Telos
ISSN: 1317-0570
ISSN: 2343-5763
wileidys.artigas@urbe.edu.ve
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín
República Bolivariana de Venezuela

Análisis de las oportunidades de la economía naranja en Popayán (Cauca)

Saldarriaga Salazar, María Eugenia
Concha Cerón, Eduardo Andrés
Benítez Chará, Willington Algeri

Análisis de las oportunidades de la economía naranja en Popayán (Cauca)
Telos, vol. 25, núm. 3, pp. 734-747, 2023
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín
Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99376074011

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Análisis de las oportunidades de la economía naranja en Popayán (Cauca)

Analysis of the opportunities of the orange economy in Popayán (Cauca)

María Eugenia Saldarriaga Salazar
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, Popayán, Colombia,, Colombia
msaldarriaga@unimayor.edu.co
https://orcid.org/0000-0002-3608-5988
Eduardo Andrés Concha Cerón
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, Popayán, Colombia., Colombia
ea_concha@hotmail.com
https://orcid.org/0000-0003-1212-2147
https://orcid.org/0000-0003-1212-2147
Willington Algeri Benítez Chará
Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca, Popayán, Colombia., Colombia
wbenitez@unimayor.edu.co
https://orcid.org/0000-0003-4675-306X

Recepción: 24 Marzo 2023
Aprobación: 28 Agosto 2023
Publicación: 15 Septiembre 2023

Acceso abierto diamante

Resumen

La economía naranja revela como los bienes y servicios comercializados adquieren importe intelectual porque nacen de ideas y conocimiento de sus autores, de esta manera ofrecen posibilidades de crear empresas naranjas y explorar mayores potencialidades empresariales, por lo anterior, se propuso como objetivo determinar las oportunidades que existen en Popayán (Cauca, Colombia), para la creación de empresas naranjas. El estudio se apoyó en autores como Buitrago-Restrepo & Duque-Márquez (2013) y Howkins (2013), para ahoandar en el tema. La metodología de investigación fue cualitativa de tipo descriptiva, se recopiló información con entrevista semiestructurada aplicada a la población objetivo constituida por 59 empresas de sectores: hotelero, comercializadoras, creativas y televisión y radio. En Popayán existe capacidad para creación de emprendimientos naranja, las empresas estudiadas tienen poco conocimiento de la economía naranja y no aprovechan sus bondades, es importante fortalecer industrias culturales y creativas, por lo cual es necesaria una política para fortalecer esta economía. Se concluyó que la economía estudiada se ha trabajado en la ciudad, y brinda beneficios que deben aprovechar. La revolución tecnológica y digital presenta oportunidades, que con ideas novedosas se proporciona herramientas para llevar productos y servicios a nuevos mercados. La riqueza cultural de la ciudad aún se puede explorar, presenta posibilidad para la generación de nuevas empresas y crear industrias innovadoras destacando el patrimonio cultural, arquitectónico y gastronómico.

Palabras clave: Competitividad, Creatividad, Economía Naranja, Industrias Creativas, Industrias Culturales, Innovación, Propiedad Intelectual.

Abstract

The orange economy reveals how commercialized goods and services acquire intellectual value because they are born from the ideas and knowledge of their authors, thus offering possibilities to create orange companies and explore greater business potentialities. Therefore, the objective was to determine the opportunities that exist in Popayán (Cauca, Colombia) for creating

orange companies. The study was supported by authors such as Buitrago-Restrepo & Duque-Márquez (2013) and Howkins (2013) to delve into the subject. The research methodology was qualitative of a descriptive type, information was collected with a semi-structured interview applied to the target population made up of 59 companies from sectors: hotel, marketing, creative, and television and radio. In Popayán there is a capacity to create orange enterprises; the companies studied have little knowledge of the orange economy and do not take advantage of its benefits; it is important to strengthen cultural and creative industries, for which a policy is necessary to strengthen this economy. It was concluded that the studied economy has been worked in the city and provides benefits that should be taken advantage of. The technological and digital revolution presents opportunities with innovative ideas and provides tools to bring products and services to new markets. The city's cultural richness can still be explored; it presents the possibility for the generation of new companies and the creation of innovative industries highlighting the cultural, architectural, and gastronomic heritage.

