

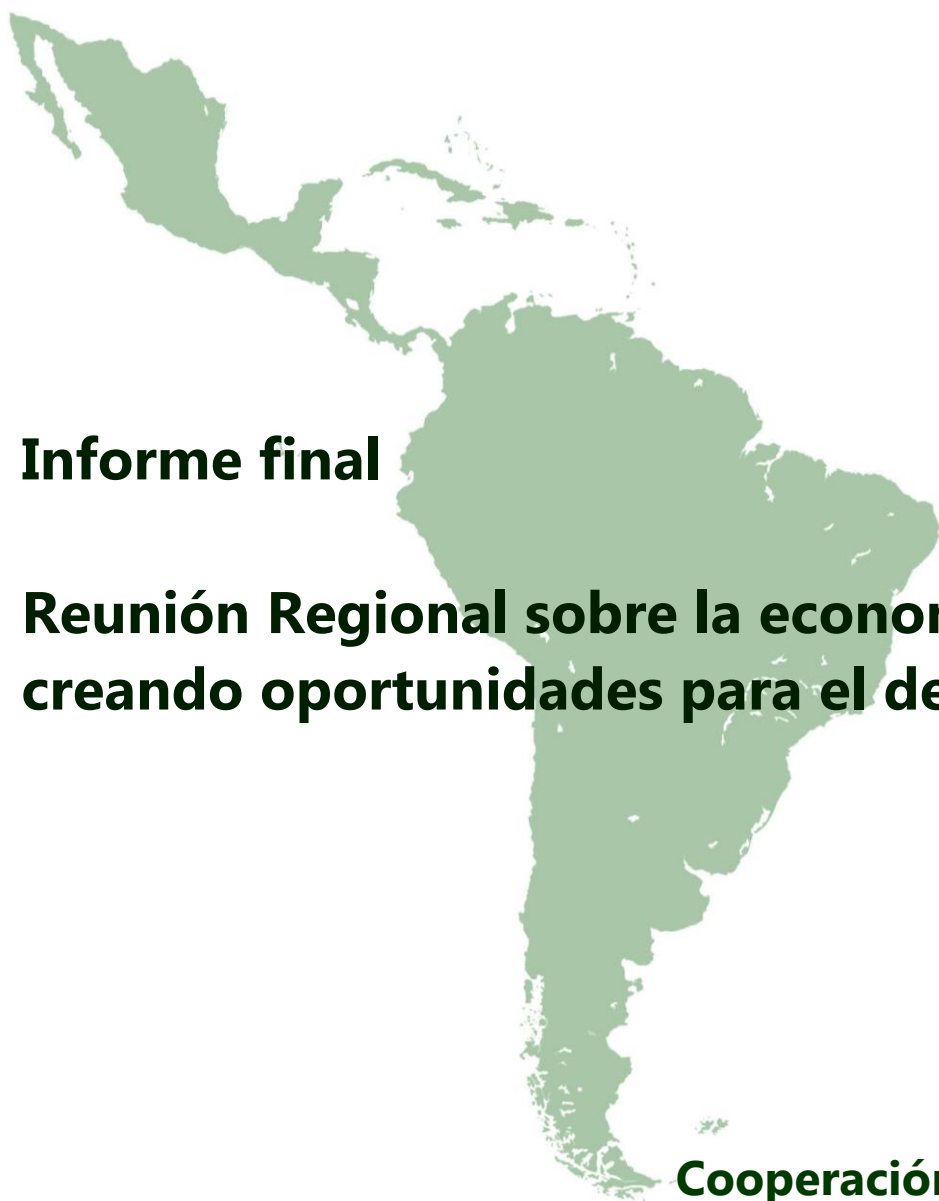


SISTEMA ECONÓMICO  
LATINOAMERICANO  
Y DEL CARIBE



El progreso  
es de todos

Mincomercio



## **Informe final**

# **Reunión Regional sobre la economía naranja: creando oportunidades para el desarrollo regional**

**Cooperación Económica y Técnica**

*Medellín, Colombia  
5 al 7 de agosto de 2019  
SP/RREN: CODR /IF N° 1-19*

Copyright © SELA, agosto de 2019. Todos los derechos reservados.  
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas, Venezuela.

---

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA ([sela@sela.org](mailto:sela@sela.org)). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.

**I. RELATORÍA**

1. La "Reunión Regional sobre la economía naranja: creando oportunidades para el desarrollo regional" organizada por la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), conjuntamente con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, la Alcaldía de Medellín y la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia se llevó a cabo durante los días 05 y 06 de agosto de 2019 en Medellín, Colombia.
2. La reunión tuvo como objetivos: Generar un espacio de discusión sobre los principales retos y oportunidades de la economía naranja en los países de América Latina y el Caribe; y, Promover el intercambio de prácticas exitosas regionales e internacionales en la implementación de acciones que fomenten el trabajo conjunto entre los sectores público y privado y la academia en beneficio de las "actividades naranjas".
3. Participaron representantes de los siguientes Estados Miembros del SELA: Argentina, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Adicionalmente, asistieron representantes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).
4. En la sesión inaugural hicieron uso de la palabra: la Sra. Lina Botero, Secretaria de Cultura de la Alcaldía de Medellín; el Sr. Carlos Arévalo, Director de Productividad y Competitividad del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia; y el Embajador Javier Paulinich, Secretario Permanente del SELA.
5. El evento inició con una sesión de trabajo orientada a conocer la composición de la economía naranja y evaluar su potencial para impulsar el desarrollo económico y social en la región. Sobre la base de esta perspectiva, se discutió la amplitud y heterogeneidad de las actividades inmersas en este sector productivo. Por un lado, se identificaron las industrias culturales donde destacan las artes visuales, escénicas y las artesanías; y por el otro, las industrias creativas compuestas por las artes gráficas, los videojuegos, el desarrollo de software y la publicidad.
6. De acuerdo con cifras del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en 2015 la economía naranja generó ingresos por más de US\$ 124 mil millones, generó 1,9 millones de empleos. Este acelerado crecimiento ha estado fuertemente asociado a la expansión del acceso a los servicios de internet y al surgimiento de las nuevas tecnologías que facilitan la generación, consumo y transmisión de estos bienes y servicios.
7. Dentro de las regularidades empíricas de las industrias culturales y creativas se destaca la concentración de la oferta en localidades con poder financiero y gran capacidad para atraer inversiones y una demanda liderada por la población joven con un uso intensivo de las plataformas digitales y positivamente relacionada con el nivel educativo del usuario.

## 4

8. Por su parte, en la segunda sesión de trabajo se analizaron las principales características de los emprendimientos naranja en América Latina y el Caribe, describiendo el entorno en el cual se desenvuelven y los principales desafíos que enfrentan para desarrollarse.
9. En cuanto al perfil de los emprendedores en este sector productivo, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) destaca que 90% cuenta con estudios universitarios, la edad promedio es de 35 años, 61% son de sexo masculino, 77% se auto percibe como persona de negocios y 49% tiene habilidades para hablar el idioma inglés.
10. Con relación a los negocios y su ambiente operativo, se revela que 87% de los emprendimientos culturales y creativos son microempresas con un promedio de vida de 2,4 años, 47% tiene como centro de operaciones los hogares de los propietarios y su fuente principal de financiamiento son recursos propios o de alguien cercano.
11. Dentro de los principales determinantes de la corta vida de los emprendimientos en este sector se destacan: a) Problemas financieros y de planeación estratégica; b) problemas con el mercado meta; c) falta de capacitación; d) la piratería.
12. En el marco de estos desafíos, las políticas públicas deben orientarse a generar un ecosistema integral de apoyo a las pequeñas empresas con un enfoque estratégico. En cuanto a las medidas para mejorar el entorno, se deben reducir los tiempos de apertura de los negocios, facilitar el pago de los impuestos, simplificar la realización de trámites y la obtención de licencias. En las medidas de apoyo general, se deben impulsar la digitalización y la provisión de servicios de desarrollo empresarial para optimizar la gestión y la planeación.
13. Como parte de las estrategias regionales en esta área, se destaca el enfoque “siete i” del gobierno colombiano que incorpora las siguientes áreas de política: información, instituciones, infraestructura, industria, integración, inclusión e inspiración. De forma complementaria, para el caso paraguayo la política sigue cinco ejes fundamentales: a) desarrollo y adecuación de políticas; b) desarrollo de instrumentos financieros; c) formación académica y capacitación técnica; d) internacionalización y comercialización; y e) desarrollo de un *hub* creativo.
14. Seguidamente, en la tercera sesión los participantes reflexionaron sobre la importancia del enfoque territorial para lograr el éxito de las políticas en las industrias culturales y creativas, resaltando que por naturaleza esta clase de actividades se encuentran ancladas a un espacio geográfico específico.
15. En términos generales, para fomentar una territorialización efectiva de las políticas se propusieron los siguientes lineamientos: a) Promover mecanismos de comunicación territorial que permitan hacer más efectivos los mandatos nacionales y más participativo el diseño de la política a nivel departamental; b) Estimular la autoestima y la identidad territorial; c) rescatar y proteger las tradiciones y el patrimonio; d) formar al público para que demande y disfrute bienes y servicios locales; e) educar a la población para generar una oferta de valor creativa y que realce los valores culturales.

16. Sobre la base de este enfoque territorial se destaca el esfuerzo de la institucionalidad de Medellín, cuyas acciones siguen fundamentalmente siete líneas estratégicas: a) promover el fortalecimiento institucional; b) impulsar el fortalecimiento de los sistemas de conocimiento; c) fomentar la asociatividad; d) incentivar la formación y la formalización; e) facilitar el acceso, la creación y la consolidación de los mercados; f) promover la internacionalización; y g) implementar estrategias de comunicación.
17. En la misma medida, en el caso de las autoridades de Cali, las acciones tienen como destino cuatro áreas temáticas: a) impulso de la gobernanza a través de la articulación institucional; b) desarrollo de los sistemas de incubación y aceleración empresarial; c) fomento de los servicios de apoyo al emprendimiento y a la creatividad; y d) fortalecimiento de las plataformas de circulación local e internacional de los bienes y servicios culturales.
18. En la cuarta sesión, los panelistas disertaron sobre la importancia de la formación y capacitación para el desarrollo del talento creativo, enfocándose en identificar las brechas que existen en las capacidades y en el diseño de cualificaciones; en la promoción de la transferencia de conocimiento a los emprendedores creativos; en establecer marcos formativos para el desarrollo de competencias creativas desde la infancia y juventud.
19. En este aspecto, los procesos generadores de innovación se incuban con mayor éxito en la medida en que se fortalezca el vínculo entre el Estado, las universidades, institutos y centros de investigación, y las empresas, teniendo a la sociedad como veedora del cambio social. Estos procesos de innovación social implican cambios en políticas públicas, cambios en la percepción del público, acciones en favor de la materialización de ideas innovadoras y transformadoras, hallazgos como resultado de la investigación y la transformación tecnológica.
20. De igual manera, se resaltó la importancia y la necesidad de fortalecer la gobernanza en esta materia, sustentada en la institucionalidad vigente como la Convención sobre protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales (UNESCO, 2005) y la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Quedó asentando en esta sesión que debe considerarse dentro de las políticas nacionales un abordaje integral y transversal de la creatividad y la cultura, que supere la visión tradicional en la búsqueda de una mayor articulación entre la cultura y la educación.
21. En la quinta sesión del evento, se discutieron los desafíos que enfrentan las industrias culturales y creativas de los países de América Latina y el Caribe para insertarse en los mercados internacionales. En este sentido, para aprovechar las oportunidades globales la región debe fortalecer su institucionalidad a través de una mayor articulación, coordinación entre actores públicos, privados y la academia; crear instrumentos legales que prioricen el desarrollo de este sector productivo; y, con énfasis, incorporar las actividades de la economía naranja en los programas de transformación productiva, promoción de las inversiones y diversificación de las exportaciones.
22. En el marco de las acciones para facilitar la internacionalización de la economía naranja, destacan las ferias y misiones comerciales, asesorías y capacitaciones para emprendedores,

## 6

estudios de oportunidades en mercados globales y la simplificación de procedimientos aduaneros para esta clase de bienes y servicios. Asimismo, los países pueden maximizar el aprovechamiento de los beneficios de la integración regional con una participación más activa en iniciativas como el Mercado de Industrias Creativas del Sur (MicSur) o la creación de plataformas nacionales como el Mercado de Industrias Creativas de Argentina (MicA), el Mercado de Industrias Creativas del Uruguay (MicUY) y el Mercado de Industrias Creativas de Brasil (MicBR).

23. En la sexta sesión se abordó el financiamiento en los proyectos naranja, cuyo propósito fue indagar sobre los mecanismos e instrumentos que faciliten el acceso al financiamiento de los proyectos o negocios enmarcados en esta vertiente económica, el rol de la banca privada, los fondos de inversión y el relevamiento de buenas prácticas en la materia.
24. En este sentido, se destaca la importancia de invertir en infraestructura y planeamiento teniendo presente la renovación urbana combinada con las industrias creativas, y modernizar los espacios para maximizar su uso y calidad. En este sentido, el BID ejecuta una cartera de inversión en Latinoamérica a través de la cual apoya planes nacionales con esta visión.
25. Para el caso colombiano, las industrias creativas y culturales constituyen uno de los sectores prioritarios de su plan de desarrollo para dinamizar la economía con el soporte de una legislatura especial. De tal manera que, bajo ese paraguas normativo, el sector bancario ha mostrado mayor disposición y proactividad en diseñar instrumentos de financiamiento adecuados y proveer asistencia técnica para modelos de negocios innovadores asociados al esquema empresarial creativo.
26. La séptima sesión estuvo enfocada en la presentación de experiencias exitosas de emprendimientos y negocios enmarcados dentro de la economía naranja. Es así como se dieron cita representantes de *Spot* (El Salvador), proyecto que desarrolla, en el ambiente de la inteligencia artificial, un producto dirigido a analizar los perfiles de clientes por medio de imágenes de video; *Tawa* (Perú) dedicada a la elaboración de contenido artístico – literario; *City Wallet* (Venezuela) que desarrolló un novedoso sistema de pagos de estacionamientos de automóviles; *Artesanías de Colombia*, que lleva a cabo la labor de promover y comercializar el desarrollo de la artesanía nacional como una marca de identidad cultural colombiana y; *Circularart* (Colombia) que es una plataforma profesional de la industria de la música que construye cadenas de valor en el sector.
27. Las presentaciones del evento pueden consultarse en: <http://www.sela.org/es/eventos/2019/08/economia-naranja/agenda/>
28. Las fotografías del evento pueden ser vistas en: <http://www.sela.org/es/eventos/2019/08/economia-naranja/fotos/>
29. La lista de participantes puede ser consultada en: <http://www.sela.org/es/eventos/2019/08/economia-naranja/participantes/>

## II. CONCLUSIONES

- Las industrias culturales y creativas constituyen actividades con gran potencial para impulsar el crecimiento en los países de la región. Sus fuertes encadenamientos con el comercio, el turismo y los servicios tecnológicos posicionan a la economía naranja como un sector estratégico para la generación de empleo y valor agregado.
- Frente a la alta concentración de las exportaciones y el declive del modelo rentista de crecimiento de los países de América Latina y el Caribe, la economía naranja crea grandes oportunidades para favorecer las estrategias de diversificación económica y contener los efectos adversos de las fluctuaciones de la economía mundial.
- Las industrias culturales y creativas son importantes herramientas de transformación social a través de la formación y el fortalecimiento de la identidad cultural. Con el impulso de estas actividades ha sido posible combatir flagelos enquistados en nuestras sociedades, permitiendo canalizar el esfuerzo innovador y creativo hacia labores productivas.
- No obstante, para capitalizar los beneficios y las potencialidades de la economía naranja es importante avanzar en diferentes ámbitos de políticas públicas. Inicialmente, es prioritario crear las condiciones para favorecer el emprendimiento reduciendo las trabas de registro y costos de formalización. Asimismo, la actividad empresarial requiere del acompañamiento en la formulación de modelos de negocios, estrategias de mercadeo, orientación para el cumplimiento de las normas jurídicas y oportunidades de acceso a los mercados internacionales.
- Un área que requiere atención especial son las oportunidades de acceso al financiamiento para los empresarios culturales y creativos. En vista de que, en su mayoría, sus ideas de negocio se materializan en activos intangibles, el cumplimiento de los requisitos exigidos para el acceso a instrumentos financieros tradicionales es casi imposible. Ante ello, los empresarios emplean recursos propios o de un tercero muy cercano, y termina esto siendo un factor determinante de su fracaso. La innovación financiera, la creación de fondos de garantías y los incentivos fiscales son alternativas para superar estos inconvenientes.
- De tal manera que se debe considerar como elemento de primer orden en materia de políticas públicas, la generación de condiciones y mecanismos necesarios para la promoción y sostenibilidad del ecosistema empresarial naranja.
- La economía naranja requiere de una visión estratégica nacional que se encuentre articulada con la institucionalidad local, en aras de promover el desarrollo de emprendimientos creativos y culturales como un elemento generador de riqueza.