

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Sara Yuliana Alzate Duque

Anggy Paola Restrepo Gaviria

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Bello, Colombia

Administración de Empresas

30 de noviembre de 2020

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Sara Yuliana Alzate Duque
Anggy Paola Restrepo Gaviria

Monografía presentada como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a)
Lina María Álvarez Oquendo

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Bello, Colombia

Administración de Empresas

02 de Noviembre de 2020

Tabla de contenido

TABLA DE CONTENIDO.....	3
LISTA DE FIGURAS.....	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
INTRODUCCIÓN	7
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	10
OBJETIVOS	10
<i>Objetivo general</i>	10
<i>Objetivos Específicos</i>	10
JUSTIFICACIÓN	11
MARCO REFERENCIAL.....	12
<i>Marco conceptual</i>	12
<i>Marco contextual</i>	16
<i>Marco Legal</i>	18
<i>Marco Teórico</i>	20
METODOLOGÍA.....	36
REFERENCIAS.....	38

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Lista de figuras

ILUSTRACIÓN 1: PARÁMETROS DE PYMES. TOMADA DE (MINCOMERCIO, 2020) 15

ILUSTRACIÓN 2: ACTIVIDADES DE LA ECONOMÍA NARANJA. TOMADA DE 31

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Resumen

Este es un estudio personal de investigación sobre el reconocimiento de los beneficios que se les otorga a las empresas por aplicar economía naranja, la caracterización de las pymes del entretenimiento adscritas a la estrategia y el impacto que este genera a nivel financiero y de mercado en las pymes del entretenimiento de la ciudad de Medellín, tomando como referencia el año 2013, año en que se empezó a promover en el país de Colombia hasta el año 2020.

Explica grosso modo, el paso del tiempo, sus inicios, el por qué se su surgimiento, los campos que abarca, su finalidad, los cambios sociales que ha producido a nivel empresarial, el aumento en el PIB del país y sobre el todo de qué manera se promueve la cultura y la propiedad intelectual de los colombianos, dándoles la oportunidad de que el sector del entretenimiento potencie su actividad, se convierta en un mercado estable y respetado.

Se busca examinar el conocimiento que tienen las pymes del sector del entretenimiento en Medellín sobre los beneficios de utilizar la estrategia naranja, con el fin de analizar si el uso de los beneficios ofrecidos por dicho programa puede mejorar la situación de este sector.

Logrando con esto responder a través de encuestas y cifras de la Dian, la pregunta central ¿Las pymes del entretenimiento de la ciudad de Medellín están haciendo uso de los beneficios otorgados por la aplicación de Economía Naranja en sus negocios?

Palabras clave: Cultura, Sostenimiento beneficios, economía naranja, pymes, entretenimiento.

Abstract

This is a personal research study on the recognition of the benefits granted to companies for applying the orange economy, the characterization of the entertainment SMEs attached to the strategy and the impact that this generates at the financial and market level in the Entertainment SMEs in the city of Medellín, taking as a reference the year 2013, the year in which it began to be promoted in the country of Colombia until 2020.

It roughly explains the passage of time, its beginnings, why it emerged, the fields it covers, its purpose, the social changes that it has produced at the business level, the increase in the country's GDP and above all what In this way, the culture and intellectual property of Colombians are promoted, giving them the opportunity for the entertainment sector to enhance its activity, to become a stable and respected market.

It seeks to examine the knowledge that SMEs in the entertainment sector in Medellín have about the benefits of using the orange strategy, in order to analyze whether the use of the benefits offered by said program can improve the situation of this sector.

With this, the central question is answered through surveys and Dian figures: Are the entertainment SMEs in the city of Medellín making use of the benefits granted by the application of the Orange Economy in their businesses?

Keywords: Culture, sustenance, Benefit, Orange economy, SMEs, entertainment

Introducción

La falta de oportunidades de empleo, limitan el poder adquisitivo y la capacidad de consumo, niveles y calidad de vida de las personas, sin importar sus condiciones académicas o sociales y para ello, diferentes estamentos proporcionan y promueven el emprendimiento y el crecimiento de las empresas ya constituidas como solución; muchos de ellos anclados a las obligaciones y misión social de las instituciones, como el caso de las Cajas de Compensación, las Cámaras de Comercio, las Asociaciones de Trabajo, Organizaciones en el área específica y otros como las instituciones de educación, en cumplimiento de Ley 1014 de 2006 de Fomento de la Cultura del Emprendedor. Dicho de otra forma, se establecen mecanismos formativos para la creación de empresa, constitución formal y crecimiento de las empresas, desde la innovación, las capacitaciones y los beneficios, llegando hasta lo que hoy es conocido como Economía Naranja.

El sitio web del gobierno sobre economía naranja, indica que “Economía Naranja es un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares de transformación social y económica del país, desde las regiones”. (Consejo Nacional de la Economía Naranja, 2020)

El objetivo del modelo, es la generación de empresa y oportunidades económicas propiciando negocios y empleo, reconociendo la cultura y las tradiciones del país desde diferentes ámbitos, impulsando a los emprendedores para desarrollar sus ideas empresariales bajo un esquema que se considera innovador y se ha introducido a las secretarías de emprendimiento del Estado, como Procolombia, Secretaria de Turismo y Cultura, Secretarías de Desarrollo y a las cuales entidades financieras, también se han vinculado como soporte de financiación para promover las iniciativas viables.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Esta estrategia, es cuestionada en la práctica económica colombiana, por la cultura comercial nacional, en la que son más aceptados los productos extranjeros que los producidos por los empresarios o emprendedores propios. Por otro lado, la liberación de mercados, eliminación de aranceles y facilidades para la importación, debilitan las posibilidades internas, pues los costos de producción superan los precios de venta externos.

A pesar de todo esto, la pandemia y el tiempo de cuarentena ha representado para muchos, alternativas económicas que, si bien cumplen con todos los supuestos de la economía naranja, no conocen la estrategia, sus beneficios y por ende aun no se reconocen como parte de esta estrategia pueden inscribirse en dicho proceso y se hace necesario, analizar su dinámica, participación e impacto en el desarrollo del sector y la dinamización económica; sin embargo, continúa siendo una estrategia innovadora catalogada como parte fundamental en el desarrollo económico “que nos permitirá como sociedad incorporarnos en la Cuarta Revolución Industrial” (Buitrago Restrepo, 2018), que se basa en la era digital y el uso de redes para comercializar, hace parte de las estrategias modernas en el proceso empresarial y comercial, al que los administradores no pueden ser ajenos y deben profundizar su conocimiento para comprenderlo e introducirlo en su práctica de manera eficiente y eficaz.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Planteamiento del Problema

La falta de oferta laboral en la ciudad de Medellín, el aumento de migración y movilización de personas entre ciudades en busca de oportunidades, viene influyendo en la necesidad de estrategias productivas que dinamicen la economía de la ciudad, aumenten la ocupación y por ende el ingreso, poder adquisitivo y niveles de vida de los medellinenses; para ello estamentos como las Universidades, Cajas de Compensación y Cámara de Comercio entre otras, promueven programas para la formación de empresa y apoyo a emprendedores.

A partir de 2013, se empieza a hablar en el país de Economía Naranja, estrategia que permite aprovechar las ideas innovadoras, de realce cultural y emprendimientos que encajan en la misión educativa en empresarismo, convirtiéndose en una herramienta de dinamización económica y generando a nivel Estatal beneficios financieros y tributarios en apoyo a las iniciativas productivas que se espera aumenten y aporten al desarrollo económico de la ciudad; sin embargo, son pocas las pymes del entretenimiento de la ciudad de Medellín que conocen sobre los beneficios de utilizar esta estrategia o no los usan en su totalidad.

Se hace necesario entonces, examinar el conocimiento que tienen las pymes del sector del entretenimiento en Medellín, sobre los beneficios de utilizar la estrategia naranja que si bien muchas pueden cumplir con todos los supuestos de economía naranja, aun no conocen o aplican los beneficios que estos otorgan, por lo que se habla del supuesto que no son adscritos como economía naranja, realizándolo entre el periodo comprendido entre 2013 año en que se inicia la estrategia hasta el año 2020, con el fin de analizar si el uso de los beneficios ofrecidos por dicho programa puede mejorar la situación de este sector, si ha

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín caudado impactos a nivel financiero y de mercado y que proporción de empresas del sector de las pymes del entretenimiento en Medellín las aplican

Con lo anterior, la pregunta que surge es ¿Las pymes del entretenimiento de la ciudad de Medellín están haciendo uso de los beneficios otorgados por la aplicación de Economía Naranja en sus negocios?

Pregunta de Investigación

¿Las pymes del entretenimiento de Medellín están haciendo uso de los beneficios otorgados por la aplicación de Economía Naranja?

Objetivos

Objetivo general

Evaluar el impacto económico que tiene el uso de los beneficios proporcionados por la economía naranja en las pymes del entretenimiento en Medellín con el fin de mostrar su repercusión a nivel financiero y de mercado

Objetivos Específicos

Caracterizar los proyectos empresariales adscritos en el proceso de economía naranja en cuanto a la proposición de negocios desde 2013 hasta el año 2020.

Reconocer los auxilios y beneficios tributarios y financieros a los cuales tienen acceso las pymes del entretenimiento que utilizan la economía naranja.

Analizar el impacto económico de las estrategias implementadas bajo el modelo de economía naranja en el aumento de ingresos, conformación de empresas y generación de empleos.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín
Identificar las repercusiones financieras y de mercado que genera la economía naranja para las pymes del entretenimiento en Medellín.

Justificación

Con la llegada de la economía naranja, el estímulo y apoyo que el gobierno actual de Colombia le ha dado a esta estrategia, permite que las pymes del entretenimiento de la ciudad de Medellín puedan ser beneficiadas a través de esta, potenciando la cultura y valor por la propiedad intelectual que durante años ha estado en segundo plano para la economía colombiana.

La economía Naranja surge con la publicación del libro sobre economía creativa y cultural llamado “La economía naranja: una oportunidad infinita” editado por el Banco Interamericano de desarrollo en el año 2013 en el que se le da prioridad a las actividades que permiten que las ideas se transformen en un bien o servicio cultural, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. (Adesca, 2016)

La Economía Naranja brinda beneficios, alivios tributarios y apoyos financieros, administrativos y logísticos útiles para las pymes del entretenimiento que buscan crecer y salir de sus crisis económicas apoyándose en los alivios tributarios que se les ofrece al aplicar a la estrategia de economía naranja, la generación de empleo y mercados sectoriales haciendo uso de conocimientos independientes y culturales y por medio de herramientas tecnológicas adaptables a las condiciones sociales actuales, pero que sean sostenibles en el tiempo.

La motivación del trabajo, se basa en la poca investigación existente sobre el uso y aplicación a los beneficios económicos y tributarios por parte de los empresarios de Medellín que responden a la Estrategia Naranja, profundizando un poco, las revistas

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín económicas del país, muestran la capacidad de adaptación y generación de ideas de los colombianos, llevando a la pregunta que espera responder el trabajo, pues las investigaciones encontradas indican los beneficios, pero no el contraste real de la aplicación de dichos alivios y consideraciones derivadas de la estrategia.

Se considera importante no solo investigar sobre los beneficios y alivios que pueden tener las pymes del entretenimiento de Medellín, sino también analizar el uso que hacen de estos, pues la informalidad impera en la economía y es necesario evaluar el aprovechamiento de estos y el crecimiento e impacto que ha generado en las pymes del entretenimiento de Medellín.

Marco Referencial

Marco conceptual

Los conceptos que se utilizan en el desarrollo del presente trabajo se enfocan en los beneficios por el uso de economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín.

Economía

La Economía es la ciencia que estudia la actividad económica, cuya acción es satisfacer las ilimitadas necesidades humanas, utilizando recursos escasos que son susceptibles de usos alternativos. (O'kean, 2015)

La economía es el estudio de la manera en que los hombres y la sociedad utilizan, haciendo uso del dinero o no, unos recursos productivos escasos, para obtener distintos bienes y distribuirlos para su consumo, presente o futuro, entre las diversas personas o grupos que componen la sociedad. (Perez Pino, 2010)

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Por economía suelen entenderse tres cosas: La disciplina que estudia los procesos de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios, o sea, la ciencia económica.

El ámbito o región geográfica donde se realizan esos procesos. Por ejemplo, se habla de la economía nacional para referir al conjunto de personas e instituciones del país relacionadas por procesos de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios.

El proceso a través del cual, previo análisis, se prioriza la satisfacción de determinadas necesidades, y se relega a otras. Por ejemplo, se dice que una familia está “haciendo economías” cuando debe restringir sus gastos, lo cual la obliga a prescindir de aquellos que considere menos prioritarios.

(Eggers, 2010)

Economía naranja

La Economía Naranja o también llamada economía creativa es aquella que genera riqueza a partir de la propiedad intelectual como materia prima. (CNN Español, 2018)

Es un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares de transformación social y económica del país. Este modelo cuenta con herramientas de desarrollo cultural, social y económico. Se fundamenta en la creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales y creativos, que se pueden proteger por los derechos de propiedad intelectual. (MinCultura, 2020)

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

La economía naranja implica convertir el talento en dinero a través de proyectos que conviertan las ideas en acciones productivas, fomentando la creatividad, las habilidades y el ingenio de los emprendedores. (Cruz, 2019)

Entre el 6,1 por ciento y el 7,3 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) mundial es producido por las industrias culturales, según estimativos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Unesco. La economía naranja, como la denominó recientemente el BID, genera una alta tasa de crecimiento del PIB, agrega valor al producto del país y es un importante generador de empleo. (Moreno, 2014)

Estrategia

Se utiliza la palabra estrategia para hacer referencia a aquellas actitudes o acciones que están dirigidas a establecer una forma de pensar o de hacer las cosas. En la vida diaria, el término estrategia se usa para demostrar que una persona es capaz de pensar cada paso que da, de tal manera que dichas acciones vayan concatenadas y tengan relación. (Contreras Sierras , 2013)

La estrategia se considera como un patrón o una forma de conducta predeterminada característica en el tiempo. Cuando los patrones de comportamiento provienen de una determinada forma de concebir el papel de la organización en el entorno, la estrategia es concebida como una perspectiva, que orienta y da coherencia a las actuaciones de la organización en el tiempo. (Montoya Restrepo & Montoya Restrepo , 2005)

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Beneficios

El beneficio en economía es la cantidad monetaria resultante de la diferencia entre ingresos y costes de una inversión, negocio o cualquier otra actividad económica. Cuando hablamos de beneficio estamos hablando de una magnitud económica. (Lopez, s.f.)

Pymes

Es una empresa que, según el criterio de ventas brutas, asimilado al de ingresos por actividades ordinarias anuales entra en esta clasificación. En Colombia, estos criterios son amparados por la Ley 905 de 2004 y actualizados cada año según el incremento del IPC.

En Colombia la clasificación obedece a los siguientes parámetros:

SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Manufacturero	Inferior o igual a 23.563 UVT.	Superior a 23.563 UVT e inferior o igual a 204.995 UVT.	Superior a 204.995 UVT e inferior o igual a 1'736.565 UVT.
Servicios	Inferior o igual a 32.988 UVT.	Superior a 32.988 UVT e inferior o igual a 131.951 UVT.	Superior a 131.951 UVT e inferior o igual a 483.034 UVT.
Comercio	Inferior o igual a 44.769 UVT.	Superior a 44.769 e inferior o igual a 431.196 UVT.	Superior a 431.196 UVT e inferior o igual a 2'160.692 UVT.

Ilustración 1: Parámetros de pymes. Tomada de (Mincomercio, 2020)

Entretenimiento

El concepto de entretenimiento es aquel que se utiliza para designar a todas aquellas actividades relacionadas con el ocio y la diversión de una persona o un grupo de personas,

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín aunque erróneamente en ocasiones se use dicho término para designar a actividades relacionadas con el mundo del espectáculo, por ejemplo, la televisión, shows en vivo, actividades deportivas, el cine, etc. (Entretenimiento, placer y ocio , 2014). (Cámara de Comercio de Medellín, 2019)

Marco contextual

Las empresas inician pequeñas y van creciendo gracias al desarrollo de su actividad económica y relación con el entorno. Esto es el manejo de los factores externos de la economía, relación con los clientes y posicionamiento que logra por sus productos y servicios agregados. Sin embargo cuando hablamos de Colombia, las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 90% del tejido empresarial, aportan 40% al PIB, generan más de 17 millones de empleos y representan 9,8% de las exportaciones nacionales y en Antioquia, (Cámara de Comercio de Medellín, 2019) indica que *“En los últimos diez años, el total de pymes en la región se incrementó a una tasa promedio anual de 6 %; casi un punto por encima de la tasa de crecimiento de la base empresarial (5,13 %).*

En Colombia las empresas inician pequeñas y se mantienen pequeñas en su actividad económica, teniendo en cuenta que el 70% de las empresas fracasa en los primeros 5 años por falta de conocimiento de los factores que determinan el desempeño de sus empresas para lo que el DANE en sus últimos estudios sobre el desarrollo empresarial a nivel nacional destaca que el 80% de la fuerza laboral del país está concentrada en este tipo de compañías. (Redacción Nacional, 2018)

El desarrollo de ideas y estrategias empresariales de los emprendedores han impulsado que las micro, pequeñas y medianas hayan tomado la potencia de la economía nacional,

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín
Para el año 2019, la Encuesta de Micro negocios estimó la existencia de 5.874.177 micro negocios distribuidos así: 27,9% Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas; 21,7% Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; 11,6% Industria manufacturera; 9,7% Actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios; 8,5% Alojamiento y servicios de comida; 8,0% Transporte y almacenamiento; 5,7% Construcción; 3,8% Actividades Inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos; 1,1% Información y comunicaciones; 0,8% Minería; 0,7% Actividades de atención a la salud humana y de asistencia social y 0,6% Educación.
(DANE, 2020)

El sector del entretenimiento posee un 9.7% de aporte a la economía y para lo cual el actual presidente ha demostrado amplio apoyo por medio del impulsamiento a través de la economía naranja, de la cual se viene hablando desde el año 2013 y con los años se potencia más su reconocimiento y la aplicación por este sector. En el informe de (Confecámaras, 2020) durante el primer trimestre del 2020 se crearon 96.914 empresas, en donde la mitad de ellas, de economía naranja, entre las nuevas unidades productivas creadas, un 42% estén enfocadas en actividades artísticas y de entretenimiento.

La ciudad de Medellín se ha convertido en referente de economía naranja, no solo por el apoyo del gobierno presidencial actual, si no por las acciones que han destacado, artistas y demás eventos que buscan abrir las puertas para el desarrollo Naranja, en el cual el ex alcalde de Medellín presentó para el año 2019 el distrito creativo llamado “Ruta Naranja.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

El interés particular en las pymes del entretenimiento, la aplicación a la economía naranja y sus beneficios surge por el rápido potenciamiento que se le dio a la estrategia naranja en el actual gobierno a pesar de que surgió en el año 2013, y por el gran apoyo que se le ha brindado con la ley de financiamiento la cual fue aprobada a finales del año 2019, en la que se incluyeron beneficios tributarios importantes que se convierten en un estímulo a este sector, que estarían influyendo en la creación de nuevas empresas formales, dedicadas a estas actividades y de lo cual parece que muy pocos empresarios tienen conocimiento.

Para identificar el uso que se le está dando a los beneficios tributarios, el impacto que ha tenido en conformación de empresas, generación de empleos e ingresos pymes del entretenimiento en la ciudad de Medellín, se realiza rastreo de que empresas hay en la ciudad que aplican a la economía naranja, los beneficios obtenidos por aplicar a la estrategia y el impacto causado. El aporte de encuestas es de vital importancia, pues hacen parte de las fuentes primarias que aportan a la identificación de las pymes del entretenimiento que han empezado a aplicar economía naranja y a gozar de sus beneficios de lo contrario como determinación de estrategias que aumentan los conocimientos y la expansión de la información.

Marco Legal

DECRETO 697 DE 2020. ÁREAS DE DESARROLLO ECONOMÍA NARANJA:

El Decreto 697 de 2020 otorga un incentivo tributario del 165 por ciento en deducción de renta para quienes inviertan y/o donen en proyectos de Economía Naranja. También reglamenta la delimitación e implementación de las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN).

"Por el cual se adiciona el Decreto 1080 de 2015, Único Reglamentario del Sector Cultura,

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín y se reglamentan los artículos 1790 y 1800 de la Ley 1955 de 2019, Ley del Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022, Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad"

LEY 1955 DE 2019 “Por el cual se expide el plan nacional de desarrollo 2018 2022 “pacto por Colombia, pacto por la equidad”.

ARTÍCULO 179. ÁREAS DE DESARROLLO NARANJA. Se entiende por Áreas de Desarrollo Naranja -ADN los espacios geográficos que sean delimitados y reconocidos a través de instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas de la entidad territorial, que tengan por objeto incentivar y fortalecer las actividades culturales y creativas previstas en el artículo 2 de la Ley 1834 de 2017.

ARTÍCULO 180°. PROYECTOS DE ECONOMÍA CREATIVA. El Ministerio de Cultura podrá realizar una convocatoria anual de proyectos de economía creativa en los campos definidos en el artículo 2 de la Ley 1834 de 2017, así como planes especiales de salvaguardia de manifestaciones culturales incorporadas a listas representativas de patrimonio cultural inmaterial acordes con la Ley 1185 de 2008, e infraestructura de espectáculos públicos de artes escénicas previstos en el artículo 4 de la Ley 1493 de 2011, respecto de las cuales las inversiones o donaciones recibirán similar deducción a la prevista en el artículo 195 de la Ley 1607 de 2012.

LA LEY 1943 DE 2018, modificó el artículo 235-2 del Estatuto Tributario y estableció una exención de renta a partir del año 2019 y por el término de 7 años a las sociedades de economía naranja.

DECRETO 1669 DEL 12 DE SEPTIEMBRE DE 2019 Incentivo tributario para empresas de economía naranja; Por medio de este decreto se adicionan los artículos 1.2.1.22.47.,

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín 1.2.1.22.48., 1.2.1.22.49., 1.2.1.22.50., 1.2.1.22.51., 1.2.1.22.52., 1.2.1.22.53., 1.2.1.22.54., 1.2.1.22.55., 1.2.1.22.56, 1.2.1.22.57. Y 1.2.1.22.58. al Capítulo 22 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 1 del Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria.

En ellos se establece a las empresas de economía naranja como: “las personas jurídicas contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios del régimen ordinario que se encuentren domiciliadas dentro del territorio colombiano, constituidas antes del treinta y uno (31) de diciembre de 2021, que tengan como objeto social exclusivo el desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y/o actividades creativas... y que inicien el desarrollo de estas actividades antes del treinta y uno (31) de diciembre de 2021”.

Marco Teórico

La estructura del Marco Teórico del presente trabajo parte la creación de la economía naranja buscando la protección de la propiedad intelectual y con este los beneficios que se les otorga a las pymes del entretenimiento de la ciudad de Medellín por aplicar economía naranja, si están siendo utilizados en su totalidad, y las repercusiones a nivel financiero y de mercado.

Desde la perspectiva de propiedad intelectual, puede decirse que según (Canaval Palacios, 2008) “La propiedad intelectual es la propiedad o dominio que recae sobre cosas inmateriales o incorpóreas, tales como las ideas o pensamientos producto del intelecto, imaginación, genialidad o talento de las personas”.

Aunque es una categoría implícita en el desarrollo de una idea, podemos remontarnos a la antigua Grecia para encontrar los primeros ejemplos de reconocimiento de la creatividad y el trabajo intelectual. En el año 330 a.c, una ley ateniense ordenó que se

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín depositaran en los archivos de la ciudad copias exactas de las obras de los grandes clásicos. Entonces, los libros eran copiados en forma manuscrita, por consiguiente, el costo de las copias era muy alto y su número total muy limitado. Este hecho, sumado a la escasez de personas capacitadas para leer y en condiciones de poder adquirirlas, determinó el nacimiento de un interés jurídico específico que proteger. (Instituto Autor, 2017).

El mismo autor nos lleva a la Alta Edad Media en la cual la producción editorial se redujo notablemente, y los monasterios fueron las únicas instituciones que continuaron manufacturando libros. Monjes y frailes copian obras clásicas, estas copias son manuales y muy escasas, la difusión de las obras muy limitada. A partir del siglo XII, con el desarrollo de las Universidades, la demanda de textos crece, el número de copias se multiplica, y los textos circulan con mayor fluidez. (Instituto Autor, 2017).

Para la Edad Moderna el autor nos muestra la invención de la imprenta de tipos móviles, hacia 1450, por Johann Gutenberg, supone una revolución en la producción y distribución de obras literarias. Dos son los cambios fundamentales que trae aparejados: facilitar la reproducción masiva, de miles de copias, en breve tiempo y a un coste reducido generalizar el acceso del público a las obras literarias. (Instituto Autor, 2017).

Con la imprenta la producción cultural comienza por primera vez a generar riqueza. El impresor o editor se responsabiliza de una inversión inicial en infraestructura, que luego rentabilizará imprimiendo obras y vendiéndolas al público. Pero era preciso articular un mecanismo legal para asegurar al impresor un beneficio empresarial a cambio de su inversión (talleres, rotativas...). Este mecanismo consistía en un Privilegio, por el cual

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín solamente el impresor, y nadie más, podía editar y distribuir las obras de un cierto catálogo. (Instituto Autor, 2017).

Para los siglos XIX y XX países como Francia, Estados Unidos y Suiza empezaron a reconocer la propiedad intelectual como generador de riquezas y a adoptar medidas de protección para las patentes y derechos de autor.

En este proceso, a menudo las innovaciones técnicas, industriales y comerciales han tenido que abrirse paso contra las estructuras establecidas en distintos sectores de la industria cultural. Esto ha supuesto, a menudo, actuar al margen de la normativa legal que en cada momento regulaba la propiedad intelectual. Las normas han tenido que irse adaptando a los desarrollos tecnológicos, económicos y sociales. Hay diferentes casos que ejemplifican bien este proceso, y que cita Lawrence Lessig en su libro *Cultura Libre* págs. 73-81.

La propiedad intelectual tomó fuerzas en el siglo XX, dándole no solo la importancia a esta, si no a la creatividad, ya que esta es la base del surgimiento de grandes ideas que han sido demostradas por el ser humano a lo largo de los años y las cuales han permitido encontrar los medios para adaptarse al entorno y sus cambios.

En una conferencia en 1938, el escritor austriaco Stefan Zweig expuso a la creatividad como una obra de arte, cómo su autor llega a idearla y a construirla. Distinguiendo dos tipos de acción creativa en su discurso. Una, nacida de la inspiración, de forma automática, y otra, del esfuerzo, de la constancia que permite al artista mejorar su trabajo durante la propia creación, como puede ser a través de bocetos, apuntes, o

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín esquemas. Por lo que, la consecución de una obra maestra no sería sólo fruto de un instante de lucidez. (Vega, 2014)

La misma respuesta dio Pablo Picasso sobre el papel que desempeña la inspiración en la creatividad: «La inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando».

Zweig concluyó, finalmente, que no hay una fórmula única que explique el proceso creativo, sino que en el artista sucede la combinación de ambos estados, brotando, así, el ingenio. Precisa, eso sí, que se debe poseer cualidades intelectuales superiores, presentando una interrelación necesaria entre genialidad y creatividad para llegar a una creación única. (Vega, 2014).

De forma diferente opinaba el psicoanalista alemán Paul Matussek en La Creatividad desde una perspectiva psicodinámica (1984), para quien el acto creativo y la inteligencia no tienen una relación causal por sí misma. Ya que, la mayoría de las veces, la creatividad se manifiesta gracias a la intuición, a la necesidad de crear algo como solución a un problema. (Vega, 2014)

El autor (Joachin Bolaños , 2017) por el contrario, nos dice que: la creatividad es un proceso dinámico, es una fuerza viva y cambiante del ser humano; es decir, es el motor del desarrollo personal y ha sido la base del progreso de toda cultura. Si bien el concepto creatividad es usado coloquialmente en diferentes facetas de la vida actual, en realidad el término ha sido objeto de investigación de diversas áreas desde principios del siglo XX.

Por lo anterior y en consecuencia del respaldo de lo que mencionaba el autor la creatividad y la propiedad intelectual se convierten en una por lo que es necesario protegerla y dar un reconocimiento a aquellas mentes creativas que han puesto al alcance la

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín tecnología o la cultura, en el caso de la presente investigación con especial referencia a la parte cultural, de manera más puntual a todo el campo del entretenimiento, mismo que es obra de la creatividad e imaginación de sus autores.

En el siglo XIX comenzaron a crearse sociedades que agrupaban a los autores para la defensa de sus intereses, y de las cuales fueron surgiendo la economía creativa.

Antes de hablar del término “economía naranja”, es fundamental abarcar que dicha expresión fue propuesta por el presidente de Colombia Iván Duque y el viceministro de la creatividad y la economía naranja Felipe Buitrago, haciendo alusión a la economía creativa, planteada por John Howkins, quién fue el primer autor en utilizar dicho término en su libro “The Creative Economy How People Make Money From Ideas” en el año 2001. (Osorio Sanchez & Noreña Arado, 2019)

Para el autor (Hawkins , 2002) La economía Creativa son actividades en las cuales la creatividad y el capital intelectual son la materia prima para la creación, producción y distribución de bienes y servicios.

Este mismo autor nos referencia la economía creativa como un conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. (Mendoza , 2018)

De la misma manera, en un informe elaborado por el gobierno del Reino Unido en 2008, titulado Staying Ahead:The economic performance of the UK’s creative industries, el economista Will Hutton afirmó: “Las ideas con valor expresivo, crean nuevos puntos de

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín vista, deleites, experiencias; construyen conocimiento, estimulan las emociones y enriquecen nuestras vidas”. (Newbiggin , 2010)

Volviendo al autor John Howkins en la edición especial para 2013 “Informe sobre la Economía Creativa: Ampliar los cauces de desarrollo local” mencionan la popularización del término de economía creativa y la aplicación a 15 industrias que iban desde las artes hasta la ciencia y la tecnología. Según los cálculos de Howkins, en el año 2000 la economía creativa tenía un valor de 2.2 billones de dólares estadounidenses a nivel mundial y crecía al año a una tasa de 5%. La noción es, y sigue siendo, muy amplia, porque no sólo abarca bienes y servicios culturales, sino también juguetes y juegos, así como todo el ámbito de “investigación y desarrollo” (I+D). (UNESCO)

El autor introdujo este término hace tan sólo diez años. Una economía creativa al decir de Howkins en una entrevista concedida a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) “es una en la que las ideas son los principales aportes y los principales resultados. [Dice] también [que] es una economía en la que la gente dedica la mayor parte de su tiempo a generar ideas. Es una economía o sociedad en la que la gente se preocupa y reflexiona sobre su capacidad de generar ideas, en la que no se limita a ir a la oficina de 9 a 5 para hacer un trabajo rutinario y repetitivo, como se lleva haciendo desde hace años, ya sea en el campo o en las fábricas. Es una economía en la que la gente, allá donde se encuentre, hablando con los amigos, tomando una copa, al despertarse a las cuatro de la mañana, piensa que puede tener una idea que funcione de verdad, y no sólo una idea por el mero placer esotérico, antes bien, el motor de su carrera, condición e identidad. [Así] por “economía creativa” se entienden las operaciones que generan los productos creativos (resultantes). Cada operación puede comportar dos valores complementarios: el valor de la

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín propiedad intelectual intangible y el valor de la plataforma física (de haberla). En algunos sectores, como el de los programas informáticos digitales, es mayor el valor de la propiedad intelectual. En otros, como las artes, el valor unitario del objeto físico es más elevado”.

(Rosas , 2012)

A Howkins no le gustan conceptos como el de “sociedad de la información” ni “sociedad del conocimiento” puesto que, en el primer caso, el concepto de “información” generalmente es empleado para generar ideas, pero en modo alguno lo abarca todo, en tanto que el conocimiento para Howkins ha recibido un tratamiento muy académico, en esencia para referirse a algo externo a las sociedades y las personas. Howkins es muy claro al insistir en que la creatividad es algo que reside en los individuos, en las personas. (Rosas , 2012)

Caso opuesto de (Vargas & Prada, 2019) citando al autor Drucker quien afirma que: la economía creativa, surge de la sociedad del conocimiento caracterizándose por usar este como parte esencial para generar riqueza.

Poco después, dos estudios añadieron nuevas perspectivas sobre la temática. John Howkins agregó al método británico una visión empresarial basada en los conceptos mercadológicos de propiedad intelectual. En este sentido, las marcas, patentes y derechos de autor conformaron los principios para transformar la creatividad en producto. Luego, Richard Florida concentró su atención en los profesionales que trabajaban con procesos creativos, denominándolos como clase creativa. Este estudio procuró comprender las características de esta nueva clase de trabajadores, identificando su contribución potencial para el desarrollo del neoliberalismo. (Gomez, 2018)

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Ahora bien, retomando el término de “economía naranja”, propuesto en el libro *La Economía Naranja, una oportunidad infinita*”, escrito por Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez, y editado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)), lanzado para el año 2013 en el que afirman que la Economía Naranja, se basa en el talento, la capacidad de innovación y el desarrollo de la creatividad. Sus insumos se asocian con la propiedad intelectual, el desarrollo y el aprovechamiento de tecnologías e incluso con las herencias y tradiciones culturales de una sociedad. Hoy existen grandes oportunidades para desarrollar esta economía de manera sostenible, funcional y con grandes rendimientos. (Buitrago & Duque , 2013)

En este podemos ver la relación que existe entre la economía y la cultura infiriendo de este mismo apartado la “nueva” visión de economía que permite generar alternativas importantes, económicas y sociocultural e incluir en ella a diversos grupos, tal y como lo menciona cuando se refiere al en este libro al “Talento». Además, al igual que el autor John Howkins resalta la propiedad intelectual como base de su desarrollo reforzando la participación que tiene en otros sectores distintos a la Economía Naranja, siendo esta en donde su importancia no se restringe sólo al valor de uso, sino que además promueve nuevas formas de interpretación y de explotación (valor intangible).

Estos autores, relacionan directamente la economía y la cultura, la cual constituye un ecosistema económico; este ecosistema acredita el término “economía naranja”, ya que el color naranja posee un valor simbólico y una identidad cultural que inspira felicidad. (Osorio Sanchez & Noreña Arado, 2019)

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

La expresión “economía naranja”, ha obtenido fuerza en Colombia gracias a diferentes factores. Inicialmente surge a partir de las industrias creativas, estas se presentan a nivel mundial, mostrando su significación para muchas naciones como factor de desarrollo económico, social y cultural, lo cual ha hecho aportes significativos al PIB, mostrando que es una buena política para generar reactivación en algunos sectores que estén vinculados con este fenómeno. Un ejemplo de ello es el informe de Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries de la UNESCO, donde la cultura y servicios relacionados de forma directa con la creatividad representan un 3% del PIB mundial, y generan empleo en aproximadamente 29,5 millones de personas en el mundo, más que lo que aportan sectores como el de las telecomunicaciones. Por otro lado, y según informe de Banco Interamericano de Desarrollo los ingresos de las industrias culturales y creativas que se dinamizan en el mundo representan unos US\$2,25 billones, más que toda la industria automovilística de Europa, Japón y Estados Unidos juntos. (Osorio Sanchez & Noreña Arado, 2019)

En segunda instancia por el actual presidente de Colombia, el abogado con estudios de posgrado en economía y administración pública, Iván Duque Márquez, logrando que el congreso de la república aprobara su proyecto de ley conocido como ley naranja, el. Cual se popularizó en el país como economía naranja. Este término, acuñado en su libro La economía naranja, una oportunidad infinita, que lanzó para cuando entonces era apenas senador y que se ha usado para referirse a los modelos de negocio con base en las ideas y las expresiones artísticas y es un tema de discusión en diferentes ámbitos nacionales. Se encontró que en este mismo libro refieren como Economía Naranja, la UNICEF y otros autores en diferentes países le llaman Economía Creativa. Con ello se demuestra la

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín apropiación conceptual de los responsables del concepto de Economía Naranja de un sector de la economía vigente y de gran interés político y académico.

Desde los entes territoriales y desde los diferentes organismos legislativos del país, especialmente desde el congreso, este tema ha ganado mayor aceptación. Ejemplo de ello es la ya mencionada Ley Naranja (2017). En consonancia con esta ley, muchos departamentos y municipios del país a través de sus alcaldías, gobernaciones, sus consejos y asambleas promueven diferentes iniciativas que buscan incentivar o fortalecer las diferentes manifestaciones de la industria cultural y artística de las regiones (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018).

Apoyando el proyecto y las leyes propuesta por Iván Duque el Ministerio de Cultura de Colombia define la Economía Naranja como un modelo de desarrollo en el que la diversidad cultural y la creatividad son pilares de transformación social y económica del país, desde las regiones. Este modelo cuenta con herramientas de desarrollo cultural, social y económico. Se fundamenta en la creación, producción y distribución de bienes y servicios culturales y creativos, que se pueden proteger por los derechos de propiedad intelectual. (MinCultura, 2020)

Misma que ha reforzado su apoyo a través de la integración con organizaciones y proyectos que reman juntos con el objetivo de aportar al fortalecimiento de las industrias creativas (Ley 1834 de 2017) y ampliar la medición de la Cuenta Satélite de Cultura, el DANE, en conjunto con las entidades que pertenecen al Consejo Nacional de Economía Naranja CNEN, establecieron la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja (CSCEN) que incorpora todos los sectores asociados a las industrias culturales y creativas.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Buscando que en un país como Colombia, cuando se hable de propiedad intelectual se pueda decir que podría servir como concepto principal para convertir la actividad creativa en un sector importante que tenga incluso una igual o mayor participación en el PIB como en los demás países, en el sentido que el derecho de propiedad que se tiene sobre las ideas tenga una validez, así como cualquier persona adquiere de manera natural un bien o un servicio (Garay, 2017). Así se propicia las 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, protegiendo y dándole un valor significativo en la propiedad intelectual sobre los talentos creativos de los artistas que lo reproducen, como una oportunidad para aumentar el valor agregado por medio de la protección en un mercado de consumo creciente. (Gonzalez Sierra & Ruiz Quiroga , 2018)

Aun así, entre los retos que registra este modelo, según indica Duque, está en el de “retener, atraer, capturar y reproducir el talento de un segmento de la población, que por lo general se encuentra subvalorado socialmente y pobremente remunerado económicamente”. Por esta razón, explica en su libro que se deben fortalecer las instituciones que están encargadas de estas industrias culturales, ya que estas durante muchos años han estado ausentes “en los debates estratégicos sobre desarrollo económico y social”. (Morales , 2018)

Al tiempo en el que se debe consolidar sus infraestructuras, entre los que se encuentran las físicas, como “plazas, parques, estadios, coliseos, centros comerciales” y las virtuales, como “antenas de radio, satélites y fibra óptica”. (Morales , 2018)

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Duque se comprometió a sacarla a flote en su Gobierno para que, en el país, como dijo en su discurso de posesión, “además de las manufacturas produzcamos mente - facturas y reducir la dependencia en las materias primas, agregando valor y posicionando nuestras marcas, diseños y sellos de calidad”. (Morales , 2018)

Siguiendo la misma línea país, Colombia tiene un sector cultural y creativo que representa más del 3,4 % del PIB, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual. En relación a ello, la Economía Naranja en Colombia se desarrolla a través de una política pública que reúne alrededor de 7 líneas estratégicas, que cuenta también con la participación de 21 entidades del gobierno nacional y más de 70 programas todos relacionados y convergentes en generar proyectos creativos en cualquier parte del territorio y que a su vez sean sostenibles en el tiempo. De allí que “esta iniciativa representa una articulación sin precedentes para trabajar por la cultura y la creatividad del país. (MinCultura, 2018)



Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Ilustración 2: Actividades de la economía naranja. Tomada de (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018)

Ahora, se mencionarán algunos aspectos respecto a los sectores definidos por Howkins. En primer lugar, se mencionarán solo los de interés para el desarrollo de este trabajo, que son los relacionados al entretenimiento, como lo son los medios digitales, la televisión, la radio, los diarios y revistas, el cine, los videojuegos, las editoriales, el teatro, la danza y la música.

La Publicidad. Para Howkins, la importancia de este sector radica en su transformación, principalmente en la transición desde los medios tradicionales como la prensa, la televisión y el exterior a nuevos formatos, tanto de alta tecnología como de baja tecnología, mediante las cuales las organizaciones ahora llegan a sus clientes, insertando logotipos, marcas y eslóganes en áreas que tienen estado libre de publicidad. La publicidad está pasando de ser un negocio de derechos de autor a un negocio de derechos de autor y de marca registrada (2001). (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018; Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018)

El siguiente sector es el Arte. Aquí es menester aclarar que, aunque en español la palabra arte podría referir a varias formas de expresiones artísticas, en inglés, especialmente en los referentes citados por Howkins, este término hace referencia a las artes plásticas (pintura, escultura, dibujo, entre otros). Según Howkins, el mercado del arte es inusual ya que se trata solo de obras originales que son únicas o raras. Mientras que la mayoría de las industrias intentan multiplicar y vender tantas copias nuevas como sea posible, el objetivo del comerciante de arte es enfatizar la escasez (2001). En este mismo sector se agrupan los museos y las galerías de arte. Estas organizaciones, dice Howkins, tienen como propósito

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín proteger el patrimonio y celebrar nuevos trabajos. (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018)

El sector de la cinematografía consta de cuatro subsectores principales: producción, distribución, guion y proyección o venta en cine o televisión. Es un sector donde las ideas son indispensables en todos sus subsectores. Una película o producción audiovisual cinematográfica es una obra calificada, protegida por derechos de autor. La mayoría de las leyes interpretan al “autor” de manera bastante amplia para incluir al autor del guion, al productor, al director y otros, así como a brindar protección por separado a los disfraces, el diseño, etc. (Howkins, 2001). (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018)

La música es el más intangible de los productos creativos. También es, junto con la publicación, uno de los más generalizados. La industria tiene cuatro sectores principales: la composición; actuación; publicación / licenciamiento; y grabaciones de sonido (Howkins, 2001). El sector de la música es uno de los que más aporta a los PIB de los países. Su capacidad para traspasar las fronteras nacionales, principalmente dadas las nuevas tecnologías, le permite una expansión. (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018)

El siguiente sector es el de las artes escénicas. Este sector incluye todo tipo de actuaciones en el escenario y específicas del sitio. En este sector se agrupan las danzas, el teatro, la mímica, el circo, entre otras. También Implica la administración de algunos de los edificios históricos más grandes y más conocidos del mundo, así como de muchos locales pequeños; entiéndase los teatros y salas de conciertos. Sus actividades incluyen las habilidades de escritura; producción; casting, dirección y ejecución; diseño; iluminación y

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín sonido; set-making marketing y administración (Howkins, 2001). (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018)

El sector editorial se basa en un proceso simple y universal de copia directa. Ello no desconoce los avances y evoluciones que le tiempo ha traído (Howkins, 2001). La aparición de numerosos formatos de publicación editorial, entiéndase libros físicos, audiolibros, libros digitales, entre otros, y procesos empresariales diferentes para satisfacer necesidades de diseño específicas y hábitos culturales locales son comunes en la contemporaneidad. Para Howkins, en las últimas décadas, los aportes creativos de escritores y editores han cambiado poco en forma y tipo, a diferencia de la tecnología de diseño e ilustración; estas últimas han cambiado drásticamente, al igual que las funciones administrativas de finanzas y marketing (2001). (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018)

objeto de varias propiedades de la propiedad intelectual. Su nombre podría ser una marca, pero el diseño y los elementos artísticos podrían evitarse mediante derechos de autor (Howkins, 2001). Este sector ha sido un ejemplo de creatividad e innovación durante largos años al implementar innovaciones acordes a los adelantos tecnológicos de cada época.

El sector de la Radio y televisión hace referencia a la difusión y producción de contenidos mediante estos medios (Howkins, 2001). Además, es necesario incluir en este sector los medios más recientes de difusión de contenido. Este es el caso de contenidos hablados y música por internet o streaming, por ejemplo, Spotify, Itunes o Google Play Music; o plataforma de Video on demand como Netflix, Amazon o Claro Video. Este sector comparte características y procesos con sectores como el de la cinematografía y de la música. (Hernandez, Ospina , Londoño Jose, & Tello, 2018)

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

El último sector definido por Howkins (2001) es el de los Videojuegos. Este sector cuenta con varias industrias: a) juegos basados en dispositivos con su software, por ejemplo, los Arcade o máquinas de los centros comerciales; b) juegos universales de CD, DVD y otros medios portables para computadores o consolas domésticas y c) juegos de Internet y aplicaciones. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2004)

Para (Arcos Vargas , 2008) todo lo anterior es un trabajo conjunto por el sostenimiento de la industria inicia con la radio que es para la disquera el medio más importante, sin embargo, la televisión está tomando una participación significativa debido a la masificación de esta y el impacto que produce cada día, con los espacios noticiosos, del espectáculo, los interactivos y musicales. Para esta relación existen personas altamente experimentadas en el medio, que conocen a las personas 66 más influyentes en el campo de la programación radial y televisiva.

En tiempos de Covid-19 es uno de los sectores que se ha visto más aporreado económicamente y por lo cual el gobierno decide intensificar estos beneficios día a día y no perder la implementación de la estrategia naranja que ha logrado dar buenos resultados en el mercado laboral según las cifras reveladas por las entidades que están al tanto de su proceso.

Según datos revelados por la ACI Medellín ha diseñado una serie de estímulos y beneficios tributarios para las empresas que desarrollen actividades creativas dentro de este distrito: Exención en el pago del impuesto predial, tarifa especial en los impuestos de avisos y tableros e industria y comercio. (Agencia de Cooperación e inversión de Medellín (ACI), 2018). Mediante normativas que establecen la obligación en cabeza del Gobierno

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín Nacional para visibilizar estos sectores objeto de la Economía Naranja y así apoyar su desarrollo, formular una política clara para esta industria, lo cual debe incluir tanto incentivos como acciones que fomenten este modelo de economía, brindar facilidades para la obtención de créditos y programas de cooperación técnica, además de, en coordinación con el SENA, realizar jornadas de capacitación para que los emprendedores cuenten con herramientas y conocimientos que les permitan profundizar sus conocimientos sobre las diversas áreas de interés. (Garzón Vargas, 2020)

Con la finalidad de ejecutar estas iniciativas, se recomienda que se constituya una sociedad mediante la cual se pueda desarrollar la iniciativa deseada, y se accedan a los diversos beneficios como lo son los programas de fomento y las fuentes de financiación.

Para este tipo de entidades es posible acceder al beneficio tributario de exención de renta por un periodo de 7 años, donde se ven cobijados por este beneficio las rentas que provienen del objeto social de las empresas de Economía Naranja.

Cabe resaltar que, para acceder a este beneficio todas las líneas de negocio de la empresa deben estar dedicadas a actividades de Economía Naranja, no basta con que solo una o algunas de ellas le apunten a esta industria.

Metodología

El presente es una Monografía, para el Programa de Administración de Empresas, teniendo el carácter de trabajo académico. El diseño de esta investigación es experimental cualitativo. Se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2004).

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Se cuenta como elementos soporte para el estudio, las estadísticas proporcionadas por la Cámara de Comercio de Medellín, Asociaciones de apoyo a las pymes del entretenimiento de Medellín, el ministerio de cultura, los estudios e investigaciones que realizan todas estas entidades que complementan y analizan.

Lo anterior demuestra también que el estudio es retrospectivo, pues se basa en lo que ya ha sucedido para ser analizado y determinar las características, auxilios, beneficios e impacto económico que representa la economía naranja para las pymes del entretenimiento en Medellín

El aporte de encuestas es de vital importancia, pues hacen parte de las fuentes primarias que aportan a la caracterización de los proyectos empresariales adscritos en la economía naranja, los beneficios, auxilio que reciben y el impacto económico que genera en el país

Adicionalmente a la literatura, los instrumentos que se utilizarán para la recolección de información se plantean como cuestionarios, clasificados para pymes del entretenimiento en Medellín que den cuenta de sus situaciones y experiencias particulares.

La aplicación de los cuestionarios está planteada para 50 pymes del entretenimiento, pues las condiciones actuales por la coyuntura derivada de la cuarentena y limitaciones por el COVID-19, implican reorganización de la recolección de datos.

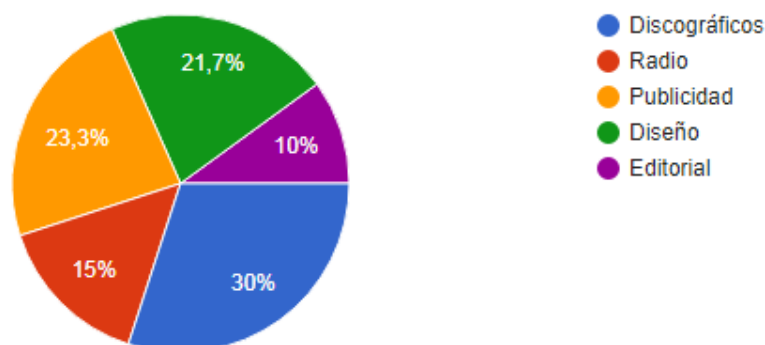
Para presentar los resultados de la presente investigación se hace uso de conclusiones, se evidencian tablas y figuras y se muestra el marco general en Medellín, hasta llegar al caso particular de algunas pymes del entretenimiento y como la economía naranja está inmersa en ellos.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Presentación y discusión de resultados

A continuación, se mostrarán los resultados que respectan a los tres objetivos específicos que corresponden a dicha investigación. Estas encuestas fueron realizadas a las empresas que responden al concepto de economía naranja, organizaciones como publicidad, actividades especializadas en diseño, radio, editoriales y discográficos.

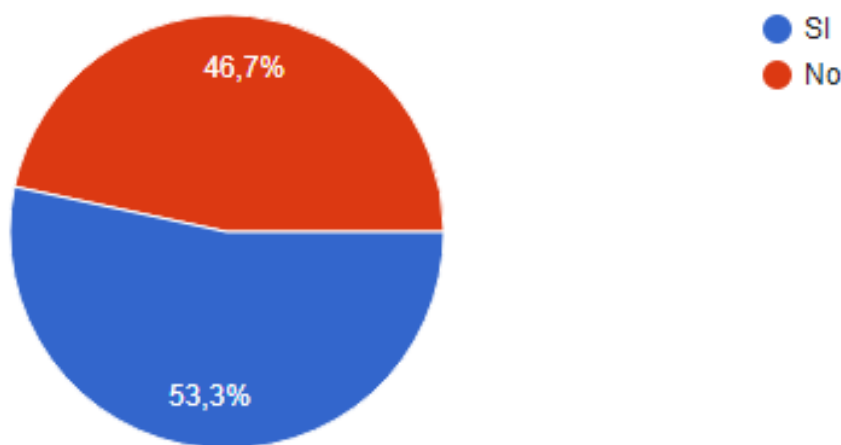
La economía creativa, abarca diferentes sectores que hoy en día son potenciales en la innovación, allí se habla del entretenimiento, prácticas y hábitos de consumo cultural, entre otras, las cuales en la actualidad son claves.



El sector discográfico hace una gran representación con respecto a los demás sectores encuestados, como se puede evidenciar en la imagen “” y eso se debe a la cantidad de artistas que hoy hacen parte del mercado y que acuden a estas no solo para que ejerzan sus labores de marketing y grabaciones si no para que los respalden en el cuidado de la propiedad intelectual a la hora de interpretar las obras. En la imagen podemos identificar que otro porcentaje importante en el sector es el de publicidad y el diseño, cabe resaltar que estos dos trabajan de la mano para poder llegar a un producto final y apoyar todos los sectores que hacen parte de las actividades económicas. Cabe resaltar que todas las

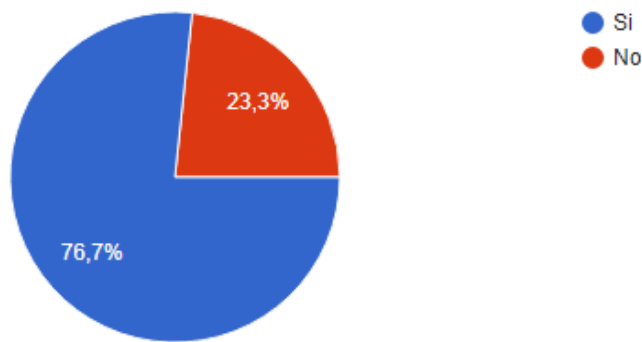
Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín actividades trabajan de manera encadenada necesitando una de la otra para poder tener éxito en el desarrollo de sus actividades.

Como respecta al primer objetivo específico “Caracterizar los proyectos empresariales adscritos en el proceso de economía naranja en cuanto a la proposición de negocios desde 2013 hasta el año 2020.” Inicialmente se indagó sobre el conocimiento de las empresas del sector del entretenimiento con respecto al objetivo de la economía naranja y el porque su empresa hace parte de esta ley o estrategia de lo cual podemos evidenciar como 32 de las 60 empresas encuestadas reconocen el objetivo de la estrategia y por qué su empresa hace parte de este, lo que representan un 53,3% de las empresas, lo que nos deja un 46,7% no se reconocen dentro de esta economía o no conocen su objetivo y por qué su empresa hace parte de la estrategia naranja, siendo una contradicción, ya que en el momento de describir su actividad desarrollan actividades que si hacen parte de dicha economía (ver imagen)

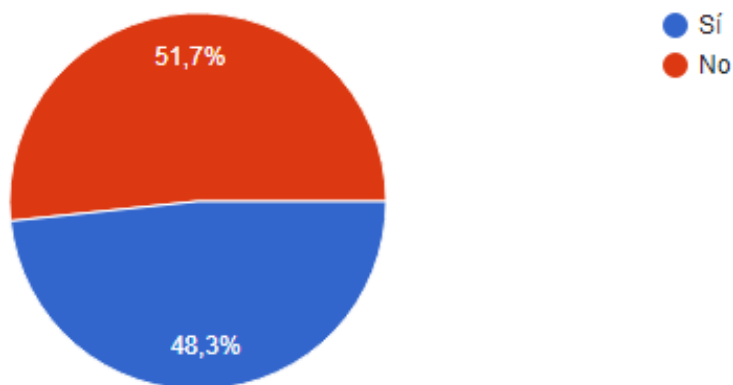


El 76,7% de las empresas confirman que los servicios que prestan se fundamentan en la economía naranja, es decir, 46 empresas de las cuales 14 de ellas respondieron que no

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín conocían el objetivo ni el porque su empresa hace parte de la estrategia, a pesar de ser más de la mitad de las empresas genera preocupación que las empresas que fundamentan en la propiedad intelectual desconozcan su existencia y sus políticas. (imagen)

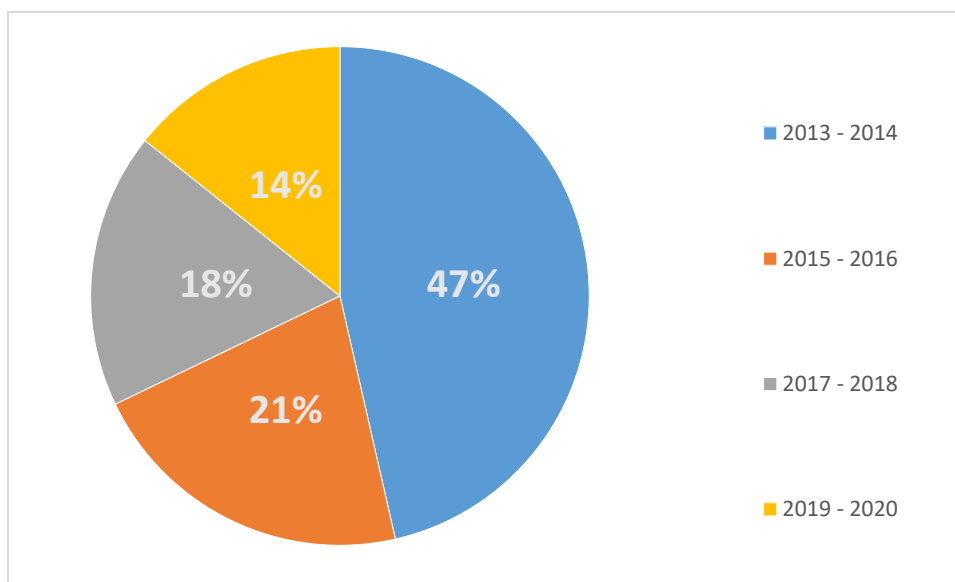


Se logró evidenciar como el porcentaje de empresas que tienen conocimiento del objetivo de la economía naranja y por qué su empresa hace parte de esta ley concuerda con las empresas que se encuentran registradas ante los entes gubernamentales, es decir, 29 de las 60 empresas encuestadas se encuentran registradas y que de las 31 empresas que conocen el objetivo tan solo 3 de ellas no se encuentran registradas antes los entes gubernamentales. (Imagen)



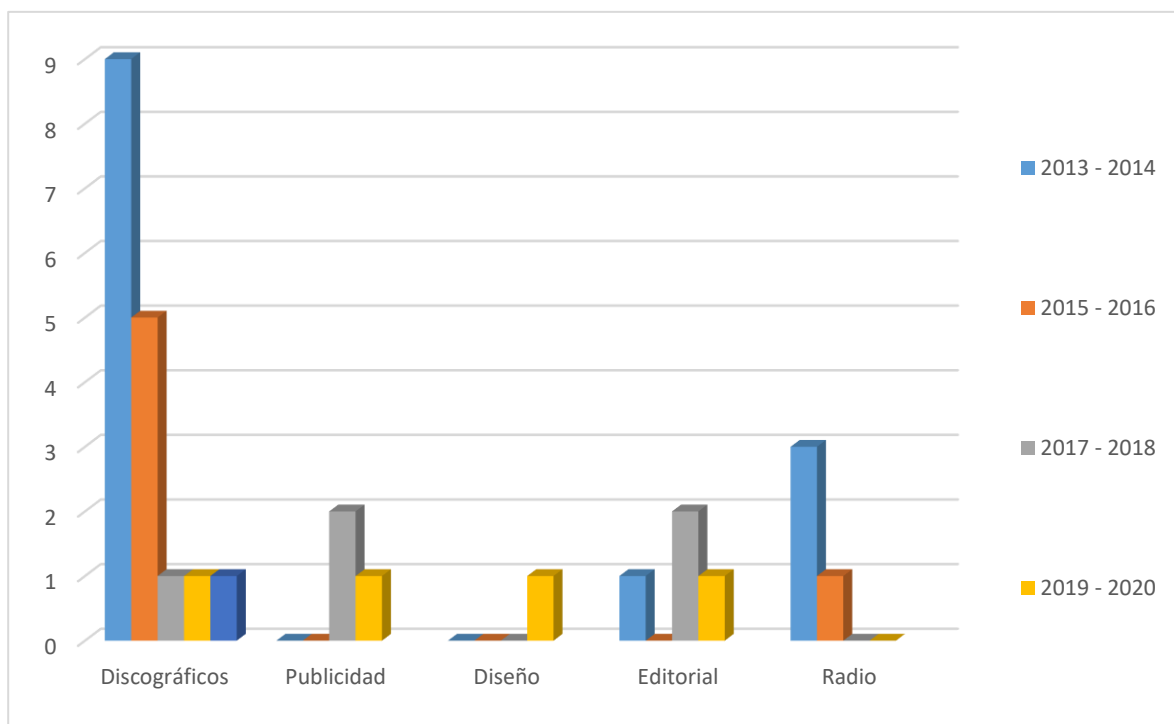
Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

De las 29 empresas que se encuentran adscritas a economía naranja, podemos identificar en la gráfica que de un 100%, el 47% de las empresas fueron inscritas cuando en Colombia recién se empezaba a hablar de economía naranja, es decir, 2013 – 2014 y que medida que avanzan los años el porcentaje va disminuyendo y las empresas dejan de registrarse o no se interesan en hacerlo.



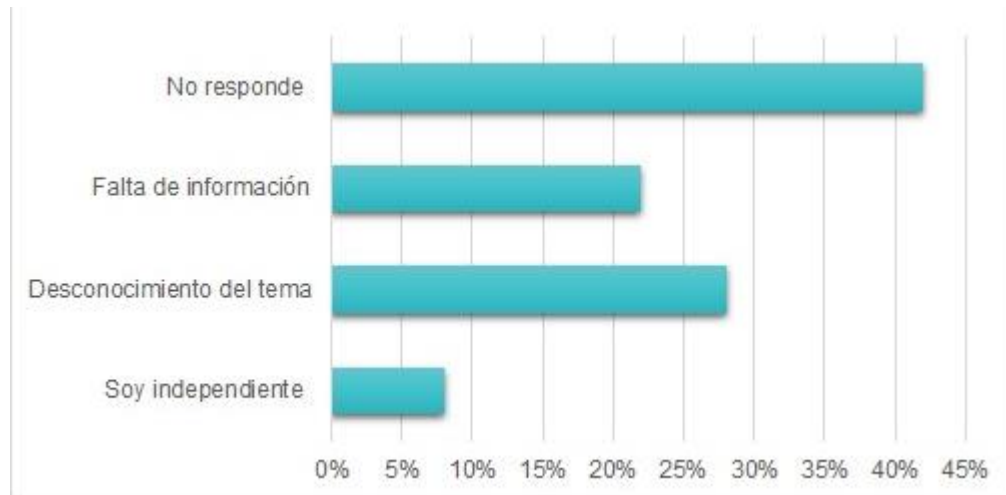
Para generar una respuesta concisa al primer objetivo mencionado, se puede evidenciar en la gráfica “”, que, de 60 empresas 29 de las empresas se encuentran adscritas, si lo llevamos a términos porcentuales diríamos que de un 100% el 47% están o podrían estar adscritas y que de este 47%, caracterizando los sectores y su año de adscripción se identifica que la industria discográfica seguido de la industrial radial y editorial son los que representa el mayor porcentaje de empresas en ser inscritos y en haberlo hecho de manera temprana, es decir, inscritas para el periodo 2013 – 2014, tiempo en que en Colombia empieza a hablar e implementar economía naranja. Para el resto de los periodos 2015 – 2016 el sector discográfico y radial sigue están con el mayor porcentaje de inscripciones,

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín para el período 2017-2018, el sector editorial y publicitario empieza a tomar el control de las adscripciones a la estrategia de economía naranja y por último vemos el período 2019 – 2020, en el que bajan drásticamente las adscripciones.



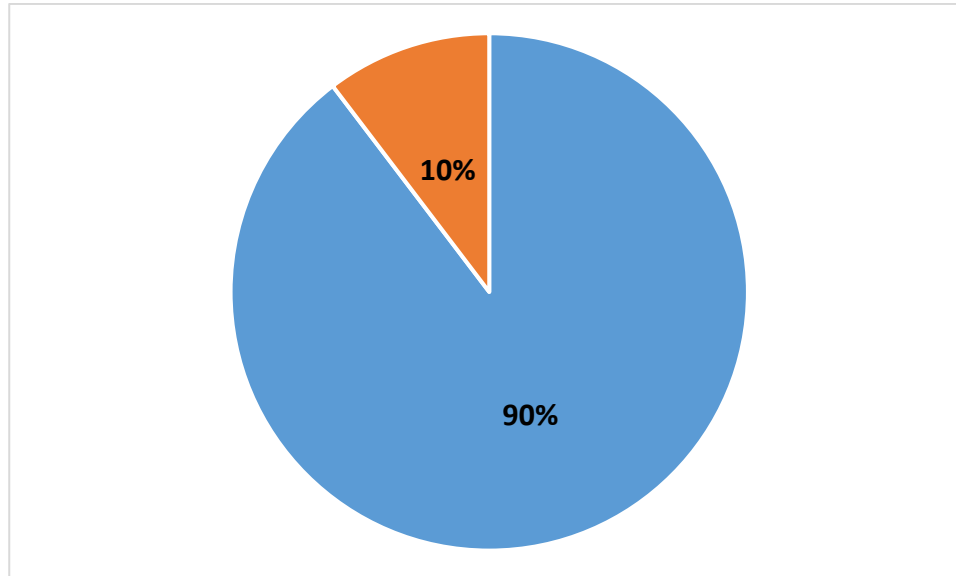
Del resultado anterior, quedaron 46 empresas que respondieron que su empresa responde al objetivo de economía naranja, 18 de éstas no están adscritas como economía naranja y encontramos que la mayoría no lo hace o no lo ha hecho por desconocimiento y falta de información con respecto a la economía naranja y lo que implica estar adscrito como esta.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín



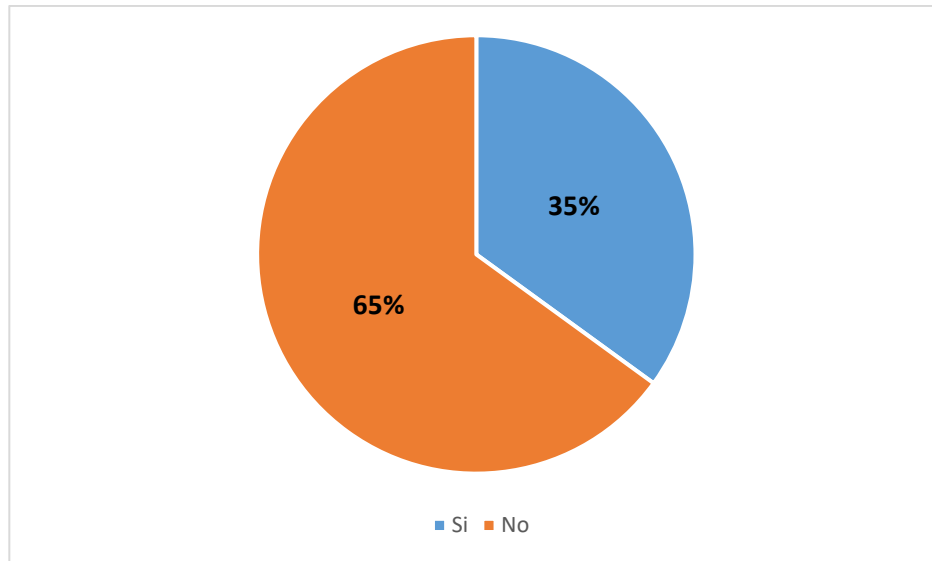
Respondiendo al segundo objetivo específico “Reconocer los auxilios y beneficios tributarios y financieros a los cuales tienen acceso las pymes del entretenimiento que utilizan la economía naranja.” Uno de los beneficios tributarios que más beneficia a las empresas es la exención del impuesto de renta, que para las economías naranjas adscritas tiene una duración de 7 años. Sin embargo, se puede identificar que, de las 29 empresas adscritas, 3 de ellas no gozan todavía de este beneficio, es decir, de un 100% el 90% de las empresas gozan del beneficio, permitiéndoles a las empresas recibir el monto total de su venta.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín



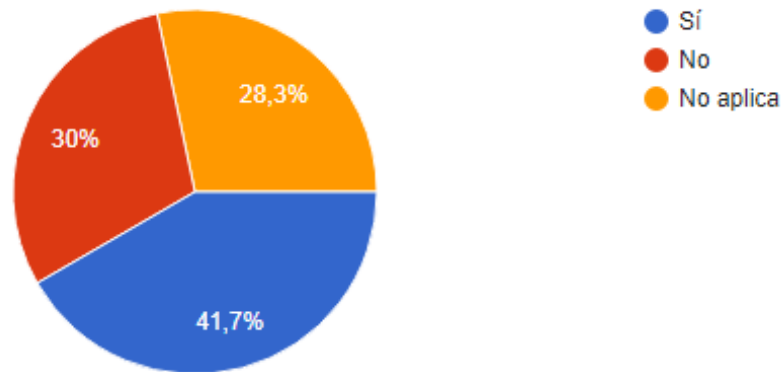
Las empresas que han participado en algunos de los programas de capacitación y financiación impulsados por el Ministerio de Cultura por estar adscritos a la economía naranja son el 35% de las empresas encuestadas, si nos remitimos a las adscritas, podemos identificar que solo 21 de éstas han participado y gozado de este beneficio que aportar a que las empresas puedan crecer en conocimiento y capital. Sin embargo, al ser un beneficio que puede ayudar a crecer las empresas en los dos aspectos ya mencionados y que es gratuito es muy poco aprovechado.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

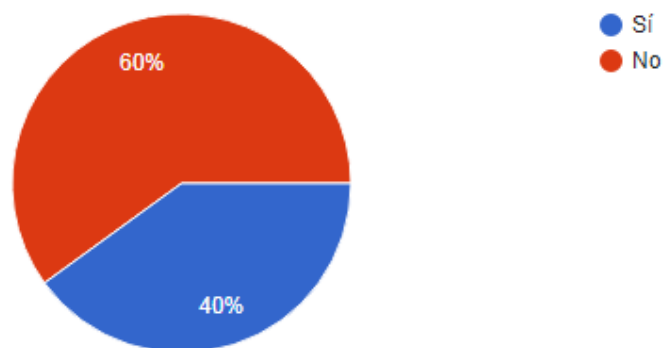


Cuando se menciona el beneficio de facilitación migratoria, promoción de agremiaciones dentro del sector, administración adecuada de las sociedades de gestión colectiva y el establecimiento de incentivos estratégicos sectoriales, entre otras acciones, se podría decir a simple vista que no es relevante, pero para estas empresas uno de los mayores gestores que protegen y velan la propiedad intelectual son las sociedades de gestión colectiva, así mismo como los incentivos y promociones, por esto, se puede evidenciar como de las empresas adscritas la mayor parte aprovecha este beneficio y se encarga de que este pueda fortalecer sus actividades económicas y a través de estos generar ingresos. De las empresas que respondieron que no y se encuentran adscritas que en total son 4, se podría deducir que se centraron en el tema de la facilitación migratoria, para la cual este gremio no hace un frecuente uso por los servicios y productos que ofrecen. (Imagen).

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

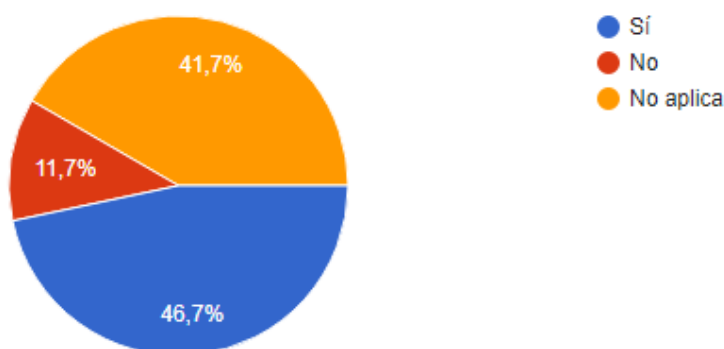


En el entretenimiento la importación y exportación no es tan común como en otras actividades económicas y esto se refleja en la respuesta de las empresas al uso del beneficio de la facilitación de los procesos de importación y exportación de bienes y servicios. En el cual vemos que las empresas que respondieron que, si hacía uso de este beneficio o les beneficiaba, no cumple con el porcentaje de empresas que se encuentran adscritas, vemos que hay un 8.3% menos del porcentaje de las empresas inscritas. (Imagen)



Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Las empresas que acceden a este beneficio confirman que las entidades territoriales han velado por que los permisos, autorizaciones y demás requerimientos necesarios a nivel local para el desarrollo de actividades creativas y culturales sean fácilmente previsibles, transparentes y expeditos, vemos como solo 1 de ellas respondió que las entidades territoriales no habían cumplido, sin embargo no dio razón ni específico en que incumplió, por lo que no se podría precisar con buena información esta respuesta.(Imagen)



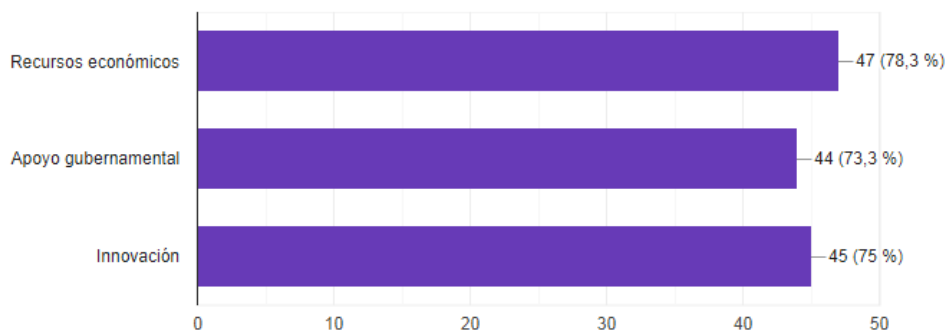
En respuesta al segundo objetivo específico se reconocen los auxilios y beneficios tributarios y financieros a los cuales tienen acceso las pymes del entretenimiento que utilizan la economía naranja y la utilización de estos por las empresas adscritas a esta estrategia, donde se pudo identificar que esta estrategia brinda grandes beneficios, no solo financieros si no también informativos los cuales permiten a las empresas crecer y potenciar las pymes del entretenimiento y que las demás empresas que no se encuentren aún adscritas puedan hacerlo y aprovechar los beneficios que ya sus colegas aprovechan.

Después de identificada las empresas adscritas, los beneficios tributarios y el uso que le han dado las empresas a éstas, finalizamos respondiendo a tercer objetivo específico “analizar el impacto económico de las estrategias implementadas bajo el modelo de

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín economía naranja en el aumento de ingresos, conformación de empresas y generación de empleo.”

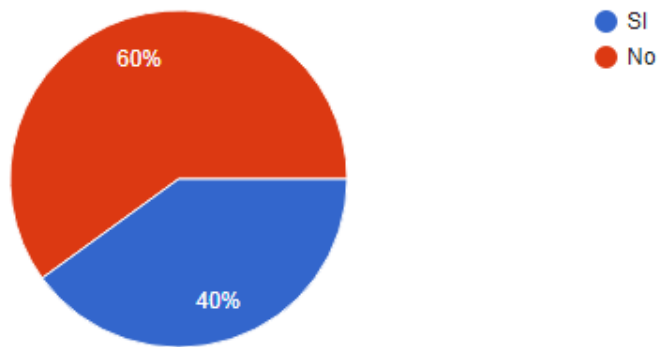
De las empresas del sector del entretenimiento se puede notar que a pesar de los recursos económicos que se les está brindando, las empresas creen que lo que más le hace falta a sectores culturales como el cine, teatro, escuelas culturales en Colombia, para ser vistos como potencia económica es precisamente, estos, los recursos económicos y la innovación y por último el apoyo gubernamental, las empresas consideran que lo que se ha estado impulsando a través de la estrategia de economía naranja no ha sido suficiente para que en Medellín y el país las pymes del entretenimiento sean vistas como potencia.

(Imagen)

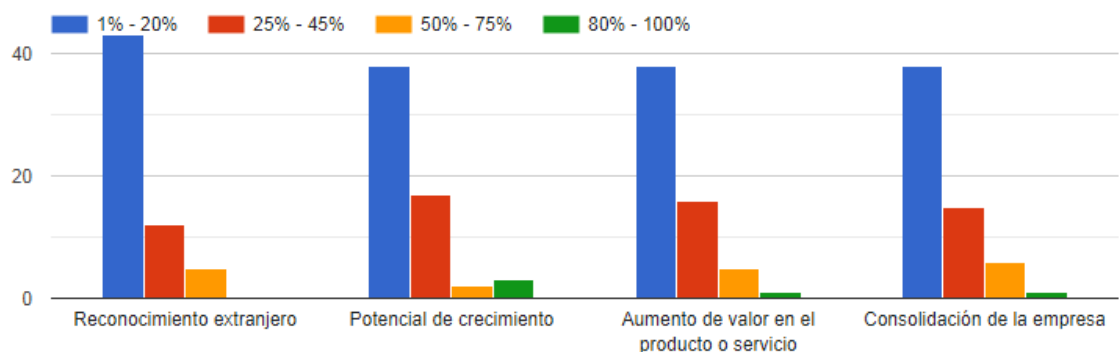


Las pymes del entretenimiento consideran que en Colombia y en Medellín no se genera la publicidad necesaria y no se impulsa satisfactoriamente la ley de economía naranja, esto se respalda el porque tantas pymes del entretenimiento desconocen la ley y los beneficios que otorgan. (Imagen)

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

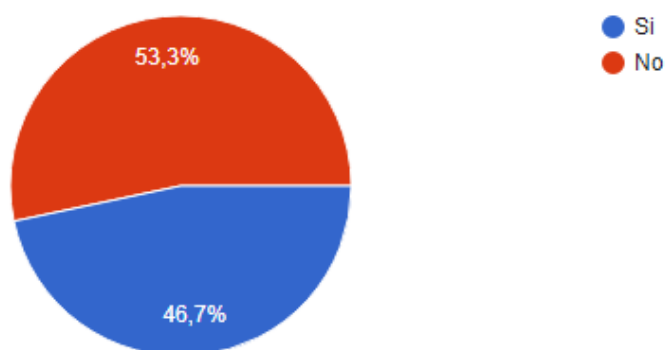


Basada en la publicidad y reconocimiento que actualmente está obteniendo la economía naranja, se puede considerar inicialmente que la publicidad tal y como se mencionaba anteriormente esta muy debajo de lo que debería ser para potenciar y que más empresas se unan a la política, de acuerdo con esto y con las respuestas de las pymes del entretenimiento, no se encuentra más que un pequeño porcentaje de beneficios adicionales como potencial de crecimiento de crecimiento y por debajo de este un aumento de valor en el producto o servicio y consolidación de la empresa, adicional en un porcentaje entre 50% a 75% se encuentra que ha generado un reconocimiento extranjero, un aumento de valor en el producto o servicio, consolidación de empresa y reconocimiento extranjero. (Imagen)



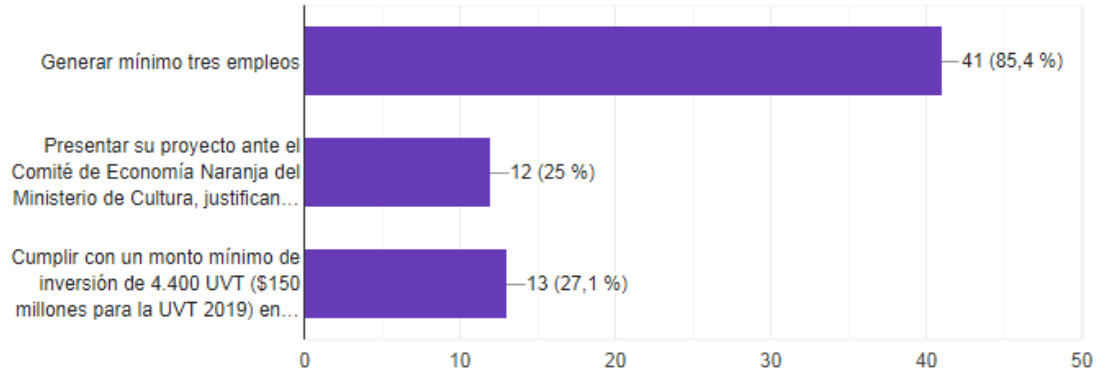
Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Las empresas que se adscriben a la política de economía naranja por estos beneficios tributarios deben cumplir también con unas obligaciones por recibirlos, esto con el fin de poner brindar un aporte a la economía y su crecimiento a través de estas. Para esto se puede evidenciar que el porcentaje que nos responde que cumple con estas obligaciones es de 46,7%, solo 1,6% por debajo de las empresas que están inscritas, queriendo decir esto que una de ellas no ha cumplido con las obligaciones.

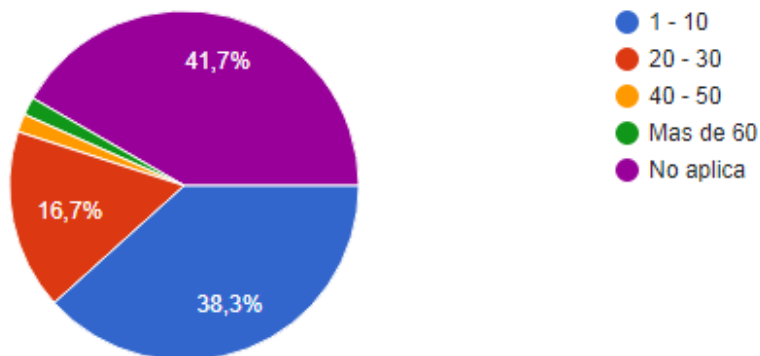


De las 3 obligaciones que las empresas deben cumplir, se evidencia en la gráfica como las empresas que han cumplido se han encargado de generar empleo y que permite identificar que las pymes del entretenimiento a través de la estrategia de economía naranja han tenido un impacto positivo en la economía, esto como una de las 3 obligaciones. Cuando analizamos las demás obligaciones podemos ver como el porcentaje es más bajo y similar una con otra, deduciendo que se debe a que son obligaciones a mediano y largo plazo y que requieren de un proceso más largo para cumplir.

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín



La generación de empleos dada por las obligaciones para las pymes del entretenimiento de la ciudad de Medellín se ve de una manera más positiva cuando se puede decir que de 29 empresas adscritas se generarían 470 oportunidades para los ciudadanos de la ciudad de Medellín.



Referencias

- CNN Español. (25 de Octubre de 2018). *¿Qué es la Economía Naranja que promueve el gobierno de Iván Duque en Colombia?* Obtenido de CNN:
<https://cnnespanol.cnn.com/2018/10/25/que-es-la-economia-naranja-que-promueve-el-gobierno-de-ivan-duque-en-colombia/>
- Adesca. (2016). *¿Qué es la economía naranja?* Obtenido de Adesca:
<https://adesca.org/que-es-la-economia-naranja/#:~:text=El%20Origen%3A%20El%20concepto%20de,Duque%20ambos%20consultores%20de%20dicha>
- Agencia de Cooperación e inversión de Medellín (ACI). (2018). *Medellín trabaja para dinamizar la economía naranja* . Obtenido de Agencia de Cooperación e inversión de Medellín (ACI): <https://www.acimedellin.org/medellin-trabaja-para-dinamizar-la-economia-naranja/>
- Arcos Vargas , A. (2008). *Industria Musical en Colombia: una aproximación desde los artistas, las disqueras, los medios de comunicación y las organizaciones* . *Trabajo de grado* .
- Buitrago, F., & Duque , I. (2013). *La economía Naranja, una oportunidad infinita* .
- Cámara de Comercio de Medellín. (2019). *Crece la pyme en la base empresarial en Antioquia*. Obtenido de Cámara de Comercio de Medellín:
<https://www.camaramedellin.com.co/articulos-y-noticias/noticias/crece-la-pyme-en-la-base-empresarial-en-antioquia>
- Canaval Palacios, J. (2008). *Manual de propiedad intelectual*.
- CE Noticias Financieras . (2019). *Economía Naranja, la apuesta fuerte de Colombia para el crecimiento económico*. *CE Noticias Financieras* .
- Confecámaras. (2020). *En 2019 aumentó 10,4% la creación de sociedades en Colombia*. *Confecámaras*.
- Contreras Sierras , R. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. *Pensamiento & Gestión*, 35.
- Cruz, A. (2019). *Economía Naranja*. Obtenido de Rankia:
<https://www.rankia.co/blog/mejores-opiniones-colombia/3940907-economia-naranja-definicion-ejemplos-cifras>

- Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín
DANE. (2019). *DANE*. Obtenido de DANE.
- DANE. (2020). *DANE*. *DANE*. Bogotá.
- Eggers, F. (2010). *Economía*. Argentina : Maipue.
- Entretenimiento, placer y ocio . (2014). *Entretenimiento, placer y ocio . Entretenimiento, placer y ocio*.
- Garay, S. (2017). *Economía naranja colombiana en tiempos modernos*. *Revista Ploutos*.
- Garzón Vargas, Á. (2020). *Beneficios economía naranja en Colombia*. Obtenido de Estudio Legal Hernandez - Abogados & asociados :
<https://www.estudiolegalhernandez.com/derecho-corporativo/beneficios-de-la-economia-naranja-en-colombia/>
- Gestion.org. (2019). *Gestion.org*. Obtenido de Gestion.org: <https://www.gestion.org/que-son-las-pymes/>
- Gomez, C. (2018). *LA ECONOMIA CREATIVA Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS: ¿UNA ALTERNATIVA POSTCAPITALISTA?* Obtenido de Universidad Federal de Minas Gerais: <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>
- Gonzalez Sierra , L., & Ruiz Quiroga , R. (2018). *ECONOMÍA NARANJA EN COLOMBIA - EL DESAFÍO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL. ARTICULO DE REVISIÓN - TRABAJO DE GRADO SEMINARIO DE PROFUNDIZACIÓN EN GERENCIA*. Bogotá, Colombia.
- Hawkins , J. (2002). *The Creative Economy How People make money from ideas*.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernandez, I., Ospina , L., Londoño Jose, & Tello, C. (2018). *Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la Ley*. *Encuentro internacional de investigadores en administración 2018*.
- Instituto Autor. (2017). *Instituto Autor*. Obtenido de Instituto Autor:
<http://www.institutoautor.org/es-ES/SitePages/corp-ayudaP2.aspx?i=277#:~:text=El%20reconocimiento%20del%20derecho%20individual,Francia%2C%20las%20dos%20naciones%20modernas.>
- Joachin Bolaños , C. V. (2017). *Concepto, técnicas y aplicaciones*. Obtenido de Unidad de apoyo para el aprendizaje:

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/166/mod_resource/content/1/la-creatividad/index.html

Lopez, J. (s.f.). *Beneficio*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/beneficio.html>

Mejia Mazuera, J. (1998). ENTRETENIMIENTO: UNA INDUSTRIA DE MILLONES. *El Tiempo*.

Mendoza , J. (21 de Octubre de 2018). La Economía Naranja, una apuesta por una Colombia creativa. *El Herald* .

Mincomercio. (2020). *Definición Tamaño Empresarial, Micro, Pequeña, Mediana o Grande*. Obtenido de Mincomercio: <http://www.mipymes.gov.co/temas-de-interes/definicion-tamano-empresarial-micro-pequena-median>

MinCultura. (2018). *MinCultura*. Obtenido de MinCultura.

MinCultura. (2020). *ABC, Economía Naranja*. Obtenido de MinCultura:

https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf

Montoya Restrepo , I., & Montoya Restrepo , L. (2005). VISITANDO A MINTZBERG: SU CONCEPTO DE ESTRATEGIA Y PRINCIPALES ESCUELAS. *REVISTA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS*.

Morales , M. (2018). Mincomercio define acciones inmediatas para reactivar la industrias . *El Tiempo*.

Moreno, A. (2014). La economía Naranja. *La economía Naranja*.

Newbiggin , J. (2010). *La economía creativa, una guía introductoria*. British Council .

O'kean, J. (2015). *Economía* . McGraw-Hill España.

Osorio Sanchez, J., & Noreña Arado, M. (2019). *LA ECONOMÍA NARANJA EN LAS AGENCIAS DE COMUNICACIÓN DE IBAGUÉ*. Ibagué .

Peña Rios, Y. A., & Forero Garzón, M. E. (2018). La era de la economía naranja. *Revistas Uniminuto* .

Perez Pino, A. (2010). *Economía General*. Obtenido de Economía General :

<https://elibro.net/es/ereader/uniminuto/36409?page=16>

Redacción Nacional. (2018). ¿Por qué el 70% de las empresas en Colombia fracasan en los primeros cinco años? *El Espectador* .

Beneficios por el uso de Economía Naranja en las pymes del entretenimiento de Medellín

Revista portafolio . (2015). La creatividad naranja. *Revista portafolio* .

Román, N. (2007). CAPITAL INTELECTUAL Generador de Éxito en las Empresas. *Visión Gerencial*, 67-79.

Rosas , M. (2012). *América Latina en Movimiento*. Obtenido de [https://www.alainet.org/es/active/52124#:~:text=El%20concepto%20de%20econom%C3%ADa%20creativa,hace%20tan%20s%C3%B3lo%20diez%20a%C3%B1os.&text=%5BAs%C3%AD%5D%20por%20%E2%80%9Ceconom%C3%ADa%20creativa,los%20productos%20creativos%20\(resultantes\).](https://www.alainet.org/es/active/52124#:~:text=El%20concepto%20de%20econom%C3%ADa%20creativa,hace%20tan%20s%C3%B3lo%20diez%20a%C3%B1os.&text=%5BAs%C3%AD%5D%20por%20%E2%80%9Ceconom%C3%ADa%20creativa,los%20productos%20creativos%20(resultantes).)

UNESCO . (s.f.). Programa de las naciones unidas para el desarrollo . *Informe sobre la economía creativa: Ampliar los cauces de desarrollo local* .

Vargas, K., & Prada, K. (2019). ECONOMÍA NARANJA COMO POTENCIALIZADOR DE INNOVACIÓN EN LOS PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO GENERADOS AL INTERIOR DEL PROGRAMA DE FINANZAS Y COMERCIO INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE DE BOGOTÁ. *ECONOMÍA NARANJA COMO POTENCIALIZADOR DE INNOVACIÓN EN LOS PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO GENERADOS AL INTERIOR DEL PROGRAMA DE FINANZAS Y COMERCIO INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE DE BOGOTÁ*. Bogotá.

Vega, A. (2014). *Artelista Blog*. Obtenido de Artelista Blog.