Keywords: Competitiveness, Creativity, Orange Economy, Creative Industries, Cultural Industries, Innovation, Intellectual property.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Introducción

La economía naranja ha sido ampliamente discutida y promovida en América Latina y otras regiones del mundo como una alternativa para impulsar el crecimiento económico y social a través de la creatividad y la cultura, presenta oportunidades de crecimiento económico e incremento de empleo, para lo cual se hace necesario reglamentar y promover las actividades que la componen (González-Beuses, 2020). En los últimos años esta economía ha tomado relevancia, debido a los cambios del mercado que busca la exploración de nuevos productos y servicios con el fin de incentivar la demanda, lo que conlleva a incluir la cultura, creatividad e innovación en la transformación de productos, inserción de tecnología y procesos manuales, unidos en el concepto de economía naranja que se convierte en parte fundamental del crecimiento de las regiones (Riascos, Acosta, & Ortiz, 2020).

En el año 2013, el libro "La Economía Naranja: una oportunidad infinita" de los autores Buitrago-Restrepo & Duque-Márquez (2013), propone una discusión respecto a la economía creativa, que muestra diversas rutas de progreso en América Latina, y definen la economía naranja como "el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual" (p.40). Esta economía persigue el fomento de la cultura por medio de la creatividad e innovación, y la transmisión de conocimientos y cultura a futuras generaciones, con esto se pretende el progreso y aprovechamiento de la capacidad económica del sector cultural y creativo, abriendo nuevas opciones para la creación de empresas.

La economía naranja abarca aspectos con singularidades innovadoras, robustece la cultura y el patrimonio, va unida a la creatividad, constituida en desarrollo, investigación e innovación cultural y creativa, y enseñanza técnica (Pastrán-Calles et al., 2022; Molina-Quinteros et al., 2018). Esta economía se precisa como un conglomerado de acciones que unidas, convierten representaciones en productos o servicios culturales, y su importancia se plasma en la creación de propiedad intelectual. El contexto de la economía naranja se constituye por: "industrias creativas y economía cultural, que configuran las industrias culturales convencionales; y áreas de soporte para la creatividad" (Buitrago-Restrepo & Duque-Márquez, 2013, p.40).

La economía naranja involucra la innovaciones, demostrando que la creatividad y el talento reinventan productos con valor e innovación para obtener experiencias diferentes en los usuarios. La innovación va de la mano con el medio empresarial, puesto que permite mejorar lo que se tiene o crear nuevas opciones para los clientes, y se puede realizar en diversos ambientes. La empresa que innova posee equipos de trabajo comprometidos, asumen riesgos, solucionan problemas, satisfacen necesidades, y sobre todo no hay temor al cambio (Saldarriaga-Salazar, et al., 2019). La innovación sustenta a la economía creativa que se enfoca en el talento, conectividad, propiedad intelectual, y cultura, aplicando tecnología (BID, 2017; Balarezo-Noboa, 2020).

Al respecto, el concepto economía naranja se equipará con economía creativa de Howkins (2013), quien deduce que los dos términos son similares, el autor define la economía creativa como una nueva manera de pensar y actuar puesto que se refieren a la cultura, el entretenimiento y todo lo relacionado con ello, para unir creatividad con enfoque de negocio. La economía creativa se asienta en una nueva forma de pensar y hacer, cuyos recursos esenciales son la habilidad de la persona y el talento, para la conformación de negocios.

