

***Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2018***  
***Noviembre 20 y 21***  
***Cali, Colombia***

**Economía naranja o economía  
creativa. Una discusión conceptual  
respecto a la ley 1834 de 2017**

Isabella Hernández Madroño

Linda Paola Ospina Díaz

José Londoño Cardozo

Carlos Tello Castrillón



UNIVERSIDAD  
**NACIONAL**  
DE COLOMBIA

# PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Dado que el sector de la economía denominado como ***Economía Naranja*** en 2013 por Buitrago Restrepo & Duque Márquez ya había sido definido doce años antes como *Economía Creativa*.

*¿Este es una conceptualización propia o un problema de sinonimia?*



# OBJETIVO

Proponer la utilización de Economía Creativa en lugar de Economía Naranja como el término para referirse al sector económico centrado en la creatividad y las ideas.

ENCUENTRO  
Internacional de  
INVESTIGADORES  
en ADMINISTRACIÓN 2018



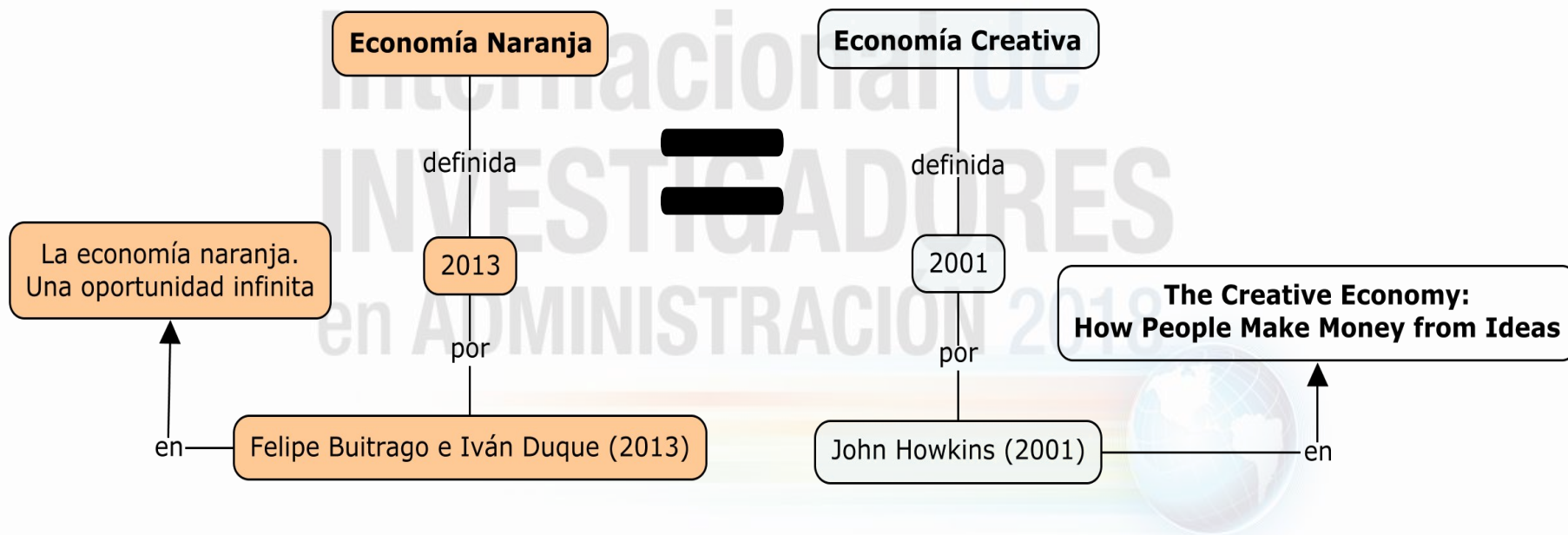
# METODOLOGÍA

Se consultaron fuentes secundarias, principalmente las bases de datos académicas y algunas revistas y periódicos de carácter local o nacional con disponibilidad en la Internet. Los tipos de texto de mayor consulta fueron las publicaciones académicas arbitradas, principalmente en el inglés y libros académicos.

Se buscó en las bases de datos a las que tiene acceso el Sistema Nacional de Bibliotecas de la Universidad Nacional de Colombia (SINAB)

Primer momento	Segunda búsqueda
Ley naranja	
economía naranja	creative economy
economía creativa	cultural industry
industrias culturales	orange economy

# REFERENTES TEÓRICOS



**La Economía Creativa ha sido tema de discusión desde hace aproximadamente 15 años (Cinelli, 2015; Suciu, 2008; The Policy Research Group, 2013)**

# REFERENTES TEÓRICOS

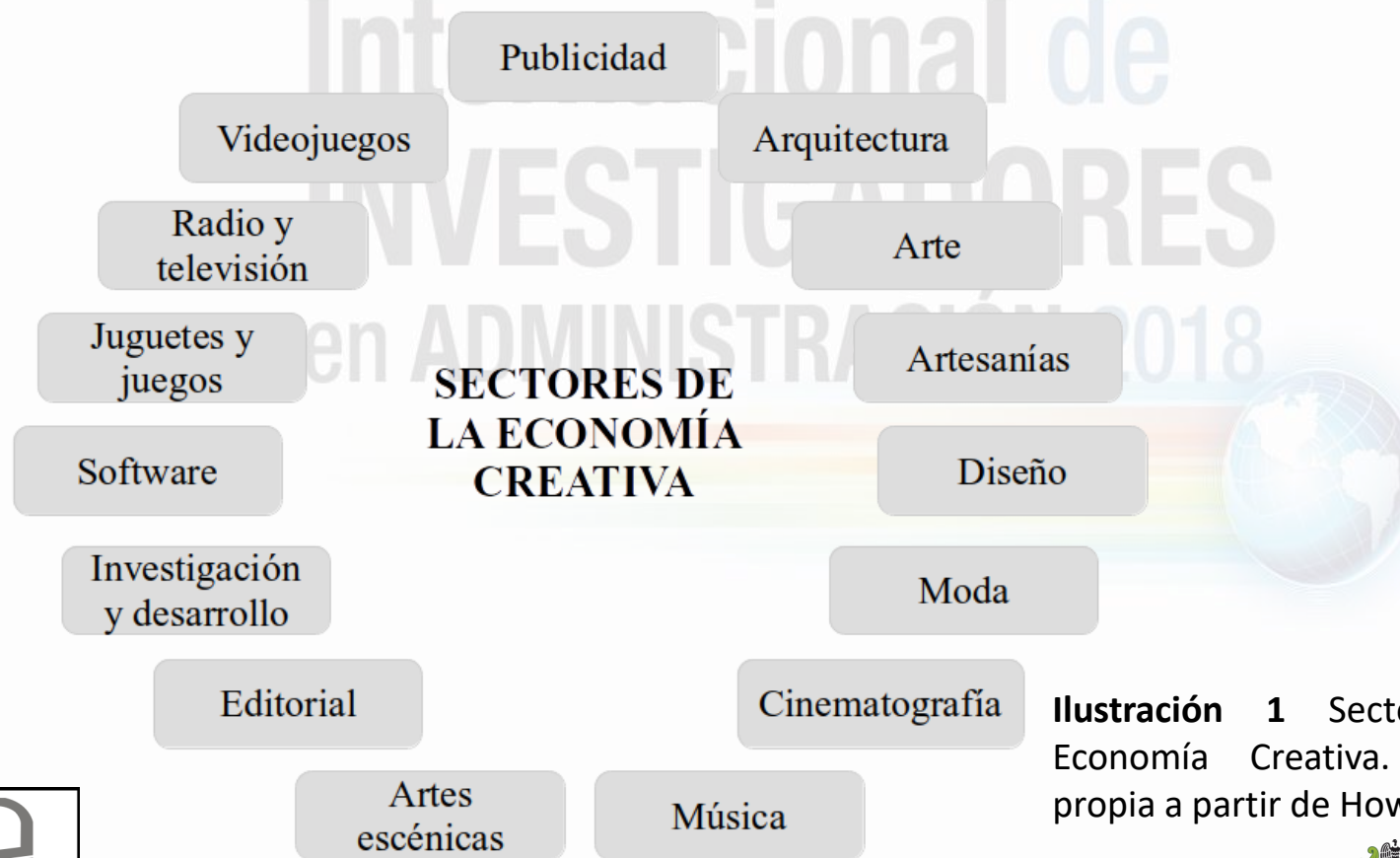
## Economía Creativa

- Aquellas industrias que tienen su origen en la habilidad y el talento de la creatividad individual y que tienen un potencial de riqueza y creación de empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual (DCMS, 1998, p. 3).
- La *Economía Creativa* es un concepto basado en los bienes y servicios tangibles e intangibles enfocados en la creatividad que generan crecimiento y desarrollo económico (UNCTAD, 2004) y está en constante evolución.
- Para Howkins (2001) la *Economía Creativa* surge a partir de las transacciones de productos y servicios de índole creativo y artístico llevadas a cabo en sectores productivos relacionados.

# REFERENTES TEÓRICOS

## Economía Creativa

Howkins caracterizó a las industrias culturales según elementos como el valor agregado, su contribución a la economía nacional y la diferencia frente a sus negocios y las industrias tradicionales.



**Ilustración 1** Sectores de la Economía Creativa. Elaboración propia a partir de Howkins (2001)

# REFERENTES TEÓRICOS

## Economía Naranja

- Término divulgado por Buitrago Restrepo & Duque Márquez (2013). Para estos autores la economía y la cultura tienen una relación directa que constituye un ecosistema económico.
- Este ecosistema justifica su nombre siendo que el color naranja posee un valor simbólico y una identidad cultural que inspira felicidad.
- Es un sector de la industria creativa estructurado por arte y cultura como materia prima. El sector creativo crea su propia cadena de valor y está vinculado con la creatividad y la propiedad intelectual (2013).



# REFERENTES TEÓRICOS

## Economía Naranja

**Buitrago Restrepo & Duque Márquez (2013)** tomaron de base la definición de Economía Creativa, dada por Howkins (2001) años antes, la re definieron y se adjudicaron el término como propio (Duque Márquez, 2015, 2016a, 2016b).

Esta osada acción generó un problema de sinonimia respecto a un tipo de economía previamente definido: Economía Creativa. Este término, anterior a Buitrago Restrepo y Duque Márquez, además de ser utilizado en países en vía de desarrollo (Fonseca Reis, 2008), es conocido y aceptado a nivel mundial (Hesmondhalgh, 2002; Levickaitė, 2011; United Nations Conference on Trade and Development, 2004).

# REFERENTES TEÓRICOS

## Economía Naranja

La adición de **turismo cultural** a los sectores definidos Howkins para la Economía Creativa

Del libro de  
Buitrago Restrepo & Duque Márquez

Se rescata

La presentación de las 7 estrategias para el desarrollo de la Economía Creativa



# REFERENTES TEÓRICOS

## Economía Naranja



**Ilustración 2** Dieciséis sectores de la Economía Creativa. Elaboración propia a partir de , Howkins (2001) y Buitrago Restrepo & Duque Márquez (2013)

