, lo cultural.” (W.L)

Oportunidad

“Si se le hubiera dado un valor patrimonial a la escritura seguramente el que sea premio Nobel Gabriel García Márquez Generaría un valor diferente y hasta la casa de él de Aracataca sería un lugar diferente de turismo donde la gente vaya y vea donde vivió” (W.L)

“Lo primero que hay que desarrollar en Colombia es el patrimonio cultural inmaterial y paralelo a eso hacerle a eso una economía desde lo cultural.” (W.L)

“Hay otras partes de la creatividad que se están desarrollando, entonces lo que va a suceder es que van a salir nuevos productos que seguramente van a necesitar un sistema engranaje cuando ya se normalicen las condiciones de la ciudad.” (W.L)

Actividades

“Presentamos el gobierno dentro de los estímulos de ellos, ganamos un apoyo para desarrollar el software de este programa para la venta de boletería ... Eso se hizo el año pasado y este es el momento en que todavía no han dado el dinero para el desarrollo de esta plataforma y no la ganamos en agosto del año pasado entonces va un año.” (W.L)

“Por ejemplo, está el incentivo del 165% de que la empresa privada ayude a una producción musical que tú quieras hacer, llevan dos años tratando de que se firme el decreto para que la empresa privada puede ayudar y no ha podido.” (W.L)

“Entonces lo que nos mueve es un incentivo monetario que ayude a desarrollar el proyecto artístico.” (W.L)

Beneficios

“Entonces cuando uno puede generar de una actividad cultural una acción y un encadenamiento de externalidades positivas y puedes hacer que esa experiencia para la persona que consume esa experiencia cultural sea de una u otra forma valorada por el consumidor como algo bueno de ver

y repetir nuevamente, logras empezar a crear una cadena de relacionamiento económico en el sector cultural y política y economía de sostenibilidad.” (W.L)

“En cultura no puedes crear una economía generalizada cómo ves la cultura es plural el desarrollo social es multicultural, la creación no es homogénea. usted no puede pensar que puede homogenizar con una ley un resultado financiero para mejorar la economía.” (W.L)

Barreras

“Hubo un estudio de dos economistas William Baumol y Beaumont ... se llama la enfermedad de Los costos para las artes ... Las artes siempre iban a necesitar, porque llegaban un punto en dónde, la financiación de la realización de proyectos artísticos siempre iba a necesitar Al fin y al cabo de una financiación extra.” (W.L)

“Cuando le vas a crear políticas a eso, se debe hacer muy amplio, no se puede movilizar, no se puede unificar y no se puede una única política para todo como en la era industrial.” (W.L)

“Entonces tú no puedes aplicar economía naranja en un país en donde no se ha llegado al currículum educativo, el de las artes y el desarrollo de lo creativo, como una materia dentro del Ministerio de Educación ... no has creado público” (W.L)

“Para ellos nada de lo que sea un intangible es garantía para un préstamo. ahí lo que tenemos que entender es que todo lo que se está intentando establecer no es nada nuevo y es lo mismo de lo que ya ha sido establecido, en lo económico, en lo garante y en lo comercial.” (W.L)

“No va a desarrollar mientras no tenga políticas de cuidado del patrimonio inmaterial de lo creativo y el derecho de autor.” (W.L)

“No han hecho nada para hacer y crear gestores culturales.” (W.L)

“Es una política que está todavía muy desinforme y no tiene consideraciones desde el área de la particularidad de la productividad del sector creativo y el derecho de autor.” (W.L)

“La política actual de economía naranja lo único que va a hacer es cuantificar idea resultados estadísticas de lo que ya viene funcionando.” (W.L)

Implementación

“Tan lento es que los decretos necesarios para que eso se dé no se han podido firmar plenamente.” (W.L)

“Las leyes todavía están muy basadas en la cuantificación y se deben cambiar antes de que se acaben o se agoten los recursos.” (W.L)

“Eso se hizo el año pasado y este es el momento en que todavía no han dado el dinero para el desarrollo de esta plataforma y no la ganamos en agosto del año pasado entonces va un año.”

“aquí falta un catastro y un censo que permita que usted sepa realmente cuántas son las personas que están inscritas con el código de trabajador independiente del sector de economía naranja.”

“Cómo reto tiene que realmente llevarla a la empresa privada.” (W.L)

“Si, de hecho, yo calificaría complejo y con unas exigencias sin considerar la particularidad del sector cultura.” (W.L)

Tabla 9. entrevista #4

Nombre	Andrés Raigosa (A.R)
Fecha de entrevista	03/54/2020
Teléfono contacto	3153420877
Empresa u organización	Consultor y profesor en temas culturales

Contexto

“El presidente Duque fue quien acuñó el término de la economía naranja.” (A.R)

“Recurso de la cultura y la cultura como recurso y las Industrias creativas materializadas en las Industrias naranja pues son básicamente las economías creativas y culturales al servicio de la economía tradicional para generar desarrollo y recursos culturales y económicos.” (A.R)

“Acá en Bogotá hay un ejemplo que se ha querido sacar adelante que es el Bronx Distrito cultural y creativo.” (A.R)

“Cada país ha tenido un desarrollo diferente porque han entendido que sus industrias culturales y creativas son subjetivas” (A.R)

“Lo que buscan las Industrias naranja es materializar esas industrias culturales ... políticas públicas que exploten que extraigan el valor de sus capitales de forma económica y financiera y que dejen de estar dispersos y se vuelvan parte de una economía.” (A.R)

“Hay una teoría que dice que cuando le das plata los peces gordos ellos arrastran a los peces pequeños.” (A.R)

“Las universidades ... Cómo actores que se presentan a convocatorias públicas para bajar dinero y apoyar a la economía naranja, como nodo de generación de valor.” (A.R)

Oportunidad

“qué más pueda generar qué la gente le interese si no es los incentivos económicos”

“el petróleo, los recursos naturales extractivos ... explotarlos, pero no para la economía sino para empoderar a las regiones.” (A.R)

“Las políticas públicas serían para que estos artistas ... en sus regiones hicieran desarrollar su región a su medida, con sus prioridades y sin condiciones homogeneizantes absurdas como las que pretenden las políticas públicas de la economía naranja que no están co-creadas.” (A.R)

“En el post covid-19 el consumo de las Industrias culturales y creativas, vamos a tener muchas más oportunidades.” (A.R)

Actividades

“Muchos años se discutió qué tan viable era dar plata a empresas que se quebrarán.” (A.R)

"No me acuerdo cuál es el delito que hay, creo que es peculado, qué el estado no puede dar plata sin pedir algo a cambio." (A.R)

"Cómo actores que se presentan a convocatorias públicas para bajar dinero y apoyar a la economía naranja, como nodo de generación de valor y dos como nodo educativo, ósea como divulgadora de apropiación de la economía naranja." (A.R)

“Pusieron mucho dinero y recursos en proyectos para apoyar industrias creativas en las regiones.” (A.R)

Beneficios

“Necesitamos economías creativas con responsabilidad social, que incluyan y disminuyan las brechas de las personas que están marginadas por estas políticas.” (A.R)

“Hay incentivos que son de Bancoldex que son préstamos a tasas de descuento con intereses muy bajos qué hay que aprovechar” (A.R)

“Recuerdo haber apoyado muchos emprendimientos que no tenían ningún tipo de bienes ni dinero.” (A.R)

Barreras

“Ante una ley construida sin co-creación y participación va a ser difícil que se apropie en los sectores.” (A.R)

“El gobierno necesita saber si el negocio es viable o no y es ahí donde se encuentran los chispazos de esto” (A.R)

“Las políticas públicas tienen que ser políticas de estado y no de gobierno.” (A.R)

“¿Quién tiene la educación financiera en este país para presentarse a una convocatoria pública?”

(A.R)

“Tiene que haber un tipo de retribución como lo dije anteriormente, no me acuerdo cuál es el delito que hay, creo que es peculado, qué el estado no puede dar plata sin pedir algo a cambio.”

(A.R)

“Si las políticas públicas colombianas no incluyen lo que había en otros países que son escuelas de formación de públicos nadie les va a consumir eso.” (A.R)

“Después del Covid las vamos a empezar a ver sobre uno dos tres cuatro meses y la cultura como siempre va a estar en un segundo plano.” (A.R)

“La gente no sabe qué es la economía naranja.” (A.R)

“Eso quiere decir que le hace falta sensibilidad cultural y ser subjetiva. Si sigue siendo una ley homogénea nos va a morder el Marrano Costeño.” (A.R)

“Creo que son engorrosos y burocráticos” (A.R)

“Falta todo lo que es el sustrato de conocimiento inicial” (A.R)

Implementación

“Esas primeras leyes son interesantes desde el punto de vista bibliográfico, Pero van a tener que pivotar un montón para poder generar desarrollo.” (A.R)

“Co-crear la ley naranja o coclear más leyes.” (A.R)

“Decirle a la gente; para qué le sirve, por qué le sirve y cómo le aporta.” (A.R)

“Le falta creatividad a la ley, le falta apalancamiento con la empresa privada.” (A.R)

“Es urgente desarrollarlas ... así como vinieron los gringos ... van a venir aquí a reemplazar las Industrias culturales y creativas ... qué deberían ser colombianas.” (A.R)

Tabla 10. *Entrevista #5*

Nombre	Felipe Arango (F.A)
Fecha de entrevista	04/05/2020
Teléfono contacto	3125372334
Empresa u organización	Artista plástico y cofundador de la unidad nacional de artistas UNA

Contexto

“La economía naranja es un planteamiento hecho por Iván Duque y Felipe Buitrago para el banco interamericano desarrollo.” (F.A)

“El problema de fondo de la economía ... lo que significa para un país la cultura de lo que produzca ganancias es lo que puede sobrevivir y tiene que considerarse esto como cualquier otro sector y tiene que producir ganancias de inmediato y si no los produce están llamados a desaparecer los productos culturales.” (F.A)

“Estados Unidos produce miles de millones de dólares, mejor dicho, las películas de Hollywood dejan ganancias. Canadá, Francia, inclusive países latinoamericanos han negado la posibilidad que en los tratados comerciales incluya la cultura como cualquier otra mercancía.” (F.A)

Oportunidad

“Las culturas y las artes son productos únicos, individuales que no son reproducibles como los otros productos de la sociedad.” (F.A)

“La UNESCO es muy clara en esto, en que la cultura tiene otra connotación y no puede ser manejada como cualquier mercancía.” (F.A)

“Primero el estado tiene que invertir y después tiene que tener una política estructural en que se incluye a la cultura y las artes como parte de la educación desde la primera infancia.” (F.A)

“Debe haber planes precisos para que los artistas estén en la capacidad de sentarse y producir y que puedan funcionar para que no desaparezca todo este enriquecimiento que tendría la sociedad desde la parte cultural y artística y desde la educación.” (F.A)

Actividades

“Escribimos una cantidad de comunicados, artículos que salen en nuestras páginas y además promovemos el debate a nivel nacional. Continuamos haciendo conferencias en todo Colombia e internacionales.” (F.A)

Beneficios

“Un concepto fundamental y es que la cultura es un derecho de los pueblos, es un derecho al cual tienen cualquier sociedad.” (F.A)

“De los planes que ponen en el plan Nacional de desarrollo, las líneas de crédito que han abierto Findeter, Bancoldex, bonos naranjas” (F.A)

“Crean también las áreas de desarrollo naranja que son sitios en donde confluyen la inversión privada nacional e internacional.” (F.A)

Barreras – amenazas

“La cultura es una parte fundamental de la sociedad que tiene otras formas de medición que no pueden ser ganancias inmediatas.” (F.A)

“El negocio que se plantean Colombia es que las grandes empresas multinacionales al final son los que se quedan con las grandes ganancias.” (F.A)

“El producto nacional también desaparece y los que se mantienen con pérdidas de todas maneras permanecen con públicos mínimos.” (F.A)

“Lo primero que hacen es la emisión de bonos naranja, qué son bonos especulativos para qué los interesados, que ya sabemos quiénes son, es decir las empresas multinacionales, porque no son los artistas los que tienen esa capacidad.” (F.A)

“Crédito a través de Bancóldex y Findeter para que algunas empresas pequeñas se amolden al esquema se endeudan y puedan producir básicamente a las compañías grandes de entretenimiento los productos que necesiten a bajo costo aquí y pueden ofrecerse los inmediatamente a través de deudas.” (F.A)

“Dentro del plan Nacional de desarrollo hablan de una cosa totalmente inconstitucional qué es la posibilidad de enajenar el patrimonio cultural tanto material como inmaterial del país.” (F.A)

“Entonces el estado que debería ser un garante de la herencia cultural del país, pasa el papel del estado de ser un garante a un regulador.” (F.A)

“Lo que niego es la posibilidad de que esa sea la manera de concebir la cultura como una mercancía y que no sea un derecho.” (F.A)

“La sobrevivencia impulsa las empresas.” (F.A)

“Ellos están invirtiendo en planes de endeudamiento, en especulación Financiera a través de los bonos, endeudamiento a través de Bancoldex y Findeter.” (F.A)

“El primer afectado precisamente de esta pandemia y de manera más fuerte es el sector de la música y entretenimiento.” (F.A)

Implementación

“Los retos son para sector cultural a ver cómo sobrevive.” (F.A)

“Para ellos es un negocio y punto entonces están implementando y ya sacaron más de 500 mil millones en bonos naranja que están especulando.” (F.A)

“Claro que yo sí conozco una serie de leyes y tiene una gran cantidad de reglamentaciones monstruosas.” (F.A)

“Inclusive hubo una movilización el año pasado porque la mayoría de las empresas; teatros, colectivos, no están en capacidad de hacer este tipo de movimientos tributarios.” (F.A)

Tabla 11. *Entrevista #6*

Nombre	Christian Navarro (C.N)
Fecha de entrevista	15/05/2020
Teléfono contacto	cnavarro@mincultura.gov.co
Empresa u organización	Ministerio de cultura

Contexto

“Localizar la DIAN, Super sociedades, Sayco y Acinpro, encuestas del DANE, información del Banco de la República, información privada, agregadores musicales, audiovisuales, convenios de privacidad para conseguir bases de datos.” (C.N)

“Se creo en el 2018 y por ejecución en el 2019. Está el viceministerio depende tres áreas, dirección de artes dirección de cinematografía, dirección de estrategia lo que antes era emprendimiento cultural.” (C.N)

“El consejo de cultura es: Mincomercio (cuellos de botella), Mintic, Mintrabajo, Mineocreación, Mininterior, DNP, Dane, Cena, Mindeter, DNA, Minhacienda (exenciones tributarias). Lo que

está haciendo el Ministerio de cultura es articular, fomentar y centralizar el apoyo al sector de las Industrias culturales y creativas.”

“Colombia, con el Ministerio fue uno de los países líderes de Latinoamérica en Industrias culturales.” (C.N)

“El gran eje rector es la UNESCO y nosotros como el Ministerio tenemos que responderles a los lineamientos de la UNESCO.” (C.N)

“Colombia tenemos un potencial en turismo cultural el cual tomamos de Italia.” (C.N)

Oportunidad

“El intermediario no es un enemigo sino es un facilitador y agrega valor. Nosotros queremos ayudar al intermediador porque es el que genera más valor agregado.” (C.N)

“La política economía naranja nace como una estrategia para el desarrollo cultural primero, social y económico, en ese orden.” (C.N)

“Ante el Covid: Los incentivos siguen funcionando igual, todos los programas siguen iguales. el presupuesto nacional ya había sido aprobado desde el año pasado.” (C.N)

“Es fundamental, sin la academia no hay investigación. la academia genera conocimiento.” (C.N)

Actividades

“Entonces tratamos de hacer reuniones sectoriales, con agentes relevantes del sector.” (C.N)

“Explica por medio de la cámara de comercio, confecamaras, alcaldía de Bogotá, alcaldías en general.” (C.N)

Beneficios

“A nivel internacional nos permite ser competitivos porque se basa en la creatividad y en la creación de contenido” (C.N)

“Se pueden tomar buenos ejemplos como por ejemplo las leyes de cine se utilizan a nivel mundial.” (C.N)

“Todas las áreas culturales tienen estímulos. es un desembolso económico para un proyecto específico en un sector. se accede por medio del programa Nacional de estímulos, una convocatoria anual.” (C.N)

Barreras

“Necesitamos es una caracterización por sector.” (C.N)

“Uno de los grandes problemas que tiene es la información regional. medir las cuatro ciudades grandes es relativamente sencillo pero el sector cultural en realidad está a las afueras de estas ciudades como en el Catatumbo, Montes de María.” (C.N)

“Este es un sector que se mueve de lo informal a las transnacionales.” (C.N)

“Diversificación en las herramientas de apoyo para sectores y agentes.” (C.N)

“Irrigación de las herramientas a nivel nacional. es difícil ir a los 1000 municipios que tiene Colombia.” (C.N)

“Que la gente no piense que nosotros nos estamos metiendo en su proceso creativo, sino que lo que estamos haciendo es darle las herramientas para qué cuando lleguen a 70 años y tengan una pensión.” (C.N)

“Que los creativos lleguen a más sectores. Interconexiones sectoriales.” (C.N)

“Es decir que nos estímulos a pesar de que han sido muy buenos han hecho que el sector se mantenga estable” (C.N)

Amenazas

“Estamos hablando de más de 15 sectores con subsectores. la cadena valor siempre son gigantes, los recursos no dan para hacer ese conteo a ese tamaño.” (C.N)

“El consumo de streaming está disparado, la gente está leyendo más, el consumo cultural dentro de las casas se disparó, pero no hay producción debido a todas las restricciones de la pandemia.”

(C.N)

“Estamos esperando un golpe duro, pero a la misma vez a repuntar debido a todos los apoyos de los gobiernos mundiales porque tienen que apoyar el sector cultural.” (C.N)

“Crear públicos es importante. es importante poder mostrarle al público un buen contenido cultural para que el mismo se interese por ver producciones nacionales.” (C.N)

“A larga nosotros no sabemos si nos toca hacer, por ejemplo, eso lo Debería ser la dirección de arte.” (C.N)

4.2.2 Análisis de elementos claves

Según los entrevistados, se puede observar que hay un acuerdo general de que las industrias creativas y culturales han existido desde hace mucho tiempo. El presidente actual Iván Duque con el ministro de cultura Felipe Buitrago acuñan el término “Naranja” para agrupar las industrias culturales y creativas de forma que se pueda introducir a las políticas del gobierno actual. Se evidencia que existe un consenso general en donde todos afirman que el gobierno no ha dejado bien definido lo que es o no es las industrias naranjas en Colombia. Esto se debe a que el sector es muy amplio y es imposible poder unificar todo bajo una misma norma.

Según los expertos se puede inferir que las experiencias de todos los países son diferentes debido a que no hay modelos iguales gracias a que no se puede homogenizar el sector creativo y cultural. Hay un consenso de que los primeros países que crean políticas publicas dirigidas a la mejora de la cultura son países europeos y entre ellos Francia e Inglaterra han creado modelos

exitosos de industrias creativas y culturales, a su vez Estados Unidos genera muchos ingresos debido a que pusieron como prioridad el sector de entretenimiento. Chistian Navarro, consejero en el Ministerio de Cultura menciona que Colombia ha adaptado políticas de Italia debido a que este país tiene políticas avanzadas de turismo.

Se puede evidenciar que en general, los entrevistados, creen que la economía naranja se creó para explotar las industrias creativas y culturales con el fin de extraer capital de forma económica y financiera. Hay una evidente preocupación debido a que se está viendo el sector cultura como una fuente de recursos económicos y lo que dicen es que la cultura primero es un derecho antes que un recurso. El entrevistado del ministerio de cultura fue claro que lo que busca el gobierno es garantizar la cultura antes de cualquier valor económico.

Las oportunidades de la economía naranja que se evidenciaron por medio de las entrevistas se enfocan en dos direcciones, oportunidades que tienen los empresarios que prácticamente son financieras y tributarias y las oportunidades que tiene el país debido al desarrollo de las industrias culturales y creativas. Según la investigación se evidencia que hay una gran oportunidad económica de este tipo de industrias debido a que tiene la capacidad de mover ingresos multimillonarios para el país. Según Wilson León García, director de la fundación T de teatro, las políticas del gobierno de Iván Duque van a ayudar a que el sector sea más formal y que entre en las mediciones estadísticas de la economía.

El artista Felipe Arango ve una gran oportunidad si el país invirtiera más en el sector, según Felipe la UNESCO propone que la inversión de un país debe ser de mínimo el 2% de su presupuesto. Según los entrevistados las industrias creativas y culturales en general, tienen una gran oportunidad sí se desarrolla la educación, el patrimonio inmaterial, empoderamiento de las regiones y co-creacion de las leyes.

Wilson León ve una gran oportunidad del desarrollo de la economía cultural y creativa en la forma en que el gobierno invierta en actividades culturales que el consumidor pueda vivir y repetir, es decir crear una cadena de relacionamiento económico en el sector cultural, política y económica. Daba un ejemplo de la casa de Gabriel García Márquez en Aracataca, que el gobierno lo que tenía que hacer era que le diera valor cultural para que se convirtiera en destino turístico y de paso no solo la casa en Aracataca se iba a favorecer, sino que también toda Colombia, porque la gente iba a venir solo a ver el hogar de Gabriel García Márquez y así hay muchos más gastos implicados.

Ante el Covid algunos entrevistados ven como una oportunidad la pandemia. Según Wilson director de la fundación T de teatro, los creativos siempre se estarán reinventando y sacarán nuevos productos. Desde un punto de vista más empresarial Felipe Orjuela un empresario creativo, ve como las empresas se están digitalizando, y finalmente Andrés Raigosa, consultor, catedrático de industrias creativas y culturales, además de ser un ex Innpulsa, dice que después de que pase la pandemia la gente consumirá más bienes creativos y es una gran oportunidad de crecimiento. Según Chistian Navarro, advisor del Ministerio de cultura, se está consumiendo más contenido cultural, el problema es que la producción está parada ante la pandemia.

Se reconoce que los actores activos en la economía naranja son: Bancoldex como prestador de servicios financieros, Ministerio de cultura y viceministerio de economía naranja a cargo de Felipe Buitrago. Innpulsa, también como actor de financiación de las industrias del sector y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo. En la entrevista con el Ministerio se dejó claro que existe un consejo naranja compuesto por: Mincomercio (cuellos de botella), Mintic, Mintrabajo, Mineocreación, Mininterior, DNP, Dane, Cena, Mindeter, DNA, Minhacienda (exenciones tributarias).

Por el lado del empresario Felipe Orjuela, ha obtenido beneficios de la ley del cine por desarrollo cinematográfico y el plantea que la Cámara de Comercio de Bogotá hace talleres con el fin de promocionar y enseñar sobre economía naranja. El director de la Fundación T de Teatro también ha ganado apoyo por el gobierno para implementación de un software con el fin de venta de boletería. Dice que lleva un año desde que ganó el apoyo y no ha recibido el dinero.

Principalmente los incentivos que mueven a las industrias a que se animen a los incentivos del gobierno son principalmente tributarios ya sea por retorno de inversión, exención de impuestos o financiación con préstamos a bajo interés. Andrés Raigosa comentó que cuando trabajó con el gobierno, ellos se tuvieron que sentar a discutir; que tan viable era dar dinero e incentivos a empresas que se iban a quebrar y la conclusión del gobierno era que al fin y al cabo se tenía que suministrar auxilios económicos por que eso era parte del tejido constructivo de formar empresa. También comentaba que el gobierno puso mucho dinero en recursos para proyectos que apoyen las industrias creativas en las regiones.

En cuanto a la educación se puede evidenciar que estos entes universitarios están sirviendo como puentes para que la gente pueda acceder a los recursos e incentivos que están a disposición por organizaciones como Bancoldex, Findeter o Innpulsa. También están siendo nodos de generación de valor y de educación, es decir que funcionan como divulgadoras de información para que exista una apropiación de la economía naranja en el público. Por otro lado, la academia, según el Ministerio, es fundamental; ya que se ha convertido en un organismo de investigación en donde se ha podido determinar problemas debido a que permite obtener información enfocada y clara. Por ejemplo, que el ministerio haya podido entender como la cadena de valor de música independiente funciona, es gracias a la academia.

Por otro lado, la oposición, Felipe Arango, artista plástico y que pertenece a una asociación de artistas llamada UNA, cuenta que su trabajo ha sido bastante grande en cuanto a publicaciones en contra de las políticas públicas de la economía naranja. Asociaciones de la oposición están promoviendo el debate a nivel nacional y hacen conferencias en todo Colombia e internacionalmente.

Según la investigación se puede observar que los beneficios de la economía naranja son principalmente tributarios y económicos. Por ejemplo, no pagar renta por los primeros años, devoluciones que hacen por obra extranjera en producción en Colombia con una devolución de los costos de la producción del 40%. En el cine existe una ley que cualquier persona, natural o jurídica que invierta en proyectos cinematográficos se le da derecho a una deducción tributaria del 165%. Bancoldex y otras organizaciones tienen préstamos a muy bajo interés y según Andrés Raigosa, él recuerda haber apoyado emprendimientos sin bienes, ni recursos que respaldaran la deuda.

El gobierno ha creado y desarrollado las áreas naranjas que son sitios en donde confluye la inversión privada nacional e internacional. Se puede evidenciar que los que saben del tema son los que aprovechan los incentivos de las políticas públicas, como lo dice Mauricio Toro. Por ejemplo, Felipe Orjuela, director de cine y fundador de Libélula Networks, dice que él tiene claro algunos beneficios y devoluciones que tiene la economía naranja en temas de inversión extranjera, entonces por eso ha aplicado.

Según la investigación, todas las personas entrevistadas están de acuerdo que al gobierno le falta claridad en las normas para poder identificar que entra en la economía naranja y que no. Mauricio Toro, representante a la cámara comentaba en su entrevista que aerolíneas y empresas de tornillería entraban a los incentivos tributarios porque todavía existe una zona muy gris en donde no se identifica claramente que entra en la economía naranja. Por otro lado, se logra

identificar que existe en los actores una percepción que el sector cultura y creativo en nuestro país es muy amplio y las leyes parecen ser homogéneas. Mientras que en la investigación se evidencia que existen muchas políticas públicas dirigidos a todos los sectores y subsectores.

La investigación demuestra que hay un problema de promulgación de la economía naranja. Según los entrevistados, en general el público no sabe que es la economía naranja y no ha existido un canal bueno de comunicación que hagan que los empresarios estén enterados de cómo funcionan las políticas del gobierno. Por otro lado, los entrevistados opinan que primero se debe educar al pueblo colombiano en las artes porque, si no se hace, no va a haber público que consuma cultura. Los entrevistados dicen que no se va a poder desarrollar el sector mientras el público no se eduque para que pueda consumir, además, mientras no haya políticas de cuidado del patrimonio inmaterial, de lo creativo y del derecho de autor el sector no madurará. También mencionan que no son muchos los artistas o empresarios colombianos que están listos hablando desde una educación financiera para poder aplicar a incentivos económicos.

Hay una preocupación visible que se encontró en las entrevistas, en donde se dicen que las políticas e incentivos están favoreciendo a las grandes empresas que llevan constituidas mucho tiempo y no favorecen a las pymes y mini-pymes. Por ejemplo, Mauricio Toro mencionaba que los incentivos primero que todo no eran una “locura” y que los beneficios los crearon para las grandes industrias debido a los requerimientos necesarios para poder acceder a los incentivos. El ministerio por otro lado menciona que existen incentivos para todos los niveles desde el artesano, hasta la empresa multinacional que quiere venir a producir cine en Colombia por que le sale más económico.

Los entrevistados que han accedido personalmente a los incentivos propuestos por el gobierno manifiestan que los procesos son engorrosos, lentos y complicados. Felipe Orjuela ha accedido a

beneficios de la ley del cine, comentaba que eran muy lentos y que debido a que los tramites eran muy demorados no podía aplicar en muchos casos por que los negocios de el eran de poco tiempo para conseguirlos. Wilson, articuló lo mismo diciendo que se había ganado un dinero y ya llevaba un año y no lo había podido recibir.

Un punto de vista contrario nos muestra que según el artista Felipe Arango los bonos naranjas son un instrumento de especulación financiera que solo pueden ser obtenidos por grandes compañías y que a las pequeñas lo que les toca es endeudarse para poder producir contenido y que empresas multinacionales las comprenden. Una inquietud general que se pudo observar en las conversaciones es que mencionan que las industrias o eventos que no tengan retribuciones económicas puede que no sean financiadas por el gobierno, a pesar de que sean culturalmente importantes para el país o región. Aquí entra otro tema que critican los entrevistados que ley puede enajenar patrimonios culturales y estos pueden quedar en manos de personas naturales o jurídicas privadas a pesar de que sea un bien de la nación.

El Covid-19 ha sido un golpe directo al corazón como lo menciona Mauricio Toro. El sector de entretenimiento va a ser uno de los más afectado debido a que depende de la interacción humana, según los entrevistados. Según Felipe Orjuela, la producción nacional de cine “esta muerta” debido a que si abren de nuevo las salas de cine las películas extranjeras van a estar más tiempo en cartelera debido a que las salas no se van a poder llenar y las películas durarán más tiempo en que las bajen, por eso las producciones nacionales no van a tener un espacio en la mayoría de los cines. Según lo mencionado por el ministerio, igual existe una cuota de pantalla en donde las compañías tendrán que exponer producciones colombianas. Conforme los entrevistados hay una preocupación por que todo el sector se va a parar durante largo tiempo.

El sector político piensa que aplicar a los incentivos que tiene el gobierno para la industria es fácil pero complejo, mientras que, por el lado de la industria, Felipe, piensa que es complicado, engorroso y muy lento por parte del sistema. Felipe también comentaba que los servidores públicos no estaban bien preparados y no sabían los procesos para requerir un incentivo por lo que el acompañamiento a los empresarios es malo. Felipe Arango mencionaba que las empresas como teatro, colectivos, etc., no estaban preparados ni capacitados para hacer cumplir con los requisitos tributarios.

Se evidencia que no hay una sensibilidad por parte del gobierno ya que las exigencias para poder acceder a incentivos son muy complicadas como lo dicen los entrevistados. Andrés Raigosa menciona que las leyes no están co-creadas con los sectores. Wilson dice que el acceso es complejo y existe una desconexión ya que no se considera la particularidad del sector cultura.

Se halló que el ministerio de cultura no tiene un censo que permita saber cuantas son las organizaciones culturales o las personas que estén trabajando en la industria creativa o cultural. Por otro lado, Andrés Raigosa comenta que es urgente que las industrias culturales y creativas locales crezcan debido a que, si no, las empresas internacionales van a tomar ese puesto.

4.2.3 Análisis cruzado de la información.

Se presentará un análisis de la información encontrada para el desarrollo del marco teórico, entorno general versus la información hallada en las entrevistas con los expertos.

La mayoría de entrevistados está de acuerdo que le falta claridad a la Ley Naranja en cuanto a las empresas que participan o no. Por ejemplo, Mauricio Toro mencionaba que el gobierno no establecía unos puntos específicos en donde se pudiera ver qué códigos CIIU de las empresas son los que pueden entrar o no a los beneficios de la economía naranja. El 12 de septiembre el gobierno emitió un decreto 1669 donde identifica los 26 Código CIIU que dice que las empresas que se

creen antes del 31 de diciembre del 2021 y que estén dentro de alguno de esos 26 códigos, podrán acceder a los beneficios de la economía naranja. (Ministerio de Cultura, 2019) La ley naranja fue creada en mayo 23 del 2017 por lo que tuvo que pasar dos años para que este decreto se implementara. El representante a la Cámara y los otros entrevistados, comentaban que había una línea todavía gris que no establecía muy bien establecida y que empresas eran las que se incluían dentro de la ley naranja a pesar de que el decreto haya salido en el 2019.

En el marco teórico se halló que la experiencia que vive el consumidor es lo que hace una industria cultural, esto según la revista Entrepreneur (FUENTES, 2018). Este concepto es base para poder entender el potencial tan grande que tiene la industria cultural. Wilson nos mencionaba el ejemplo de Aracataca, de el valor que tiene y lo importante que puede ser la cultura como fuente económica para un país. “Si se le hubiera dado un valor patrimonial a la escritura seguramente el que sea premio Nobel Gabriel García Márquez Generaría un valor diferente y hasta la casa de él de Aracataca sería un lugar diferente de turismo donde la gente vaya y vea donde vivió” (León, 2020). A esto se refiere el artículo cuando menciona que la experiencia que vive el consumidor es lo que hace una industria cultural o creativa.

La UNESCO sacó un reporte en el cual menciona que la obtención de datos de las industrias creativas es extremadamente escasa y más por que cubren diferentes fenómenos culturales que dependen de la cultura. Wilson de la fundación T de teatro, no solo mencionaba esto, además afirmaba que en país no hay un censo general de la economía creativa y cultural. Por ejemplo, en el noticiero de Caracol Televisión, el 2 de mayo emitieron una noticia en donde menciona que el ministerio de cultura no tiene un censo de cuantas agrupaciones existe o cuantas personas viven del teatro. “En Colombia, el Ministerio de Cultura no tiene un censo de cuántas salas de teatro hay, cuántas agrupaciones existen, cuántas personas viven del teatro, no hay números.” (Noticias

caracol, 2020) A esto se le suma otro problema. Según la investigación él; profesor Andy C. Pratt menciona que una de las lecciones aprendidas, en los países que han adoptado políticas públicas culturales es que hay que desarrollar sistemas rigurosos de políticas se basen en la evidencia con la obtención de datos enfocados a los objetivos establecidos y a los verdaderos resultados, también a evaluar las políticas establecidas. El estado debe preocuparse de las políticas que van a dar forma a la industria. (Kong & O'Connor, 2009) Sin un sistema de data bien robusto y veras es imposible que se pueda determinar la efectividad de las políticas públicas en Colombia. Según la entrevista con el Ministerio, la información obtenida se saca de muchas fuentes de información. Todavía no existe una estructura robusta que unifique toda la información relevante.

Entre los beneficios tributarios que aprobó el gobierno es la exención de impuestos durante 7 años. Esta ley que permite a los empresarios beneficios económicos ha causado bastante polémica entre los expertos. Ellos critican este beneficio ya que para poder acceder a estos beneficios primero que todo hay que generar utilidades y no es fácil en los primeros 5 años generar ganancias, siguiente punto obtener inversión mínima de \$150.788.000 en 3 años (Dinero, 2019) es muy complicado y muchas empresas no logran conseguir inversión y finalmente generar 3 empleos que en esos tres años no es tan descabellado. Es por este tipo de normas que los expertos están oponiéndose y dicen que las leyes están favoreciendo a los que ya tienen musculo financiero y llevan tiempo en el mercado.

Otro tema que se puede evidenciar en la investigación de fuentes secundarias es el punto de la oposición que no apoya a las políticas de gobierno del sector naranja. Ellos desconfían debido a que el gobierno termina volviéndose un ente regulador del negocio y no le da el derecho propio que tiene la cultura como valor fundamental del ser humano. Felipe Arango el artista colombiano, mencionaba este punto y concluía; no solo el estado se convierte en un simple regulador, los

derechos de autor pasan a ser parte de las industrias gigantes transnacionales que se quedarían con la mayoría de las ganancias por el trabajo de los demás.

Como lo dice en la investigación del entorno, Colombia tiene una disparidad entre lo rural y lo urbano. Andrés Raigosa mencionaba en la entrevista que el estado debe empoderar a las regiones para que sus sectores culturales y creativos puedan moldear su región a su medida, con sus prioridades y sin condiciones homogeneizantes absurdas como las que pretenden las políticas públicas de la economía naranja que no están co-creadas. (Raigosa, 2020) Las políticas públicas deberían favorecer también a las regiones más apartadas y abandonadas por el estado colombiano.

En la investigación se encontró que, en la misión de sabios, se recomendaba que la educación en las artes fuera de absoluta obligatoriedad desde la primera infancia. En las entrevistas se evidencia la misma información y esto se debe a que la población es el principal consumidor de los bienes culturales y para que puedan consumir mejor contenido deben tener una educación que desarrolle la precepción, la sensibilidad y la receptividad.

En la investigación de información secundaria, se dispuso una investigación de la universidad nacional ante el COVID-19. La investigación mencionaba que el Ministerio de Hacienda y Crédito Público había proyectado altas sumas de dinero aun sin estar viviendo la crisis, lo que con la crisis se evidenciaría de una manera más marcada la insuficiencia económica. Según los expertos el tema es igual o peor de difícil para la economía naranja. Es de los sectores más afectados debido a que dependen de la participación y aglomeración de personas. Además, como lo menciona Raigosa, después del COVID habrá una oportunidad gigante ya que la gente consumirá más bienes creativos, el problema, que es aquí donde se liga con la investigación secundaria, el estado va a tener un déficit económico por lo que la creatividad y la cultura van a quedar de segundo plano en el presupuesto nacional.

5. Conclusiones y recomendaciones

Se presenta conclusiones de la investigación:

Dentro del análisis de la información recolectada; se puede concluir, que el concepto de la economía naranja nace desde una propuesta del Banco Interamericano de Desarrollo propuesta por el Actual Presidente y el viceministro Felipe Buitrago; de esto se puede concluir que las industrias culturales son un modelo que muchos países han venido implementado y, en este caso, el gobierno actual lo aglomera en un grupo con el fin de poder darle una implementación a la economía naranja, en donde se pueda cuantificar y con eso poder generar un sector más robusto que aporte al PIB del país. Por otro lado, hay una percepción de los expertos que sienten que el gobierno no ha podido explicar y llegarle al público para que entienda que es la economía naranja, sus políticas públicas y como pueden acceder a los incentivos de manera fácil y flexible.

En el análisis de la información secundaria se pudo revisar cómo los otros países implementaban políticas públicas y que podíamos aprender de ellos. Como conclusión pudimos observar que los expertos mencionaban que es imposible poder copiar modelos de políticas públicas de otros países debido a que cada país tiene una cultura y creatividad únicas. Según la entrevista con el Ministerio si se pueden tomar ejemplos de políticas publicas, pero se deben adaptar a la industria local y costumbres nacionales y regionales. Gracias a esta heterogeneidad en las industrias creativas y culturales, en Colombia, no se puede extraer data confiable debido a la complejidad de la taxonomía de la industria. El profesor de la universidad de Londres, Andy C. Pratt, concluye que lo que sí se puede aprender de los otros países y menciona: “hay que desarrollar sistemas rigurosos de políticas que se basen en la evidencia con la obtención de datos enfocados a los objetivos establecidos y a los verdaderos resultados, también a evaluar las políticas establecidas.” (Kong & O'Connor, 2009) Según la investigación secundaria y los hallazgos en las

entrevistas, el Ministerio de Cultura no tiene un censo claro de cómo está el sector actualmente y no tiene data para que pueda ir midiendo efectivamente el sector cultural y creativo. Es importante que Colombia empiece a implementar una estructura que recolecte data clara y confiable para poder medir como está siendo efectiva las políticas públicas del actual gobierno, es por esto por lo que se concluye que hay una percepción de insuficiente información para determinar si verdaderamente está siendo efectiva las políticas públicas en el sector empresarial. Christian Navarro del Ministerio mencionada que, para la recolección de información, había que ser creativo y buscar de muchas fuentes tanto privadas como públicas y que realmente no existe un censo debido a que son muchos sectores con subsectores, que para llegar a un censo es extremadamente complicado.

Como resultado de la investigación realizada, se pudo revisar que la economía naranja es un tema estratégico porque es capaz de generar sumas de dinero gigantes, pero más que eso, es muy importante para un país debido a que a su vez desarrolla muchos sectores de la sociedad, tanto culturalmente como económicamente. Según las entrevistas se evidencia que la economía naranja tiene gran potencial ya que primero; puede educar a los ciudadanos. Es necesario que el estado se enfoque en darle una educación desde la primera infancia ya que, si se le garantiza una buena enseñanza en las artes, este va a ser un público que cuando sea maduro consumirá música, teatro, cine, artes, toda la economía cultural y creativa. También es importante resaltar que si el estado cuida y enseña que lo cultural es importante, muchos diferentes sectores se van a ver beneficiados, y esto es por que este tipo de industrias son excelentes para generar externalidades positivas. Como lo mencionaba Wilson en su entrevista. Si la casa de Aracataca, se le diera el valor cultural que merece, Colombia podría enriquecerse mucho más. Este es solo un ejemplo de la oportunidad que puede generar la economía naranja.

Dentro de las entrevistas, se pudo observar que la percepción de los actores no es favorable hacia las políticas públicas del gobierno actual; debido a que los expertos mencionaban que las políticas estaban favoreciendo a los grandes jugadores y a las empresas multinacionales. A pesar de lo anterior se puede concluir que el gobierno si ha generado ayuda a las empresas en nacimiento con la cifra que se encontró en la investigación de fuente secundaria donde se menciona que el gobierno a través de ALDEA (INNpulsas) donde se han visto beneficiado 399 emprendimientos con un total de 12.1280 millones. Por otro lado, los entrevistados evidencian en sus comentarios que las leyes no están siendo co-creadas por lo que se puede inferir que de esta forma va a ser difícil de que se apropie las políticas públicas al sector empresarial ya que las leyes no son sensibles a las necesidades del sector.

Se identificó que los tramites para la obtención de los beneficios tributarios son muy complicados para los empresarios. Este punto se debe mejorar para poder lograr una mejor penetración en los empresarios, artistas, productores, etc. Establecer una tramitología que sea sencilla y sensible a los conocimientos de los empresarios y artistas menos educados hablando financiera y empresarialmente mejoraría notablemente la participación del público en los incentivos tributarios haciendo que esté crezca de una manera más acelerada. Además, la percepción de los expertos es que los tramites son burocráticos, lentos y exigentes en cuanto a papeleo, por lo que deberían poder ser rápidos y flexibles debido a que puede ser un riesgo por ocasionar la pérdida de clientes para los empresarios del sector naranja, como lo dijo Felipe Orjuela en la entrevista. Según la entrevista con el Ministerio de Cultura, uno de los grandes problemas que han existido es la terminología y la comunicación hacia los sectores. Lo que reafirma que la comunicación hacia los actores todavía no ha sido efectiva.

Según lo encontrado en el presente estudio, se observó que los expertos estaban de acuerdo que el COVID-19 le dio un gran golpe para el sector. Esto es debido a que la industria depende de la aglomeración de personas como en conciertos, cine, visitas de museos, festivales de música, etc. Por otro lado, también hay una percepción de que los incentivos tributarios y económicos que tenía el gobierno para el sector naranja van a disminuir o a desviarse debido a el déficit presupuestario del gobierno. Por otro lado. El Ministerio menciona que ya el presupuesto estaba dado y lo que se está haciendo es buscar más recursos para apoyar al sector.

Se puede concluir, según los expertos, que el sector cultura siempre se va a reinventar debido a que su materia prima principal es la creatividad, y es por esto por lo que habrá productos nuevos en el mercado. El COVID también ha hecho que se consuman más productos culturales como películas y libros, además, después del COVID existirá una gran demanda por los servicios de entretenimiento. Aquí la duda es; si el gobierno tendrá la capacidad de invertir en las necesidades del sector o quedará la industria en un segundo plano.

Se presenta algunas sugerencias a partir de los resultados y las conclusiones a que se llegó luego del desarrollo de este trabajo:

Se recomienda establecer sistemas rigurosos orientados a la obtención de data confiable y verás, para que se pueda llevar un control de los objetivos y poder evaluar las políticas públicas establecidas.

Es importante, desarrollar programas más cercanos al sector para así lograr implementar leyes y planes en donde el gobierno pueda experimentar la necesidad del sector. Además, existe una percepción de desinformación por lo que se deberían implementar métodos diferentes en cuanto a la promulgación de la información para que el público le quede clara que es la economía naranja,

sus políticas públicas y como pueden acceder a ellas en sus beneficios tributarios y económicos; logrando que más gente aplique a procesos y poder evaluar un mejor crecimiento.

Se recomienda que el gobierno use un lenguaje que sea accesible al sector, específicamente hacia los creativos para que ellos puedan entender los beneficios que puede traer los esfuerzos de la economía naranja.

Se recomienda al gobierno actual que sea más creativo y asertivo ante la crisis de la pandemia y saque unos beneficios que puedan ayudar al sector del entretenimiento ya que es una de las industrias más afectadas por la pandemia.

Es importante que las políticas pasen a ser políticas de estado y no se queden como políticas de gobierno para que se pueda asegurar que los gobiernos entrantes puedan seguir trabajando y mejorando la industria cultural y creativa que tiene un gran potencial para el desarrollo económico del país.

El sector académico puede aliarse con el gobierno para desarrollar programas de investigación y promoción de actividades de cultura, arte y creatividad en todos los grados, desde escolar hasta posgrados para generar dentro de la población colombiana un mayor sentido cultural y lograr cautivar un público que lo consuma, por ende, hará mayor flujo de efectivo, que significará mejor contenido y más talento.

TILDES Y CAMARA ESTA DE PRIMERO. NOMBRES DE LOS ARTICULOS NO VAN EN MAYUSCULA

Bibliografía

- Araujo Gómez, R. M. (Enero de 2015). *EBSCO INFORMATION SERVICES*.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). *Economía Naranja*. Recuperado el 02 de 2019, de Inter-American Development Bank:
https://cloud.mail.iadb.org/economia_naranja_innovacion
- Brehmer, Z., & Sarah, B. (03 de 12 de 2019). *Euromonitor International*. Obtenido de <http://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpDisruption2019.pdf>
- Buitrago Restrepo, P. F., & Duque Márquez, I. (Octubre de 2013). *Economía naranja: Una oportunidad infinita*.
- Computerworld Colombia. (11 de Marzo de 2019). *EMIS UNIVERSITY*. Obtenido de https://www-emis-com.cvirtual.cesa.edu.co/php/search/doc?pc=CO&dcid=645331374&range=365&sv=EMIS&query_entry=quick&search_mode=1&keyword=Econom%C3%ADa+naranja+en+la+practica&change_selected_countries=1&change_selected_indus=1&indu_local_class=n aicsbyid&tit
- Confecámaras. (13 de 09 de 2019). www.camaramedellin.com.co. Obtenido de <file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/Crecimiento,%20supervivencia%20y%20desaf%C3%ADos%20de%20las%20empresas%20de%20econom%C3%ADa%20naranja%20en%20Colombia.pdf>
- Congreso de Colombia. (23 de 05 de 2017). <https://dapre.presidencia.gov.co/>. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- DANE. (17 de 12 de 2019). www.dane.gov.c. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/2do-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf
- Dinero. (17 de 12 de 2019). www.Dinero.com. Obtenido de <https://www.dinero.com/economia/articulo/cuanto-pib-generan-las-industrias-creativas/280316>
- Editorial LR. (14 de 12 de 2018). *La republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/opinion/editorial/la-economia-naranja-no-aguanta-con-todo-2805767>
- Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B., & Skvirsky, S. (Julio de 2017). *IDB*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/en/future-landscapes-orange-economy-creative-pathways-improving-lives-latin-america-and-caribbean>
- FUENTES, M. G. (26 de Noviembre de 2018). *EXPRIME TU C*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/323729>

- González, D. (17 de 09 de 2018). <http://artes.bogota.unal.edu.co/>. Obtenido de <http://artes.bogota.unal.edu.co/cdm/notas/economia-naranja>
- ISTOCK. (05 de 02 de 2019). *DInero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/especiales-comerciales/articulo/el-tamano-de-la-naranja/270316>
- J.Scott, A. (Marzo de 2004). *Semantic Scholar*. Obtenido de <https://www.semanticscholar.org/paper/Cultural-Products-Industries-and-Urban-Economic-for-Scott/eba70c914b6c4c552e896027597871eae9f473d6>
- Jiménez, I. F., Millán, M. f., & Suárez, D. F. (2017). Efecto del valor agregado del consumo cultural: una. *Revista Poutos*, 7(2)-4-11.
- Joaquim, R.-U. (Julio de 2014). *Revista española de investigaciones sociológicas*. Obtenido de http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_147_041404906168443.pdf
- Londoño, J., & Isabella, H. (2019). *unal.academia.edu*. (Uniminuto, Ed.) Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/60798191/ponencia_1234562019104-90070-log7j9.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DGestion_de_la_Responsabilidad_Social_Org.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYY
- López, a., & Durango, J. (10 de 2019). <https://dspace.tdea.edu.co/>. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/tda/502/1/La%20Economia%20Naranja.pdf>
- Méndez, I. (Noviembre de 2018). *Pontificia Universidad Javeriana*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/40185/TG-%20MENDEZ%20CENDALES%2C%20DANNA%20ISSABELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moreno, A. (31 de Marzo de 2014). *Latin Trade*. Obtenido de <https://latintrade.com/2014/03/31/industria-cultural-la-economia-naranja/?lang=es&v=24d22e03afb2>
- Penagos, C. (s.f.). *Academia*. Obtenido de https://www.academia.edu/33460279/Economia_Creativa_Ley_Naranja_Completa
- PORTAFOLIO. (02 de Septiembre de 2018). *www.portafolio.com*. Obtenido de Portafolio.
- Potts, J., & Cunningham, S. D. (Agosto de 2008). *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/227355977_Four_Models_of_the_Creative_Industries
- Procolombia. (2018). *Economía Naranja 2018*.
- Procolombia. (17 de 08 de 2018). *www.procolombia.co*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/noticias/en-la-mira-de-firmas-tecnologicas-del-mundo>
- Procolombia. (2018). *www.procolombia.co*. Obtenido de <https://www.investincolombia.com.co/news/943-what-is-the-orange-economy.html>
- Roura, I. M. (21 de Noviembre de 2018). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/323572>
- Sánchez, J. S. (2016). *Desarrollo y sostenibilidad aplicado a la economía naranja*. Bogotá: Ediciones EAN. Obtenido de <http://editorial.universidadean.edu.co/media/pdf-ean/sostenibilidad-aplicada.pdf>
- Secretaría de cultura. (2018). *agendadigital.cultura.gob.mx*. Obtenido de <http://agendadigital.cultura.gob.mx/eventos/mapa-industrias-creativas-digitales.php>
- Téllez, M. (s.f.). *Academia*. Obtenido de https://www.academia.edu/36799634/Ensayo_4_La_econom%C3%ADa_naranja_Gesti%C3%B3n_e_innovaci%C3%B3n_tecnol%C3%B3gica

Anexos

1. Entrevista 1: Mauricio Toro, senador

Nombre	Mauricio Toro
Fecha de entrevista	21/04/2020
Teléfono contacto	3163585897
Empresa u organización	N/A

Christian: ¿Qué entiendes tú sabes de la economía naranja?

Mauricio: Primero que no es un término nuevo, es un término que ya lleva varios años utilizándose, en especial en Europa, y luego llegaría los Estados Unidos como término para describir la industria que en este caso es toda la cultural y creativa y la definición a la que se le podría dar... digamos que son muchas las definiciones, que son muchos los sectores y hay muchas teorías que dividen la inclusión de sectores que incluyen a unos. Hay otros teóricos que dicen que eso no se parte. Al final la economía naranja es todo aquello que parte de la capacidad del ser humano de convertir una idea en un negocio; eso es lo que llama el ministro de economía naranja, como la humanidad ha logrado transformar ideas en Industrias creativas. Para mí es toda esa industria cultural y creativa que incluye también a todo el sector de las tecnologías que no puede quedar fuera el desarrollo de aplicaciones y otra cantidad de sectores. Es bien polémica además la definición que le da a la definición que se le dan al sector de la economía naranja en especial para quienes hoy no están de acuerdo con que se incluya el patrimonio cultural y digamos artístico eso sí que se ve complicado.

Christian: ¿Cuál es el punto de estar en contra de volver la cultura en un negocio?

Mauricio: No no no, yo no estoy en contra, es complicado. Para mí, me parece muy importante el sector de la economía naranja, todo lo que tiene que ver con cultura, creatividad y economía en sí es un concepto supremamente amplio y que tienen una capacidad de mover unos ingresos millonarios es decir el dinero que la economía naranja mueve es un dinero incalculable, es un porcentaje gigantesco del producto interno bruto de los países y de la economía mundial parte de allí. Cuál está siendo el problema; digámoslo, en Colombia con la economía naranja el problema es la falta de Claridad en definición de que incluye es y qué no por parte del gobierno nacional y que trajo el término acá y lo implementó como política pública, entonces, ¿Cuál es mi preocupación? incluyen una cantidad de sectores. Hace unos días... dame un segundo...

Christian: Dale dale no te preocupes

Mauricio: Entonces el tema de lo que ocurre aquí es que el gobierno adopta el término, cree, y hace una apuesta a esa industria tan importante, pero resulta que deja una zona muy gris donde no define qué sectores van a ser parte sino hasta apenas este año que sacaron unos códigos CIU que definen exactamente qué industrias están. Pero entonces nosotros aprobamos en la reforma tributaria Nacional de Desarrollo pasado unos beneficios, y resulta que entonces empezaron a entrar aerolíneas porque el gobierno decidió que las aerolíneas caben dentro del sector. ¿El sector habla de turismo de hotelería, pero las aerolíneas caben o no? pero entonces terminaron entrando empresas de tornillerías y de acero a los beneficios de la economía naranja. ¿Entonces que tiene que ver la economía naranja con el acero el sector y de la elaboración de tuercas tornillos y puntillas?: Ah no, pues cómo nosotros lo que hacemos es el uso de nuestra creatividad para las

solución de la industria de la construcción, entonces esa falta de definición ha creado un caos en primer lugar, y en segundo lugar pasión frente a los bienes culturales inmateriales del país que tanto de eso se puede comercializar o no, es decir eh; la Tapia pisada, ¿Sabes que es la Tapia pisada?

Christian: No, no se

Mauricio: La Tapia pisada es sabes; cuando vos vas por los pueblos de Boyacá y Cundinamarca vas a encontrar que las fincas están divididas como por unos muros de piedra que lo alcanza uno ver cuando uno va para la campaña de alpina y por sopo, pero se ve más hacia Boyacá. En lugar de dividir las casas con alambre de púas de troncos o guaduas. La gente antes hacía un murito de barro y le ponían arriba unas tejitas

Christian: Ah ya sé cuáles son.

Mauricio: Eso es algo muy típico cultural de Colombia que viene desde la conquista y eso es patrimonio histórico cultural, y es un patrimonio de artesanías que hay que recuperar, pero entonces eso se puede comercializar o no, cuando es un conocimiento propio del país. Es un patrimonio como tal, dónde se puede sacar dinero o no, de ese patrimonio, pero hay que ver cómo se explota y a quién le pertenece ¿Cómo se comercializa eso? lo mismo que el conocimiento indígena histórico y ancestral, entonces si no se puede comercializar, no tiene apoyo del gobierno y no hay inversión. Esas son las críticas que están haciendo muchos de los sectores de la cultura que dicen que no todo se puede industrializar, es decir no todo se puede ver con números porque

hay un patrimonio de la nación que no es comercializable porque hace parte del patrimonio de todos los colombianos. No sé digamos las mochilas Guayu, yo tengo el tejido punto y pues yo quiero patentar, pues eso no es tuyo, es de la nación y es parte de del grupo indígena.

Christian: Ok ya te entendí ahora sí te entendí

Mauricio: Esas son las críticas que se hacen algunos sectores de la materialización económica de cosas que no deberían ser. Insisto en que eso es una industria gigante.

Christian: Volver lo propio he ahí el problema

Mauricio: Exacto las definiciones de lo que es tuyo y que no, ¿qué es la industria y que no?, es un poco complicado.

Christian: si yo he leído muchísimo que ese es uno de los problemas que tiene la economía naranja... ¿conoces experiencias internacionales de la economía naranja en otros países?

Mauricio: Este es un sector muy particular porque a pesar de que ese concepto existe desde hace tanto tiempo otras administraciones públicas le hacen una apuesta como tal al concepto. Muchos países invierten en el sector sin que se llame economía naranja porque consideran que es una parte de la industria importante, pues te voy a dar un ejemplo; Estados Unidos con Hollywood o sea las inversiones son gigantescas tanto de los ministerios que tiene que ver el Ministerio de industria, Comercio y turismo se llama: El de desarrollo económico y pymes. Ellos tienen dos ministerios

importantes donde le han invertido demasiado con el Ministerio de cultura a ese sector de la Industria cinematográfica y ni modos de decir del sector de Silicon Valley con toda la inversión que le ha hecho el estado a esa industria tecnológica creativa de Apps y demás; desarrollo de código y demás. Pero no como concepto sino como una industria que le importa un país en específico y si tú te vas para la India está Bollywood que gran parte del ingreso que tiene la India en especial para todo lo que es el sudeste asiático. De las producciones que tienen, mejor dicho, ellos son a nosotros como las novelas y las películas a Hollywood, pero en ese sector del globo terráqueo y hay unas inversiones gigantescas, pero no son hechas a título economía naranja sino a título de Industria o de sectores. El Reino Unido para mí sería como el caso más cercano a poder dirigir esfuerzos a qué se llama así. Pero casi todas las inversiones se han hecho segmentadas y qué hacen parte particularmente de la economía naranja.

Christian: ¿Tienes conocimientos de las políticas públicas sobre economía naranja en Colombia?

Mauricio: En Colombia hay bastantes. A partir de este gobierno que sacó las primeras empresas BIC que fue el primer proyecto de ley que en su momento el senador Iván Duque, en este momento presidente sacó para implementar y desarrollar ese tipo de industrias y promoverlas. Toca un pedacito ahí. Lo segundo son los beneficios a la industria naranja en la parte de la Reforma tributaria que le permite aquellas empresas del sector poder no tener que pagar renta dentro de los primeros años dependiendo de que tienen que tener unas inversiones de más o menos 370 millones al año y generar 10 empleos directos en los primeros tres años, y digamos que ahí hay unos beneficios puntuales y ya vendrían... espérate... tengo Intervención en poco tiempo... Entonces hay varios instrumentos hay varias solicitudes que ha hecho el gobierno incluso en temas de

beneficios tributarios, pero pues aparte de eso tampoco es que se hayan hecho esfuerzos inmensos. Bueno está los fondos que ha implementado el gobierno para el sector.

Christian: ¿Mauricio si quieres dejamos acá y haces tú intervención o alcanzas a terminar?

Mauricio: No, no te preocupes apenas me llamen yo te cuelgo y te vuelvo a llamar

Christian: ¿Qué crees tú que impulsar a las empresas a participar o no participar en las iniciativas del gobierno? ¿Cuáles entes públicos apoyan a este sector Y cómo?

Mauricio: El sector en general está recogido en el Ministerio de cultura que tiene el viceministerio de la economía naranja a cargo de Felipe Buitrago, que tiene unas convocatorias específicas directas. Esta Bancoldex que tiene los bonos naranjas que son instrumentos de financiación para el sector que también tienen ayudas. Esta Innpulsa que también tiene Innpulsa naranja que va dirigido a la financiación de las Industrias del sector por medio de Altea que es la plataforma de fortalecimientos de Innpulsa. Está el Ministerio de comercio industria y turismo que recoge a las dos entidades que tiene instrumentos similares. Así que en principio eso serían las Industrias puntuales, ayudas puntuales que existen.

Christian: Tú crees que los incentivos hacia las empresas son netamente económicos. ¿Que las empresas se metan a la economía naranja, es netamente económico?

Mauricio: Sí muchas las hacen por el beneficio económico porque llevan muchos años funcionando, esto no es una industria nueva, esto no es que con este presidente se haya creado, la industria ya existía. La industria de televisión, las imprentas, las revistas, las compañías de arte y de teatro, las empresas de desarrollo de software, todo, las galerías, esto ha existido desde hace años desde que nació la imprenta desde antes que existieran los estados, sólo que ahora le pusieron un nombre y este gobierno lo aglomero en un sector que lo definió así, qué incluyó al sector hotelero turístico y aeronáutico que es muy chistoso. Pero entonces las empresas aprovechan cualquier oportunidad para poder acogerse a los servicios tributarios y estímulos financieros que existan y las que se avispan quedan. Hay unos que no se dan cuenta o que no lo reconocen, no están muy cercanos a investigar ese sector y no saben de los beneficios, pero en general las empresas buscan acogerse a ellos, pero para buscar ayuda no es determinante. No es que con este presidente se haya creado un nuevo sector, eso estaba antes desagregado y hoy los que saben del tema o los que son curiosos dicen ¡uy! salió un recurso y se postulan. Pero conozco muchísimas empresas que no han recibido las ayudas o que no se los dan o simplemente que no les interesa porque digamos que mantienen su negocio como siempre lo han hecho; es sensual, es interesante pero no es algo pues... Y además que las ayudas no es que sean la locura por ejemplo lo del plan Nacional de Desarrollo que yo peleé; pusieron que, para poder acogerse a los beneficios de la economía naranja, las empresas del sector para no pagar renta 3 años. Pues juepucha, las empresas cuando arrancamos no pagamos renta porque la empresa no tiene utilidades. Cuando uno arranca una empresa, y más en este sector qué en Colombia es tan descuidado y poco valorado, pues aquí uno no da renta, la renta es cuando uno tiene utilidades gigantescas a favor y cruzas después de impuestos, y te da una renta ¡Pues no dan! Entonces el beneficio es casi qué inocuo. Y fuera de eso lo pusieron casi que inalcanzable porque en el primer borrador que lanzó el presidente las

empresas que hubieran recibido inversión por hasta 800 millones de pesos mínimo en los primero tres años, ¿Qué startup o emprendimiento durante los primeros tres años recibe inversiones? ¡Nadie! Hay empresas que crean un filial rápido para hacerse los beneficio de no pagar renta y crear Avianca Como lo hicieron en su momento. Entonces Avianca Life Cargo; crea una SAS, y entonces ellos le invierten mil millones de pesos y ya no pagan renta, entonces por ahí venden 200,000 millones por tiquetes. Esos son favores para las grandes empresas... que a mí me dolió mucho y se lo dije en su momento al presidente. Entonces me ayudó que bajaran esos 800 millones a 213 millones de pesos y fuera de eso habían dicho que tienen qué, en mínimo 3 años, crear 10 empleos anuales, ¿Qué Startup ve uno que en 3 años dan 30 empleos formales en Colombia? ninguna. Eso sí Avianca lo hace o Movic hoteles y crean Movic la Pailita SA, y coge y mete mil millones y en cada año contrata 10 personas del hotel grande y así recibe el beneficio. Entonces logramos que fueran 10 empleos en los tres años qué es mucho más lógico, qué son más o menos 3 empleos por año, pero igual sigue siendo inalcanzable 200 millones en inversión. ¡Esos beneficios para mí que son culos! Porque si uno le quiere dar un beneficio a la industria entonces devuélvale, IVA. Usted factura no sé al año 300 millones que le toca pagar, entonces le devuelven tres puntos, que eso es plata que pueden invertir en desarrollo. Usted puede invertir en maquinaria, en empleos, pero en renta, uno no paga renta entonces, ¿Cuál es el beneficio? Son beneficios que crearon para las grandes industrias.

Christian: Ante el COVID ¿Tú crees que el sector mantiene su atractivo? ¿Qué crees qué le va a pasar al sector como tal y a los beneficios del gobierno?

Mauricio: El sector va a ser el más impactado de todos. Hay dos sectores... Pues todo el país está golpeado, pero digamos que el sector comercio que es el primero que siente un tuestazo durísimo. En segundo lugar, Pues esta industria ¿Por qué? porque es que la industria cultural y creativa depende de la asistencia y el apoyo de las personas en físico, hoy los partidos de fútbol, las obras de teatro, los congresos que se hacen aquí: el Inexmoda, todos los festivales el estéreo picnic, conciertos, todos esos se restringen, pues, imagínate esa industria, está perdiendo millones de dólares que es una industria gigantesca. Yo me reuní con 1500 empresarios del sector una semana antes del confinamiento, ahí están agencias de modelo, empresas de catering, ahí están aerolíneas, los hoteles, las empresas que hacen traslados de transporte de personas para eventos, los que hacen las escarapelas, los que prestan la plataforma web para el evento, las tiqueteras donde usted paga las boletas por su celular, ahí están los desarrolladores de las páginas y todos los diseñadores gráficos que hacen las imágenes gráficas de los eventos, de las revistas, mejor dicho, los que hacen los videos, los que ponen las tarimas, las carpas o sea esto es, por donde uno lo mire, pues toda la economía. Entonces ellos se van a golpear, y los recursos que el gobierno está poniendo son muy escasos, y los mecanismos de financiación son poco audaces, o sea, el gobierno no está siendo creativo cómo como si lo está haciendo Perú, Chile, cómo lo está haciendo México para no irme a comparar con países desarrollados. Pues que aquí en Colombia está súper poco creativos los instrumentos para ayudar al sector. Entonces yo creo que ese sector recibió... mientras otros sectores recibieron un balonazo en el estómago estos manes lo recibieron directamente en el corazón.

Christian: ¿Cuál crees que son los principales retos de implementar la ley naranja en Colombia?

Mauricio: Lo primero, definir la industria exactamente qué contiene, que esa es la confusión que el gobierno ha generado y por eso se meten empresas que no deberían. Hasta ahorita medio definieron un sector. ¿Entonces, lo primero es qué sectores?... que nos digan un listado: Estos son unos 140 códigos CIIU, sin titubeos, estos son es decir las Industrias para que la gente las tenga Con claridad en segundo lugar crear estímulos Fiscales y tributarios reales, no las chimbadas que se inventan y que ponen, que sólo ayudan a las grandes empresas con la excusa de un nombre bonito que es lo que hemos dicho. Aquí se necesitan que todas tengan. Las empresas grandes son importantísimas, para mí, las empresas grandes son el cabezote de una locomotora que arrastra las pequeñas medianas y micros, sin las grandes, nosotros no hacemos nada, hay que ayudarles claro, se necesita, pero no todo puede ser para ellas porque las grandes no van a crecer más y no les interesa mucho este país y no redistribuyen los beneficios a los que se hacen, entonces no pagan rápido, es relativamente egoísta y toca ayudar a las micro y pequeñas para que las grandes crezcan. Entonces lo segundo es: eso temas tributarios y estímulos fiscales que de verdad les permita crece. Yo creo que ahí en esas dos, reúne finalmente todo, podría uno ir más adelante, además de la definición y los estímulos, pues a un tema que visibilidad y apoyo, pero pues eso al final mientras tú tengas las capacidades de saber que, si haces parte o no de los beneficios y que los beneficios sean buenos entre financiación y estímulos tributarios, estás del otro lado.

Christian: ¿Conoce los procesos para tramitar los beneficios tributarios de la ley naranja? ¿Como calificarías el proceso sencillo o complicado?

Los procesos son mejor dicho para los beneficios tributarios, es un proceso que un contador debe hacer ante la DIAN y son unas certificaciones y para poder demostrar todo, se llenan los formatos y se hace el ejercicio. Eso se requiere un contador y eso no es tan complicado. Aunque nuestro

sistema tributario es supremamente complejo y enredado, es tributariamente alto. El tema de acceder a los recursos también es fácil; es meterse a las convocatorias aplicar y tener los documentos para poder beneficiarse no me parece que sea complejo, no es fácil, no, pero no es complejo.

Christian: ¿Crees que hace falta otros incentivos para mejorar las políticas públicas de la economía naranja?

Mauricio: El tema de sensibilizar el mecanismo tributario en Colombia qué es tan difícil pagar esos impuestos y demás. Es una industria que hay que apostarle. Estoy de acuerdo con que hay que ayudarla. El Cluster de Industria naranja en la cámara de Bogotá, yo fui con mi empresa de consultoría, y yo fui consultor de ese sector hace 8 o 9 años, Iván Duque ni era senador, era un asistente en el BID y es un concepto que en Colombia ya está, de hecho, hoy una gran amiga; Adriana, qué es la directora de la fundación Alberto Álzate Avendaño, pero durante 7 años fue la directora del Cluster de la economía naranja de la cámara de comercio Bogotá. Ella ayudó a crear el BAM, ARTBO, todos esos festivales que existen hacen 8 o 9 años, es un sector que no es nuevo y que lo que ha estado. Los Cluster creativos existen hace muchísimo tiempo.

2. Entrevista 2: Felipe Orjuela, Empresario y director de cine.

Nombre	Felipe Orjuela
Fecha de entrevista	20/04/2020
Teléfono contacto	314255415
Empresa u organización	Libélula Networks S A S

Christian: Felipe, para empezar, me gustaría saber ¿Tú tienes una empresa o qué haces tú?

Felipe: No tengo una empresa, mi empresa se llama Libélula Networks. ¿Qué hago yo dentro de libélula? Yo hago producción audiovisual qué es lo que vengo haciendo hace muchos años y un tiempo acá, ponte tú, un año acá, le abrí un ala a la empresa encargado sólo del tema digital. Hacemos contenidos audiovisuales para plataformas digitales cómo administración y manejo de redes sociales a terceros. Digamos que es el plus que yo bien brindó como empresa, aunque hoy en día hay 20.000 empresas que hacen community manager y todas esas cosas, entonces adicional hacerte una sesión de community manager trabajamos todo enfocado en audiovisuales de compañías, bien sea fotografía video podcast.

Christian: Super... me queda súper claro, es economía naranja, al fin y al cabo.

Christian: Si quieres te empiezo a hacer las preguntas para no quitarte tanto tiempo. ¿Qué entiendes tú o sabes de economía naranja?

Felipe: Digamos que yo estuve muy cerca a todo este tema de economía naranja porque me ha favorecido en ciertos aspectos, aunque yo haya tenido una empresa constituida muchísimo antes del gobierno Duque. Digamos que hay temas alternos que yo venía realizando con un modelo de negocio de empresa que era una SAS en donde no tuve los beneficios que tienen las empresas jóvenes que se crearon bajo este modelo, pero en otros aspectos sí, sobre todo por lo que te decía. Digamos que yo no sólo me muevo en la línea de digital sino también en el cine, entonces por el lado del cine en la producción en las que he trabajado he estado como productor asociado. He obtenido beneficios, beneficios dentro del fondo de desarrollo cinematográfico extensión obviamente de la ley que en su momento se convirtió en la ley del cine. Entonces digamos que sí he tenido algunos elementos sobre todo de devoluciones de impuestos y de lo que tiene que ver con incentivos de parte del gobierno. Yo no aspiro nunca a los créditos porque digamos con la gente con la que trabajo tiene el capital para hacer inversión de manera independiente pero ahí sí hay incentivos a los que accedo como por ejemplo la promoción o el incentivo automático que tienes cuando equiparas los 100.000 espectadores que digamos hacen parte de lo que propone el gobierno por ese lado. ¿Entonces qué hago? inscribo el proyecto en la resolución de proyecto nacional obviamente para poder obtener los beneficios tributarios y cuando trabajo como productor asociado para empresas de terceros, ahí entra toda el área de lo que hago. Tengo claro los beneficios y las devoluciones que genera precisamente el tema de economía naranja a empresas como la mía y el tema de inversión extranjera inversión directa al patrimonio cultural. Entonces digamos que en algunos casos he aplicado y en otros no, si soy honesto. Lo que nos frena a la mayoría de los productores es que hay empresas mucho más juiciosas que tienen más claro el tema de documentación y es precisamente eso lo que a mí me cuesta mucho trabajo, es el tema de llenar pliegos y de pasar reportes y por dónde ingresar el dinero, sobre todo sabes por qué, porque dentro

de la producción audiovisual el tema es muy complicado porque a veces son negocios que dicen... bueno en una semana tengo que estar rodando en Bogotá. Mientras yo paso el proyecto, me lo avalan entregó presupuestos, y para poder aplicar pues se me cayó el negocio, se me fue el cliente y se fue a buscar a otra persona. Entonces yo sé que hay empresas más grandes que la mía que seguramente lo hacen y hacen la gestión super rápida, pero a mí puntualmente me cuesta mucho trabajo. sí es un proyecto con tiempo digamos que yo aprovecho y aplicó ese tipo de cosas, pero creo que son cosas que se tratan de ya para ya. Realmente ahí siento yo que se vuelve más dispendioso qué es lo que implica el proyecto en sí entonces prefiero obviarlo aun cuando sé que todos los beneficios que vienen con todo este tema de la economía naranja.

Christian: Entonces lo difícil de acceder más bien a estos incentivos tributarios que tienen el gobierno y demás es, sobre todo, el formalismo y la gestión. Para ti ha sido fácil encontrar todas estas políticas, ¿le llega la información fácil o no?

Felipe: No yo porque accede de manera personal y constante. Cada vez que veo que publican información nueva y yo sé, aprovechado mucho desde que cree la empresa todos los talleres que dicta la cámara de comercio Bogotá cada vez que hay una charla qué tiene que ver con temas digitales audiovisuales; voy intentó empaparme dentro de lo que puedo de las cosas nuevas que se están implementando de los cambios en la reglamentación, de los eventos asociados que hay, etcétera. Pero digamos que por ejemplo te pongo el caso cercano de un compañero de trabajo que tuve yo que abrió su empresa este año. Él es digital media management, lo que hace es que se sienta con las empresas y les hace toda la estrategia detrás de los contenidos y de las cosas que van a hacer en sus redes. El creó su empresa y tenía muchas cosas claras de la economía naranja, pero

fue a la cámara de comercio a crear su empresa y los asesores allá, él me decía, que no tenía ni idea de nada, o sea que el intento informarse muy bien con ellos allá, pero me decía: “terminé explicándole más yo que ellos a mí”, de los beneficios que tenía la empresa de él que si está enfocada 200% en el tema digital. Entonces me pareció muy particular. Como te dije yo cree la empresa, antes, digamos, en el momento que si hubiera querido no hubiera tenido acceso a la información, pero me parece increíble que la gente que está creando este tipo de empresas finalmente pensando en los beneficios que traen consigo la economía naranja, que no tengan la información completa y oportuna al tiempo.

Christian: ¿Conoces alguna experiencia internacional frente a la economía naranja?

Felipe: Conozco lo que te digo sobre el tema de cine, sobre todo, qué es el tema puntual de las devoluciones tributarias sobre todo cuando vienen dineros extranjeros. Digamos nosotros producimos una película o una coproducción colombo-española y todo el dinero venía de España. Hicimos el registro como obra extranjera en producción en Colombia y hacen una evolución muy interesante que es casi del 40% del dinero ingresado, o sea, una vez tú pagas en Colombia el dinero o entra el dinero de origen internacional, tu entregas toda la documentación al Ministerio de cultura y al fondo de desarrollo cinematográfico y tienes una devolución después de que el proyecto haya sido exhibido y demás, que haya una forma de comprobar que la producción llegó a un buen término, por decirlo de alguna manera, hacen una devolución de cerca del 40% en efectivo en el país. Entonces qué hacemos algunas productoras con eso; con eso pagamos nuestros servicios. Entonces ellos nos dicen como: necesito una productora que me consiga todo, ¿Cuánto cuesta tu trabajo? Nosotros cobramos nuestro trabajo de la devolución

tributaria, de la devolución en efectivo qué hace el gobierno por haber estar trabajando con una productora internacional y se financia a través de ese tipo de modelo de trabajo que lo que uno busca obviamente es certificar y buscar las mejores tarifas para las empresas extranjeras, de hecho, este tema lo conozco muy de cerca, porque esto viene desde la ley del cine y mucho antes de la economía naranja y es la forma en que las producciones de Colombia. Pues antes del Covid habían invertido tanto por eso se empezó a producir tanto contenido y película extranjeros en Colombia.

Christian: Perfecto. Para ti. ¿Por qué crees que es importante desarrollar la colonia naranja en Colombia?

Felipe: Precisamente por eso, lo que yo digo es que el soporte de toda sociedad es la cultura, y todo esto de la difusión distribución de la cultura y todo este tipo de proyectos. Además, la cultura enfocada al tema digital. Hoy en día, la red de comunicación principal ya no es la televisión la radio, la prensa, si no, es lo digital. Entonces es súper importante. Ahora, qué temas importantes hay particulares y que seamos honestos y no hablemos de todo lo bueno. En el papel la economía naranja es muy buena, pero yo siento que por parte del gobierno si hay cierta desconexión porque por más de que ellos propusieron todo este tema a veces no tienen claro realmente que es economía naranja y que no. Un caso que fue el decreto que sacaron hace poquito en relación con la cuota de pantalla nacional en televisión. En Colombia la cuota de pantalla es... no sé si sabes que es la cuota de pantalla de televisión, ¿Si sabes?

Christian: Sí.

Felipe: La cuota es el porcentaje de producción nacional que en ciertos horarios tienen que salir en la televisión abierta nuestra, o sea en caracol y RCN y en los canales públicos. La cuota nacional en horario es como el prime time era del 70%, es decir el 30% son producciones extranjeras y el 70% son producciones nacionales, entonces con toda la crisis del coronavirus salió un decreto que decía que la cuota de pantalla nacional se reducirá al 20%, ósea imagínate, pasamos de tener el 70% de contenido nacional a tener solo el 20. La discusión que hubo ahí es que el gobierno decía: no, es que no se puede producir por qué está prohibido las aglomeraciones de más de 50 personas entonces una producción de televisión necesita mucha más gente en las locaciones, claro pero esa cuota de pantalla incluye las repeticiones, entonces, el usuario decía: hay que me metan otra vez Diomedes, pero es una economía que importa también a los trabajadores de Colombia, esa repetición le genera dividendos a los actores, a los productores y a los directores. y los canales igual se están ahorrando un dinero. Esta ley o este decreto lo que busca realmente es favorecer a los dueños de los canales porque una producción turca te puede costar, completa la producción, unos \$5000 dólares unos 20, 50, 60 capítulos tú sólo pagas 5000 dólares y seguramente repitiendo capítulos. Si, en Colombia pagarías un poco más, pero es la forma de mantener también un ingreso para esta gente que quién sabe cuánto tiempo va a estar detenida. Digamos que esas son las cosas en donde uno dice, pero a ver, un gobierno que promulga la economía naranja, en ese grado desconexión, con el gremio que se supone que debería estar favoreciendo y de hecho el gremio en general no está muy contento con el gobierno en este sentido. Hace un año en el festival de cine de Cartagena abuchearon a la vicepresidenta Marta Lucía Ramírez en el marco del festival de cine de Cartagena. Es complicado porque lo que te digo, parece que ellos, en el papel muy bonito, pero a la hora de verdad estar conectados con el sector al que favorece este tipo de cosas, pareciera que no entendieran, no supieran.

Christian: Si están desconectados de la realidad

Felipe: Exacto, por eso es que sale tanto medio y tanto comentarista, dice, ahí está el presidente y la economía naranja, en un sentido totalmente contrario de la economía naranja que promulga como tal.

Christian: ¿Tú crees que se puede desarrollar o potencializar Los sectores de la economía naranja?
¿Por qué?

Felipe: Yo siento que sí. Volvemos al tema en donde yo siento que tiene que haber una reconexión con el gobierno con lo que realmente es la economía naranja. En este momento yo creo que es un momento clave porque si bien hay sectores que se van a ver afectados, bueno que están albergados dentro de la misma economía naranja como son por ejemplo el caso de la televisión y el cine el digital ahorita es todo. Ahorita yo estoy reenfocando mi empresa a una cosa que se llama digitalización de las empresas ¿Qué es? generar todo el tema de contenido visual, que, si tienes que capacitar empleados lo hagas de manera virtual, el mismo zoom tiene un tema de conferencias, tiene la opción de grabar y retransmitir ese tipo de contenidos entonces yo siento que ahí es donde uno puede estar explotando los beneficios que trae la economía naranja. Sí, en este momento si es posible, pero toca reenfocarlo 100% al área que si está activa qué es la digital.

Christian: Eso antes covid-19, ¿Qué piensas que le va a pasar a los beneficios que tiene el gobierno hacia este sector?

Felipe: ¡Hoy! Después de esto yo siento que se les va a desdibujar un poco el panorama. Desde el área del cine es un gran problema en este momento, el principal problema es que las productoras americanas han frenado en cuanto a salidas a nivel mundial. Se está calculando que, si se reactiva las salas de cine, los aforos permitidos van a ser del 20% del total de la sala es decir que si hay una sala de 100 personas solamente 20 personas pueden entrar la película. Entonces va a obligar a que las películas grandes, cómo Rápido y Furioso, permanezcan más tiempo en sala sin darle espacio a las producciones nacionales lo que automáticamente va a matar todo el producto nacional. Las películas colombianas están muertas y enterradas. Por qué lo que venimos peleando nosotros cómo gremio cinematográfico era que en Argentina y en España hay una sala por múltiplex dedicada todo el año a producto nacional, o sea la película puede ser buena o mala, pero todo el año la sala está habilitada para que allí haya exhibición de producto nacional. En Colombia eso no se da, en Colombia el cine se maneja más como un negocio que como cualquier otra cosa. Digamos que yo entiendo que también es un negocio, pero, es un tema de difusión de cultura también. Entonces aquí una película nacional puede durar una semana en cartelera y después, te la bajan lo cual es una infamia para los productores ya que los mata automáticamente. Hay productores que literal se han quebrado con su primera producción sin ser producciones malas simplemente porque no tuvieron el espacio en las salas para que la gente pudiera ir a verla. En el caso puntual de lo que va a pasar ahora, lo que te digo todo el mundo paró de producir. Dago producía todo el año para diciembre, Dago apenas empezó todo este tema dijo no voy a producir películas este año. Nosotros que producimos películas todos los años también dijimos también este año no va a ver películas por lo que te digo por lo que, si te dan un aforo del 20% de una sala y viene una producción qué cuesta miles de millones de dólares cómo Rápido y Furioso, que a las

distribuidoras nacionales les cuesta igual un billete comprarlos, les toca esperar alcanzar las ganancias que ellos esperan con ese producto antes de comprar y meter una nueva. Entonces lo que te digo literalmente el tema está muerto por ese lado y por el tema de la televisión igual o peor. Tengo cercanía o contacto con mucha gente pues que también es mi negocio, la televisión, y hablaba ahora con unos compañeros que estaban produciendo la segunda parte de La Reina del Flow, la segunda temporada y literal Caracol los paró en Seco. Si no estoy mal, la productora es Fox Colombia, pero va para Caracol. Caracol les dijo paren y hablamos en septiembre a ver cuándo retomamos, ni siquiera retomamos en septiembre, más bien hablamos en septiembre a ver si retomamos y pues tiene todo el sentido del mundo desde la parte de salud porque los eventos en Colombia se van a parar durante 18 meses, no va a haber conciertos, ni partidos de fútbol, no va a haber bares, no van a haber restaurantes. Durante 18 meses una producción de televisión qué lo haces en el barrio Manrique en Medellín qué tiene 5000 extras y el personal técnico más de 50 personas, evidentemente tampoco se te dan las condiciones de que lo puedas hacer por el tema de la aglomeración de gente. Entonces no sé qué irá a pasar con la televisión. seguramente saldrán producción, pero de menor costo y de menor volumen de producción. De hecho, Caracol ha hecho series que ya antes había producido que era el General Naranjo, que esa serie fue hecha para Fox Premium y la otra sería que no me acuerdo ahorita cómo se llama que también se había hecho hace mucho rato. Los canales están moviendo a eso, pero aparte de los noticieros y de uno y otro contenido por ahí, por lo menos en los próximos 18 meses no va a ver nada nuevo para ver y para trabajar. La industria va a entrar en crisis esto está cantado. El problema que tuvimos nosotros es que nunca hubo agremiación de nada, ACA el gremio de los actores, no se agremian los actores porque hay otra empresa que también maneja temas de actores y en cuanto a nosotros los actores y productores nunca nos hemos agremiado. Somos supremamente desordenados y no nos hemos

agremiado. Hay agremiaciones que van por el lado del cine, pero por el lado de lo audiovisual y de lo digital muchísimo menos, lo digital es muy nuevo para que haya agremiación todavía. Además, qué porque el mismo gobierno y la misma empresa privadas no entiende muy bien qué es digital y que deja de ser. ¿Esto es digital, eso es televisiones o qué es? Ah, pero listo la montaron en YouTube, pero entonces después están en televisión, ¿Entonces qué es? esa línea gris que la gente todavía no entiende y de hecho por eso a veces las agencias de publicidad cotizan tan mal a los influenciadores o a los proyectos digitales, que, porque le pagan, el famoso pago a Luisa W, de 40 millones, que para mí es una mentira porque yo creo que eso es lo que ella cotiza, pero le pagan mucho menos. Para alguien que no genera impacto de nada ósea, genera una ventana para que vean tu producto, pero no genera compra y yo estaba leyendo la vez pasada un artículo que decía lo de la burbuja de los influencers que en un par de años seguramente habrá más pronto, que tarde la gente se iba a dar cuenta que habían perdido miles de millones de dólares por no saber realmente qué impacto genera los influenciadores sobre las marcas

Christian: Okay interesantísimo, toda burbuja yo creo que en este momento puede explotar.

Felipe: No, ¡ya! mira qué ha pasado un tema muy particular hay muchos influenciadores, en Colombia no ha pasado todavía tanto, pero en Estados Unidos sí está pasando mucho que están pasando de tener muchos seguidores sin ser muy queridos a ser absolutamente marginados porque uno, no han asumido una posición concreta frente a la crisis, dos, no han generado ningún tipo de aporte económico a la sociedad teniendo en cuenta pues que ellos tienen muchos seguidores y no han ayudado ni al 1% de sus seguidores, tres: qué son pelados que están en una línea de la banalidad absoluta. En ese caso cito una niña que es Pautips que el otro día lo que ella decía que

lo que más extrañaba durante el coronavirus era hacer brunch. Entonces uno dice: listo chévere, eso es válido como por ejemplo yo extraño ir a tomar café a Juan Valdez porque a mí me gustaba escribir sentado mientras me tomaba un café y veía la gente, pero eso lo digo yo acá en mi casa, pero a ver, tú le vas a comunicar eso a 6 millones de seguidores y te van a decir: oye, yo me estoy muriendo de hambre en mi casa mi mamá no tiene trabajo y tú me estás diciendo que lo que extrañas es no tener ¿brunch?

Claro la desconexión es total

Christian: ¿Cuáles crees que son los principales retos de implementar la economía naranja? sé que mencionaba como un tema de desconexión del gobierno que no entiende la realidad.

Felipe: Yo creo que hay otro tema asociado que es el de la capacitación de las empresas porque a veces lo que te digo, sobre todo las pymes. No en todos los casos tienen un buen acompañamiento. Entonces uno no sabe cómo acceder a los recursos y también las entidades asociadas como la cámara de comercio y demás, bueno, no necesariamente a la cámara de comercio como lo que te digo. Yo he tenido talleres de capacitación, pero los empleados que son a los que tú accedes, al momento de crear una empresa en las oficinas yo siento que a ellos les hace falta capacitación o sea ellos deberían ir a esos talleres a los que uno lo invita para que realmente entiendan que es economía naranja. Entonces cuando tengan que hacer una asesoría para crear tu empresa no sé queden en ellos en blanco y empiecen: “No espérate yo pregunto, es que no sé” yo siento que más bien puede ser por ese lado que si uno entiende realmente todos los beneficios que tiene de manera práctica y encuentras quién te puede asesorar. Con una asesoría precisa uno puede acceder a todos

los beneficios que tiene la economía naranja. Ahora también desde la parte de la gestión interna los procesos que sean mucho más fáciles porque yo puedo durar un año pidiendo unos beneficios a los que se supone que puedo y tengo derecho, pero como si vienen represando una cantidad de gente y no dan la información necesaria, yo puedo terminar accediendo a un beneficio que con una buena gestión era casi un proceso automático, en dos o tres años, cuando ya qué.

Christian: ¿Cómo calificarías tú el proceso sencillo o es complicadísimo?

Felipe: Es complicadísimo y de entrega absoluta. Por ejemplo, tú vas a ser la resolución del proyecto nacional, decime, que sos, con el Ministerio de cultura. A ti te toca llevar una cantidad de documentos, que hoy en día ya aprendí que documentos tengo que llevar, pero la primera vez que fui fue muy complicado que seguramente esto le está pasando a mucha gente. Como te digo no te da la información completa entonces uno lleva 20.000 carpetas y te dicen: ay, es que le faltó la fotocopia de unos vales. Entonces te devuelven todo y tú vas y buscas el documento y llegas con ese documento y te das cuenta de que te hicieron falta dos más. Parece que no revisaran completa la documentación sino apenas encuentran que te falta algo te dicen que te falta, pero no la revisan completa para decirte; no, te falta Todo esto. Siento que sí es muy enredado y es muy dispendioso, entonces a veces te dicen no toca esperar que llegue el fulano para que le firme la resolución. Lo que te digo nuestro negocio es muy informal y a veces hay que hacer producciones que son de ya para ya. Entonces uno tiene que quedarse todo el día. Yo literalmente hago lobby... te dicen: “no que el doctor está en una reunión”, y yo les digo; “No tranquila yo lo espero” ... “Bueno el doctor se demora 2 horas más” ... “tranquila que yo la espero”. Ese día voy mentalizado a que tengo que estar todo el día en la oficina el Ministerio esperando la resolución

Christian: ¿Crees que hacen falta otros incentivos para mejorar las políticas públicas de la economía naranja?

Felipe: Yo siento que con lo que hay está bien lo que pasa es lo que te digo, es la buena implementación, lo que hay Está chévere, lo que ahí está funcional, pero hay que acompañar bien a los empresarios, hay que informar los bienes para que puedan acceder a todo. Una vez toda la gente tenga clara la información de cómo acceder a los recursos y de pronto ayudar amortiguar un poco tanto trámite, yo siento que la gente va a estar más que satisfecha con los beneficios que la economía naranja les presta a los empresarios.

Felipe: Christian: finalmente, ¿Cuáles entes públicos tú has accedido para el apoyo de la economía naranja?

Ministerio de cultura, Fondo de desarrollo cinematográfico, Cámara de Comercio de Bogotá y ya. Digamos que esos son los que yo trabajo principalmente si te soy sincero.

Anexo 3 Entrevista 3: Wilson Leon Garcia, director de la fundación T de teatro.

Nombre	Wilson León García
Fecha de entrevista	03/54/2020
Teléfono contacto	3153420877
Empresa u organización	Fundación T de teatro

Christian: ¿Qué entiendes o sabes tú sobre economía naranja?

Wilson: Nosotros nos pusimos al día bajo la clasificación del concepto que proponía el banco interamericano de desarrollo para canalizar todos los esfuerzos o las energías empresariales desde el sector creativo y del derecho de autor. Lo que tuvimos fue comprender es que simplemente iban a insertar un concepto que permitiera que nos ubicamos dentro de un campo empresarial con planeación, dirección y organización para resultados haciendo de una u otra manera de los procesos creativos, un objeto de organización. Entonces creo que lo que tuvimos que hacer es mirar si ese concepto podría ser una herramienta gerencial para un proyecto artístico. Entonces más que el color supongo que economía creativa siempre ha existido. El concepto de economía naranja viene de mucho más atrás, de hecho, el color se lo pusieron aquí cuando lo entraron en Colombia, pero desde los años 50 habido economistas muy interesantes en ver cómo se hace de las economías cómo se clasifican las economías según formas modos y capacidades de las sociedades de crear un círculo de sostenibilidad. Entonces tú encuentras economistas que hablan de las economías de las capacidades, encuentras economistas que hablan de la economía creativa desde el lado totalmente digamos como un lado... lo que quiero decir es que hoy en día las economías lo que generan son maquinarias que generan más actividad, entonces, poder decir que una sociedad se organiza desde el sentido mismo de las capacidades que tienen desde producir o generar, es como lo interesante. Lo cultural lo creativo en Colombia, no ha sido un sector al que le hayan puesto cuidado o le hayan podido poner atención como creadores o generadores de un movimiento de producto interno bruto y esto pasado hace unos años. Afortunadamente es una visión que puede entrar dentro de un manejo de política. Entonces yo lo veo como un esquema de política pública para incluirlos dentro de todo un tema político de manejo de sociedades.

Christian: ¿Conoces experiencias internacionales de otros en cuanto a esta economía creativa?

Wilson: Las experiencias de todos los países son diferentes. Francia, tiene una estructura social en la que la cultura hace parte integral del desarrollo de toda su sociedad. Para Alemania la cultura y sus políticas tiene una obviedad dentro de la vida misma y las familias, para Inglaterra también. de hecho en Inglaterra por ejemplo hubo un estudio de dos economistas William Baumol y Beaumont, entregan un informe a Inglaterra donde terminaron un concepto muy claro que se llama la enfermedad de Los costos para las artes, es la que le decía al Estado inglés de una u otra manera que las artes siempre iban a necesitar, porque llegaban un punto en dónde, la financiación de la realización de proyectos artísticos siempre iba a necesitar al fin y al cabo de una financiación extra que no sea de la misma sostenibilidad del compromiso artístico, ósea la ópera siempre iba a costar mucho más de lo que el público podría ofrecer para pagar la misma ópera. Entonces la enfermedad de Los costos determinado por una definición económica deja ver muy claro qué hay estudios de economía en otros países que cada uno tendría que ver en qué modo está su estructura para aplicarlo en su sociedad. Entonces los modelos que encontremos, de todas formas, todo país necesita mirar las líneas que requiere desarrollar un área de necesidad básica en su sociedad, o sea, España por ejemplo no tiene un estudio de economía creativa, pero España cuando pasó como socialistas incluyo y desarrollo un ministerio para manejar lo social cultural y deportivo dentro de la misma cartera que le funcionará de tal manera para la sociedad. Entonces si nos vamos a mirar modelos de otros países o conocer modelos de otros países usted no encuentra modelos iguales que puedan clasificar en el término de economía naranja, eso no existe. Ningún país tiene un sistema de economía para la cultura. La cultura en Estados Unidos la sostiene la empresa privada, el capital privado, crean fondos privados para el desarrollo de lo cultural. los modelos orientales tienen el desarrollo de lo cultural en la educación. En la educación misma tienen incluido el

desarrollo de los seres humanos en esas sociedades, tienen un concepto que vienen de lo milenario, o sea el Oriente no se concibe en un manejo político sin cultura, porque genera leyes a partir de las filosofías ancestrales, entonces no podemos decir qué modelos de otros países son modelos de economías naranjas. La economía naranja de otra manera es un eufemismo que sólo existe para un libro para insertarlo en un proyecto de política que quieren establecer el actual gobierno. Hay estudios de cómo se maneja la economía en lo político en lo social en otros países y las experiencias que nosotros tenemos cuando intercambiamos a nosotros vamos y nos damos cuenta cuando un país tiene las capacidades de desarrollar encuentros e intercambios, encuentros artísticos, cuando un país le puede ayudar al desarrollo de cada sociedad con mejores resultados y en Latinoamérica lo que hace también es que esos mismos grupos civiles, la expresión artística, la libertad de cada persona es lo que hace que los proyectos artísticos en Latinoamérica, Suramérica, Centroamérica, sobrevivan. pero no precisamente por un estado.

Christian: ¿De esas experiencias internacionales conoces alguna que sea exitosa? ¿Algún país que haya desarrollado un sistema exitoso economía naranja?

Wilson: Ningún país tiene un proyecto de economía naranja como política de estado y economía creativa. No ningún país tiene aplicado una política de interés de hacer de lo creativo un aporte al crecimiento del producto interno bruto de su país, este sería el único. Ninguno afuera tiene como objeto político de estado hacer que al final del período suba al producto interno bruto, eso no lo veo. Porque cada sector de la Industria del entretenimiento, cómo Broadway en Nueva York, los parques en la Florida, todo lo que es el sistema de museos, todo este tipo de cosas están enmarcados o se han desarrollado en políticas que se han adaptado o redactado en intenciones incluso para

públicas y privadas, pero ninguna se puede decir en la historia que es un desarrollo de política del país. Eso no funciona en ningún lado. En Israel, el estado Israel considera la política desde lo cultural mismo y que cuida el patrimonio inmaterial. Eso genera un dinero y una financiación para crear museos de memoria, hacer todo lo que es tradición, cuidar la tradición judía y todas estas cosas. Cuando un país y un estado logra darle un grado de valor de patrimonio inmaterial a una expresión artística creativa y al derecho de autor que es dueño de eso... si se le hubiera dado un valor patrimonial a la escritura seguramente el que sea premio Nobel Gabriel García Márquez Generaría un valor diferente y hasta la casa de él de Aracataca sería un lugar diferente de turismo donde la gente vaya y vea donde vivió, cómo vivió cómo son esos ambientes de color, de ese mundo surreal de ese mundo en el que él vivió su literatura. Pero no lo es, en Colombia no existe eso, entonces no hay un país con un modelo que sea. De hecho, para Colombia estamos todos pendientes que se le mire si va a funcionar o no porque por primera vez meten dentro de una política de estado, la cultura. Estamos viendo que eso no debe en ningún momento afectar para nada lo que ya se ha ganado a nivel de cultura en Colombia. No pues, no puede una cosa opacar la otra.

Christian: ¿Tienes conocimiento sobre políticas públicas de economía naranja? ¿Conoces la ley naranja?

Wilson: Sí, claro que sí. Las conocemos, las leemos las miramos, las estudiamos. Vimos en dónde se fue un punto desarrollo de las actividades que hacemos. las hemos estudiado para mirar si funcionan uno, pero intentando aplicarlas, En eso estamos.

Christian: ¿Cómo has visto ese proceso?

Wilson: Primero que nada, muy lento. Tan lento es que los decretos necesarios para que eso se dé no se han podido firmar plenamente entonces eso ha sido una pelea qué ha sido un problema para el mismo objeto presidencial de que sea una política de estado lograr que lo creativo se aumente el producto al producto interno bruto de la economía. Claro que ahorita tiene que replantear lo porque ya se va a cambiar porque todo va a cambiar todo va a ser diferente. Porque tienen que mirar a ver dónde lo van a manejar si es macro y si la economía realmente es sostenible ¿porque es el libro de economía naranja reunió tantas expresiones? porque es que una cosa es la creación y el derecho de autor y la otra cosa es la realización. ¿Tú sabes cuando empezaron los ministerios de cultura en el mundo? ¿Cuál fue el país que lo arrancó? el primer país que creó el Ministerio de cultura dentro de su organización de estado fue Francia. Esto lo hicieron después de la Segunda Guerra Mundial Y Charles de Gaulle como presidente empezó a dar instrucciones diciendo que a él le parecía que uno de los modos era que la cultura francesa se diera a conocer por todas partes del mundo y el intercambio. Llevar la cultura francesa a otros lados del mundo y que otros lados del mundo vinieran a conocer la cultura francesa con ese propósito creó el Ministerio de cultura, locales funcionales. Porque si tú te das cuenta por ejemplo qué efecto tiene eso, los franceses hoy en día a lo que tú conoces de Francia cuando tú escuchas Francia con qué asocias París, con amor, con romanticismo. Entonces en los principios de 1900 París que era un centro de expresión artística, un centro revolución, París tenía un movimiento artístico reaccionario, y luego se empezó a generar una política de país después de la reconstrucción y lo que hicieron fue valorar todos los sitios culturales, estructuras físicas, patrimonio cultural y lo formaron como patrimonio cultural de los franceses empezando por la lengua francófona. Esto te lo estoy explicando por lo

siguiente: cuando un país determina cómo es que va a abordar dentro de su política de estado proteger, cuidar y desarrollar algo como la creatividad es porque lo hace realmente con una visión de futuro y cuando Charles de Gaulle creó un misterio de cultura nos iba a imaginar que 50 años después todo el mundo quería ir a París, por su valor cultural del romanticismo.

Wilson: Entonces cuando uno puede generar de una actividad cultural una acción y un encadenamiento de externalidades positivas y puedes hacer que esa experiencia para la persona que consume esa experiencia cultural sea de una u otra forma valorada por el consumidor como algo bueno de ver y repetir nuevamente, logras empezar a crear una cadena de relacionamiento económico en el sector cultural y política y economía de sostenibilidad. Una economía creativa tendría que venir de una raíz mucho más fuerte con una visión mucho más amplia de cuándo puede generar usted economía, mucho más allá de la Industria del entretenimiento, porque la Industria del entretenimiento por sí misma conlleva consigo un montón de movimientos del desarrollo económico y financiero.

Wilson: La economía cultural conlleva que usted debe cuidar el patrimonio cultural. Entonces cuando tú me estás en una ley en un país algo que tiene que ver que lo afecta, no la puedes generalizar, porque en cultura no puedes crear una economía generalizada como ves la cultura es plural el desarrollo social es multicultural, la creación no es homogénea. Usted no puede pensar que puede homogenizar con una ley un resultado financiero para mejorar la economía. Ahí es donde debes tener cuidado.

Christian: ¿Por qué crees tú que es importante desarrollar la economía naranja en Colombia?

Wilson: Lo primero que hay que desarrollar en Colombia es el patrimonio cultural inmaterial y paralelo a eso hacerle a eso una economía desde lo cultural por qué tiene que ver con lo que te decía de Aracataca, donde nació García Márquez. Sí un estado una alcaldía le hubieran dado la importancia y el valor suficiente al patrimonio inmaterial de lo que es, el trabajo de Gabriel García Márquez esa casa de Aracataca donde uno va no estaría ahí caía podrida, no sería una cosa perdida en el mundo, sino que sería un lugar que generaría visitas. Cuánta gente no quiere ir a estar cerca de ese mundo de la literatura de García Márquez. Eso lo hizo Walt Disney, Walt Disney hizo sus personajes imaginarios e hizo que la gente quisiera ir a tocarlos y montarse en montaña rusas. Hay que hacer políticas de cuidar lo inmaterial, lo cultural.

Wilson: Lo que mueven las artes o lo que mueve la creatividad; lo puede mover en humano, en social, en dinero. Cuando le vas a crear políticas a eso, se debe hacer muy amplio, no se puede movilizar, no se puede unificar y no se puede una única política para todo como en la era industrial. No se puede hacer la misma política para el circo del sol o Walt Disney, o para el ballet, o para la orquesta filarmónica de Israel. Tienes que conservar dentro de unas normas políticas la pluralidad de expresión. ¿Entonces cómo le haces a eso una economía?

Wilson: Entonces esta política y economía está sembrado frente a estadísticas cuantificables, pero todavía no sabe cómo generar repertorio resultados y contenido. Esto está hecho desde que ya está creado el producto no para crear productos. Entonces tú no puedes aplicar economía naranja en un país en donde no se ha llegado al currículum educativo, el de las artes y el desarrollo de lo creativo, como una materia dentro del Ministerio de Educación. ¿por qué? no has creado público, no has

creado nada. Esto sí lo hace Alemania lo hacen los países nórdicos, lo hace Europa. Estaba resultado un problema porque han hecho una economía del resultado de una cuantificación, como si ya hubiera todo listo para vender, pero resulta que aquí no aquí se necesita la Fuente de materia prima de creación.

Wilson: Nosotros dijimos en un momento, si estas políticas se ponen desde una etapa más adelante que desde la inicial lo que hace es agotar la parte creativa, entonces tú cómo cuidas San Agustín, cómo cuidas tú las murallas de Cartagena no las puedes incrementar de ese modo. Las leyes todavía están muy basadas en la cuantificación y se deben cambiar antes de que se acaben o se agoten los recursos.

Christian: ¿han participado en eventos sobre temas de economía naranja, han tenido incentivos?

Wilson: Sí, te cuento nuestra historia: la fundación T de teatro está para crear contenido artístico. Tenemos en paralelo unas hadas que se llama equilibrio social y cultural que es el sistema organizacional y administrativo que administra todo lo que sea cultural de los programas y dentro de eso creamos un emprendimiento que es desarrollar un sistema de ventas de boletas de entrada para los espectáculos. Presentamos el gobierno dentro de los estímulos de ellos, ganamos un apoyo para desarrollar el software de este programa para la venta de boletería, en donde los dueños de los espectáculos puedan vender sus entradas a través de esta plataforma y que tengan el dinero en sus cuentas de banco. Entonces ahí hemos participado, pero como todo va tan lento, eso se hizo el año pasado y este es el momento en que todavía no han dado el dinero para el desarrollo de esta plataforma y no la ganamos en agosto del año pasado entonces va un año. Entonces en ese

sentido cómo crees que vamos a generar un emprendimiento con resultados rápidos. Una cosa es lo que usted tiene de ideado y la teoría, y el discurso sobre cómo piensa que como debe ser esto y otra cosa es como realmente es la maquinaria de lo que se puede hacer y la infraestructura de lo que se va a hacer porque esto viene de una cantidad de cosas que son difíciles de crear. Por ejemplo, está el incentivo del 165% de que la empresa privada ayude a una producción musical que tú quieras hacer, llevan dos años tratando de que se firme el decreto para que la empresa privada puede ayudar y no ha podido. por qué tiene que ver con Ministerio de Hacienda, por qué tiene que ver con la reforma financiera. Ministerio de Hacienda es el primero que se opone para que se hagan normas o leyes que impliquen es exenciones de impuestos.

Christian: ¿Que impulsa a las empresas a participar en esas iniciativas del gobierno? y ¿Cuáles entes públicos has escuchado que apoyen y cómo?

Wilson: Es muy sencillo, todo tipo de proyectos necesita una fuente de financiación, sí tenemos la capacidad de generar movimiento y todo estamos seguros de que presentando los proyectos podemos tener una fuente de financiación para el desarrollo del proyecto. entonces lo que nos mueve es un incentivo monetario que ayude a desarrollar el proyecto artístico.

Wilson: Lo que ha promovido el gobierno, es que, una cosa es que nosotros como empresa privada nos endeudamos con el banco. Entonces líneas del fondo Nacional de garantías, Bancoldex o Findeter, pueden buscarle financiación para que a través de eso ellos diseñen diferentes modalidades de participación para préstamos. Pero al final es el banco y la banca la que deciden a quién le presta y en todo tipo de capitalismo la banca privada es Autónoma decidir quién o no

recibe, o de recibir un préstamo. Nunca vas a ser una persona garante de préstamo si no tienes un activo fijo o un dinero, debes tener siempre unas garantías. Entonces Bancóldex, Findeter y Fondo Nacional de Garantías colisionados con la banca privada pueden tener ahí diferentes modos, pero quienes pueden acceder a esos préstamos es quienes ya tengan plata. Entonces en ese sentido la organización de la empresa privada de Julio Mario Santo Domingo, Cine Colombia, puede acceder a esos préstamos porque ellos tienen cómo respaldar ese préstamo, porque son una empresa grande. Si yo voy con mi idea de ahí lo único que tengo para respaldar el préstamo es el intangible de la idea, eso no es garantía. Para ellos nada de lo que sea un intangible es garantía para un préstamo. ahí lo que tenemos que entender es que todo lo que se está intentando establecer no es nada nuevo y es lo mismo de lo que ya ha sido establecido, en lo económico, en lo garante y en lo comercial.

Wilson: En Colombia es difícil quedar empresa y es aún más difícil crear empresa en el sector creativo cuando se trabaja con él y tangible la idea.

Christian: ¿Crees que se puede potencializar los sectores de la industria naranja?

Wilson: Estamos con una política que va a crear nuevas fuentes de resultados económico. Lo que se está haciendo aquí desagrupando en un color, en un cajón, simplemente para cuantificar, entonces no creo que esto sea una política que desarrolle. No va a desarrollar mientras no tenga políticas de cuidado del patrimonio inmaterial de lo creativo y el derecho de autor. La política actual de economía naranja lo único que va a hacer es cuantificar idea resultados estadísticas de lo que ya viene funcionando. No va a desarrollar nueva área, lo que va a hacer es

decir que los artesanos que trabajan nos van a contar Y cuánto venden al año. la economía naranja en el desde este punto de vista no va a promover ni a desarrollar, va a cuantificar y agrupar.

Christian: ¿Ante el Covid 19, el sector más su atrás? ¿Qué crees que va a pasar?

Wilson: Esto es una pausa. Esto es algo que atraviesa todo y obviamente atravesó la socialización, como el distanciamiento Social es lo que prima, ahora eso inmediatamente es lo que afecta a las cosas, enviado entonces afecta el teatro la música, pero no para la creatividad, hay otras partes de la creatividad que se están desarrollando ahora precisamente. entonces lo que va a suceder es que van a salir nuevos productos que seguramente van a necesitar un sistema engranaje cuando ya se normalicen las condiciones de la ciudad. Entonces nada, no va a pasar nada distinto a lo que ya venía pasando. Para Colombia ha sido muy difícil hacer un producto cultural y las personas se demoran hasta 5 y 10 años sacando un producto cultural, no va a pasar nada dentro de un año y medio. En lo creativo siempre se está reinventando y lo que uno hace reaccionar desde lo que pasa en el momento. Entonces siempre vas a tener a los artistas a los creadores, inventores.

Wilson: Nunca hemos dependido del gobierno para vivir, el Ministerio de cultura se ha dedicado hacer incentivos becas, los artistas van a seguir aplicando las becas, pero eso no es una política de economía naranja eso es algo que ya estaba creado desde que se creó el ministerio que es un sistema nacional de cultura que genera incentivos a través de lo que se llama estímulos del artista. Tenía el número de estímulos para la creación, que depende de la persona que está en el turno en donde hacen 10 premios de 10 millones o mil premios de un millón, el decide.

Wilson: El gobierno lo primero que tiene que hacer es saber cuál es tu país creativo, que no lo tiene no lo sabe, aquí falta un catastro y un censo que permita que usted sepa realmente Cuántas son las personas que están inscritas con el código de trabajador independiente del sector de economía naranja. Entonces el Dani y el Sistema Nacional de productores y el Ministerio tendrían que reunir y cuantificar cuánta gente tienen escrita en todo el país para saber realmente cuánto es el país cultural que tenemos. No lo tiene ni el Ministerio de cultura, qué es una de las labores que tiene que hacer el viceministerio de economía naranja. Ellos tienen que hacer un catastro y una cartografía. Entonces tienen que estudiar Cuántas personas son y dependiendo de eso por ejemplo si en un país tienen 3 millones y sólo 100 mil personas creativas, tú crees que eso te va a funcionar para el producto interno bruto.

Wilson: No han hecho nada para hacer y crear gestores culturales. No hay muchas entidades que estén formando personas en esto, en ser gerente, pero desde la visión económica, pero conservando el patrimonio cultural. retos para la implementación de economía naranja

Christian: ¿Qué más retos en la implementación de economía naranja ves tú?

Wilson: El primer reto grande que tiene es que la socialicé en la empresa privada, porque la empresa privada no cree en eso todavía. Cómo reto tiene que realmente llevarla a la empresa privada.

Christian: ¿Conoces el proceso para tramitar el beneficio tributario de la ley naranja? ¿Cómo calificarías el proceso?

Wilson: Si, de hecho, yo calificaría complejo y con unas exigencias sin considerar la particularidad del sector cultura. Por ejemplo, algo sencillo, que una empresa al sector cultura tenga que pagar cámara de comercio y licencia mercantil cada año, eso es complejo

Christian: ¿Crees que hacen falta más incentivos para mejorar las políticas públicas de la economía naranja?

Wilson: Si hace falta. Es una política que está todavía muy desinforme y no tiene consideraciones desde el área de la particularidad de la productividad del sector creativo y el derecho de autor. Por lo tanto, tiene muchas falencias, le faltan muchas cosas.

Anexo 4 Entrevista 4: Entrevista 4: Andrés Raigosa, Consultor y profesor en temas culturales de postgrado.

Nombre	Andrés Raigosa (A.R)
Fecha de entrevista	03/54/2020
Teléfono contacto	3153420877
Empresa u organización	Consultor y profesor en temas culturales

A.R: Andrés es comunicador social de profesión. Tiene especialización en periodismo y comunicación urbana, fotografía de imagen y tiene dos maestrías; una en Industrias culturales y comunicación de cultura de la Universidad de Buenos Aires y otra maestría en estudios sociales de la ciencia y la tecnología. Ha trabajado en la gerencia de Innpulsa Colombia de mentalidad y cultura en la dirección y creación de toda la creación de política pública en dos gobiernos de la promoción de la cultura y el emprendimiento, la innovación y la tecnología, y

toda esa parte de cultura que se ha pegado de mis estudios. Además de eso soy profesor universitario desde hace 14 años en varias universidades públicas y privadas y dirijo tesis. Actualmente soy profesor de varias universidades de posgrado y pregrado. Ahora estoy específicamente en posgrado de gestión cultural y creativa de la universidad Sergio Arboleda donde doy varias asignaturas entre ellas emprendimiento de la cultura teoría y conceptos de las industrias culturales y creativas y panorama mundial de las Industrias culturales y creativas. Soy consultor de industrias culturales.

Christian: ¿Qué entiendes o saber sobre economía naranja?

A.R: Las economías creativas que dan origen a las empresas culturales y a la explotación de la economía naranja básicamente son sinónimos. Actualmente entiendo que el presidente Duque fue quien acuñó el término de la economía naranja, pues ya existía de varias décadas atrás el término de industrias culturales y creativas o economía de la cultura y lo que hizo el actual presidente generar con Felipe Buitrago una serie de documentos que nos dan ideas de cómo es la oportunidad infinitas de lo que dice el que son las mente facturas y como las Industrias de los intangibles creativos pueden generar valores y desarrollo social y cultural económico político que los commodities desarrollar en otro tiempo y que nuestro tiempo pues están llamados a ser los nuevos commodities creativos o sea las nuevas fuentes de desarrollo. Giorgio dice, un teórico que utilizamos mucho contemporánea nuestra época habla de recurso de la cultura y la cultura como recurso y creo que las Industrias creativas materializadas en las Industrias naranja pues son básicamente las economías creativas y culturales al servicio de la economía tradicional para generar desarrollo y recursos culturales y económicos.

Christian: ¿Conoces experiencias internacionales frente de la economía naranja?

A.R: Si hay varias experiencias internacionales que después de la extinción de los mecenas y después de la extinción de los gobiernos que patrocinaban la cultura vinieron los bancos y las entidades internacionales y el fondo monetario, el BID. Ideas muy claras como lo que ha logrado Londres, Dubái, Chicago, Seattle, Vancouver, Toronto, lugares donde se han empezado a explotar industrias culturales y creativas que no son lo mismo. Para generar desarrollo de nuevos sectores que antes estaban llamados a ser despertados por los commodities tradicionales. Digamos acá en Bogotá hay un ejemplo que se ha querido sacar adelante que es el Bronx Distrito cultural y creativo y cómo sabrás es un proyecto que ha sido muy polémico por muchas aristas que tiene pero que sigue la línea de Londres y que sigue la línea de la recuperación de espacios urbanos para generar desarrollos culturales. En Sao Paulo hay muchos buenos ejemplos, en Londres, Nueva York, en Brooklyn y todo esto ha sido fantástico para contar como ejemplo de lo que pasa y las consecuencias que hay alrededor de estos temas positivos y no tan positivos

.

Christian: ¿Cuáles crees que todos de esos países han desarrollado un ecosistema de economía naranja exitoso?

A.R: Cada país ha tenido un desarrollo diferente porque han entendido que sus industrias culturales y creativas son subjetivas o sea que no es lo mismo hacer diseño de modas en Londres en Duitama, y qué Londres tiene unas habilidades diferentes a las que hay en digámoslo, o en

Cairo ellos han generado desarrollos a partir de eso. Lo que yo más admiro es por ejemplo la reconversión de las Industrias culturales en Londres y que haya generado de verdad divisas para todos los ciudadanos. Lo que más me impresiona de sus buenos ejemplos es que han logrado democratizar las Industrias culturales o sea que le ha llegado también al ciudadano de a pie y a las grandes productoras de moda, grandes productores de piezas para turismo. Sobre todo, porque ellos entienden que el turismo es un gran héroe, antes de la crisis del Covid estamos hablando que la participación en el PIB del turismo era del mundo estaba superando casi el 33%.

A.R: Lo que buscan las Industrias naranja es materializar esas industrias culturales, encauzar las columnas políticas públicas que exploten que extraigan el valor de sus capitales de forma económica y financiera y que dejen de estar dispersos y se vuelvan parte de una economía.

Christian: ¿Conoces o tienes conocimiento de las políticas públicas sobre economía naranja?
¿Conoces la ley naranja?

A.R: Hemos trabajado montón con esos documentos y los conozco.

Christian: ¿Qué te parecen?

A.R: Colombia es un país que apenas está dando baby steps en las Industrias culturales que cualquier ejercicio en política pública debería tener una co-creación con los sectores, los sectores han estado un poco reacios, el sector impreso, el sector de libros sector cinematográfico que venían siendo apoyados por el Ministerio de cultura y otros sectores con becas y con apoyos

extemporáneos. Todavía le falta por entender un montón esas leyes naranjas. Básicamente porque la ley en sí misma no garantiza la apropiación y el conocimiento de la ley. Eso quiere decir que hay muchas interpretaciones qué necesitamos bajarle a esa gente, esa ley qué es horrible como suena, que lo que hay que hacer es Co-crear con la gente esas políticas públicas. Ante una ley construida sin co-creación y participación va a ser difícil que se apropie en los sectores. Esas primeras leyes son interesantes desde el punto de vista bibliográfico, Pero van a tener que pivotear un montón para poder generar desarrollo.

Christian: ¿Qué ha hecho el gobierno?

A.R: Yo trabajé para el gobierno en una época en sus primeros 8 meses. Pusieron mucho dinero y recursos en proyectos para apoyar industrias creativas en las regiones. Han hecho un esfuerzo muy grande de segmentar esas industrias para saber a quienes ayudar y a quienes no. El gobierno necesita saber si el negocio es viable o no y es ahí donde se encuentran los chispazos de esto. Entonces la gente está por un lado reclamando dinero que no tiene como sustentar su ejecución y por otro lado el gobierno tiene la necesidad de poner esos dineros a producir. Muchos años se discutió qué tan viable era dar plata a empresas que se quebraron. Las leyes de este país todavía no están diseñadas para meter plata en una maquinaria que en los primeros cinco años se quiebran el 60% de las empresas. El 99.2% de las empresas de este país son pymes. esto quiere decir que son más proclives a quebrarse. Entonces como el gobierno le va a dar plata a las empresas que se van a quebrar. La conclusión que tuvimos en esa época incluso con gente muy renombrada es que en los negocios hay que tener plata que se quema, quebrándose, hay que aprender y pagar las cagadas de las empresas que se quiebran, porque las quiebras generan el

tejido constitutivo de las Industrias de mañana. Las Industrias culturales no son ajenas a esas dinámicas del mercado y tienes que meterte en la jugada de que eso es un negocio.

Christian: La oposición crítica que no se les da plata a los emprendimientos. ¿Tú que estuviste en impulsar la posición tiene razón o no tiene razón?

A.R: Hay una teoría que dice que cuando le das plata los peces gordos ellos arrastran a los peces pequeños. No tengo una empresa que vende 18,000 millones de pesos en casting y si necesito dos mil millones de pesos más para poder llegar a vender el doble, ¿por qué el gobierno no puede hacer eso? ¿Porque no le puede dar dinero a esas empresas que tienen más formación y más experiencia? Eso sería digno de una mentalidad conservadora. Hay que darle recursos a los que vienen arriba pero también a los que vienen abajo, entonces se ha dado dinero en este país a través de identidades públicas privadas, mixtas, e internacionales para que apoyen a empresas así. Habría que ver cuál es el modelo de retorno, si yo estoy dando \$1, hay que ver en cuántos años yo estoy recibiendo 2, 3, 4. Qué sentido tiene que el gobierno de plata en un negocio que va a quebrar.

Christian: ¿Ustedes en algún punto apoyaron a empresas pequeñas o emprendimientos?

A.R: Primero no conozco y no tengo información de que no se le haya dado dinero a un emprendimiento por no tener recursos físicos. Recuerdo haber apoyado muchos emprendimientos que no tenían ningún tipo de bienes ni dinero.

Christian: ¿Por qué crees tú que es importante desarrollar la economía naranja en Colombia?

A.R: Si tú me preguntas si vale la pena apoyar la economía naranja yo te diría que no, pero si tú me dijeras que vale la pena apoyar las industrias creativas del país yo te diría que sí. ¿Por qué?, porque las políticas públicas tienen que ser políticas de estado y no de gobierno. No puede ser la política del presidente Duque tiene que ser la política del país. Si ésta fuera una política socialmente responsable financieramente viable, económicamente responsable y social, culturalmente co-creadas con los sectores, yo te diría vamos para adelante con la economía naranja. Le falta 95% de refinamiento a la política pública que ha sido uno de los fracasos del gobierno actual. Es importante que la cultura sea un recurso fundamental para el desarrollo humano, pero tiene que ser humano, no puede ser de explotación financiera. Si esto tuviera principios de co-creación de trabajo, yo diría hagamos para adelante. ¿Que necesitamos? Necesitamos economías creativas con responsabilidad social, que incluyan y disminuyan las brechas de las personas que están marginadas por estas políticas, que sean cero corrupción, que incluyan a todos los sectores, a todas las regiones, que dejen de ser centralistas, entiendan que las regiones del país son el verdadero centro de Colombia, que entiendan que hay emergencias humanitarias que la cultura no puede solucionar y que hay prioridades en el país para atender a la cultura que hay que solucionar.

Christian: ¿Que impulsa a la empresa a participar o no participar en iniciativas del gobierno?

A.R: Los incentivos, por ejemplo, hay incentivos que son de Bancoldex que son préstamos a tasas de descuento con intereses muy bajos que Hay que aprovechar, el problema es que ahí hay

una brecha en dónde ¿Quién tiene la educación financiera en este país para presentarse a una convocatoria pública con 57000 documentos adjuntos donde hay revisores Fiscales de los revisores fiscales, de los contadores? Si no hacemos políticas públicas sensibles no vamos a hacer nada. Al final del día lo bueno y lo malo de la economía naranja se da por la accesibilidad de los recursos, yo al final en la empresa necesito pagar nómina, mano de obra, pagar capital intelectual, esa plata no puede salir de un Bancolombia ni de bancos de primera piso, esa plata debe salir del gobierno y si el Gobierno no tiene buenas políticas públicas entonces cómo vamos hacer para bajar esa plata y qué más pueda generar qué la gente le interese si no es los incentivos económicos con bajos intereses, tasas de redescuento políticas públicas amigables, de desburocratizar desburocratización sistema, transparencia, que me sienta acompañado, que alguien me está respaldando en esta idea loca.

Christian: ¿Crees que se puede desarrollar o potencializar los sectores de la economía naranja en Colombia?

A.R: Sí, en este momento en que estamos es imposible evadir a la neoliberalización de la cultura, es imposible evadir a qué cosas que antes habían sido o están por fuera del carbón y el petróleo ni los recursos naturales extractivos, estuvieran ahí, pero ahora que están ahí es necesario explotarlos, pero no para la economía sino para empoderar a las regiones. Si por mí fuera las políticas públicas serían para que estos artistas, estos creadores en sus regiones hicieran desarrollar su región a su medida, con sus prioridades y sin condiciones homogeneizantes absurdas como las que pretenden las políticas públicas de la economía naranja que no están co-creadas.

A.R: Es urgente desarrollarlas porque si no lo hacemos, así como vinieron los gringos, o las empresas suecas, o las empresas israelitas, a extraer industrias minerales van a venir aquí a reemplazar las Industrias culturales y creativas con sus grandes productoras o desarrolladoras de libros, qué deberían ser colombianas.

¿Otra de las críticas era que si las Industrias no han recursos estas no eran financiadas?

A.R: Tiene que haber un tipo de retribución como lo dije anteriormente, no me acuerdo cuál es el delito que hay, creo que es peculado, qué el estado no puede dar plata sin pedir algo a cambio. El estado no es un mecenas, no pagan para hacer cuadros y frescas. El estado tiene que ser regulado, y eso tiene que pedir a cambio que las empresas sean rentables y la rentabilidad cuesta.

A.R: El modelo clásico tradicional es: Yo soy una empresa como el grupo Santo Domingo, a mí me bajan impuestos por apoyar el aporte social o cultural. Entonces lo que yo hago es coger estas casas y le inyectó dinero y bajo impuestos, este es un modelo de mecenazgo básicamente. Nadie en su sano juicio va a decir que la ópera es viable en Colombia. Aquí lo que hay que hacer es generar escuelas de formación de públicos, hay que formar público de lectura, hay de escucha musical, hay que formar músicos, si las políticas públicas colombianas no incluyen lo que había en otros países qué son escuelas de formación de públicos nadie les va a consumir eso. Todas las fundaciones te van a decir que eso es difícil de vender, pero es porque no hacen programas educación que debería estar financiadas por el gobierno. Es políticamente correcto meter \$100 en

una empresa que lleva 20 años haciendo casting y decir que gracias a esos \$100 esa empresa creció tanto porcentaje. Qué pasa si yo le doy esa plata un programa de formación de públicos, se crea una escuela de formación de Ciudad Bolívar, te van a decir Obviamente ¿Qué hiciste? Te van a decir que eso es para la gente de izquierda. La política cultural se politizó, entonces formar públicos no es chévere eso no es un resultado.

A.R: Si esto fuera una política de estado estaríamos hablando de mediano y largo plazo que se está formando público para que los niños que hoy tienen 5 años Cuando cumplan 10 ya se hayan leído Harry Potter y toda Gabriel García Márquez.

¿Ante el Covid el sector mantiene su atractivo? ¿Qué crees que va a pasar con el sector como tal y con los incentivos del gobierno?

A.R: En el post covid-19 el consumo de las Industrias culturales y creativas, vamos a tener muchas más oportunidades. hay un ejemplo que es divino, es una plataforma abierta que reúne contenidos audiovisuales de productores colombianos, trabajos de universidades y se ha convertido en una súper plataforma.

A.R: Esto va a reventar queramos o no queramos, pero es con una invitación. lo que viene es que necesitamos muchísimas platas para invertir en esto. la plata va a estar desviada porque las consecuencias financieras y económicas del Covid las vamos a empezar a ver sobre uno dos tres cuatro meses y la cultura como siempre va a estar en un segundo plano y va a seguir siendo la Cenicienta Qué le van a recortar y quitar pedacitos.

¿Cuál crees que son los principales retos de implementar la economía naranja en Colombia?

A.R:

1. Co-crear la ley naranja o coclear más leyes.
2. Decirle a la gente; para qué le sirve por qué le sirve y cómo le aporta.
3. comunicación. les hace falta comunicar la ley naranja, nadie entiende, Cómo se come para qué es y Por qué existe.
4. la gente no sabe qué es la economía naranja. Aunque la ley diga divulgase y cúmplase.
5. Play naranja le hace falta corazón, eso quiere decir que le hace falta sensibilidad cultural y subjetivación. Si sigue siendo una ley homogénea nos va a morder el Marrano Costeño.

¿Las universidades como están apoyando la economía naranja?

A.R: De dos formas: Como actores que se presentan a convocatorias públicas para bajar dinero y apoyar a la economía naranja, como nodo de generación de valor y dos como nodo educativo, ósea como divulgadora de apropiación de la economía naranja. entre ellas clases de emprendimiento, clases de Innovación, las desarrollo de nuevo negocios. cada vez hay más maestrías en gestión cultural.

¿Conoces el proceso para tramitar los beneficios tributarios de la economía naranja?

¿Cómo calificarías ese proceso?

A.R: Los conozco de papel, pero nunca los he hecho. Sé que habido amigos y empresas que se han postulado y que han fallado y otros que han bajado criterios. Creo que son engorrosos y burocráticos

¿Crees que hacen falta incentivos para mejorar políticas públicas de la economía naranja?

A.R: Creo que solamente nos estamos quedando en la punta del iceberg del tipo de incentivos financieros y económicos y que faltan muchos más incentivos. Le falta creatividad a la ley, le falta apalancamiento con la empresa privada, sí por ejemplo la empresa privada puso peso el gobierno puede poner dos, mover capitales, entendimiento de la inversión, ángeles inversionistas, la gente no tienen idea en dónde buscar apoyo que no sea el estado o un banco. La gente no sabe vender una empresa, no sabe vender una participación. Falta todo lo que es el sustrato de conocimiento inicial de cómo acceder a un incentivo o cómo acceder a una fórmula de rescate e impulso a la economía.

Si yo leyera un documento que le explicará a un empresario colombiano cómo le sirve esto a él y una foto de cómo esto le aporta a su desarrollo o cómo es esta vaina.

Anexo 5 Entrevista 5: Felipe Arango, Artista Plástico y cofundador de “Unidad nacional de artistas”

Entrevista #5

Nombre	Felipe Arango (F.A)
Fecha de entrevista	04/05/2020

Teléfono contacto	3125372334
Empresa u organización	Artista plástico y cofundador de la unidad nacional de artistas UNA

Christian: ¿Qué entiendes tú lo sabes de economía naranja?

F.A La economía naranja es un planteamiento hecho por Iván Duque y Felipe Buitrago para el banco interamericano desarrollo. Donde plantea una nueva mirada hacia la cultura y mirar el negocio alrededor de la cultura. La economía naranja básicamente tiene que ver con el entretenimiento, derechos de autores, Cine, video juegos, producción de audiovisuales, música. En Estados Unidos es alrededor del 11% mientras que en Colombia no estamos muy seguros porque no hay un acuerdo muy preciso sobre esto. El problema de fondo de la economía naranja es que, en mi opinión, respecto a lo que realmente es la cultura y de lo que significa para un país la cultura de lo que produzca ganancias es lo que puede sobrevivir y tiene que considerarse esto como cualquier otro sector y tiene que producir ganancias de inmediato y si no los produce están llamados a desaparecer los productos culturales porque no producen ganancias de inmediato sí no más mediano y a largo plazo, inclusive hay productos culturales que no son viables económicamente pero son absolutamente fundamentales para la cultura, por ejemplo la filarmónica de Bogotá donde el director hace un cálculo de cuánto costaba la filarmónica con venta de boletería lo máximo que logran recaudar era 7 millones, entonces ahí hay un déficit porque montar una presentación cuesta 300 millones y pues no deja ganancia. El arte y la cultura no se pueden medir con el mismo rasero con el que se puede medir una camisa un zapato son productos que tienen totalmente diferentes y que tienen un significado muy diferente para la sociedad y sin cultura no hay sociedad que exista, ni que tenga identidad. La cultura es una parte

fundamental de la sociedad que tiene otras formas de medición que no pueden ser ganancias inmediatas. Esa es la primera parte, la segunda parte del asunto es, el negocio si se hace en manos de ¿Quién queda? porque los negocios tienen propietarios, quiénes se benefician de los negocios. El negocio que se plantean Colombia es que las grandes empresas multinacionales al final son los que se quedan con las grandes ganancias. Las grandes compañías si es que llegan a comprarle algún colombiano o alguna empresa productora de bienes culturales, Le compran unos derechos de autor y dentro de la compra del copyright se llevan o se quedan con el 90% Mientras que el 10% se lo queda era artesano qué son los que realmente producen el bien cultural. Lo que vemos ahí y es que se le entrega ese conocimiento la cultura el arte la crítica todo a estas grandes compañías que son las que van a salir beneficiadas. Lo otro es la homogenización de la cultura, todas las culturas se vuelven igual. El producto nacional también desaparece y los que se mantienen con pérdidas de todas maneras permanecen con públicos mínimos. El abrazo la serpiente que es un hit el macho que puede tener 30 mil espectadores que eso es muy poquito a nivel mundial. Esto tiene consecuencias muy graves para un país porque si se le entrega la cultura a las grandes compañías Multinacionales, que nosotros sólo tratan un sector, sino que tienen una multifuncionalidad en todo el mundo, manejan audiovisuales, música, miles de cosas que son los patrones culturales que se están manejando hoy. La tendencia es a que todo el mundo mire lo mismo da lo mismo reciba la misma información y se pierden los valores nacionales y los valores profundos del ser humano del desarrollo cultural y artístico.

F.A: Lo primero que hacen es la emisión de bonos naranja, qué son bonos especulativos para qué los interesados, que ya sabemos quiénes son, es decir las empresas multinacionales, porque no son los artistas los que tienen esa capacidad. Ahí el gobierno emitió más de medio millón en

bonos naranja que se usa para especular. Lo otro que hace el plan Nacional de Desarrollo es directamente hablar desde la inversión extranjera para hacer emprendimiento de tipos cultural en las diferentes regiones del país y hablan claramente de inversión financiera extranjera que venga a emprender y a usar este tipo de proyectos en Colombia. Crean también las áreas de desarrollo naranja que son sitios en donde confluyen la inversión privada nacional e internacional. Qué es la entrega a los negocios de los grandes capitales principalmente extranjeros y si subsiste un pequeño colombiano este tiene que crear entre los mecanismos financieros que se plantearon el gobierno que son algunas líneas de crédito a través de Bancóldex y Findeter para que algunas empresas pequeñas se amolden al esquema se endeudan y puedan producir básicamente a las compañías grandes de entretenimiento los productos que necesiten a bajo costo aquí y pueden ofrecerse los inmediatamente a través de deudas.

F.A Hablan de la internacionalización creativa, exportaciones, atracción de dineros extranjeros, turismo cultural, marca país, se unifican la oferta y la demanda a los contenidos creativos para monetizar. Ósea que todo se deben convertir en mercancías y finalmente dentro del plan Nacional de desarrollo hablan de una cosa totalmente inconstitucional que es la posibilidad de enajenar el patrimonio cultural tanto material como inmaterial del país. Ósea básicamente la entrega del concepto de la nacionalidad y de que el patrimonio cultural colombiano se vuelva un negocio de estas grandes empresas o de los grandes magnates privados que puedan entrar a negociar el patrimonio cultural colombiano.

Capítulo del plan nacional de desarrollo “inembargabilidad imprescriptibilidad e inalienabilidad”

F.A: Este concepto de la economía naranja de que las culturas y las artes son simplemente una mercancía Igual que una camisa o lo que sea. Las culturas y las artes son productos únicos, individuales que no son reproducibles como los otros productos de la sociedad. acaba con un concepto fundamental y es que la cultura es un derecho de los pueblos, es un derecho al cual tienen cualquier sociedad a producir cultura a crear cultura y a consumir cultura variada, de diferentes propuestas y puntos de vista. La economía naranja ya no la convierte en un derecho sino en un negocio, y como negocio tiene que sobrevivir independientemente de cualquier inversión estatal. Entonces el estado que debería ser un garante de la herencia cultural del país pasa el papel del estado de ser un garante a un regulador.

Christian: ¿Conoces sobre otros países que han desarrollado un ecosistema de economía creativa exitosa?

F.A: Estados Unidos produce miles de millones de dólares, mejor dicho, las películas de Hollywood dejan ganancias. Canadá, Francia, inclusive países latinoamericanos han negado la posibilidad que en los tratados comerciales incluye la cultura como cualquier otra mercancía. la UNESCO es muy clara en esto, en que la cultura tiene otra connotación y no puede ser manejada como cualquier mercancía.

Christian: ¿Tienes conocimientos sobre las políticas públicas de la economía naranja? ¿Conoces la ley naranja?

F.A: Ahí está la ley naranja que se aprobó incluso antes de Iván Duque. Después la reglamentación clave han venido haciendo después de la creación del viceministerio de economía naranja, de los planes que ponen en el plan Nacional de desarrollo, las líneas de crédito que han abierto Findeter, Bancoldex, Bonos Naranja especulativos de los grandes bancos y las grandes financieras que se enriquecen a través de los bonos naranja. Esas son las políticas públicas que realmente están implementando

“Bonos naranja, ya debe haber superado las etapas de inicio y maduración”

Christian: ¿Por qué es importante para ti arreglar la economía naranja en Colombia?

F.A: Para mí no es importante que se desarrolle la economía naranja, al contrario. Yo no niego que puede existir la posibilidad de que haya economía de entretenimiento y cultura manejada de esa manera, exclusivamente con ese concepto. Lo que niego es la posibilidad de que esa sea la manera de concebir la cultura como una mercancía y que no sea un derecho.

¿Han participado en eventos con tu organización de economía naranja?

F.A: El primero que planteó el problema fue la UNA, empezamos a darle el debate desde que se propuso la ley. Escribimos una cantidad de comunicado, artículos que sale en nuestras páginas y además promovemos el debate a nivel nacional. Continuamos haciendo conferencias en todo Colombia e internacionales.

Christian: ¿Que impulsa la empresa participar o no participar en los incentivos del gobierno?
¿Cuáles entes públicos has escuchado que apoyan y cómo lo hacen?

F.A: Hay que diferenciar que una cosa son las empresas y otras cosas son los artistas. La sobrevivencia impulsa las empresas. Una pequeña empresa tiene que adaptarse a los planteamientos que les propone el gobierno, esas empresas que tienen que acomodar a las líneas de crédito que plantea la economía naranja y empezar a producir de manera económica para que las grandes empresas internacionales las contratan y puedan funcionar dentro de ese esquema.

Christian: ¿Crees que se pueda potencializar o desarrollar los sectores de la economía naranja?

F.A: En esas está el gobierno. Están viendo como las pymes y las mini pymes se metan a través del endeudamiento y los bonos naranja. El problema es que le va a dejar tanto a esas pequeñas productoras o al país.

Christian: ¿Ante el Covid 19 el sector va a mantener su atractivo? ¿Qué crees que va a pasar tanto al sector como a las políticas?

F.A: Hay un problema que ya se ha hecho el análisis y el desarrollo que ya lo han hecho en otros países y es que el primer afectado precisamente de esta pandemia y de manera más fuerte es el sector de la música y entretenimiento desde los eventos públicos, los teatros tuvieron que ser, los cines tuvieron que cerrar, por qué estás tan bien. Prácticamente es un cierre total de todo este

sector. No sabemos a cuánto tiempo. la gente que trabajaba allí se quedó desempleada y no hay forma de subsistir va a ser altamente nocivo para el sector. Si el gobierno no toma una decisión de invertir recursos directamente para salvamiento de la cultura Colombia, entonces veo que va a ser muy difícil que pueda sobrevivir el sector más allá de que acabe siendo mano de obra barata para unas empresas internacionales.

Christian: ¿Cuáles crees que son los principales retos de implementar la ley naranja en Colombia?

F.A: Los retos es ver cómo juegan financieramente con el asunto, los retos son para sector cultural a ver cómo sobrevive. Para ellos es un negocio y punto entonces están implementando y ya sacaron más de 500 mil millones en bonos naranja que están especulando y Ya abrieron líneas de crédito atrás de Bancoldex para qué se deben las pequeñas empresas productoras.

Christian: ¿Conoces algún proceso para tramitar los beneficios tributarios de la economía naranja?

F.A: Nosotros somos una organización sin ánimo de lucro y no nos metemos en eso. Claro que yo sí conozco una serie de leyes y tiene una gran cantidad de reglamentaciones monstruosas. Inclusive hubo una movilización el año pasado porque la mayoría de las empresas; teatros, colectivos, no están en capacidad de hacer este tipo de movimientos tributarios y de acomodarse A todo este tipo de cosas porque no tienen la capacidad financiera y logística ni el conocimiento.

Christian: ¿Crees que hacen falta otros incentivos para mejorar las políticas públicas de la economía naranja?

F.A: El Gobierno ya no puede meter más plata, ya le ha metido todo lo que puede. Lo que hace falta es políticas públicas para impulsar la cultura. mientras que le están metiendo toda esa plata a planes de endeudamiento, el presupuesto del Ministerio de cultura bajo este año el 19%. Ellos están invirtiendo en planes de endeudamiento, en especulación Financiera a través de los bonos, endeudamiento a través de Bancoldex y Findeter.

Christian: ¿Cómo crees tú que se debería usar esos recursos?

F.A: Tomando la cultura como derecho bien de absoluta necesidad que eso es lo que es. Inversión directa del estado para impulsar la cultura y el desarrollo de las artes en Colombia. La UNESCO propone que como mínimo los países inviertan el 2% del presupuesto a cultura. Primero el estado tiene que invertir y después debe tener una política estructural en que se incluye a la cultura y las artes como parte de la educación desde la primera infancia, que se mantenga un continuo apoyo y ayuda a los artistas para su producción qué puede ser de largo alcance. Por ejemplo, Gabriel García Márquez se borró 10 años escribiendo Cien años de soledad mientras que escribe Cien años de soledad ¿Qué hace? debe haber plan es preciso para que los artistas estén en la capacidad de sentarse y producir y que puedan funcionar para que no desaparezca todo este enriquecimiento que tendría la sociedad desde la parte cultural y artística y desde la educación.

Anexo 6 Entrevista 6: Christian Navarro, advisor ministerio de cultura.

Nombre	Christian Navarro (C.N)
Fecha de entrevista	15/05/2020
Teléfono contacto	cnavarro@mincultura.gov.co
Empresa u organización	Ministerio de cultura

Christian: ¿Dónde sacan la información?

C.N: Localizar la DIAN, Super sociedades, Sayco y Acinpro, encuestas del DANE, información del Banco de la República, información privada, agregadores musicales, audiovisuales, convenios de privacidad para conseguir bases de datos.

¿Cómo funciona el viceministerio de la economía naranja?

C.N: Se creo en el 2018 y por ejecución en el 2019. Está el viceministerio depende tres áreas, dirección de artes dirección de cinematografía, dirección de estrategia lo que antes era emprendimiento cultural. el Ministerio de cultura es el eje rector de la cultura y la ley 937 Dice que como ministerio y no importa la dirección que sea, nosotros tenemos que ser garantes de los Derechos culturales el país. La dirección es de estrategia lo que hace es fomentar la economía naranja o industrias culturales y creativas.

C.N: Desde el 2010 se vienen apoyando las Industrias culturales con la política de emprendimiento cultural, del 2010 al 2017 se hizo ese apoyo desde la política pública y es del grupo de emprendimiento cultural. Al implementarse la ley naranja, pasamos de las Industrias culturales básicas, pasamos a las creativas y necesitábamos la ley para hacer que el Ministerio

sea el articulador del gobierno de los distintos ministerios que ofrecían herramientas de apoyo para los emprendedores del sector cultural y creativo. El consejo de cultura es: Mincomercio (cuellos de botella), Mintic, Mintrabajo, Mineocreación, Mininterior, DNP, Dane, Cena, Mindeter, DNA, Minhacienda (exenciones tributarias). Lo que está haciendo el Ministerio de cultura es articular, fomentar y centralizar el apoyo al sector de las Industrias culturales y creativas.

Christian: ¿En el Ministerio se basan en las experiencias internacionales de las Industrias creativas en otros países?

C.N: Colombia, con el Ministerio fue uno de los países líderes de Latinoamérica en Industrias culturales. El sector cultura es uno de los poquitos sectores del mundo en donde el intermediario no es un enemigo sino es un facilitador y agrega valor. Nosotros queremos ayudar al intermediador porque es el que genera más valor agregado. desde ahí se empezó a Identificar y hacer la política del grupo de emprendimiento. El gran eje rector es la UNESCO y nosotros como el Ministerio tenemos que responderles a los lineamientos de la UNESCO. Ellos dicen fomento de las Industrias culturales, pero adaptarlos a su país. Toca tener en cuenta que las Industrias culturales y creativas se basan en derechos de autor y propiedad intelectual. cada país se utiliza la industria cultural una forma distinta asociada a sus características nacionales, ejemplo; entre industrias culturales y creativas el eje rector sería en la tierra porque si es que tiene la política mucho más desarrollada, sería Inglaterra y Australia. de ello se desprende apoyar los sectores como el diseño el desarrollo software, pero nosotros en Colombia tenemos un potencial en turismo cultural el cual tomamos de Italia. por ejemplo, Italia se basa en turismo nacional, acá nosotros nos damos cuenta de que los carnavales general turismo entonces

queremos también tomarlo. nosotros si tomamos pares a nivel internacional Cómo a nivel europeo y a nivel regional, por ejemplo, acá miramos Argentina y Brasil. Se mira y nos comparamos, aunque somos líderes en la región nosotros vamos evolucionando más rápido que otros países. Se pueden tomar buenos ejemplos como por ejemplo las leyes de cine se utilizan a nivel mundial. Uno de los grandes retos de la política es adaptar todos los grupos del sector.

Christian: ¿No hay un censo específico del sector?

C.N: ¿Yo para qué quiero un censo? ¿Necesitamos un censo o necesitamos una caracterización del sector cultural? Necesitamos es una caracterización por sector un ejemplo es en chapinero hay 35 actores, esos actores pueden ser de televisión, de teatro de cine. Estamos hablando de más de 15 sectores con subsectores. la cadena valor siempre son gigantes, los recursos no dan para hacer ese conteo a ese tamaño. También la misma definición no es tan Clara si le preguntamos a todos los colombianos si son artesanos, van que sí porque hicieron alguna manualidad.

Christian: ¿Qué se está haciendo entonces?

C.N: Tenemos sistemas de información como por ejemplo en la música, dónde están las escuelas de música, quién, cuál la edad, cuántos son los profes, y tenemos el mismo sistema para el teatro, para la danza. Tenemos la ley de espectáculos que nos permiten identificar quiénes son los que tocan en vivo, las obras de teatro, los circos, producciones asociadas a las artes escénicas.

Estamos generando unos estudios regionales porque uno de los grandes problemas que tiene es la información regional. medir las cuatro ciudades grandes es relativamente sencillo pero el sector cultural en realidad está a las afueras de estas ciudades como en el Catatumbo, Montes de María.

tenemos expediciones sensoriales En dónde se lleva una producción de música a los montes de María y lo graban allá. Este es un sector que se mueve de lo informal a las transnacionales.

C.N: Tenemos el programa de estímulos, en donde el estado le da unos fondos no reembolsables si usted cumple los estándares administrativos. Llevarle un lenguaje de emprendimiento, economía y sostenibilidad cultural a los artistas ha sido un gran reto. Nosotros utilizamos términos como valor económico, siempre que lo explicamos, nosotros no Tratamos de opacar el valor simbólico de la cultura porque somos el Ministerio y garantizamos los derechos por el valor económico. el valor económico es un Proxy para la decisión de política pública que se utiliza en la política pública para hablar con, los ministros, el Ministerio de hacienda, etc.

Christian: ¿Cuáles son las principales políticas públicas de la economía naranja?

C.N: Hay muchas, pero en principio se pegan... Tenemos la política de fomento integral a la economía naranja, qué es la que se desprende la ley a esa política se le suma las dos leyes del cine, la ley del libro, La ley del espectáculo público, ley de oficios, lo que buscas es enfocar hacia donde trabaja el Ministerio de cultura que lo que busca fortalecer es el valor de la cadena de las Industrias culturales.

Christian: ¿Porque es importante desarrollar la economía naranja en Colombia?

A nivel internacional nos permite ser competitivos porque se basa en la creatividad y en la creación de contenido. cada país tiene una creación de contenido diferente y los contenidos creados en el país son competitivos a nivel internacional. internacionalmente podemos llegar con contenido a otros países como por ejemplo las novelas en los años 90. se necesita inversión para

fomentarla, pero no en versión como en los sectores extractivistas, es decir, cuál es la inversión que se necesita: educación. ya sea formal o informal.

C.N: La política economía naranja nace como una estrategia para el desarrollo cultural primero, social y económico, en ese orden. a nivel nacional los contenidos que se hacen en Antioquia no son los mismos contenidos que se hacen en Cali y así sucesivamente. desarrollar la economía naranja lo que permite es un desarrollo cultural social, diferencial en cada área del país de acuerdo con su vocación y de acuerdo con sus capacidades. lo que nosotros queremos es fortalecer para que no se pierda el patrimonio. nosotros queremos que se produzcan más películas para que se vean más películas no para ganar más plata.

Christian: ¿Cómo bajan a información hacia el público? ¿Como le dicen a la gente toda la información de la economía naranja, beneficios, que es?

C.N: Debido a que es un rango bastante amplio desde el artesano hasta el CEO de Netflix. Nosotros hicimos un mapa y bajamos todas las políticas para ver que necesitan los 5 niveles. Entonces tratamos de hacer reuniones sectoriales, con agentes relevantes del sector. Se realizó una estrategia de comunicación en donde se dirige la formación pedagógica directamente a los empresarios. Se explica por medio de la cámara de comercio, confecamaras, alcaldía de Bogotá, alcaldías en general. La parte más formalizada y grande ya entienden que se está haciendo. Existe una estrategia de comunicación y lo estamos haciendo, solamente que no es lo mismo hacer un evento en la cámara comercio Bogotá en la cámara comercio de Bucaramanga.

Christian: ¿Han sido efectivos los incentivos hacia los grandes empresarios y pequeños?

C.N: Programa nacional de estímulos: Todas las áreas culturales tienen estímulos. es un desembolso económico para un proyecto específico en un sector. se accede por medio del programa Nacional de estímulos, una convocatoria anual. los estímulos los otorga jurados ajenos al ministerio.

C.N: Excepción de renta. o descuento por producción nacional cualquier persona ajena puede invertir en producción cinematográfica iba a tener excepción de renta. aceleradoras como impulsa que son útiles para pequeños empresarios. existe un cupo fiscal.

Christian: ¿Creen que se pueden potencializar las Industrias culturales en Colombia?

C.N: De hecho, somos competitivos en música y en danza. el sector se puede potencializar mientras se resuelvan los cuellos de botella, que en su mayoría son circulación, formación y financiación.

Christian: ¿Ante el Covid el sector mantiene su atractivo? ¿Qué va a pasar con los incentivos públicos?

C.N: Los incentivos siguen funcionando igual, todos los programas siguen iguales. el presupuesto nacional ya había sido aprobado desde el año pasado. Lo que se está haciendo ahorita es buscar más recursos para poder apoyar al sector. El consumo de streaming está disparado, la gente está leyendo más, el consumo cultural dentro de las casas se disparó, pero no hay producción debido a todas las restricciones de la pandemia. La música del único que avanzado ya que es la única que pudo hacer la transición entre lo análogo a lo digital. Estamos

esperando un golpe duro, pero a la misma vez a repuntar debido a todos los apoyos de los gobiernos mundiales porque tienen que apoyar el sector cultural.

Christian: ¿Cuáles son los principales retos de la implementación de la economía naranja?

C.N: Diversificación en las herramientas de apoyo para sectores y agentes.

Irrigación de las herramientas a nivel nacional. es difícil ir a los 1000 municipios que tiene Colombia.

Zanjar esa duda de valor económico y valor cultural, que la gente no piense que nosotros nos estamos metiendo en su proceso creativo, sino que lo que estamos haciendo es darle las herramientas para que cuando lleguen a 70 años y tengan una pensión.

Adaptación del sector a las dinámicas de las Industrias culturales y creativas, es decir que nos estímulos a pesar de que han sido muy buenos han hecho que el sector se mantenga estable. Dar el paso hacia la sostenibilidad y diversificación del producto. Que los creativos lleguen a más sectores. Interconexiones sectoriales.

Beps. pensiones para actores culturales y creativos que no tienen pensión Y que ahora tienen 70 años y no pueden hacer nada.

Christian: ¿Cuál es el rol de La Academia dentro de la economía naranja?

C.N: Es fundamental, sin la academia no hay investigación. la academia genera conocimiento, por ejemplo, que nosotros entendamos cómo funciona la cadena valor de la música

independiente en Colombia salió de un estudio con la Academia. Crear públicos es importante.

es importante poder mostrarle al público un buen contenido cultural para que el mismo se interese por ver producciones nacionales.

Christian: ¿Conoces el proceso para tramitar los beneficios tributarios? ¿Cómo lo calificaría social os empresarios?

C.N: Tenemos diferentes herramientas de beneficios económicos. el único reto especialmente para las empresas nuevas es entender que es un puesto creativo, un puesto creativo es el diseñador, el productor. los que son del sector entienden que es un puesto creativo, desarrollador de software es un puesto creativo ya que el mismo derecho de autor protege la misma forma la creación de un código a la creación de una canción, el lenguaje hace los empresarios ha sido un poco claro porque los mismos empresarios nos han entendido mejor que los propios agentes del sector. A larga nosotros no sabemos si nos toca hacer, por ejemplo, eso lo Debería ser la dirección de arte