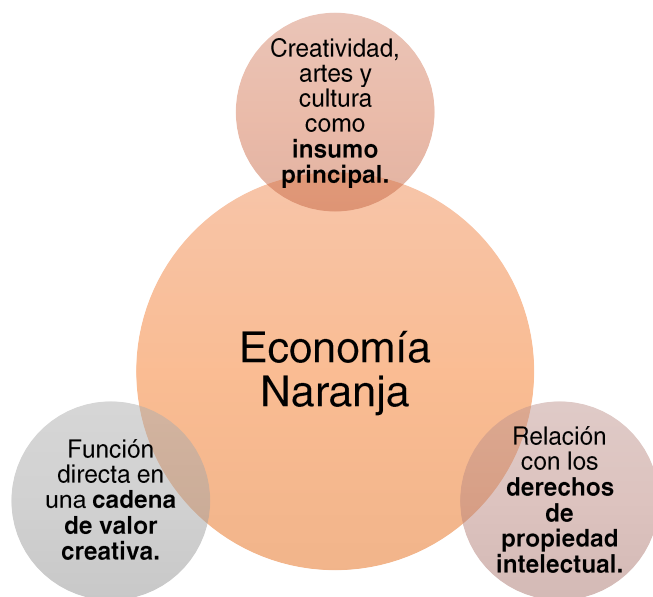


Sacándole el jugo a la **naranja**: Oportunidades de la **economía creativa**

Se dice que de las peores crisis surgen grandes oportunidades, y económicamente hablando el mundo ha experimentado algunas en la última década. Esto, además de los progresivos avances tecnológicos que ha traído consigo la globalización, lleva a los mercados a transformarse y con ello se generan nuevos modelos de negocio.

Frecuentemente los avances tecnológicos están muy relacionados con la innovación, pues según Navarro, Benavente y Crespi, (2016); en esencia esta se refiere a la transformación de nuevas ideas en soluciones económicas y sociales. Sin embargo, la mayoría de los autores plantean que la innovación es sinónimo de mejoras técnicas y/o funcionales, sin tomar en cuenta que esta también abarca aquellas transformaciones que modifican la estética y el atractivo de los bienes y servicios, por ejemplo: el diseño y desarrollo de softwares.



También conocida como economía creativa, la Economía Naranja, es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual (arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanía, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos).

El artista Frank Sinatra reconocía al color naranja como el color de la felicidad, mismo color que es también asociado con la creatividad y las ideas; es por ello que se denomina así a este tipo de economía, pues la Economía Naranja cuenta con el talento y la creatividad como insumos principales, la misma es capaz de generar empleos y riqueza, además de tener un impacto en la calidad de vida. Esta engloba tres factores fundamentales: economía, cultura y creatividad.

La relación entre estos tres últimos factores no está del todo clara pero como plantean Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez¹ del BID: *“La evolución de la tecnología, la cultura y la economía ha ocurrido de manera paralela constantemente interconectada, como si fueran el ADN de la sociedad.”*, gracias a dicha interconexión estos factores le otorgan a la economía naranja la cualidad de ser transversal a todos los sectores.

¹ Autores del libro “Economía Naranja: una oportunidad infinita” (2013).

Dada la intervención de talento, propiedad intelectual y cultura, la economía naranja es sinónimo de productividad, pues no se basa en los factores de producción tradicionales (trabajo, capital y tierra), sino la implementación de ideas, nuevos modelos de negocio (mente factura²) e innovación. De ahí la importancia de la economía creativa y su análisis para aprovechar mejor las oportunidades que desconocemos detrás de la generación de conocimiento en las artes, los medios de comunicación, la creatividad, entre otras.

Al conocer las oportunidades de la economía naranja resulta importante conocer lo que llaman “el universo naranja”, este está compuesto por la Economía Cultural y las Industrias Creativas, que a su vez incluyen las Industrias Culturales Convencionales; y finalmente las Áreas de Soporte para la Creatividad. Al ser un sector transversal trata varias disciplinas como: Investigación, Desarrollo e innovación creativa y cultural: I+D+i Naranja, Formación técnica especializada en actividades creativas, Gobernanza (institucionalidad) y Derechos de Propiedad Intelectual, Educación profesional creativa; además de poseer una clasificación de bienes y servicios creativos.

Ilustración 1. Clasificación de bienes y servicios de la economía naranja

Bienes creativos	Servicios creativos
<ul style="list-style-type: none">• Artes visuales y performativas• Artesanía• Audiovisual• Diseño• Nuevos medios	<ul style="list-style-type: none">• Arquitectura• Cultura y recreación• Investigación y desarrollo• Publicidad

Fuente: Economía Naranja: una oportunidad infinita (2013), BID.

A pesar de la importancia que tiene la economía naranja, su estudio es relativamente nuevo por lo que pocos países cuentan con datos disponibles y recientes sobre el tema, esto dificulta conocer de qué tamaño es nuestra naranja y cómo podemos expresarla.

Según la UNESCO (2007), los indicadores centrales que se construyen para describir la economía creativa son su *contribución al PIB*, *la tasa de ocupación en actividades culturales* y *la tasa de gastos de consumo final de los hogares en actividades, bienes y servicios culturales*. Estos indicadores se construyen a partir de los datos levantados en encuestas sobre los ingresos y el gasto de los hogares, cuentas satélites de cultura, registros de cuentas nacionales, y encuestas de fuerza de trabajo.

¿Tiene jugo la naranja?

Según el reporte “*Economía naranja: una oportunidad infinita*” publicado en 2013 por el BID, en 2005 la Economía Naranja representó el 6,1% de la economía mundial y para el año 2011 alcanzó los 4.3 billones de dólares, y ha generado aproximadamente 29.5 millones de empleos

² Modelo de producción donde se genera valor agregado con el insumo de las ideas y la innovación.

en el mundo. Así mismo las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron en un 134% entre 2002 y 2011, alcanzando los US\$646 millones en el último año³.

En cuanto a riesgos del mercado, los expertos señalan que el sector naranja es el menos volátil pues se adapta mejor a los choques económicos que otros sectores como el petrolero. Una prueba de ello es la caída de las ventas de petróleo en 2009, durante ese año las exportaciones de bienes y servicios creativos apenas se contrajeron un 12%.

Para América Latina y el Caribe esto representa una gran oportunidad, desde el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se impulsa el proyecto “La Región Naranja” que junto al talento creativo buscan posicionar la región como Hub de la creatividad mediante la creación de la red más completa y diversa de creativos de la región.

Según datos del 2016, México es el país que más ha desarrollado su industria creativa en la región latinoamericana, contemplando un 1% de las exportaciones mundiales, y la Economía Creativa representa un 3.3 % de su PIB en dicho año, donde sólo las artesanías son el 17.8% del ingreso cultural. En cuanto al mercado laboral, el empleo cultural representa el 2.4% del total de personas ocupadas (1,359 millones de empleos).

Así mismo, en República Dominicana se realizaron estimaciones de la economía cultural para 2014, registró una participación en el PIB de 1.43% con un monto de RD\$41,265.6 millones, mostrando un incremento de RD\$10,610.2 millones en cuatro años. La compra de productos por internet tuvo la mayor participación con un 48.7% en ese año; así mismo, la población ocupada en actividades culturales representó el 12.5% de la población ocupada en el país.

La economía naranja sin duda es una gran oportunidad de crecimiento que permitirá reforzar la diversidad de la matriz productiva y exportadora transformando el mercado de oferta de recursos naturales hacia una basada en la generación de conocimiento e innovación que a la vez lleve impregnada la diversidad cultural, de idiosincrasia y valores de nuestro país. Dicha transformación servirá de estímulo para crear las bases de la innovación y la eficiencia, así como mayor bienestar general. Una vez conocemos las oportunidades que nos brinda la naranja podemos buscar la mejor forma de sacarle el jugo.

³ UNCTAD, 2014.