# RESULTADOS



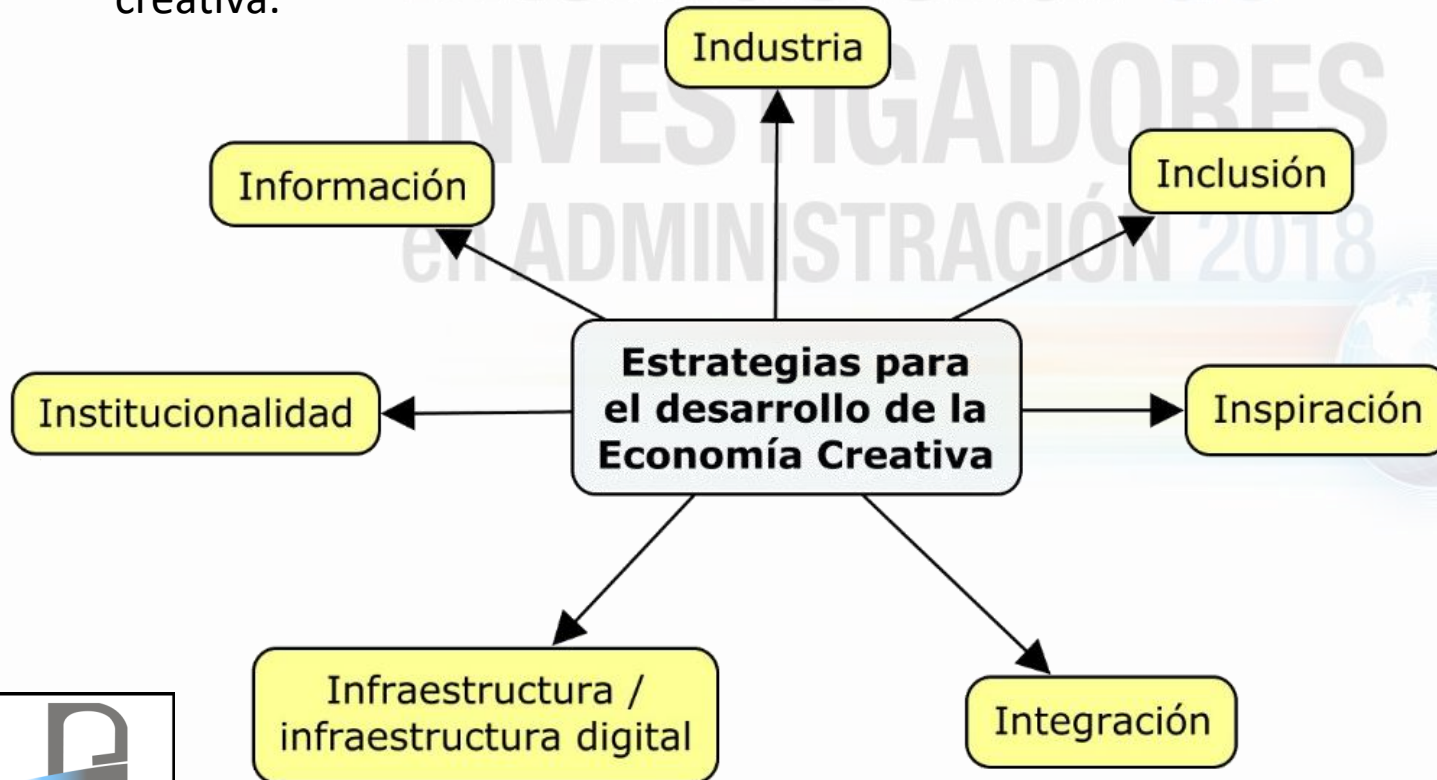
Esto no es una postura extranjerista, que el termino **Economía Naranja** reemplace al de **Economía Creativa** parece más bien la creación de un sinónimo por parte de los Buitrago Restrepo & Duque Márquez.

Utilizar el término Economía Naranja propiciaría el problema de sinónima y polisemia descrito por (Ríos Szalay, 2010).

# RESULTADOS

## Estrategias para el desarrollo de la Economía Creativa

El aporte más significativo y loable del trabajo de Buitrago Restrepo & Duque Márquez es el desarrollo de las estrategias para el desarrollo de la Economía creativa.



**Ilustración 3** Estrategias para el desarrollo de la economía creativa. Elaboración propia a partir de Buitrago Restrepo & Duque Márquez (2013) y Duque Márquez (2015).

# RESULTADOS

## LEY NARANJA

- La Ley 1834 de 2017 reglamenta la Economía Creativa y la industria cultural en Colombia.
- El objeto esta ley es “desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas” (Congreso de la República de Colombia, 2017).
- Esta ley define para Colombia sectores como: editorial, audiovisual, fonográfico, de artes visuales, de artes escénicas y multimedia.

**La industria cultural hace aportes significativos al PIB de los Estados a través de la generación de empleo. Con ello se contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural y se propician escenarios para la participación social de los grupos culturales (Ospina Díaz, 2017)**

# RESULTADOS

## LEY NARANJA

La Economía Creativa aportó el 3.3% del total del PIB colombiano de 2016. Esto equivale a una nada despreciable cifra de 6,2 billones de pesos (Reyes Beltrán, 2017). Según dijo Ruiz M (2018), el 92% de esta cifra es proveniente de Bogotá. Colombia en el 2017 ocupó el puesto 52 de 141 de países exportadores de servicios creativos (Reyes Beltrán, 2017).

Se debe resaltar la importancia que este sector suscita para el desarrollo económico del país, especialmente en regiones con arraigo cultural como lo es Cali.

**Algunos trabajos, el caso de Ospina Díaz (2017) y Ospina Díaz & Tello Castrillón, (2017; s. f.), han indagado acerca del estado de esta industria en la ciudad de Cali, principalmente respecto a las políticas de RSO.**

# CONCLUSIONES

- El termino economía naranja no debería usarse en los ámbitos académicos.
- Se debe continuar la promoción de políticas públicas que permitan el desarrollo de los modelos de negocios de la Economía Creativa.
- Promover nuevas formas de transacción en la Economía Creativa, como el caso del turismo, es esencial en un país marcado por la tradicionalidad económica.
- Dinamizar nuevos sectores económicos permite la inclusión de más personas a la vida laboral. Además, se aumentan los aportes al PIB.



# REFERENCIAS

- Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2013). La economía naranja. Una oportunidad infinita (Primera ed.). Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo BID.
- Cinelli, P. (2015, septiembre 23). The Creative Economy, John Howkins [Blog]. Recuperado 1 de agosto de 2018, de <https://genunpal.page.link/4GWr>
- Congreso de la Republica de Colombia. Por medio de la cual se reglamenta la Economía creativa Ley Naranja, Pub. L. No. 1834 de 2017, 7 (2017). Recuperado de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- Consejo de Cúcuta. (2018). Proyecto de acuerdo 009 de 2018. Por medio del cual se fomenta la economía creativa en el municipio de Cúcuta-acuerdo naranja y se dictan otras disposiciones. Proyecto de acuerdo Municipal, Cúcuta. Recuperado de <http://www.concejocucuta.gov.co/sistema/proyectosAcuerdos2018/proacuer009.pdf>
- DCMS. (1998). Creative Industries - Mapping Document. Creative Industries Task Force (CITF).
- Dinero. (2017, junio 22). Cali Creativa: una plataforma para impulsar la economía naranja. Recuperado 29 de septiembre de 2018, de <http://www.dinero.com/economia/articulo/cali-creativa-programa-para-impulsar-la-economia-naranja/246965>

# REFERENCIAS

- Duque Márquez, I. (2015). Conferencia magistral Economía Naranja [Video]. Cartagena, Colombia: Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=9G8-Gzcc4Ag&t=165s>
- Duque Márquez, I. (2016a). Caminos diferentes [Video]. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=s3ObL-jefls>
- Duque Márquez, I. (2016b). La Economía Naranja [Video]. Bogotá, Colombia. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=rJs\\_AQcBO4I](https://www.youtube.com/watch?v=rJs_AQcBO4I)
- El Heraldo. (2016, marzo 14). Plan de desarrollo apuesta a economía naranja [Periódico]. Recuperado 29 de septiembre de 2018, de <https://www.elheraldo.co/local/economia-naranja-pilar-del-plan-verano-248544>
- Fonseca Reis, A. C. (2008). Economía creativa: como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo (Primera ed.). São Paulo: Itaú Cultural.
- García Cruz, K. (2018, agosto). La economía naranja que dinamiza la productividad del Valle [Periódico]. Recuperado 29 de septiembre de 2018, de <https://www.elpais.com.co/contenido-premium/la-economia-naranja-que-dinamiza-la-productividad-del-valle.html>
- Hesmondhalgh, D. (2002). The cultural industries (First Ed.). London: SAGE Publications. Recuperado de <https://genunpal.page.link/HgkE>

# REFERENCIAS

- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (First ed.). London: Penguin.
- Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca. (2016). *La economía naranja se activa en Funza* [Institucional]. Recuperado 29 de septiembre de 2018, de <http://idecut.gov.co/Documentos/FERIA%20NARANJA%20EN%20FUNZA%20V1.pdf>
- Levickaitè, R. (2011). Four approaches to the creative economy: general overview. *Business, Management and Education*, 9(1), 81-92.
- Ospina Díaz, L. P. (2017). *Responsabilidad Social Organizacional en las organizaciones culturales de la ciudad de Santiago de Cali: un estudio de caso* (Tesis (Maestría en Administración)). Universidad Nacional de Colombia sede Palmira, Palmira, Valle del Cauca.
- Ospina Díaz, L. P., & Tello Castrillón, C. (2017). *Industria cultural y RSO: condiciones laborales de una organización de fomento a la danza* (pp. 256-263). Presentado en Congreso Reflexiones sobre Administración. Tendencias actuales de investigación administrativa, Palmira, Valle del Cauca: Universidad Pontificia Bolivariana. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/323253118\\_Industria\\_cultural\\_y\\_RSO\\_condicion\\_es\\_laborales\\_de\\_una\\_organizacion\\_de\\_fomento\\_a\\_la\\_danza](https://www.researchgate.net/publication/323253118_Industria_cultural_y_RSO_condicion_es_laborales_de_una_organizacion_de_fomento_a_la_danza)

# REFERENCIAS

- Ospina Díaz, L. P., & Tello-Castrillón, C. (s. f.). Acciones de Responsabilidad Social Organizacional: una mirada a la industria cultural en Santiago de Cali. Revista Logos Ciencia y tecnología, 10(2).
- Portafolio. (2017, diciembre 18). La economía naranja comienza a ganar relevancia en el PIB. Recuperado 25 de abril de 2018, de <http://www.portafolio.co/la-economia-naranja-comienza-a-ganar-relevancia-en-el-pib-512683>
- Reyes Beltrán, M. (2017, noviembre 16). Industria creativa del país aporta el 3% del PIB de Colombia [Informativa]. Recuperado 18 de abril de 2017, de <http://www.radiosantafe.com/2017/11/16/industria-creativa-del-pais-aporta-el-3-del-pib-de-colombia/>
- Ríos Szalay, J. (2010). La estandarización terminológica de la administración, un empeño amplio y persistente, ¿pero inviable? (pp. 1-37). Presentado en XV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, México: Universidad Nacional Autónoma de México.

# REFERENCIAS

ENCUENTRO  
Internacional de  
INVESTIGADORES

- Ruiz M, Y. (2018, junio 9). El “boom” de la economía naranja en Bogotá. El Espectador. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/el-boom-de-la-economia-naranja-en-bogota-articulo-793404>
- Suciú, M.-C. (2008). The creative economy. *Lex et Scientia*, 15(1), 145-154.
- The Policy Research Group. (2013). The Creative Economy: Key Concepts and Literature Review Highlights. the Policy Research Group. Recuperado de [https://cch.novascotia.ca/sites/default/files/inline/documents/creative-economy-synthesis\\_201305.pdf](https://cch.novascotia.ca/sites/default/files/inline/documents/creative-economy-synthesis_201305.pdf)
- United Nations Conference on Trade and Development. (2004, junio 4). Creative Industries and Development. United Nations. Recuperado de [http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf)