

# Conceptualización de la economía naranja o economía creativa

*Conceptualization of the orange economy  
or creative economy*

Luz Elena Montoya Rendón<sup>1</sup>

Paúl Fernando Uribe<sup>2</sup>

---

1 Administrador de Empresas de la UNAD

Magíster en Administración de Empresas con Especialidad en Sistemas Integrados de Gestión – UVM  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6199-5019>  
email. [Luz.montoya@unad.edu.co](mailto:Luz.montoya@unad.edu.co)

2 Administrador de Empresas de la UNAD Maestría en Gestión de Innovación de la ICESI

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2138-1100>  
email. [paul.uribe@unad.edu.co](mailto:paul.uribe@unad.edu.co)

## Resumen

a través de este documento de trabajo se identificaron fuentes secundarias gubernamentales, resultados de investigaciones en revistas indexadas y bases de datos sobre economía naranja. Este análisis corresponde al primer objetivo del proyecto investigación “Sistematización de información y datos sobre la economía naranja en Colombia” como fuente para diseñar proyectos de emprendimiento creativo. Se aplicó metodología propia de la investigación cualitativa, nivel exploratorio y descriptivo, para lo cual se estableció una matriz de recopilación bibliográfica para el análisis de datos organizados en tres categorías, a saber: a) la economía naranja, b) conocimiento de la ley de propiedad intelectual y los sectores de la economía naranja y c) resumen de las actividades de la economía naranja.

## *Palabras Clave*

Economía naranja; industria creativa; emprendimiento creativo; propiedad intelectual; sectores de economía naranja

## Abstract

This working document identified secondary sources at the government level, including research results from indexed journals and databases on the orange economy. This analysis corresponds to the first objective of the research project “Systematization of Information and Data on the Orange Economy in Colombia” as a source for designing creative entrepreneurship projects. A qualitative research methodology was applied, both exploratory and descriptive, establishing a bibliographic compilation matrix for the analysis of data organized into three categories: a) the orange economy; b) knowledge of intellectual property law and orange economy sectors; and c) a summary of orange economy activities.

## Keywords

Orange Economy, creative industry, creative entrepreneurship, intellectual property, orange economy sectors.

## Introducción

En el contexto del proyecto de investigación “Sistematización de la información y datos sobre economía naranja en Colombia: un referente para formulación de proyectos de emprendimiento creativo” el presente documento de trabajo pretendió encontrar respuesta asociadas a la conceptualización sobre economía naranja, identificando las fuentes documentales gubernamentales, repositorios o resultados de investigación en revistas indexadas como proveedoras de datos sobre la economía naranja. Es así como la conceptualización se abordó considerando categorías tales como la normatividad, el conocimiento sobre la propiedad intelectual y los sectores de la economía naranja.

El concepto “economía naranja” o “economía creativa” e “industria creativa” atribuye al talento humano la capacidad de que las personas son capaces de construir con su creatividad e intelecto encauzado por la investigación y la innovación, además considerado en los tiempos actuales como una oportunidad para abordar el cambio de los modelos productivos, económicos y sociales hacia modelos sostenibles y amigables con el medio ambiente. Pero una definición, en el contexto colombiano fue propuesta por Buitrago y Duque (2013) como “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. El universo naranja está compuesto por la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y las áreas de soporte para la actividad (p. 9).

La economía naranja según el planteamiento de Sala i Matin (2016) capitaliza el talento humano, creativo e innovador. El autor, atribuye a la educación la responsabilidad de fomentar en las personas, la observación, la curiosidad y la creatividad; asimismo, la conciencia crítica y reflexiva, el trabajo cooperativo y colaborativo para entretener y construir ideas en red como réplica del Efecto Médici, el cual consiste en la intersección de campos multidisciplinarios y multiculturales que permite combinar conceptos transdisciplinarios para dar origen a un gran número de ideas según Frans Johansson (citado por Castillo

2010, p 111). El concepto se deriva de la gran cantidad de ideas creativas que se gestó en Italia durante el siglo XV.

Incluye en este concepto, al arte, la experimentación, las habilidades blandas como medio que provee el fortalecimiento del Ser Humano a través de la empatía, en la aceptación de las inteligencias múltiples y en la tolerancia al fracaso.

También es relevante el concepto de Howkins (2002) que se enfoque en la gestión y en la administración de la creatividad, en su obra "Creative Economy" hace alusión a dos conceptos; pero también aboga por que cada persona tenga su propia interpretación y cree una identidad propia para genera su propia marca de negocio como contrapropuesta a que todos los países quieren ser creativos. Los conceptos propuestos por el autor se establecen a partir de comprender que administrar la creatividad implica saber, 1) cuándo incentivar las ideas propias y 2) cuándo ostentar los derechos de propiedad intelectual y hacer que las ideas propias como productos sean rivales. Frente a los componentes de gestión de Howkins (2002), Ghelfi (s.f) aporta la necesidad de aprender nuevos conceptos para el desarrollo de la economía e también sobre la integración de la creatividad con los negocios.

De igual manera, Howkins (2002) hace mención a las leyes que existen para proteger los derechos de propiedad intelectual asociado a ella la protección de bienes materiales, de naturaleza intelectual y de contenido creativo, también alude al goce sobre las producciones del talento o del ingenio humano. Los anteriores argumentos, permiten otra definición, del concepto economía naranja, como plan de negocio orientado a la transformación social y al crecimiento económico en los países, donde se potencializa la diversidad cultural mediante la distribución de servicios culturales, además de servicios propios de la propiedad intelectual, la creación y la producción.

**Normatividad en Colombia sobre economía naranja.** La Ley 1834 de 2017 es una herramienta que fomenta, incentiva, desarrolla y protege las industrias creativas basadas en la cultura (costumbres y tradiciones de las regiones) y la propiedad intelectual. Promueve el desarrollo económico del

país y facilita la participación de actores del sector público, privado, social, gremial y asociativo. (Ministerio de Cultura, 2017). Esta ley, fomenta la estructuración, implementación y crecimiento del sector creativo y cultural, garantiza la propiedad intelectual en los diferentes sectores de la economía naranja a través del artículo 5 que establece la estrategia para la gestión pública mediante la implementación de lo que se denomina “Siete i” o “7i” donde cada i responde a un concepto sobre inspiración, instituciones, industria, información, infraestructura, inclusión e integración. Esta ley es constitucional y versa sobre el artículo 70, el cual exalta la cultura, la protección de la identidad. De igual forma, en el artículo 71 aboga por la expresión artística libre. Expresa que el Estado debe crear los incentivos para el desarrollo y fomento de la Ciencia – Tecnología – Cultura (CTC). También se cimenta en leyes, como: Ley 397 de 1997 o Ley General de la Cultura, la cual desarrolla los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política (Gómez et al., 2021). Este autor, de igual forma establece una relación de los antecedentes normativos del sector de la cultura en Colombia y que dan piso al concepto economía naranja, a saber:

Derechos de autor (Ley 23 de 1992); Democratización del libro en Colombia (Ley 98 de 1993); reglamento del servicio de televisión, entre otros (Ley 182 de 1995); para el fomento del cine (Ley 814 de 2003); teatro (Ley 1770 de 2007);

fomento del libro (Ley 1379 de 2010). Turismo (Ley 1558 de 2012); actividad cinematográfica (Decreto ley 1903 de 1990); creación fondos mixtos: promoción cultura y artes (Decreto 1493 de 1998); Reglamento Sistema Nacional de Cultura - Decreto 1589 de 1998 (Reglamentación Sistema Nacional de Cultura – SNCU); y su decreto único que reglamenta el sector de la cultura (Decreto 1080 de 2015)

**Derechos de Propiedad Intelectual.** Si bien las anteriores definiciones sobre economía naranja, abren un gran abanico de posibilidades para la productividad empresarial, también para el crecimiento social y económico sostenible de los países y de sus regiones en razón de la creación a partir de lo intangible, desde el intelecto y del talento de las personas, desde la innovación creativa que orienta la investigación, es donde este caudal de posibilidad de desarrollar actividades económicas se convierte en factor

determinante para que todas las de posibilidades de la industria creativa, ingresen en el marco de la normatividad y del control del Estado, en función de su caudal presupuestal por motivos de la tributación y de la formalización de los emprendimientos creativos.

Entonces, es así como la regulación de la economía naranja se ordena desde la Constitución Nacional de 1991 y uno de sus aspectos, la propiedad intelectual, encuentra protección en su artículo 61. Al respecto Palacios (2008) recorre la normativa desde la Constitución de 1821, la Ley 10 de mayo 1934, Constitución de 1858, Código de Cundinamarca de 1859, Constitución de 1863, Código civil de 1873, la expedición de normas de 1886, el Código penal de 1890 y 1936, Ley 86 de 1946, Ley 23 de 1982 y la Constitución de 1991 para la protección de las obras y derecho de autores, como también de los bienes y servicios derivados de su creación materializado en cualquier expresión o medio conocido o por conocer. A partir de esa protección constitucional, se derivan tres categorías para la propiedad intelectual, a saber: los derechos de autor, el uso de biotecnologías y de la propiedad industrial. A su vez estas categorías incluyen los derechos morales y patrimoniales (Universidad EAFIT, 2022).

**Sectores color naranja.** Es la Ley 1834 de 2017 la llamada a establecer la estructura de control que se infiere del anterior párrafo y crea para el fin los sectores que abarcan las industrias creativas, como: la producción y/o comercialización de contenidos intangibles culturales, la creación y todas las demás actividades que enmarcan los derechos de autor. Entonces, la industrias creativa es amplia, general y no se limita a las "(...) editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias, y servicios de información, y educación creativa" (Ministerio de Cultura, 2017). Siendo así, se desprende de estos contenidos que tales sectores creativos establecidos por la Ley 1834 de 2017, tiene un sentido trascendente que impacta el crecimiento armónico del país y sus regiones, a partir de la planificación e implementación de los siguientes sectores:

- 1). **Sector de las Artes y Patrimonio.** Involucra las representaciones artísticas y el conjunto de bienes y servicios que hacen parte de la cultura de una región del país y comprende: 1) Artes Visuales; 2) Artes Escénicas; 3) Turismo y Patrimonio Cultural; 4) Educación; 5) Gastronomía y 6) Artesanías.
- 2). **Industrias Culturales.** Agrupa la creación de contenido de valor, producción y distribución de bienes y servicios derivados de la cultura, así: 1) Editorial (librerías, libros, periódicos, revistas y literatura); 2) Fonografía (música grabada); 3) Audiovisual (cine, televisión, video y radio).
- 3). **Industrias Creativas, Nuevos Medios y Software de Contenidos.** Dedicadas a la investigación y desarrollo de tecnología para entretenimiento y consumo de contenidos digitales, las siguientes: 1) Medios Digitales; 2) Diseño y 3) Publicidad

Sin embargo, no es suficiente la organización estructural de las actividades de control naranja, sino su control estadístico y es en este punto donde la Ley 1834 de 2017 establece las cuentas satélite y a través de ellas la Dirección de Impuestos Nacionales (DIAN) clasifica estas actividades económicas mediante la metodología Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), con mención a actividades de inclusión total y actividades de inclusión parcial. Según DIAN (s.f), las actividades de inclusión total no se asocian con la economía naranja pues comprende las de derecho de autor. En su defecto las de inclusión parcial son actividades económicas que generan productos y servicios culturales creativos o cubiertos por derechos de autor.

Previo a la anterior distinción, las siguientes son las 34 actividades económicas de inclusión total, caracterizadas según CIIU, así: 1) fonográfica; 2) diseño; 3) editorial; 4) medios digitales software 5) audiovisuales; 6) agencias de noticias y otros servicios de información; 7) publicidad; 8) artes; 9) educación cultural y creativa; 10) artes escénicas y espectáculos. 11) patrimonio cultural. Y con referencia a actividades económicas de inclusión parcial, igualmente caracterizadas según CIIU y que se agrupan en 68 actividades, se encuentran: 1) áreas arte y patrimonio; 2) industrias culturales; 3) creaciones funcionales.



## Metodología

Mediante la aplicación de métodos propios de la investigación cualitativa, tipo descriptiva documental, se aplicó la técnica del análisis de contenidos, considerando tres categorías para el análisis de datos, a saber: normatividad, las definiciones y conceptualización de algunos autores y los sectores comprometidos con la temática naranja y teniendo en cuenta, además, el derecho de propiedad intelectual.

El análisis de los documentos se realizó a través de una matriz de revisión bibliográfica donde se tomaron las palabras claves, su correspondencia con el desarrollo del contenido y su relación con otros artículos afines, acciones que permitieron generar subcategorías que abrieron el camino para lograr la conceptualización propuesta en este documento de trabajo. Por lo tanto, la unidad de análisis es el documento o fuente analizada.

## Discusión y resultados

Las fuentes consultadas para la conceptualización de la economía naranja, aportan datos que marcan el alcance de este conocimiento para la formulación de emprendimientos creativos aplicados a la industria creativa tangible o que se agrupa en la clasificación CIIU (DIAN, s.f.), como actividades económicas de inclusión parcial o en su defecto creativas intangibles asociadas al talento humano y clasificadas como actividades económicas de inclusión parcial y que en los grupos corresponde el control estadístico al Departamento Nacional de Estadística – DANE por mandato según Ley 1834 del 201. Sin embargo, la cultura aporta su rol en el fortalecimiento del tejido empresarial con soporte en el color naranja para fabricar tejido empresarial a partir del talento humano que no solo sea fuente de trabajo sino del disfrute por lo que se hace derivado del intelecto, del arte, de la cultura y para ello Sala i Martin (2016) indica el rol y la responsabilidad del sistema educativo, y los investigadores están de acuerdo con ese enfoque pero también se refieren a la responsabilidad que recae en el núcleo familiar al tener bajo custodia al infante en su etapa como párvulo y son los padres quienes en primera instancia estimulan la creatividad (Fuentes, et al, 2012).

Así mismo, el discernimiento sobre el concepto economía naranja conllevó al reconocimiento de la administración de la creatividad como un proceso en la visión de Howkins (2002) y fortalecido por Ghelfi (s.f) en el enfoque de integración de negocios. Estos autores, en este avance de investigación, amplían este concepto naranja, y en particular facilitaron conjugar la episteme y la axiología naranja que dio sentido al árbol que se encontró en la presente indagación y que se presentó como tabla 1, donde a la estructura de árbol, se crea el tallo a partir de la clasificación de dos actividades que se abren en tres áreas y 68 sectores con múltiples actividades económicas, las cuales son el resultado de la aplicación de la Ley 1834 de 2017 y que además es respuesta al mandato constitucional afincado en el artículo 70 de la Carta Política Colombiana. Las ramas por supuesto la conforman las áreas, los sectores y el sin fin de actividades económicas que en cada uno de ellos se invitan a consultar en la clasifican DIAN (2022).

**Tabla 1.** Taxonomía de las actividades de economía naranja – DANE

Clasificación actividad	Actividades que comprende	Áreas	Sectores que abarca	Nº
Actividades económicas de inclusión social	15	Industrias culturales	Fonográfica	3
			Audiovisual	6
			Agencia noticias y otros servicios de información	2
			Editorial	4
	7	Creaciones funcionales	Diseño	4
			Medios digitales y software	2
			Publicidad	1
	12	Artes y patrimonio	Artes visuales	2
			Educación cultural y creativa	1
			Artes y espectáculos	5
			Patrimonio cultural	4
<b>Parcial</b>	<b>34</b>			<b>34</b>

Clasificación actividad	Actividades que comprende	Áreas	Sectores que abarca	Nº
Actividades económicas de inclusión funcionales:	7	Industrias culturales	Editorial	4
			Audiovisual	3
	4	Creaciones	Diseño	2
			Medios digitales software	2
Artes y patrimonio:			Actividades manufactureras de la economía naranja	23
			Turismo	16
			Patrimonio cultural	2
			Actividades asociativas y de regulación	4
			Educación cultural y creativa	12
Parcial	68			68
Total clasificación CIU – Economía Naranja / DANE				102

**Fuente:** Elaboración propia a partir de disposiciones de la Ley 1834 de 2022 y DIAN (Colombia)

## Conclusiones

La conceptualización de la economía naranja realizada en este documento de trabajo aplica al proyecto especializado de investigación “Sistematización de la información y datos sobre economía naranja en Colombia: un referente para formulación de proyectos de emprendimiento creativo” y así apropiar nuevo conocimiento con proyección a encontrar nuevas definiciones que fortalezcan los emprendimientos de color naranja como modelos para el desarrollo teniendo como base la creatividad y la cultural y todo lo derivado de la cultura y propiedad intelectual que cobre la industrias culturales y creativas, pues según Moreno (2014), su fortalecimiento es una necesidad para impulsar la innovación y el desarrollo.

## Referencias

- Buitrago, P., & Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>
- Castillo, I. E. (2010). El efecto Médici, percepciones rompedoras en la intersección de ideas, conceptos y culturas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 11, 111–113. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634364007>
- DIAN. (s.f.). *Las actividades económicas naranja*. <https://economianaranja.gov.co/media/zskp3qze/modelo-naranja-ciiu-v5.pdf>
- Fuentes, R., Gamboa, J., Morales, K., Retamal, N., & San Martín, V. (2012). Jean Piaget, aportes a la educación del desarrollo del juicio moral para el siglo XXI. *Revista Convergencia Educativa*, 1, 55–69. <https://revistace.ucm.cl/article/view/262/246>
- Ghelfi, D. (s.f.). *Understanding the engine of creativity in a creative economy: An interview with John Howkins*. <http://www.iicom.org/index.htm>
- Gómez Vásquez, D., Ramírez Muñoz, L., & Berrocal, J. L. (2021). Análisis de las características de la Ley 1834 de 2017 que fomentan el sector cultural en Colombia. *Revista La Propiedad Inmaterial*, 31, 129–156. <https://doi.org/10.18601/16571959.n31.05>
- Hernández Olave, J. S. (2019). El ajedrez de la economía naranja en Colombia. *Economía Creativa*, 12, 82–102. <https://doi.org/10.46840/ec.2019.12.04>
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Ley 1834 de 2017. (23 de mayo de 2017). *Por medio de la cual se fomenta la economía creativa (Ley Naranja)*. <https://economianaranja.gov.co/media/5ruhnndp/ley-1834-del-23-de-mayo-de-2017.pdf>

Moreno, A. (2014, marzo 1). La economía naranja. *Latin Trade*. <https://web-s-ebshost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=6bf097cd-37b7-4171-97e1-4120da6d12bb%40redis>

Palacios, J. P. (2008). *Manual de propiedad intelectual* (1.<sup>a</sup> ed.). Universidad del Rosario. ISBN 978-958-8378-11-4

Sala i Martin, X. (2016). *Economía en colores*. Conecta. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/1870/1/economia-en-colores-sala-i-martin.pdf>

UNESCO. (2013). *Informe sobre la economía creativa: Edición especial*. <https://es.unesco.org/creativity/publication/informe-sobre-economia-creativa-2013>

Universidad EAFIT. (s.f.). *Propiedad intelectual: Definiciones generales*. <https://www.eafit.edu.co/institucional/propiedad-intelectual/Paginas/Definiciones.aspx>