La economía creativa se conceptualiza desde las industrias culturales, posteriormente por las industrias creativas, para finalmente convertirse en economía naranja, un término más reciente, aunque los criterios y el soporte conceptual no se transforma elocuentemente (Hernández-Olave, 2019). Esta economía se compone de todo lo que abarque creatividad, el talento que transforma ideas en productos o servicios resguardados por derecho de autor o la propiedad intelectual, e incluye industria cinematográfica, moda, videojuegos, fotografía, musica, escultura, arquitectura, diseño de moda, pintura, conciertos, teatro, circo, museos, artesanías, música, servicios creativos, medios sociales, software, entre otras.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

En América Latina, son varios países los que han demostrado un gran potencial en este tipo de economía y quieren aprovecharlo, en esta región. La creatividad es una de las habilidades más notables y se aplica para apresurar el crecimiento, la innovación, el empleo y ser preferidos por talentos, empresarios e inversionistas. Se han emitido políticas de apoyo a la elaboración, promoción y utilización de productos creativos y culturales, sin embargo se obtienen menores resultados, con el 6% de los ingresos operacionales causados por esta industria y el 7% del empleo" (Gobernación de la República Dominicana, 2020, p.6,8). Cabe resaltar que, se ha implementado la formalización de la actividad cultural, ocasinando una práctica cultural que establece las maneras de actuar, normatización y legalización social (Mariscal-Orozco, 2015).

En México, Brasil, Ecuador y República Dominicana existe interés por el tema y proponen políticas para estimular actividades creativas. México, ha tenido progreso en esta industria, especialmente en actividades históricas y culturales, es un país de tradiciones. Brasil por su parte, propone desde el 2004 incentivos para la economía creativa, el país es fuerte en aspectos culturales. También se desarrolla la industria eléctrica por medio de la actividad investigativa de Ciencia Tecnología e Innovación, aprovechando la interrelación entre la el sector productivo, la academia, y el Estado. Ecuador fortalece el turismo que es un sector importante en su economía, se explotan los atractivos históricos, naturales y culturales (Segura-Osuna et al., 2021; Alvarado- Peña, et al., 2022). En República Dominicana a partir del 2012, se proponen el progreso de industrias creativas y culturales, lo cual contempla potenciar las artesanías; fomentar industrias culturales incluidas las TIC, el mercado; la comercialización; mecanismos de apoyo financiero; programas de capacitación y formación, y diseñar mecanismos para la distribución de libros producidos en el país (Gobernación de la República Dominicana, 2020).

En Colombia, la economía naranja ha ganado importancia en los últimos años como una fuente de crecimiento económico y generación de empleo. El gobierno ha implementado políticas y programas para fomentar el desarrollo de sectores, particularmente en las industrias culturales, creativas y economía naranja se convierten en la ruta para mejorar el desarrollo financiero, social y cultural, de esta manera se promueve la creación, elaboración y comercialización de bienes y servicios, protegidos con derechos de propiedad. Con el propósito de estimular esta economía, se proclama la Ley 1834 (2017), o Ley Naranja y diversos normas como: Decreto 2120 (2018), Decreto 1935 (2018), Ley 2010 (2019) y la Ley 1955 (2019), que fomenta la economía creativa y cuyos propósitos son el de fortalecer y crear elementos que accedan al impulso de la capacidad económica de la cultura y forjar escenarios para la viabilidad de las empresas y estamentos que la forman, acorde a los propósitos de desarrollo sostenible y favorecer contextos para impulsar un empleo en el sector cultural, afirmar la realización de ideas novedosas y bienes innovadores, fortificar los conocimientos ancestrales, el ejercicio de la propiedad cultural y la transferencia de saberes.

Para acceder a esta industria, a través del DANE se crea un Sistema de Información de Economía Naranja (SIEN), que recoge, analiza y difunde información estadística sobre artes y patrimonio, industrias culturales, creaciones funcionales (FINDETER, 2020). Además, desde el Ministerio de la Cultura se conforman Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) y se instalan nodos departamentales en el país (Buitrago-Restrepo 2019). También, la política de economía naranja promovida en el 2020, distingue la cultura y la creatividad por el importe que aporta y la generación de empleo, ingresos y riqueza como fuente para lograr bienestar, progreso social y local (OECD, 2022). En los planes de Gobierno de Colombia, se ha relacionado la política de emprendimiento con la economía naranja, lo que le ha dado mayor relevancia para llegar al plan nacional de desarrollo (López-Cortés & Moneada-Prieto, 2021).

En el departamento del Cauca y Popayán su capital, la economía naranja busca impulsar y potenciar las actividades culturales y creativas como generadoras de empleo, riqueza y desarrollo local. Se incluyen sectores el patrimonio cultural; que se destaca local, nacional e internacionalmente. Popayán es reconocida por ser una ciudad colonial, enriquecida por su autenticidad, ambiente, arquitectura, su legado histórico y su tradición, aspectos de importancia para lograr el fomento de la economía naranja que podrá incrementar mayores empleos, y que ha sido poco aprovechada, razón por la cual el Gobierno Nacional constituye el nodo naranja de Popayán, de trascendencia departamental, y el diseño de iniciativas con agenda naranja

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

para el territorio. Se impulsa la riqueza histórica, cultural, gastronómica y creativa con el fin de establecer áreas de desarrollo naranja (López-Castrillón, 2020, p.175).

Asimismo, la economía naranja es la ocasión para fortificar a las micro y pequeñas empresas de esta economía creadas en Popayán. Las propuestas resultantes deben ser acertadas y oportunas para lograr el progreso de las empresas y avivar el ecosistema de la economía creativa y cultural, vigorizando al sector según sus potencialidades, asimismo se puede lograr el crecimiento empresarial, por lo que en Popayán se proponen como "motores de desarrollo la cultura, el turismo y la creatividad", por medio del área naranja soportada en innovación, transformación de la ciudad, y fortificación de la sociedad, resguardando el patrimonio inmaterial y material de la ciudad (López-Castrillón, 2020, p.187).

Lo anterior es visto como una fortaleza para impulsar y fortalecer las empresas naranjas, debido a que la situación actual de la ciudad es difícil porque afronta diversos problemas sociales y económicos, como unas tasas de desempleo representativas que, aunque han disminuido siguen generando inconvenientes, para los meses de marzo a mayo de 2023 con un 11% de desocupación (Ministerio de Industria Comercio y Turismo, 2023), como consecuencia de las pocas oportunidades de empleos que ofrecen las empresas, además de un alto índice de desplazados que llegan a la ciudad por los problemas de violencia, amenazas y extorsión de comerciantes, secuestros, reclutamiento forzoso, entre otros, en diferentes municipios del departamento, que hace que la gente del campo llegue a la ciudad en búsqueda de nuevas y mejores condiciones de vida (López-Castrillón, 2020), razón por la cual se persigue crecer en competitividad por medio de la cultura y gestar mayores oportunidades con la economía naranja.

Para ampliar el panorama en la ciudad, es importante que las autoridades locales, emprendedores y la comunidad en general trabajen juntos para fomentar el crecimiento de económico. Por lo anterior se propone determinar las oportunidades que existen en Popayán (Cauca, Colombia), para la creación de empresas naranjas, para esto, es necesario verificar las empresas creadas acorde a los códigos de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de inclusión total o parcial de economía naranja; conocer el contexto de la ciudad en cuanto a las posibilidades de creación de empresas naranja; y seleccionar los grupos de empresas más representativas en la economía naranja de la región para ser estudiadas.

De acuerdo con el DANE (2021), en Popayán la economía naranja demuestra oportunidad en salas y cine, bienes culturales, academias de música, escenarios públicos; la ciudad tiene un fuerte potencial en turismo cultural y patrimonio, artes escénicas, realización de proyectos audiovisuales, editoriales y artes plásticas y visuales Además, Popayán celebra cada año la Semana Santa, que atrae gran cantidad de turismo religioso a la región (Cortés-Ahumada,1659; Méndez-Valencia, 1995; Cuervo de Jaramillo et al., 2002).

Las tradiciones se han mantenido por muchos años y en el 2005, según UNESCO (2007), se denominó ciudad UNESCO de Gastronomía, como consecuencia de su diversidad del patrimonio intangible de los colombianos, por la conservación de los métodos tradicionales en la preparación de las comidas por medio de una tradición oral, posteriormente en el 2009 la UNESCO declara la Semana Santa de Popayán como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad (UNESCO, 2010).

Metodología

En la investigación se aplicó metodología cualitativa, que revela el modelo interpretativo, para acceder a un acercamiento entre los investigadores y las empresas a estudiar, para conocer el origen, el proceso y significados de la economía naranja, con las percepciones de entrevistados. En primera instancia fue necesaria la identificación del problema, para lo cual se estudiaron las circunstancias que lo generaron, posteriormente se determinaron investigaciones similares y teorías formuladas del tema en estudio, después del análisis de datos se acordó plenamente la pregunta de investigación. Posteriormente, en la investigación se obtuvo la información por observación y entrevistas semiestructuradas, con la finalidad de lograr mayores datos, mejor interpretación, contextualización y aportar experiencias nuevas (Hernández-Sampieri et al., 2014; Hernández-Escobar et al., 2018).

Se aplica método descriptivo, para explicar y caracterizar las relaciones entre la economía naranja y las empresas, y relatar la realidad de manera detallada y objetiva, además se determina recoger la información

sin variar el entorno. Se define describir el entorno naranja de la ciudad de Popayán, utilizando el muestreo por conveniencia para seleccionar las empresas a entrevistar que estén incluidas en economía naranja.

La muestra se estipula acorde a la base de datos de la Cámara de Comercio del Cauca, seleccionando inicialmente las empresas inscritas con código de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de inclusión total o parcial determinados para economía naranja y según 4 categorías: sector hotelero CIIU 5511, 5519, 7990; comercializadoras en economía naranja CIIU 4761, 4769, 4741, 4771, 4772; empresas creativas empresas CIIU 9001, 9002, 9003, 9004; empresas de televisión y radio CIIU 6010, 6020, 6391, 6399, para un total de 16 códigos CIIU con 231 empresas (según la información recolectada hasta 2021). Una vez seleccionados los códigos, se realizó un acercamiento inicial con las empresas con la finalidad de invitarlas a participar en el proyecto, y quienes respondieron positivamente se incluyeron en el estudio, resultando seleccionadas un total de 59 empresas, representadas en: 9 hoteles del sector histórico, 20 empresas comercializadoras, 20 empresas creativas y 10 de televisión y radio. Con estas empresas se logra la representatividad de las categorías a analizar.

Para recolectar los datos se establece como técnica la entrevista semiestructurada, se diseña y se aplica una muestra piloto de 2 encuestas por categoría (8 encuestas piloto), que dejo realizar ajustes pertinentes para una adecuada aplicación del instrumento, y el análisis de los mismos.

Resultados

Para la obtención de los resultados se parte del fundamento teórico, posteriormente se determina cómo se ha establecido la economía naranja en la ciudad, y finalmente se realiza el análisis en las empresas seleccionadas. Inicialmente se expone que, la economía naranja relaciona creación, producción y comercialización de bienes y servicios, con accesibilidad de contenidos culturales; complementado con valor económico derivado del valor cultural, crea riqueza y empleo cimentada en propiedad intelectual (González-Vergara et al., 2020; Herrera-Medina et al., 2013; Buitrago-Restrepo & Duque-Márquez, 2013). En este sentido, la competitividad se obtiene con innovación, la empresa innovadora asume riesgos, resuelve problemas, satisface necesidades con creatividad. La ley naranja, resguarda industrias creativas colombianas fundamentada en innovación y emprendimiento creativo, las ideas creativas se explotan y aprovechan la capacidad de las personas, protegidas con propiedad intelectual (Saldarriaga-Salazar, et al., 2019; Peña-Ríos & Forero-Garzón, 2018; OMPI, 2012).

Basándose en la fundamentación, se determinaron fuentes de desarrollo en la ciudad, la cultura e innovación le dan reconocimiento, las industrias culturales locales, “desempeñan su rol en desarrollo de sociedades, personas y naciones”, generando “identidad, valores y significados”, con innovación (Lebrún-Aspíllaga, 2014, p. 46). El departamento del Cauca, y en especial Popayán, irradian la diversidad y la riqueza cultural y creativa en su territorio por tal razón, es importante impulsar el trabajo de los cocineros, músicos, poetas, diseñadores, escritores, publicistas, joyeros, fotógrafos, artesanos, grupos folclóricos, desarrolladores de software, entre otros. Esta economía permite promover y fortalecer el desarrollo económico de la cultura y así mismo crear espacios de estabilidad social y económica, empleos dignos para los emprendedores y empresarios.

Acorde a lo anterior, en Popayán la Cámara de Comercio del Cauca (2020), realiza el mapeo de industrias creativas y culturales, determinando que el empleo que ofertan estas industrias se divide en creaciones funcionales de nuevos medios y software, industrias culturales convencionales y artes y patrimonio.

Según la encuesta de caracterización del Centro Nacional de Consultoría (CNC) (2019), (párr.4), las industrial culturales y creativas se concentran en: artes y patrimonio que representa el 45%, industrias culturales convencionales el 28% y creaciones funcionales de nuevos medios y software de contenidos el 24%, es importante resaltar que se encuentran empresas formales e informales, demostrando que mucha de esta industria en Popayán se encuentra la informalidad. La mayoría de estos empresarios se dedican a la creación de contenidos, comercializar productos o servicios culturales, producción de bienes y servicios a

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

partir de contenido culturales y creativos, prestan servicios de soporte a la elaboración, circulación y utilización para el sector cultural, reciben y muestran la cultura local a turistas nacionales e internacionales.

En Popayán, existen organizaciones públicas y privadas que se ha preocupado por organizar, fomentar y apoyar los emprendimientos y empresarios de la economía naranja, y acorde a las normas del Gobierno y de la Ley Naranja, se requieren condiciones idóneas para que puedan ser competitivos, que contribuyan a la generación de empleo en la región y al fortalecimiento de las industrias culturales y creativas. Es significativo mencionar que, los empresarios conocen muy bien su oficio, sin embargo, en cuanto a la gestión empresarial, requieren de mayores y mejores competencias técnicas y blandas; muchos de estos emprendimientos nacen en la informalidad y son muy pocos los que después de varios años se formalizan. Existe una gran riqueza cultural en toda la región, y en Popayán esa riqueza puede ser mejor valorada si se fortalece la generación y crecimiento de las empresas naranja.

Fundamentados en lo anterior y para la obtención de los resultados del estudio, se entrevistan las empresas seleccionadas, para lo cual fue necesaria la identificación de variables claves y comunes como economía naranja e innovación y una variable diferente para cada grupo de empresas acorde a su actividad económica: turismo, comercialización, creatividad y creación audiovisual, que dio información necesaria para el análisis.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Tabla 1. ***Sector hotelero, centro histórico de Popayán***

Economía Naranja	La economía naranja se centra en actividades de contenido cultural, artístico y patrimonial en Popayán. Los hoteles su ubican en sector histórico declarado
Turismo	El turismo se concibe como una corriente colateral de la economía que une lo social, cultural y económico, promoviendo atractivos turísticos, con turismo religioso, gastronómico, ecológico o ecoturismo y rural
Innovación	Los hoteles innovan en servicio, estrategias, buena atención. La innovación tecnológica ofrece servicios tecnificados y fácil acceso para los huéspedes

Nota: Investigación: Economía Naranja: Una oportunidad para emprendimientos en Popayán (Saldarriaga-Salazar et al., 2021)

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Este sector reconoce la importancia de la Economía Naranja, desde el turismo cultural, con la transmisión del conocimiento del patrimonio y riqueza cultural, contribuyendo a la creación de oportunidades, con portafolio de servicios y productos turísticos.

De otra parte, las empresas comercializadoras, distribuyen contenidos creativos intangibles y de naturaleza cultural, se agrupan a entidades de comercialización y producción de servicios y bienes culturales. En la tabla siguiente se muestran las variables analizadas en las empresas comercializadoras en Economía Naranja:

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Tabla 2. ***Empresas comercializadoras en economía naranja de la ciudad de Popayán***

Economía Naranja	La Economía Naranja no es muy conocida y desaprovechan beneficios. El Nodo Naranja, es una oportunidad para fortalecer las empresas comerciales
Comercialización	Compra y venta de productos de economía naranja: libros, periódicos, materiales y papelería, computadores, equipos periféricos, programas, ropa, accesorios, zapatos y artículos en cuero
Innovación	Economía naranja debe incluir talento, propiedad intelectual e innovación, y solucionar problemas de forma creativa. Las empresas innovan en procesos, maquinarias, etc., conservado legado cultural

Nota: Investigación: Economía Naranja: Una oportunidad para emprendimientos en Popayán (Saldarriaga-Salazar, et al., 2021)

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Las empresas de comercialización en economía naranja, deben garantizar protección de derechos de autor en obras literarias, propiedad industrial en diseños industriales y ancestros culturales, marcas registradas; la innovación fortalece la competitividad con diferenciación.

Por su parte, las empresas creativas, se derivan de la cultura o la creatividad generando valor económico y social, tiene como insumo la creatividad, potencian la transformación de la cultura y la creatividad; interrelacionadas con economía creativa creando valor y riqueza, las variables de empresas creativas se ven a continuación:

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Tabla 3. ***Empresas creativas en economía naranja de la Ciudad de Popayán***

Economía Naranja	La economía naranja, fomenta empresas creativas que agrupan: creación, producción y comercialización de productos y servicios culturales o que contengan propiedad intelectual
Creatividad	La creatividad es un proceso dinámico, depende de las personas, y permite el avance de la cultura. La creatividad es necesaria para la evolución y el progreso
Innovación	En la innovación para empresas creativas, es muy importante el cliente para que le guste la creación, y en la innovación se conserve el aspecto tradicional

Nota: Investigación: Economía Naranja: Una oportunidad para emprendimientos en Popayán (Saldarriaga-Salazar et al., 2021)

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Las empresas creativas son importantes para el desarrollo de Popayán, pero no se ha dado relevancia para lograr su reconocimiento, potencializarlos y ser competitivos, es necesario generar sinergia entre entidades y actores que intervienen en procesos empresariales. La economía naranja incluye acciones que proporcionan productos y servicios de contenidos figurados artísticos y creativos que se reproducen masivamente; relacionados con cultura e incluyen creación audiovisual, los productos se valoran cuando se reproducen o se copia el trabajo original generando dinero.

Las industrias culturales son las actividades que proveen bienes y servicios, encaminando hacia las actividades audiovisuales, a este sector pertenecen las empresas de televisión y la radio, de las cuales se describen las variables a continuación:

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Tabla 4. ***Empresas de televisión y radio en la ciudad de Popayán***

Economía Naranja	La economía naranja apoya trasmisión de programas en televisión y radio con manifestaciones culturales, protegidos con propiedad intelectual
Creación audiovisual	Creación audiovisual: cine, música y radio proporcionan insumos para los medios de comunicación, con cambios tecnológicos y productivos
Innovación	La innovación tecnológica permitió la expansión en la televisión y la radio, ofreciendo nuevas plataformas y redes de comunicación

Nota: Investigación: Economía Naranja: Una oportunidad para emprendimientos en Popayán (Saldarriaga-Salazar et al., 2021)

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

En las empresas de televisión y radio, se evidenció falta de comprensión de la economía naranja, factor que inhibe la creación de empresas, se reconoce su capacidad cultural y artística, pero esto no es muy representativo, sin embargo, la revolución tecnológica y digital, ofrece productos y servicios en nuevos mercados. El poco conocimiento de las artes, la televisión y la radio en Popayán, abre una oportunidad para aprovechar el talento con ideas de generación de televisión y programas radiales.

Las discusiones sobre la economía naranja, demuestran la elasticidad del concepto y la alta flexibilidad de la política respecto al tema, además un lapso en el cual se afectan reciprocamente las dos dimensiones, que se explica y se evidencia en los informes en el país. También, la gran variedad de aspectos que abarca este tipo de economía, puede exponer la dispersión de las acciones encaminadas a este tema, que aun se sigue discutiendo y analizando, a pesar de los resultados obtenidos, su impacto necesita de una revisión que incluya los bienes culturales, los registros de propiedad intelectual, entre otros (Hernández-Olave, 2019; Ranauro Hoyer, 2023)). Otro aspecto relevante, es que para fortalecer la economía naranja, se debe educar sobre los diversos aspectos que abarca y las actividades que la componen, dar insentivos tributarios a los creativos para que se sientan atraídos al mercado (González-Beuses, 2020).

El estudio evidencia que la economía naranja necesita mayor impulso desde los entes Gubernamentales, debido a que ha tenido decrecimiento en el país, durante el año 2021 represento 2.61% del PIB, comparado con los años 2020 con el 2.64%, 2019 con el 3% (Becerra-Elejalde, 2022. párr.2), sin embargo, el Gobierno ha buscado soluciones para que los emprendedores naranja puedan acceder a créditos, pero se hace necesario otras medidas para estimular esta economía, ya que activa nuevos sectores económicos permitiendo la creación de más empleos, y contribuye al PIB (Salazar-Sierra, 2021). Crear una empresa naranja no es fácil, se debe enfrentar un mercado dificil, sin embargo le dará al gerente y a las personas que la conformen la posibilidad de arriesgarse, explorar, obtener productos creativos e innovadores (Bedoya-Londoño, 2021).

Conclusiones

La economía naranja continúa siendo importante para el desarrollo económico y social del país, se caracteriza por su capacidad para forjar empleo, estimular la innovación y promover la identidad cultural. Se han observado adelantos tecnológicos y mejoramiento en los modelos de negocio que contribuyen en la forma de crear, distribuir y consumir productos y servicios de las industrias creativas.

La economía naranja es un tema que se ha venido trabajando en el país, pero en Popayán se promueve con fuerza a partir del año 2018, aun así, algunas empresas que hacen parte de la investigación desconocen sus bondades y han creado sus empresas sin tener conocimiento de esta economía. Esta es una oportunidad para que las empresas aprovechen sus beneficios, logrando desarrollar productos con identidad cultural, y favoreciendo la propiedad intelectual. La capacidad de crear en las personas origina propuestas artísticas y culturales que, en el mercado se ofrecen como bienes o servicios y generan valor, abriendo paso a la economía naranja que, fundamentada en la creatividad, el talento y la cultura, crea riqueza para convertirse en un sector económico representativo presentando nuevas alternativas de emprendimientos donde los saberes culturales y artísticos se cristalizan un aspecto importante de la economía de Popayán.

La investigación reveló que, la ciudad tiene una gran riqueza cultural y artística que es poco aprovechado por las empresas y no es muy representativas en la economía local. Además, para los entrevistados es importante aprovechar la revolución tecnológica y digital, tener ideas novedosas para ofrecer herramientas y, llevar productos y servicios a nuevos mercados. En la ciudad hay un gran potencial para la creación de empresas naranja, y es necesario una política para fortalecer la economía naranja y desarrollar la región, determinando que los recursos se destinen de manera adecuada, eficiente y equitativamente. La riqueza cultural de la ciudad aún tiene mucho por explorar, presenta la oportunidad para la generación empresas, y con el apoyo de nuevos proyectos de negocios se puede obtener valor social y económico en las artes y la cultura, crear industrias innovadoras que destaquen el patrimonio cultural, arquitectónico y gastronómico de la ciudad, fundamentado en el valor del talento humano.

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Un aspecto fundamental en la economía naranja es la transmisión de saberes culturales, un tema que se debe fortalecer y no olvidar, buscar la innovación y ser creativos en la elaboración de productos o servicios, que los puede llevar a nivel nacional e internacional. Es relevante, que los emprendedores en etapa inicial desarrollen competencias técnicas y blandas para manejar sus empresas, surgir, crecer y apoyar al progreso de la región. Por el contexto de Popayán, es indispensable delinear una guía cultural con eventos para todo el año, con la finalidad de promover el turismo, fomentar la formalización de las empresas naranjas y fortalecer esta industria para que se consolide como un sector económico fuerte en la región.

Declaración de Conflictos de Interés

No declara conflictos de interés

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Contribución de autores

Autor	Concepto	Curación de datos	Análisis/ Software	Investigación/ Metodología	Proyecto/ recursos/ Fondos	Supervision/ Validacion	Escritura inicial	Redacción: revisión y edición final
1	X	X	X	X	X	X	X	X
2	X	X		X	X	X	X	X
3	X			X	X	x	x	X

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Financiamiento

No aplica

PDF generado a partir de XML-JATS4R por Redalyc
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto