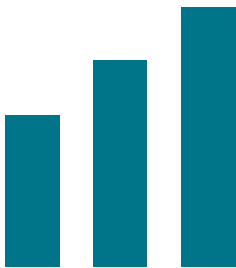


ECONOMÍA NARANJA: Valor y riqueza, empleos e impacto social

DOI del artículo: 10.36631/ECO.2022.26.02

Revisión de tema



PhD Candidate Jorge Alexander Pérez Monroy

Universidad de San Carlos de Guatemala

correo: alexblackmore@gmail.com

fecha de recepción: 28/5/2021

fecha de aceptación: 10/5/2022

Resumen

El color naranja considerado sagrado y distintivo de la realeza en muchas culturas del mundo, también posee una fuerte conexión con la expresión emocional del ser humano y actualmente es un color que se asocia a lo creativo y la cultura. La economía que es el estudio del manejo de los recursos, que son escasos para el beneficio de la humanidad al producir servicios y productos, ha incorporado la creatividad del capital humano como un factor de crecimiento económico.

La economía naranja, economía creativa o economía cultural, es el conjunto de actividades creativas que utilizan como medio de expresión el arte, la cultura y la innovación y consiguen producir crecimiento económico, generación de empleo e impacto social a través del ejercicio de sus operaciones comerciales.

Las actividades que pertenecen al mundo naranja se caracterizan por tener un alto grado de componente artístico en comparación con otras economías. La creatividad constituye un elemento esencial que, aunado con los bienes y servicios convencionales, brindan paso a la aparición de nuevos productos conocidos como «bienes y servicios creativos», que además de la creatividad poseen un contenido artístico y cultural.

Las industrias que tienen como fin primordial la cultura, creatividad y arte generan USD 2 250 millones al año, la cultura ha tenido un repunte durante los últimos años, teniendo como participantes a adultos con 21 años en promedio, perteneciendo a este sector más de 30 millones de colaboradores en el mundo (Unesco, 2021).

La economía creativa engloba un conjunto de sectores que se dedican a la producción de actividades que generan valor cultural y económico; es decir, que dichas actividades tienen la capacidad de ser un instrumento de intercambio, generando valor en el proceso, satisfacen una necesidad y proporcionan en gran cuantía un valor cultural y expresivo. La economía naranja constituye una importante estrategia de negocio con un crecimiento sostenible acelerado, caracterizado principalmente por el dinamismo y la innovación que lo hace ser diferente a los demás sectores económicos. México y Brasil lideran en el sector creativo y cultural de Latinoamérica debido a que poseen vastos mercados en la región (Cepal, 2020).

La economía naranja se fundamenta en tres conceptos esenciales como lo son: la creatividad, el arte y la cultura; constituyendo estos la materia prima sobre la cual se desarrolla, sin olvidar los derechos de autor y conexos que se suman a la cadena de valor dentro de un ambiente creativo (BID, 2014).

La economía naranja toma importancia al ser una fuente de soporte al resto de las economías que se encuentran en los países emergentes, en el sendero que conduce a una mayor productividad y generación de valor, utilizando para ello herramientas de: diversificación, actualización de tecnología, innovación, investigación y desarrollo; también ser una fuente de procreación de empleos atractivos y de calidad con agradable ambiente laboral y que coadyuven a la creación de nuevas empresas, que tengan como objetivo principal incentivar la cultura, la creatividad y el arte e impulsen una mejora en el bienestar de los participantes.

La región centroamericana ha visto un crecimiento económico en sus países a través de las actividades de la economía naranja y han sido capaces de exportar servicios por 69.56 millones de dólares en el 2019, generando en ese mismo año la cantidad de 192 500 nuevos empleos. En Guatemala, la economía naranja produjo en el 2019, un monto de 886 millones de dólares y 33 761 empleos, contribuyendo en 0.65 % al producto interno bruto (PIB) de la nación. Para el 2020, los empleos directos fueron 50 637, con una facturación de 808 millones de dólares (año afectado por el covid-19) y durante los tres primeros trimestres del 2021, la economía creativa ha contribuido al PIB nacional en un 0.62 % con una facturación de 714 millones de dólares.

Sin lugar a duda, la economía naranja posee la fortaleza para aportar al PIB de los países del mundo, contribuir a una mejor calidad de vida, haciendo personas felices que podrán tener capacidad de pago y con empleos dignos y rentables. La expresión y la alegría contribuirán a la creación de sociedades más sanas donde se quiere vivir y vale la pena vivir debido a que las ideas, la cultura y la creatividad son aceptadas como motores de crecimiento económico y desarrollo sostenible.

Palabras clave: creatividad, talento, intelecto, arte, cultura, propiedad intelectual, economía, economía naranja, manufactura creativa, crecimiento sostenible, cadena de valor creativa, derechos de autor

Abstract

The orange color considered sacred and distinctive of royalty in many cultures around the world, also has a strong connection with the emotional expression of the human being and is currently a color that is associated with creativity and culture. The economy, which is the study of the management of scarce resources for the benefit of humanity by producing services and products, has incorporated the creativity of human capital as a factor of economic growth.

The orange economy, creative economy or cultural economy, is the set of creative activities that use art, culture and innovation as a means of expression and manage to produce economic growth, job creation and social impact through the exercise of their commercial operations. The activities that belong to the orange world are characterized by having a high degree of artistic component compared to other economies. Creativity is an essential element that, together with conventional goods and services, gives way to the appearance of new products known as "creative goods and services", which in addition to creativity have an artistic and cultural content.

Industries whose primary purpose is culture, creativity and art generate US\$2,250 million a year, culture has had a rebound in recent years, with adults aged 21 on average as participants, belonging to this sector more than 30 million of collaborators in the world. (UNESCO, 2021)

The creative economy encompasses a set of sectors dedicated to the production of activities that generate cultural and economic value. In other words, these activities have the capacity to be an instrument of exchange, generating value in the process, satisfying a need and providing a great deal of cultural and expressive value. The orange economy constitutes an important business strategy with accelerated sustainable growth characterized mainly by dynamism and innovation that makes it different from other economic sectors. Mexico and Brazil lead in the creative and cultural sector in Latin America because they have vast markets in the region. (ECLAC, 2020)

The orange economy is based on three essential concepts such as: creativity, art and culture, these constituting the raw material on which it is developed, without forgetting the copyright and related rights that are added to the value chain within of a creative environment. (IDB, 2014)

The orange economy becomes important as it is a source of support for the rest of the economies that are in the emerging countries of the world on the path that leads to greater productivity and value generation, using tools for diversification, technology updating, innovation, Investigation and development; also to be a source of procreation of attractive and quality jobs with a pleasant work environment and that contribute to the creation of new companies whose main objective is to encourage culture, creativity and art and promote an improvement in the well-being of the participants.

The Central American region has seen economic growth in its countries through the activities of the orange economy and they have been able to export services for 69.56 million dollars in 2019, generating in that same year the amount of 192,500 new jobs. In Guatemala, the orange economy produced in 2019, an amount of 886 million dollars and 33,761 jobs, contributing 0.65% to the Gross Domestic Product of the nation. For 2020, direct jobs were 50,637, with a turnover of 808 million dollars (year affected by COVID19) and during the first three quarters of 2021, the creative economy has contributed to the national GDP by 0.62% with a turnover of 714 million dollars.

Without a doubt, the orange economy has the strength to contribute to the GDP of the countries of the world, contribute to a better quality of life, making people happy who will be able to pay and with decent and profitable jobs. Expression and joy will contribute to the creation of healthier societies where people want to live and are worth living because ideas, culture and creativity are accepted as engines of economic growth and sustainable development.

Keywords: *creativity, talent, intellect, art, culture, intellectual property, economy, orange economy, creative manufacturing, sustainable growth, creative value chain, copyright*

Introducción

El color anaranjado o naranja está relacionado con la cultura debido a que algunas de ellas consideran dicho color como sagrado y otras lo consideran como insignia de la realeza. Lo cierto es que es un color que da la sensación de ser atrevido y también emprendedor. Algunos expertos relacionan el color naranja para connotar que hay peligro, pero también manifiesta una sensación emotiva. Por su característica emotiva, el color naranja ha estado históricamente relacionado con la creación, el arte, el diseño y la cultura.

La economía que estudia la relación del ser humano con los recursos que resultan ser escasos, ahora vincula al ser humano con lo creativo, lo artístico y cultural; de tal forma que de lo cultural asociado al color naranja es que nace el concepto denominado «economía naranja».

Las actividades creativas y culturales han sido objeto de estudio durante la última década y se les ha atribuido un gran potencial como motores de crecimiento económico y sostenible por una diversidad de organismos internacionales. El crecimiento sostenible se genera en tres grandes campos: económico, social y ambiental.

La economía naranja, conocida también como economía creativa, engloba todas aquellas actividades que tienen un fuerte contenido creativo, artístico y cultural, principalmente. Lo creativo lleva implícito una dependencia de la propiedad intelectual. La creatividad, arte, talento y habilidad individual poseen un fuerte potencial para crear riqueza mediante el aprovechamiento de la propiedad intelectual. Más allá de crear riqueza, el sector creativo genera empleos y es un factor determinante que mejora el bienestar de los involucrados, especialmente aquellos que se encuentran en países emergentes.

La economía creativa en su conjunto se puede definir como una en la que las empresas promueven la creatividad, la convergencia del conocimiento y la tecnología científica avanzada, dependiendo del aprendizaje coordinado para crear nuevos mercados y empleos, generando riqueza e impacto social con el giro de su negocio.

La creatividad y la cultura han tomado auge recientemente y la Asamblea General de las Naciones Unidas declaró al 2021 como el Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible, quizá para menguar algunas situaciones no tan favorables derivadas del covid-19. Así también, el 21 de abril de cada año será el espacio en el calendario para celebrar la innovación y la creatividad que busca resaltar el intelecto creativo del hombre (ONU, 2021).

La economía creativa, conocida también como la «economía naranja», incluye actividades creativas, innovación y desarrollo, construcción, software, televisión y radio, diseño, música, cine, juegos, publicidad, arquitectura y las artes (BID, 2014).

La economía naranja que incorpora actividades creativas y culturales ha abierto una serie de investigaciones que tienen como objetivo definir el comportamiento de las empresas culturales y como producen riqueza. La mayoría de los países del mundo han incorporado políticas que incentiven al sector creativo y sus participantes con el objeto de lograr crecimiento económico, generar nuevas fuentes de empleo y promover su patrimonio cultural, son los países emergentes los más interesados en lograr un dinamismo económico doméstico.

La creatividad es la industria del mañana. Con la producción de servicios y artículos creativos China ha llegado al primer lugar, logrando variaciones positivas en sus exportaciones del 7 % durante 13 años aproximadamente. En lo que respecta al mercado global, la economía creativa ha pasado de inyectar al comercio global 208 millones de dólares de bienes creativos en el 2002 a inyectar 509 millones en el 2015, teniendo un aumento del 145 %.

Es del conocimiento de todos que el malestar mundial conocido como covid-19 ha pausado el desarrollo económico de la economía mundial y la economía naranja no es la excepción. Algunas actividades creativas y culturales no pudieron continuar con su proceso, pero también han surgido otras actividades que tienen como aliados: la tecnología, las telecomunicaciones y el internet, que han abierto nuevos mercados e incorporado nuevos clientes por muy lejos que se encuentren sus hogares.

Latinoamérica y el Caribe se vieron beneficiados en el 2015 con la incorporación de 1.9 millones de nuevos empleos a través de la economía naranja. En el 2019 se crearon 192 500 nuevos empleos en Centroamérica (incluyendo Belice y Panamá) y la región central exportó servicios creativos por la cantidad de 69.56 millones de dólares. Guatemala facturó por servicios naranja 808 millones de dólares y creó 50 637 empleos directos en el 2020 y al cierre del tercer trimestre del 2021, ha facturado 714 millones de dólares por servicios naranja, contribuyendo con 0.62 % del producto interno bruto (PIB).

En un futuro cercano, la aportación que brindará la economía naranja o creativa al PIB de los países será significativa al igual que la de otros sectores económicos. La economía naranja crece a pasos agigantados, incluso más veloz que la economía en general y es un motor de crecimiento económico sostenible que produce nuevos puestos de trabajo e impacto social.

Metodología

La investigación posee un alcance descriptivo, que involucra una revisión bibliográfica sobre la delimitación sectorial de la economía naranja, creativa o cultural, estudiando sus características y definiendo sus componentes principales que la hacen distintiva del resto de las economías. Se enfatiza en el aporte que brinda al crecimiento económico sostenido en el tiempo con una perspectiva en 3 vías: económica, social y ambiental. La investigación sirve de base para la realización de otros estudios empíricos e investigaciones con alcances correlacionales y explicativos, que brinden una mejor perspicacia de la economía naranja, contexto y sus perspectivas futuras. El estudio también se enfocó en la especificación de propiedades y características de este tema, relacionados con la creatividad humana y las ideas, el conocimiento y la tecnología, así como los valores culturales, el patrimonio artístico y cultural, además de otras expresiones creativas individuales o colectivas. Por último, se presentan evidencias sobre el aporte que brinda a la economía guatemalteca a través de los servicios naranja que se han prestado en el país y fuera de sus fronteras.

Marco referencial

La economía naranja en su conjunto se puede definir como la economía en la cual las empresas promueven la creatividad, la convergencia del conocimiento y la tecnología científica avanzada, dependiendo del aprendizaje coordinado para crear nuevos mercados y también nuevos empleos, generando valor económico y cultural.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en 2013, definió la economía naranja como el conjunto de acciones que se entrelazan para permitir que las ideas se transformen en servicios y productos culturales. Enmarcando como el principal ingrediente que determina su valor a la propiedad intelectual. La economía naranja engloba: (a) la economía creativa y las organizaciones de manufactura creativa y (b) el back office creativo (BID, 2014).

El vocablo economía creativa, divulgado por John Howkins a inicios del presente siglo, abarca actividades creativas que se pueden expresar a través del arte, la cultura o la innovación. Howkins argumenta que las industrias creativas que se originan en la creatividad individual, talento, destrezas y habilidades son capaces de crear fortuna y empleos mediante la procreación y el aprovechamiento de la propiedad intelectual. La economía creativa se caracteriza por involucrar actividades que tienen un gran contenido artístico a diferencia de otras actividades económicas, la cual brinda como producto terminado bienes o servicios simbólicos dependientes de la propiedad intelectual. Se incluye dentro de las actividades de la economía creativa: la innovación y desarrollo, construcción, software, televisión y radio, diseño, música, cine, juegos, publicidad, arquitectura y las artes. Las actividades antes mencionadas representaron de la economía mundial en el 2005 el 6.1 %.

El Departamento de Cultura del Reino Unido manifestó que la economía creativa incorpora todas aquellas actividades de procedencia creativa, habilidad y talento humano, capaz de otorgar nuevas fuentes de empleo y generar riqueza, por medio de la producción y aprovechamiento del esfuerzo creativo del individuo.

La agrupación de actividades creativas junto con actividades culturales en lo que se conoce como el sector creativo, se impulsó en el 2009 como evidencia de que se puede alcanzar el éxito a través de la creatividad, al establecer negocios que se centran en: el arte, la música, la cultura, el teatro, las artes visuales y escénicas, la cocina, la costura, la moda, la pintura, entre otros, en varios países del mundo, susceptibles de replicarse en mercados domésticos.

Un rasgo distintivo del ser humano es la curiosidad que lo lleva a reinventarse con el pasar del tiempo, gracias al intelecto que posee y el flujo incesante de ideas que se plasman en productos elaborados con inventiva y creatividad. Siendo la creatividad un nicho recién descubierto que produce fortuna, esta ha sido llevada a varias profesiones que, aunado con la tecnología actual y la innovación, permiten que la economía naranja constituya una fuente de crecimiento económico global, que viene a acelerar la economía en los países emergentes llenos de patrimonio cultural.

Aparte de los debates sobre qué actividades se incluyen y qué actividades se excluyen de la economía naranja, se identifica un punto de convergencia en función de tres aspectos; en primer lugar, la cultura, arte y creatividad como producto básico; en segundo lugar, la existencia de una relación con los derechos de autor y, en tercer lugar, es una actividad enmarcada dentro de una secuencia creativa (BID, 2014).

7i de la economía naranja

Las ideas constituyen los pasos a seguir en una planeación preliminar que permitirá el crecimiento de la economía creativa; en adición, brinda un ámbito funcional que permite el trazo de medidas e ideas íntegras (BID, 2014).

Figura 1

Ideas para el desarrollo de la economía naranja (7i)



Nota. Fuente: BID (2014)

- (1) **Información.** El ordenamiento de los datos que se interrelacionan debe ser fluido y constante para contar con información suficiente y competente, que brinde el sendero a seguir para la resolución de las situaciones nuevas que se presentan; eliminando en el proceso los vacíos que se posean en las políticas y procedimientos elaborados. Es importante contar con expertos en la materia para la recolección de la data y su estudio. Presentación de información sobre la base piramidal y la elaboración de un plano de la economía naranja, con el objeto de identificar la información restante y complementarla.
- (2) **Instituciones.** La maquinaria institucional es fundamental para la economía naranja y su auge, en tanto esta se encuentre coordinada y con el mismo fin de cooperación; que las instituciones permitan que sea validada la magnitud comercial de: la cultura, el talento y la creatividad, a través de una responsabilidad pública que posibilite entrelazar la infraestructura, la tecnología y el acceso a nuevos mercados. Además, que se posea un servicio de internet sin restricciones, que los vacíos legales se hayan cubierto para no generar barreras que impidan el crecimiento y que el comercio se ejerza en un mercado abierto, libre de monopolios; existiendo una robusta regulación que proteja los derechos de autor y los productos derivados del intelecto del individuo.

- (3) **Infraestructura.** Bajo la modalidad física tradicional o virtual mediante una plataforma, es necesaria una plaza que permita el acercamiento de las personas, ya sea para cerrar negocios, o bien, para trabajar en grupo; obteniendo como resultado una lluvia de ideas que den vida a productos creativos, tecnológicos o de emprendimiento.
- (4) **Industria.** Preservar un hábitat balanceado entre todos sus componentes. Incorporar seminarios o talleres de educación financiera a nivel personal y corporativo, que permita absorber conocimientos financieros sobre el manejo del flujo de caja. Incorporar y sostener condiciones que equilibren el talento creativo y artístico; sujetos decididos y con iniciativa dispuestos a realizar acciones naranja e inversores que le apuesten a la creatividad.
- (5) **Integración.** Elaboración de espacios puntuales que brinden a los participantes la misma oportunidad de aplicar las nuevas tendencias del comercio naranja. Por la calaña de las actividades naranja, su producción y consumo no se circunscribe a una región geográfica determinada debido a que gracias al Internet el ser humano se encuentra más conectado con el mundo.
- (6) **Inclusión.** Hacer partícipe a toda la comunidad en el emprendimiento naranja, logrando en el proceso restaurar los vínculos sociales encaminados al bienestar de los participantes. Generación de puestos de trabajo que requieren una baja inversión, creación de microempresas y proyectos comunitarios; con lo cual se aporta a cerrar las brechas sociales.
- (7) **Inspiración.** El ser humano para desarrollar su creatividad necesita un ambiente de oportunidad e incentivos, además de un beneficio económico que le permita asumir la responsabilidad de varias horas de práctica para crear e innovar.

El sector de las actividades creativas y la cultura ha cobrado importancia en los últimos años, apostando por la «economía creativa» como una opción diferente a los modelos tradicionales de crecimiento. Varios países buscan adoptar políticas para fomentar las entidades de arte, creatividad y cultura para el acrecentamiento económico, la expansión del empleo y la marca nacional. El creciente reconocimiento obtenido por el sector creativo y cultural se debe, en parte, a la apuesta por la creatividad y la cultura de diversas instituciones internacionales.

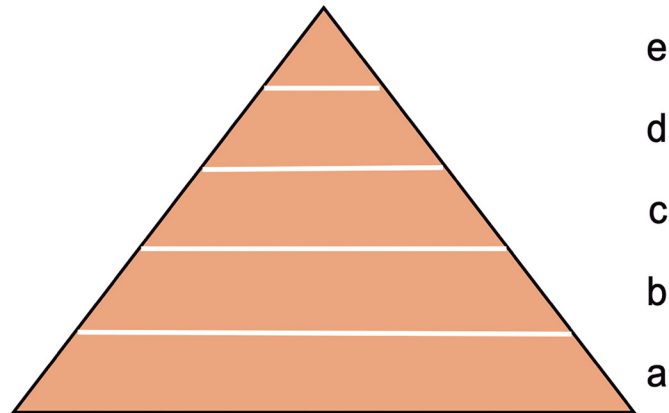
Las actividades incluidas en la economía naranja son muy diversas y es necesario profundizar en el estudio del impacto de los diferentes tipos de actividades sobre el crecimiento. Además, falta evidencia empírica y metodologías para medirlos.

Pirámide de la información

Las divisiones que presenta esta se describen a continuación.

Tabla 1

Estructura piramidal de la información



Nota. Fuente: BID (2014)

- (a) **Mapeo:** constituye la primera tarea a realizar con el objeto de determinar el grado de aportación que realiza un sector productivo nuevo a la economía y que falencias de información posee. El objetivo que se persigue es la adopción de una metodología que permita el alcance de los propósitos trazados. Conlleva realizar un conteo de la información que se posee y la data faltante para diseñar estrategias de complementación.
- (b) **Estadística básica:** complementar la información faltante. Crear, modificar y recalibrar los modelos de encuesta para medir la producción y el consumo. Lo anterior tiene por objeto recabar información más detallada del comercio informal, para poder ordenar los datos y brindar gráficos estadísticos más completos y variados.
- (c) **Cuentas satélite:** constituye un instrumento de medida comparativa de confianza y constancia regular procedente del sistema contable gubernamental. Es importante mencionar que el mapeo realiza un retrato de la situación, estas cuentas dan a conocer una panorámica de la actividad económica.
- (d) **Indicadores:** flujo de datos congruentes, abarca la definición de variables y criterios de seguimiento persistente al desenvolvimiento total de las operaciones procedentes de la creatividad y la cultura.

- (e) **Sistemas de información:** posterior a la definición de las nuevas políticas y estrategias de seguimiento para el sector económico naranja, se procede a ordenar los datos relacionados entre sí para elaborar información pertinente, necesaria para la toma de decisiones y se definen los beneficiarios de esta, con el objeto de establecer una administración eficiente de los negocios del ramo creativo basado en toma de decisiones eficientes, efectivas y oportunas.

Economía naranja en América Latina

La economía naranja promovió la creatividad, el talento y el arte durante el 2015, generando empleos por 1.9 millones en el Caribe y Latinoamérica, número comparado con el total de empleos de la economía costarricense o uruguaya. La economía naranja incluye el patrimonio de la cultura, emprendimientos creativos y divisiones que apoyan la creatividad. Las operaciones de la economía naranja se agrupan en tres principales subgrupos: fabricación creativa, industrias culturales y servicios creativos (BID, 2017).

Para una mayor comprensión de la economía naranja, se enumeran las siguientes definiciones:

- **creatividad artística** es la capacidad de generar ideas innovadoras y originales;
- **creatividad científica** despertada por la curiosidad del investigador, quien se dedica a observar los fenómenos objeto de estudio con el propósito de experimentar nuevas metodologías de resolución de problemas;
- **Creatividad económica**, sucesión diligente e innovadora en técnicas actualizadas de producción, habilidades comerciales y destrezas de mercadeo de bienes y servicios.

El mundo es cambiante y el desempeño de las tareas laborales en puestos de trabajo modernos demandan que los colaboradores posean las siguientes habilidades: preparación académica, experiencia, participación constante y crítica, realizar varias tareas a la vez, buscar soluciones viables a situaciones complejas, administración de colaboradores, planificación, dominio de las emociones, con habilidades de servicio y negociación (BID, 2017).

La economía naranja crea valor en tres importantes esferas: la economía, el empleo y la sociedad, incorporando nuevas acciones que reciben retribución monetaria y que necesitan colaboradores que desarrollen tales acciones, fomentando la camaradería social. La revuelta tecnológica y digital acelerada que tiene el mundo brinda el ambiente oportuno para la creación de emprendimientos creativos,

que contribuyen en la producción de servicios y productos perfeccionados que sobresalen en su costo y calidad en algunos sectores productivos tradicionales tales como: la educación, la salud, la música, las comunicaciones, las finanzas, etc. (BID, 2017).

La empatía, traducida como la capacidad de comprender el sentimiento ajeno ante experiencias específicas que pudiesen brindar alegría, tristeza, dolor, entre otros, constituye una particularidad esencial de los servicios y los productos que se elaboran dentro de la economía naranja. Los autores han determinado que dicho sentimiento constituye un motor de generación de valor económico capitalizable que genera rentabilidad en segundo plano, sin olvidar la satisfacción de una necesidad colectiva en un primer plano. La economía naranja incluye soluciones para las necesidades de todo tipo de personas y posicionan la inteligencia del ser humano en un elemento que genera rentabilidad, es su talento creativo, original e innovador, la ventaja competitiva que le permite originar negocios e ingresos (BID, 2017).

En Latinoamérica, las compañías creativas, artísticas y culturales muestran un alto grado de comprensión y empatía ante fenómenos tales como la esencia emotiva del ser humano que lo conlleva a consumir un bien o servicio, el respeto por el patrimonio cultural de un país o región, el impacto social globalizado y el compromiso con el medio ambiente. Tomando como estandarte la conexión emocional con los clientes, este tipo de compañías tienen la capacidad de lograr más fidelidad y lealtad de parte de los consumidores para con sus productos y marcas. La empresa textil conocida como The New Denim Project, establecida en Guatemala, tiene como giro de negocio la creación de productos sostenibles de alta calidad producidos a base de desechos de jeans maquilados. Al ser Guatemala un país emergente es normal considerar que la innovación tecnológica constituye un reto para los emprendedores creativos de la región, que conlleva la adaptación de ideas resolutivas utilizadas en países desarrollados para la consecución de necesidades satisfechas (BID, 2017).

La imaginación y talento que se incorpora a la creatividad latina constituyen bienes de gran valor para la zona. Los sectores que resaltan la cultura y la creatividad deben mejorar su comprensión sobre la dinámica de negocios y como producir crecimiento económico al punto de poder ser competitivos en mercados más desarrollados, generando empleos en sus países de origen principalmente y, si el giro de negocio lo permite, dar a conocer sus tesoros patrimoniales nacionales y colocando la identidad cultural de sus pueblos ante los ojos del mundo; contribuyendo con ello al bienestar de sus compatriotas, sin olvidar su participación en el establecimiento del bien común a través del pago de impuestos.

Latinoamérica se ha centrado únicamente en algunos ítems de la economía naranja, sus esfuerzos han sido llevados a la talabartería, la pintura, la artesanía, la costura, los tejidos, el diseño arquitectónico y de interiores, la música, las aplicaciones tecnológicas y la creatividad en servicios; no obstante, aún no se ha explorado toda la extensa gama de actividades que engloba la economía creativa. No cabe duda de que las oportunidades que se tienen son variadas y extensas (BID, 2017).

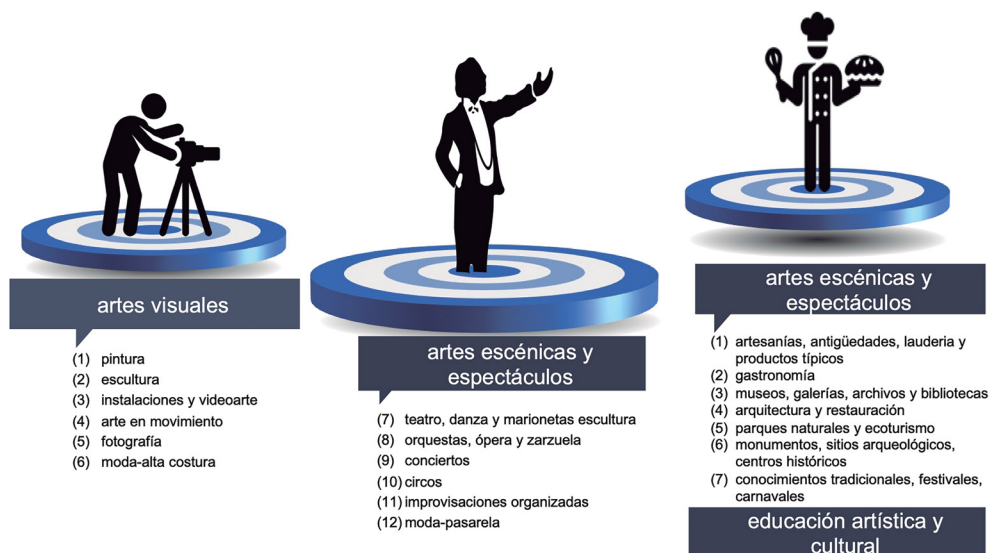
El universo naranja

A continuación, se presentan las diferentes categorías prioritarias que se engloban en las siguientes secciones (BID, 2017):

- (1) arte y patrimonio;
- (2) industrias culturales convencionales y
- (3) creaciones funcionales, nuevos medios y software.

Figura 2

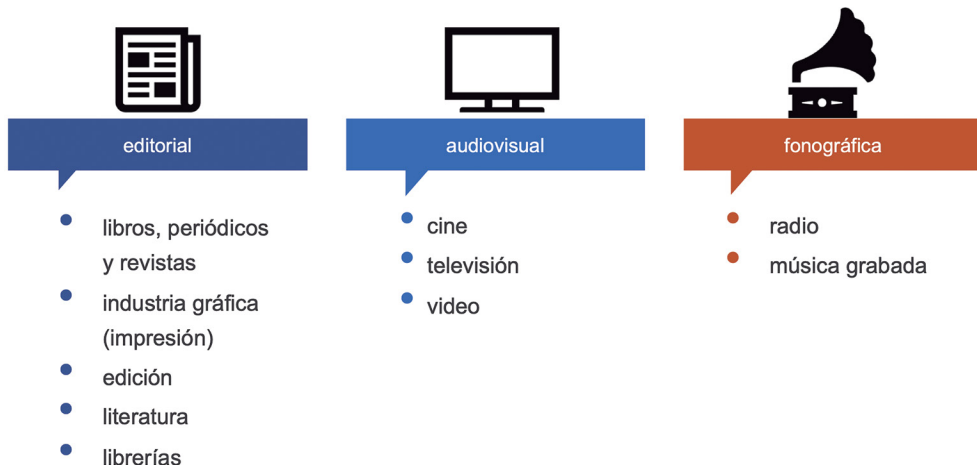
Arte y patrimonio



Nota. Fuente: elaboración propia con datos del BID

Figura 3

Industrias culturales y convencionales



Nota. Fuente: elaboración propia con datos del BID

Figura 4

Creaciones funcionales, nuevos medios y software



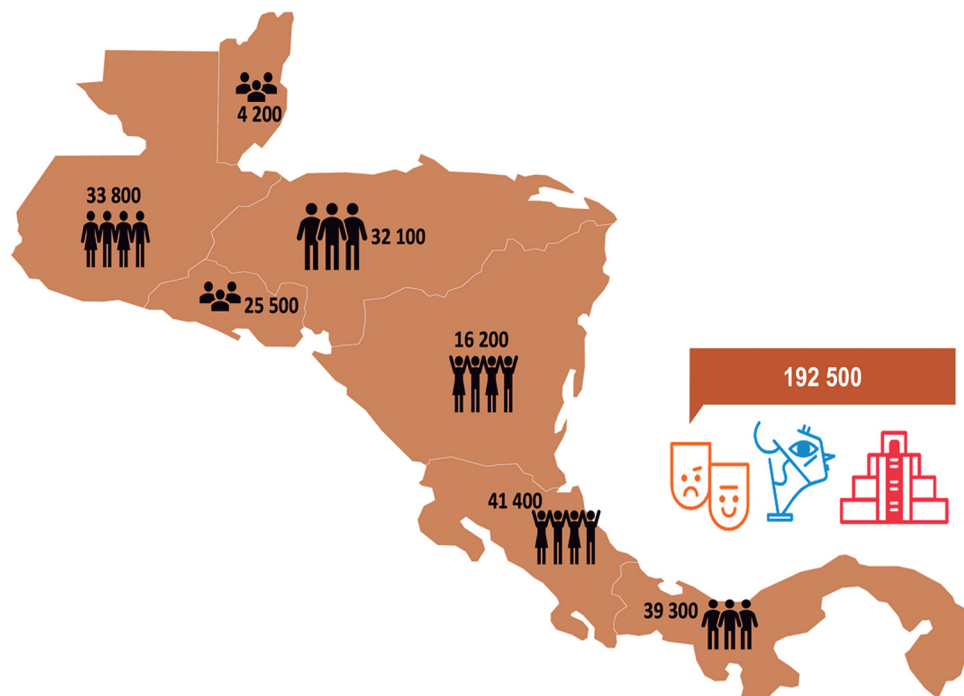
Nota. Fuente: elaboración propia con datos del BID

La zona latina naranja tiene la característica de incluir a la comunidad en el proceso creativo, además de velar por la conservación de su patrimonio y colocar en el ojo del espectador su cultura autóctona, construcción con base en el uso de herramientas modernas con tecnología de punta; redescubrimiento del patrimonio de la cultura local, enfatiza el diseño con base en lo cultural, contribuye al bienestar de los participantes; fomenta la creación de sitios web para apoyar al talento comunitario que emerge, apertura de mercados recientes, crecimiento y desarrollo a base de inversión local; implantación de una conciencia social, objetividad sostenible en todos los aspectos, pertenencia a un lugar catalogado como propio en donde la creatividad no tiene límites, es el autor del producto elaborado y que se identifica con su personalidad, preservando el elemento cultural llamado música a través del uso de la tecnología, utilizando las aportaciones, financiamientos y donaciones recibidas para incentivar el talento, la colaboración, cultura, entre otros.

En América Central se han incrementado los empleos directos en el mundo naranja y acorde a lo manifestado por (Agexport), en el 2019 fue de la siguiente manera.

Figura 5

Empleos directos de la economía naranja



Nota. Fuente: elaboración propia con datos de los bancos centrales, estudios del BID e institutos de estadística, proporcionados por la Comisión de Economía Naranja de Agexport (foto de autor desconocido está bajo licencia CC BY-SA-NC).

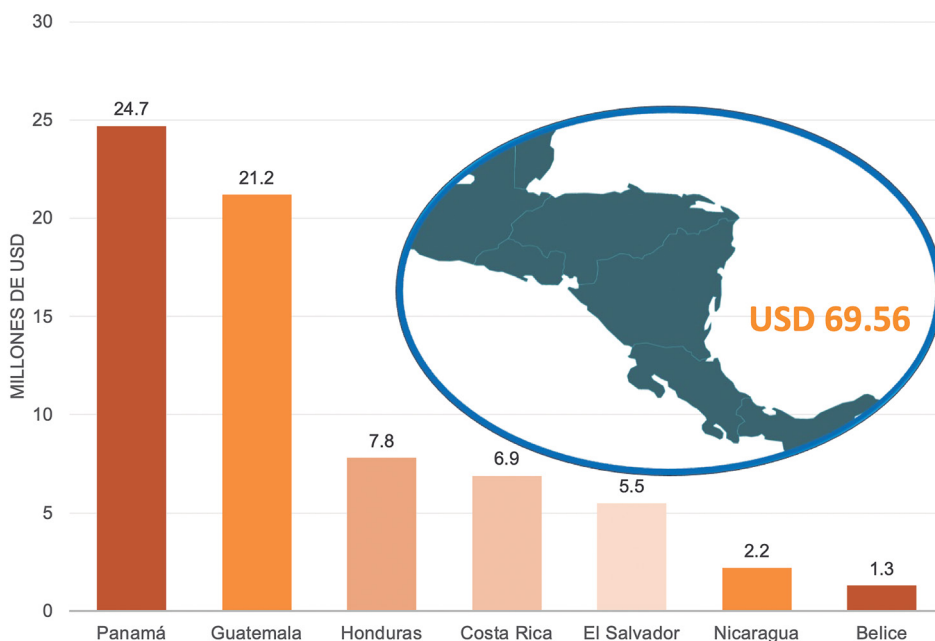
Liderando la generación de empleos se encuentra Costa Rica con 41 400 empleos directos que representan el 22 % del total de la región. En segundo lugar, se encuentra Panamá con 39 300 empleos directos que representan el 20 % y, en tercer lugar, Guatemala con 33 800 empleos directos que representan el 18 % del total de empleos brindados por la economía naranja en la región centroamericana.

Los habitantes de Centroamérica poseen imaginación, inventiva, talento y creatividad que constituyen sus activos más preciados. Es importante mencionar que la creatividad y la cultura son consideradas como instrumentos que permiten el desarrollo social de la zona y un crecimiento en su economía.

Las exportaciones realizadas por la región centroamericana producto de la economía naranja en el 2019 fueron las que se pueden observar en la siguiente figura.

Figura 6

Exportación de servicios, economía naranja



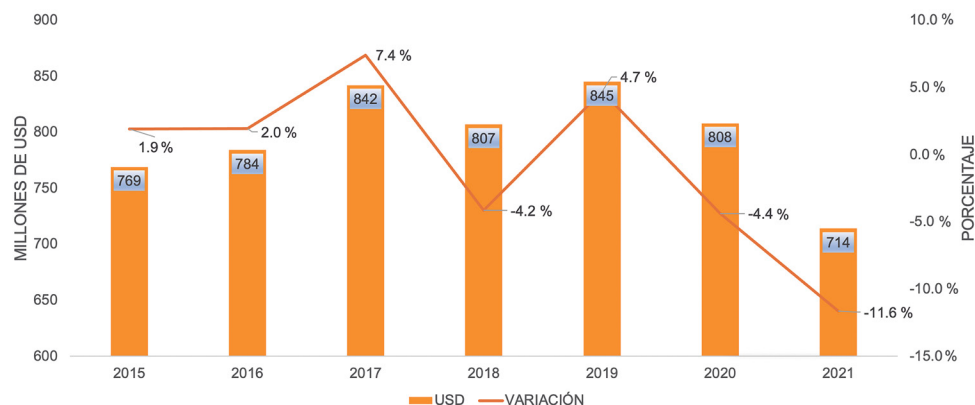
Nota. Fuente: elaboración propia con datos y clasificación del Fondo Monetario Internacional (FMI), proporcionados por la Comisión de Economía Naranja de Agexport.

Con el desarrollo de la tecnología, la infraestructura de telecomunicaciones y el Internet, las actividades que pertenecen al «mundo naranja» pueden desarrollarse para clientes del mercado local y extranjero. América Central exportó servicios por 69.56 millones de dólares en el 2019, fue Panamá el país con más exportaciones que representaron el 36 % del total de exportaciones de la región. El segundo país con más exportaciones fue Guatemala con un 30 % y Honduras con el 11 % representa el tercer país con más exportaciones de servicios de economía naranja del istmo central.

La Asociación Guatemalteca de Exportadores (Agexport) a inicios del segundo trimestre del 2015 toma la decisión de crear la Comisión de Economía Naranja, que tiene por objeto la consolidación de las empresas con actividades naranja en el territorio nacional y el monitoreo de las acciones efectuadas por instituciones y/o emprendimientos englobados dentro del «mundo naranja». La Comisión Naranja se encarga de brindar estadísticas de la economía creativa y la aportación de esta al crecimiento económico del país y sus estudios se han extendido a nivel centroamericano. La economía naranja creó 33.7 miles de empleos y facturó USD 886 millones de ingresos en 2019, contribuyendo con 0.65 puntos porcentuales al PIB nacional con una variación interanual en promedio de USD 247 millones, al relacionar el lapso de enero a marzo 2019 con el mismo lapso de 2020.

Figura 7

Facturación de servicios de economía naranja

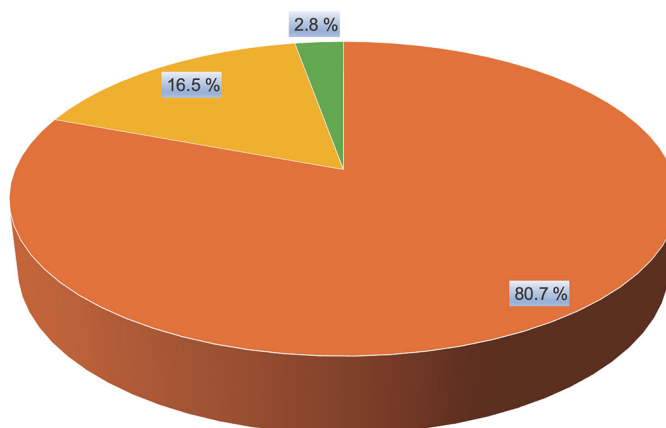


Nota. Fuente: elaboración propia con datos del Banco de Guatemala y el Fondo Monetario Internacional (FMI), proporcionados por la Comisión de Economía Naranja de Agexport.

Los servicios facturados por la economía naranja en el territorio guatemalteco han tenido un aumento persistente durante el último lustro, con excepción del 2018 por el motivo de la falta de incentivos y en el 2020, por la pandemia covid-19. En 2015 los servicios facturados ascendieron a USD 769 millones y para el 2020, pese a la pandemia, se ubicaron en USD 808 millones. Al cierre del tercer trimestre 2021 se establece una facturación de USD 714 millones, que posee un crecimiento interanual del 22.4 %, por lo que se pueden proyectar como monto preliminar USD 989 millones al final del 2021.

Figura 8

Composición de los servicios de la economía naranja



- Derechos de trabajos cinematográficos, programas de informática y grabaciones de sonido y derechos por diseño industrial
- Publicidad en medios de telecomunicación
- Otros servicios personales, culturales y recreativos

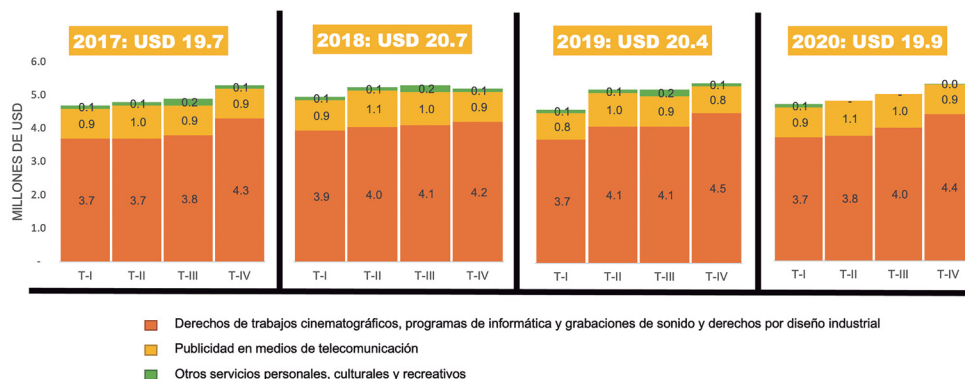
Nota. Fuente: elaboración propia con datos del Banco de Guatemala y el Fondo Monetario Internacional (FMI), proporcionados por la Comisión de Economía Naranja de Agexport.

La composición de los servicios de economía naranja que se producen en Guatemala se clasifica de la forma en que se describe a continuación.

- (1) Derechos de autor: involucra los derechos de los trabajos cinematográficos, los programas de informática y las grabaciones de sonido, así como los derechos por el diseño industrial. Este rubro representa el 80.7 % del total de los servicios naranja con exportaciones entre USD 3.7 y USD 4.4 millones durante el período 2017-2020.
- (2) Publicidad: principalmente en medios de telecomunicación, que representa el 16.5 % de las actividades naranja del país con exportaciones entre USD 0.9 y USD 1.1 millones durante el período 2017-2020.
- (3) Otros servicios: implica los personales, culturales y de recreación, que representan el 2.8% de los servicios de economía naranja con exportaciones entre USD 0.9 y USD 1.1 millones durante el período 2017-2020.

Figura 9

Exportación de servicios de economía naranja

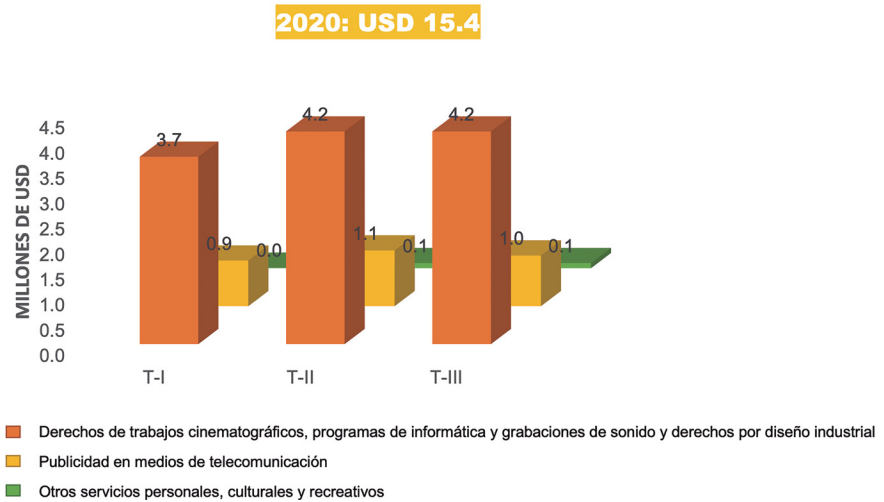


Nota. Fuente: elaboración propia con datos del Banco de Guatemala y el Fondo Monetario Internacional (FMI), proporcionados por la Comisión de Economía Naranja de Agexport.

Guatemala exportó servicios de economía naranja por un monto de USD 19.7 millones en el 2017 que representan el 2.3 % de los ingresos facturados. Los derechos de autor simbolizan el 78.7 %, la publicidad el 18.8 % y otros servicios el 2.5 % del total de las exportaciones del año en cuestión.

En el 2018, los servicios exportados fueron de USD 20.7 millones que corresponden al 2.6 % del total de ingresos facturados. Lo relevante es que la estructura de los servicios exportados se mantiene por lo que los derechos de autor representaron el 78.6 %, la publicidad el 18.9 % y otros servicios el 2.5 % del total de servicios exportados.

Las exportaciones del 2019 se ubicaron en USD 20.4 millones y en el 2020 ascendieron a USD 19.9 millones, representando del total de servicios facturados, el 2.4 % y 2.5 %, respectivamente. Lo anterior evidencia que hay oportunidades que explorar para que los servicios de la economía naranja se incrementen en sus exportaciones.

Figura 10*Exportación de los servicios de la economía naranja*

Nota. Fuente: elaboración propia con datos del Banco de Guatemala y el Fondo Monetario Internacional (FMI), proporcionados por la Comisión de Economía Naranja de Agexport.

Tomando en cuenta los primeros 3 trimestres del 2021, los servicios exportados fueron de USD 15.4 millones que corresponden al 2.2 % del total de ingresos facturados. La estructura de los servicios que se exportan se mantiene por lo que los derechos de autor representaron el 78.8 %, la publicidad el 19.7 % y otros servicios el 1.5 % del total de servicios exportados.

La variación interanual es del 6.21 % en relación con el período inmediato anterior, lo cual evidencia la recuperación que tiene el mercado global después del covid-19, que ralentizó la economía. Tomando en cuenta la variación interanual antes indicada se puede proyectar que los servicios de economía creativa exportados en el 2021 asciendan a la cantidad de USD 21.14 millones. Es importante resaltar que durante el período objeto de estudio (2017-2021) los últimos tres trimestres de cada año poseen más servicios de economía naranja exportados, por lo que las proyecciones para el cierre del 2021 pudiesen ser superiores.

Tabla 2*Servicios de exportación al T-III 2021*

COMPARATIVO DE LAS EXPORTACIONES POR SERVICIOS			
sector servicios	acumulado al T-II 2020	acumulado al T-II 2021	cambio interanual
<i>information technology outsourcing</i> (ITO)	150.5	154.1	2.4 %
logística y transporte	1 254.0	1 853.0	47.8 %
<i>knowledge process outsourcing</i> (KPO)	303.4	421.0	38.8 %
economía naranja	14.5	15.4	5.8 %
turismo sostenible	211.5	216.2	2.2 %
turismo de salud y bienestar	19.6	39.2	100.0 %
laboratorios	42.8	53.0	23.8 %
total (millones de USD)	1 996.6	2 752.3	37.9 %

Nota. Fuente: elaboración propia con datos proporcionados por la Comisión de Economía Naranja de Agexport.

Según datos de la Agexport, el tercer trimestre del 2021 finalizó con exportaciones de servicios por la cantidad de USD 2 752.3 millones representando una variación interanual del 37.9 % en relación con el período inmediato anterior. Los servicios que han evidenciado un crecimiento mayor en sus exportaciones son: turismo de salud con un crecimiento del 100 %, logística con 47.8 %, procesos de conocimiento tercerizados (KPO por sus siglas en inglés) con 38.8 % y laboratorios con 23.8 %.

Las exportaciones de la economía naranja o economía creativa evidencian un crecimiento moderado con un 5.8 % y una proyección del 6.21 % al cierre del 2021. La reapertura de los mercados internacionales facilitará el aumento gradual de las exportaciones y las actividades creativas y culturales incrementarán sus ingresos y contribuirán de mejor manera al crecimiento económico del país.

Conclusión

El color anaranjado es comúnmente asociado a la cultura debido a que, a lo largo de la historia, algunas culturas utilizan ese color para simbolizar objetos sagrados y de la realeza. Así también es un color representativo de las emociones que expresa el ser humano.

La economía que estudia la creación de riqueza, los recursos escasos y la búsqueda de una satisfacción a las necesidades del individuo, ha dado paso a la economía creativa o economía naranja que recoge aquellas actividades que involucran creatividad, talento, arte, innovación y derechos de autor.

La economía creativa o naranja constituye una división con crecimiento repentino global. El futuro industrial dará un especial reconocimiento a la creatividad. Novedosa alternativa que aporta al sostenimiento de la rentabilidad de economías emergentes, especialmente en el Caribe y Latinoamérica. La creatividad involucra una extensa gama de posibilidad que permitirán aumentar el grado de productividad con características diversificables, al innovar, desarrollar e investigar el uso ventajoso que puede brindar la tecnología moderna que se posee o está próxima a salir al mercado.

La rentabilidad de la economía creativa tiene aspiraciones altas debido a que actualmente es similar a la de otros sectores de producción y pretende superarlos con creces. La aceptación generalizada de la capacidad de las actividades creativas y culturales para generar crecimiento y empleo ha impulsado nuevas políticas económicas a implementar y pulir en su diseño, para estimular y apoyar estas actividades en varias economías. El valor creativo, propiedad intelectual y creatividad son elementos importantes dentro del mundo naranja. Los instrumentos que propician un dinamismo económico en las actividades englobadas en el mundo naranja son: políticas del sector público, implementación de tecnología de punta, información con base piramidal y las 7 ideas naranja.

América Latina presenta un nido de empresas que poseen un fuerte componente creativo y artístico que han alcanzado una conexión emocional con los clientes, este tipo de compañías tienen la capacidad de lograr más fidelidad y lealtad de parte de los consumidores para con sus productos y marcas. La imaginación y talento que se incorpora a la creatividad latina son de gran cuantía, que los hace muy valiosos y que solo necesitan pulirse un poco más para ser competitivos en los mercados desarrollados. Las oportunidades de la zona son fructuosas y diversas.

Latinoamérica y el Caribe incorporaron 1.9 millones de nuevos empleos en el 2015 a través de la economía naranja. En el 2019 se crearon 192 500 nuevos empleos en Centro América (incluyendo Belice y Panamá) y la región central exportó servicios creativos por la cantidad de USD 69.56 millones. Guatemala facturó por servicios naranja 808 millones de dólares y creó 50 637 empleos directos en el 2020 y de enero a septiembre 2021, los servicios exportados fueron de USD 15.4 millones que corresponden al 2.2 % del total de ingresos facturados que acumula USD 714 millones. La estructura de los servicios que se exportan se mantiene por lo que los derechos de autor representaron el 78.8 %, la publicidad el 19.7 % y otros servicios el 1.5 % del total de servicios exportados. La variación interanual es del 6.21 % en relación con el período inmediato anterior, lo cual evidencia la recuperación que tiene el mercado global después del covid-19, que ralentizó la economía, contribuyendo con 0.62 % del producto interno bruto (PIB).

A futuro se proyecta que la aportación que realizará la economía creativa al PIB de los países será significativa y superará al de otros sectores económicos. El impacto social será mayor al generar nuevos empleos, prosperando el bienestar de los participantes; contribuyendo a la creación de sociedades más sanas con individuos felices que ven realizadas sus aspiraciones. El auge de la economía naranja es más veloz que toda la economía y es un motor de crecimiento económico sostenible que posee un amplio camino por recorrer.

Referencias

- Asamblea General*. (2020, 19 de diciembre). *A/RES/74/198*. Organización de las Naciones Unidas.
- Buitrago Restrepo, F., y Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja: Una oportunidad infinita* (vol. 1). Banco Interamericano de Desarrollo.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2021). *El comercio mundial alcanza su nivel más alto tras la crisis de COVID-19*. <https://unctad.org/es/news/el-comercio-mundial-alcanza-su-nivel-mas-alto-tras-la-crisis-de-covid-19#:~:text=La%20recuperaci%C3%B3n%20del%20comercio%20mundial,UNCTAD%2C%20publicado%20el%2019%20de>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2021). *La economía creativa tendrá su momento en el año 2021*. <https://unctad.org/es/news/la-economia-creativa-tendra-su-momento-en-el-ano-2021>
- De Groot, Olaf J., Dini, M., Gligo, N., Peralta, L. y Rovira, S. (2020). *Economía creativa en la revolución digital: La acción para fortalecer la cadena regional de animación digital en países mesoamericanos*. Comisión Económica para América Latina, Naciones Unidas.
- González, A. L. (2020, 4 de octubre). *Economía Naranja: Las artes y su apuesta por la sobrevivencia*. *el Periódico*. <https://elperiodico.com.gt/noticias/domingo/2020/10/04/economia-naranja-las-artes-y-su-apuesta-por-la-sobrevivencia/>
- Luzardo, A., De Jesús, D., y Pérez Kenderish, M. (2017). *Economía naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Organización de las Naciones Unidas. (2021). *Día mundial de la creatividad y la innovación, 21 de abril*. <https://www.un.org/es/observances/creativity-and-innovation-day>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2021). *Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo sostenible*. <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>

Superintendencia de Sociedades. (2019). *Guía jurídica y societaria para sociedades de economía naranja*. Bogotá: Delegatura de Asuntos Económicos y Contables. <https://economianaranja.gov.co/media/rlmlarvv/guia-sociedades-economia-naranja-supersociedades-2019.pdf>

United Nations Conference on Trade and Development. (2019). *La economía creativa global muestra resiliencia y crecimiento*. <https://unctad.org/es/press-material/la-economia-creativa-global-muestra-resiliencia-y-crecimiento-informe>