

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

CARRERA DE RELACIONES INTERNACIONALES

SEMINARIO DE GRADUACIÓN.

**ANÁLISIS DEL PAPEL DE LA ECONOMÍA NARANJA COMO
PROMOTOR DE DESARROLLO COMERCIAL DE LA
REPÚBLICA DE COSTA RICA, EN CARA A UN
REORDENAMIENTO ECONÓMICO GLOBAL EN EL PERIODO
2019-2022**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES CON ÉNFASIS EN
COMERCIO EXTERIOR**

SUSTENTANTE:

ANDREY RAMÍREZ GARCÍA

TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN:

LIC. VICTOR ESTRADA MENA

SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ, ENERO, 2023

Tabla de Contenido

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO I:..... | 13 |
| Planteamiento del Problema..... | 13 |
| Objetivos de la Investigación | 19 |
| Objetivo General | 19 |
| Objetivos Específicos | 19 |
| Justificación..... | 20 |
| Antecedentes | 21 |
| Antecedentes Internacionales..... | 22 |
| Antecedentes Latinoamericanos..... | 24 |
| Antecedentes Nacionales..... | 27 |
| Proyecciones..... | 29 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO | 31 |
| 2.1 Antecedentes Históricos de la Economía Naranja | 31 |
| 2.1.1 Antecedentes Históricos de Costa Rica sobre Economía Creativa | 34 |
| 2.1.2 Protección de la Propiedad Intelectual | 40 |
| 2.2 Definición de Economía Naranja | 43 |
| 2.2.1 Definiciones de Economía Naranja según Organismos Internacionales..... | 45 |
| 2.2.2 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) | 46 |
| 2.2.3 Banco Interamericano de Desarrollo (BID) | 46 |
| 2.2.4 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI-WIPO)..... | 46 |
| 2.2.5 Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) ... | 46 |
| 2.3 Aplicación de las 7i: Ideas para el Desarrollo y Ejecución de la Economía Naranja | 48 |
| 2.3.1 Información | 48 |
| 2.3.2 Instituciones: | 48 |
| 2.3.3 Industria:..... | 49 |
| 2.3.4 Infraestructura: | 49 |
| 2.3.5 Integración:..... | 49 |
| 2.3.6 Inclusión: | 49 |
| 2.3.7 Inspiración:..... | 50 |
| 2.4 Panorama internacional de la Economía Naranja | 51 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4.1 Panorama Latinoamericano de la Economía Naranja | 54 |
| 2.5 Economía Naranja - Caso Colombia..... | 57 |
| 2.5.1 Promoción y Beneficios de la Aplicación de la Economía Naranja | 58 |
| 2.5.2 Debilidades en la aplicación de la Economía Naranja en Colombia..... | 63 |
| 2.6 Percepción de la Economía Naranja..... | 65 |
| 2.7 Digitalización | 67 |
| 2.8 Globalización y Economía Naranja..... | 69 |
| 2.9 Interdependencia Compleja-Económica | 71 |
| CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO | 73 |
| 3.1 Enfoque de la Investigación | 73 |
| 3.2 Diseño de la Investigación | 74 |
| 3.3 Fuentes de Información..... | 75 |
| 3.3.1 Fuentes primarias | 76 |
| 3.3.2 Fuentes Secundarias | 76 |
| 3.4 Población y Muestra..... | 77 |
| 3.5 Unidades de Análisis..... | 79 |
| 3.6 Instrumentos | 82 |
| 3.6.1 Revisión Bibliográfica..... | 82 |
| 3.6.2 Entrevista..... | 82 |
| 3.7 Recolección de Datos | 83 |
| CAPÍTULO IV. DIAGNÓSTICO Y APLICACIÓN EN COSTA RICA | 86 |
| 4.1 Transformación de la Economía actual – Nueva fase globalizadora (2019-2023) | 86 |
| 4.2 Instituciones y Sectores Productivos ligados al Comercio e Innovación | 89 |
| Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX). | 89 |
| Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER). | 89 |
| Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ)..... | 90 |
| Cuenta Satélite de Cultura del Banco Central de Costa Rica (CSCBCCR)..... | 91 |
| Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT)..... | 91 |
| Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)..... | 92 |
| Ministerio de Educación Pública (MEP)..... | 92 |
| Ministerio de Planificación y Política Económica (MIDEPLAN)..... | 94 |
| Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE)..... | 95 |
| Registro Nacional..... | 96 |

| | |
|---|-----|
| Instituto Costarricense de Turismo (ICT). | 98 |
| Instituto Nacional de Aprendizaje (INA). | 98 |
| Municipalidad de San José (MSJ). | 100 |
| Ministerio de Hacienda. | 100 |
| Esencial Costa Rica. | 101 |
| Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD). | 101 |
| Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT). | 103 |
| 4.3 Compromisos – Acuerdos de Costa Rica con la Economía Creativa..... | 103 |
| Política Nacional de Derechos Culturales - PNDC (2014-2023). | 103 |
| Estrategia Nacional “Costa Rica creativa y cultural 2030”..... | 105 |
| Reforma al artículo 7 de la Ley 8634, Sistema Banca para el Desarrollo (2008). | 111 |
| Ley de Fomento a la Economía Creativa y Cultural (2021). | 111 |
| 4.4 Economía Naranja – Herramienta promotora de desarrollo y tecnologías | 115 |
| 4.4.1 Adaptaciones para la Economía Naranja en el Comercio. | 116 |
| 4.4.2 Oportunidades de la Adaptación. | 117 |
| 4.4.3 Limitantes de la Adaptación. | 119 |
| 4.4.4 El rol de la Economía Naranja en el comercio de bienes y servicios..... | 124 |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES..... | 127 |
| 5.1 Recomendaciones..... | 131 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 136 |

Tabla de Contenido de Figuras

| | |
|---|-----|
| <i>Figura N.1: Economía vrs. COVID-19</i> | 38 |
| <i>Figura N.2: Industrias que conforman la economía creativa, según la UNCTAD</i> | 47 |
| <i>Figura N.3: Economía Naranja vs Economías Mundiales</i> | 52 |
| <i>Figura N.4: Generación de empleos por Economía Naranja</i> | 52 |
| <i>Figura N.5: Economía Naranja vs Economías Exportadoras</i> | 53 |
| <i>Figura N.6: Principales rubros de exportación en 2012.</i> | 54 |
| <i>Figura N.7: Economía Naranja vs Bienes Latinoamericanos</i> | 56 |
| <i>Tabla 1. Muestra de la investigación</i> | 78 |
| <i>Figura N.8: Etapas para la formación de la Economía Naranja</i> | 124 |

RESUMEN

En un mundo globalizado en el que vivimos en donde se dan configuraciones de poder dentro de las políticas unidas al comercio y todos los beneficios que provienen producto del intercambio de bienes y servicios; es necesario acoplarse a todas las circunstancias que se van dando secuencialmente, desde crisis económicas, guerras comerciales y bélicas, crisis sanitarias, así como de eventos producto de la misma naturaleza. Esto, debido a que se está dando un reordenamiento económico global y si los países del sistema internacional no están a la vanguardia en esta dinámica, se quedarán estancados y en vías de desarrollo.

Para que esto no suceda, se necesitan una serie de factores que incentiven los mercados desde lo interno hacia lo externo, y es esto posible mediante la educación, el financiamiento, la infraestructura idónea, la innovación, la tecnología y la competitividad. Es aquí donde se marca una tendencia actual para crear a su vez una serie de estímulos que lleven a hacer de esos factores mencionados una realidad, los cuales se logran a través de la cultura, la creatividad y de las artes.

Si dentro de un sector productivo se incorporan mecanismos de promoción de esta clase, las empresas, emprendimientos e industrias van a comenzar a diferenciar la oferta de sus bienes y servicios de la competencia, generando un desarrollo económico y social por medio de la creación de nuevos empleos. Esa diferenciación conlleva a la creación de patentes por propiedad intelectual, así como de derechos de autor; por lo que cuidar de estos recursos y de sus creadores es vital para lograr mantener las ganancias y su continuidad en los mercados.

Por lo tanto, darles un valor cultural y creativo no solo a los bienes y servicios artísticos, sino a nivel general sistémico puede significar para un país tener las respuestas de desarrollo y los recursos necesarios para llegar ahí. Es por esto, que la Economía Naranja en la actualidad más que nunca es un tema de debate a nivel internacional y en los gobiernos para lograr comprender sus características, sus limitaciones, la forma en que se nutre y cuantificar la rentabilidad que se puede llegar a alcanzar para poder implementarlo dentro de su política comercial.

“La innovación será clave para las nuevas generaciones.”

CAPÍTULO I:

Para poder enfocar de buena manera el objeto de estudio en esta investigación es necesario plantear una serie de interrogantes y circunstancias que representan la coyuntura actual de las relaciones internacionales; para de esta manera, poder ir acoplando las iniciativas a nivel global junto a nuestras necesidades a nivel nacional. Es así, como se generan los objetivos y proyecciones que se van a seguir a lo largo de este documento; con la finalidad de lograr crear las respuestas y rutas necesarias con el fin de incentivar el desarrollo de la mano con la innovación, en la dinámica comercial y económica de la Republica de Costa Rica.

Planteamiento del Problema

La capacidad sumada al dominio que puedan ejercer un Estado-Gobierno en conjunto a su población para dirigir y desarrollar ambiciosamente sus Políticas Comerciales, según un denominado “Reordenamiento Económico Global”, que se distorsiona en medio de factores que representan una coyuntura volátil que se manifiesta bajo crisis económicas y sanitarias, guerras comerciales y conflictos bélicos.

Esto logra vislumbrar en un horizonte no muy lejano, una serie de amenazas circunstanciales no solo con perder un grado de protagonismo dentro de la escena internacional, sino también, en el escaso desarrollo económico debido al alza de los bienes y servicios que se han mostrado en los últimos años.

Estas acciones ampliadas y desarrolladas con este trabajo de investigación, son tan significativas a nivel global que justifica el desarrollo de este análisis sobre el posible impacto que esto pueda manifestar dentro del Sistema Internacional; en donde convergen nuevas corrientes económicas que llevan una dirección de protagonismos en miras de poder hegemónico por parte de potencias y de una carrera comercial muy marcada en el ámbito tecnológico que son dirigidas por la innovación y la creatividad, y dirigidas hacia la industria y la infraestructura en su manifestación actual del período (2019-2022).

La aplicación paulatina y concreta de estos procesos referentes a la creatividad y a la innovación por parte de los Estados del Sistema Internacional y en este caso de la Republica de Costa Rica; representarían por su parte una serie de políticas preventivas, que buscarían evitar o

amortiguar una poco deseable nueva crisis económica y las repercusiones que tiene una crisis a nivel país y en la capacidad de absorber a futuro una inversión extranjera directa.

Tal como surgió previamente a partir del año 2008; y que encendió las alarmas de la bolsa norteamericana, de sus organismos internacionales y de sus continuos porcentajes de desarrollo pasivamente marcados al alza, por los beneficios antiguos que eran el resultado de la globalización y las libertades comerciales.

Por consiguiente, lo que se pretende evidenciar con este tema, es la participación activa de la Economía Naranja que comercialmente no es volátil, ya que tiene la capacidad de reinventarse y en conjunto con las políticas comerciales es muy útil como un instrumento de respuesta y aplicación; en este proceso por mantenerse como un país atractivo para el comercio dentro de un reordenamiento económico mundial, así como las implicaciones que pueda llegar a manifestarse en la esfera global a raíz de la coyuntura actual.

En razón de que no existe un panorama real de lo que pueda suceder si la Republica de Costa Rica progresivamente pierde su protagonismo con base en el surgimiento de nuevos actores que sean más innovadores en diferentes o similares sectores comerciales y puedan crear una competitividad que resulte desventajosa.

Esta dinámica comercial actual marca sin duda alguna un hito para las relaciones internacionales y para el comercio internacional, ya que se muestra como un tema de debate tan especulativo como de competitividad importante para redirigir nuevas políticas económicas y comerciales.

Asimismo, marcando un rumbo que permita a los estados que en algún momento han sido beneficiados por acuerdos comerciales multilaterales y seguir teniendo la capacidad de convertirse en competidores estratégicos, de esta manera mantener activa la economía del país según las prácticas comerciales más modernas y en conjunto con avances tecnológicos.

Es evidente que en la actualidad se ha venido manifestando una internacionalización de los procesos económicos enfocados a la producción de los bienes y servicios disponibles y estos vienen protagonizados por inversionistas tanto extranjeros como nacionales mediante acuerdos comerciales y financiamientos que permitan colocar estos productos en diferentes mercados físicos, así como digitales.

Además de esto, se suman las políticas comerciales que se tienen que ir reformando según las necesidades de la globalización y finalmente los procesos referentes a las prácticas culturales que pueden intervenir de manera positiva a encontrar ventajas comparativas y competitivas dentro de la carta de producción nacional.

La economía Naranja cuenta con un innumerable potencial no solamente para un país, organización internacional u Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), tomando en consideración los ingresos que esta economía genera anualmente; de la misma manera que la dinámica actual del comercio dentro del Sistema Internacional se dicta según la globalización imperante y se afecta por factores externos que convergen en futuras crisis económicas.

Es por esto que apostar en la innovación, la promoción y protección de la propiedad intelectual es una manera de enfrentarse a las turbulencias de las arenas políticas y comerciales; por lo que ampliar la visión y entender mejor este fenómeno naranja bajo el desarrollo articulado, podría significar ser un sinónimo de fortalecimiento comercial y desarrollo humano, si se llega a aplicar en los diferentes sectores económicos.

En el período (2011-2018) se han venido manifestando nuevas esferas de poder dentro de un Nuevo Orden Mundial, (Sánchez, 2018), que ha dado razones significativas y atención a lo que está aconteciendo a nivel global y a niveles de desarrollo de las economías per se, con sus regulaciones a niveles de innovación aplicado al desarrollo tecnológico y de nuevas rutas comerciales, las cuales han permitido ejercer presiones estratégicas en el marco de relaciones diplomáticas, de cooperación regionales y económicas para con otros actores.

Algunas regiones comerciales o países además de Costa Rica (en este caso el foco de estudio principal de esta investigación), permite crear el análisis de las medidas políticas que han venido implementando para evitar una crisis a futuro, no es algo que amenace sólo a lo interno del país.

En este caso, si no, que también compete en regiones de alto desarrollo tanto social, cultural y educativo como la Comunidad Europea, por ejemplo, que sin duda es uno de los últimos casos de cómo las economías se pueden ver afectadas por inestabilidad de segundos actores y como causa haya efectos de rebote y/o domino.

Esta preocupación por una inestabilidad comercial provoca que existan una serie de valoraciones, reformas e intervenciones con bonos y rescates económicos ante el peligro que pueda

provocar una crisis y caídas precipitadas en las economías que vayan a desequilibrar una región comercial, intereses políticos y económicos en base a las consecuencias que repercute una ayuda financiera con plazos a futuro como lo pueden ser la deuda externa e inflación.

Bajo una creciente aparición de nuevos actores y bloques comerciales, que van teniendo cada vez más participación dentro del comercio internacional, ha obligado a duplicar esfuerzos con propiedad intelectual, así como un enfoque creativo para evolucionar los sistemas de crecimiento económico bajo la innovación desarrollo tecnológicos.

Con motivos de optimizar la producción generalizada de bienes y servicios, reducir gastos, logísticas tanto de exportaciones como de las importaciones, la protección de sus datos a niveles de ciber seguridad y el aprovechamiento de los recursos disponibles, el aislamiento en inversiones multilaterales.

Entonces, corresponde también abarcar la aplicación de la Economía Naranja en conjunto a otras economías de colores como la Azul y la Verde para lograr manejar de mejor manera el deterioro objetivo del planeta, con el impacto ambiental que ha provocado esta dinámica comercial globalizada, que sin duda es un tema importante en la Agenda Internacional del siglo XXI.

Con respuesta negativa de algunos países altamente industrializados como lo son Estados Unidos, México, China e India; quienes hacen caso omiso y un desinterés total en apoyar las agendas de cooperación en base a esta problemática, que de no ser tomado en cuenta puede ser un factor determinante en el curso de los acontecimientos a futuro.

En este sentido existen intereses reales de los países para seguir participando de la apertura comercial y mejorar sus rendimientos, es necesario entender la clase de impacto de la Economía Naranja en la política exterior y comercial de los países vecinos (por ejemplo, Colombia, Uruguay, Argentina, Chile, etc.).

Estos países de la región latinoamericana manejan una semejanza entre ellos, en cuanto a factores económicos, comerciales, sociales, culturales y regionales aplicados de alguna manera al desarrollo creativo de su producción total o parcial; que pueden servir para orientar de manera óptima el desarrollo y manejo este estudio investigativo.

Y esto nos lleva a pensar en una reestructuración política-comercial de cara a un Reordenamiento Económico Global con relaciones bilaterales y recíprocamente intelectuales con base en sus necesidades como Estado; a partir de la aparición de nuevos actores y bloques comerciales con economías que comparten un diálogo comercial y geoestratégico. Jugando un

papel dominante dentro de este dinamismo comercial, en el cual, el actor que más beneficios otorgue según sus políticas económicas, comerciales, socio-culturales puede llegar a obtener mejores probabilidades de conseguir un desarrollo sistémico a nivel productivo y de rentabilidad.

Por lo tanto, en dicha investigación se analiza y recolecta la información tanto de autores, así como de la opinión pública, pues con ello se puede ampliar el conocimiento sobre las medidas optadas; también se dará una perspectiva de la problemática del período de investigación (2019-2022), según el análisis de algunos expertos en áreas de economía, comercio y aplicación de las tecnologías de información, así como de productos y servicios.

Esta evaluación de las variables puede mostrar algunas deficiencias al ser un tema que pertenece a la actualidad y por esta razón resulten ser cambiantes según los procesos de producción de bienes y servicios, aplicando el uso de novedosas tecnologías implementadas y en concordancia al ritmo de las corrientes políticas-comerciales.

Por una parte, la aplicación de las medidas que se están desarrollando reposan en la mesa de negociación, y pueden ser variables, según se ajusten a los planes de gobierno, sus resultados anuales, así como de otras medidas que ya están en vigencia. Por otra parte, esto despierta una serie de diferentes sensaciones, tanto de los sectores diplomáticos, comerciales y económicos, en los usuarios de las novedosas tecnologías a futuro, así como de acontecimientos de actualidad en razón de la pandemia sanitaria del COVID-19 a principios del 2020.

Situación que interrumpió de manera considerable el repunte económico de algunas economías, pero que también fue punto de partida para reinventarse de manera creativa para muchas personas y empresas; al encontrar nuevos métodos, procesos de incentivar la economía y las exportaciones a pesar de haber una crisis de contenedores, así como una guerra en curso que ha afectado los precios de los combustibles, para finalmente minimizar los impactos adversos.

Esto ofrece cambiantes hipótesis y valoraciones junto a constantes opiniones de expertos en el tema de globalización, comercio y tecnología, en donde las respuestas que logremos encontrar en el desarrollo de esta investigación, entregarán descriptivamente los posibles escenarios que dejan finalmente a un lado de la balanza. Esto conlleva que la República de Costa Rica se aprecie como socio comercial de alta competitividad y su interés activo de mantenerse como tal, y la respuesta de otros países de la región que van en crecimiento; ya que han comenzado a implementar la Economía Naranja como punto de innovación.

A partir de lo anteriormente descrito, surge la siguiente interrogante de la presente investigación: ¿Cuáles son las posibles repercusiones de las políticas comerciales de la República de Costa Rica bajo la aplicación que se le dé a la Economía Naranja en los diferentes sectores productivos, de cara a un reordenamiento económico a nivel global?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar el impacto en la Política Comercial actual (2019-2022) de la República de Costa Rica, dentro del Comercio Internacional, enfocado en el protagonismo que representa la Economía Naranja para los sectores productivos.

Objetivos Específicos

1. Describir la transformación que sufre la economía actual, con base en la transición del comercio y las políticas de la República de Costa Rica bajo una nueva fase globalizadora del sistema-mundo.
2. Identificar los sectores productivos y reguladores bajo el protagonismo de la Economía Naranja dentro de la Agenda Comercial de la República de Costa Rica, a partir del surgimiento de nuevos factores y amenazas de crisis en el sistema internacional.
3. Determinar el posible impacto de las políticas comerciales de la República de Costa Rica, en conjunto con los sectores productivos que comparten un diálogo comercial, estratégico y de desarrollo en los beneficios a futuro que sean obtenidos a través de la innovación resultado de la Economía Naranja.
4. Interpretar la aplicación de la Economía Naranja como herramienta que puedan converger en una práctica adoptada, fundamentado principalmente, en el dominio y promoción de las tecnologías modernas, para enfrentarse a un reordenamiento económico global.

Justificación

Siendo esta investigación un tema de actualidad que involucra al ser humano y su capacidad creativa que ha estado vigente desde los primeros acontecimientos de la historia como la manera de crear el fuego, de usar la rueda como instrumento para movilizar objetos o humanos, la capacidad de crear sus propias herramientas y métodos para cultivar la tierra, así como para hacer remedios para temas de salud, siempre ha sido a través de la capacidad humana de resolver sus necesidades lo que ha llevado a la evolución del ser humano.

Esta misma necesidad de evolución ha sido transferido por el conocimiento y el intelecto a través de generaciones desde lo micro hasta lo macro; pasando así por temas en razón de producción industrial y esto ha servido para que conforme han crecido las necesidades, también se han ideado los mecanismos necesarios para poder satisfacer todas esas demandas, aprovechamiento de los recursos naturales, transporte de mercancías, avances tecnológicos, inteligencia artificial y Big Data son algunos ejemplos modernos.

Poder entender este proceso creativo que se le atribuye a la Economía como tal, es sin duda un importante avance ya que esto podrá beneficiar a una colectividad más grande de lo que se podía abarcar hace muchos años atrás, en donde el arte y la expresión humana era vista más como un don y un pasatiempo y no como una oportunidad real e infinita de crear ganancias y rentabilidad para todos los negocios e instituciones que quieran aprovechar de sus beneficios, como cita Buitrago y Duque (2013).

Este proceso de desarrollo creativo de la Economía Naranja ha sido de gran ayuda para situaciones de crisis como se explicó anteriormente, y esto debido a su capacidad de plantear alternativas que van de la mano con reinventar métodos y procesos, que sean de provecho para la producción de bienes y servicios finales. Esto como promotor de desarrollo económico para un país, así como de identidad cultural para su población; además de que se puede aplicar a cuanta necesidad o iniciativa se desee.

El mayor reto es lograr transmitir esta práctica a los diferentes sectores productivos del país, más allá de los que corresponden al desarrollo de las artes, sino de los encadenamientos que pueden ser beneficiados, desde procesos de recolección de recursos o materias primas hasta en la forma de llevar un producto final o una marca a un valor comparativo adecuado para el emprendedor o las grandes industrias.

Obtener la información respectiva de la economía creativa es sin duda un pilar fundamental, porque mediante estadísticas y elementos cuantificables de recolección de datos vamos a poder darle credibilidad a esta investigación y a la importancia que esta conlleva, para poder competir de mejor manera en un sistema internacional globalizado y que siempre está en plena innovación y desarrollo tecnológico.

En esta línea, las teorías que se han gestado desde sus primeros autores son de gran importancia porque se podrá ir desarrollando un criterio más específico y generalizado de lo que puede significar el financiamiento e inversión en proyectos destinados al desarrollo e innovación desde el sector educativo hasta el sector laboral, de producción para un país y en este caso específico para la República de Costa Rica.

Con los resultados arrojados de esta investigación se espera dar a conocer los instrumentos que son más recurrentes y los que mayor rentabilidad pueden llegar a presentar; significa esto, el poder tomar decisiones más concisas de los sectores que son de mayor interés para atraer inversión, además de esto, poder crear una ruta de acción de apoyo a los que ya están consolidados y como ir estructurando los sectores que se encuentran aún debilitados, o bien carentes de la inserción creativa y de innovación *per se*.

Si bien existe una cuenta satélite de cultura del Banco Central de Costa Rica, en donde se recolectan datos y métricas de los resultados que arrojan los sectores de cultura para el país en cuanto a beneficios económicos; también es una oportunidad de expandir el ámbito o rango de estudio a sectores que parecen desentonar de las artes y de la creatividad pero que si se rompe con ese tabú pueden crear nuevas variables de estudio y de aplicación a la economía y las finanzas del país.

Finalmente, darle una adecuada aplicación de las artes en diferentes sectores productivos permite poner las artes en comunión con procesos de innovación, desarrollo industrial, publicitarios, sectores sociales y de vanguardia que son limitantes para una adecuada apertura comercial, ya que no estimulan la generación de ideas e innovación; y sin esto un país pierde oportunidades, así como su competitividad en los mercados.

Antecedentes

La globalización imperante en el siglo XXI se ha visto afectada por una serie de amenazas que surgen por defecto a razón de los intereses de cada Estado-Nación y principalmente, las denominadas “Potencias” de mantener el Orden Mundial vigente desde post guerra fría. A partir

de esta etapa, se da inicio a una serie de prácticas destinadas a ejercicios y vicios de poder; los cuales terminan de legitimar su política exterior, el control de los recursos, así como del rumbo que tomaran las relaciones comerciales.

Antecedentes Internacionales.

En el año 1988, los autores Adorno y Horkheimer hablaban de las “industrias creativas”, en donde las definían como “un conjunto de técnicas de reproducción industrial para la creación y difusión masiva de obras culturales”, este significado ha venido modificándose con el paso del tiempo y actualizado debido en gran parte a todos los procesos y cambios que se han manifestado gracias a la globalización.

Esto es sin duda un antecedente por todo el valor del cual han dotado de las artes y la cultura, que se encuentran presentes en la creación e innovación de bienes y servicios, por lo que esto se considera en la actualidad que forma parte del pensamiento y funcionamiento de las industrias creativas, ya que gracias al entorno en donde se desarrolla el individuo o el empresario y su proceso de aprendizaje impregnará la cultura que se requiere en esta dinámica económica y comercial de negocios.

Pero también estas dinámicas dejan vulnerables los sistemas político y económico principalmente; además de los sistemas financieros, sociales y ambientales, que precipitan las relaciones internacionales en una caída de la aldea global hacia una posible y progresiva amenaza de un caos sistemático de los países que la conforman, debido a su escasa relevancia y débil acoplamiento a la Economía Naranja, según lo cual se desea dejar entrever en dicha investigación.

En este caso, lo cual vendría a ser la otra cara de la moneda con base en lo que conocemos hoy como un orden económico global. Esto comienza paulatinamente a trazar una o nuevas rutas con diferentes escaladas en temas tanto comerciales, financieros, así como de nuevas tecnologías y el aprovechamiento de los recursos de cada país. Otra amenaza de relevancia ha sido la continua ilegitimidad y *softpower* que, según el madrileño Rodrigo Castellanos (2020), el termino poder blando o suave es aquella habilidad que muestre un Estado para persuadir a otros países sin implementar la fuerza o coacción, sino todo lo contrario mediante mecanismos sutiles como la persuasión como la diplomacia, la cultura, su modelo social o ideales políticos.

Mismos que detentan las organizaciones intergubernamentales, en razón a su escasa intervención en problemáticas globales como en el caso de las crisis económicas en el caso del Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial (BM), Organización Mundial de Comercio (OMC), Organización de Naciones Unidas (ONU). Según esto, esa falta de acción que se limita a juicios de palabra, débiles resoluciones. Lo que obedece en la mayoría de los casos a los intereses de las grandes potencias dominantes por encima del bienestar global.

Bajo esta misma línea, esto da responsabilidad consecuente a una falta de capacidad para determinar acciones concretas en contra de problemáticas globales ya sean comerciales o del medio ambiente; que puedan afectar directamente en la economía inestable en la que nos encontramos, y terminan afectando su factibilidad en la arena internacional.

Las consecuencias irreversibles de la destrucción medioambiental, es una de las amenazas actuales que se encuentran como prioridad dentro de la Agenda Internacional; y esto significa el contraste de la globalización *per se*. La movilización y utilización de los recursos, así como la transformación de energías para la producción, traen consigo grandes emisiones de dióxido de carbono al planeta, acelerando el calentamiento global y amenaza directamente con la calidad de vida del ser humano y con la extinción de muchas especies.

Es por esto, que nuevas corrientes de pensamiento se han dirigido a buscar dentro de la Economía Naranja y la innovación que la caracteriza en cuanto a la aplicación sistematizada de la tecnología como herramienta necesaria para el desarrollo de los sistemas actuales de producción de bienes y servicios a nivel global, a manera de reconfigurar y ajustarse de manera óptima dentro del orden mundial vigente.

Esta corriente política obedece a la influencia de los Estados Unidos de América y Europa como la ruta a trazar; ya que según Castellanos (2020) el modelo de vida y el enorme alcance de la cultura de estas potencias se ha extendido por todo el mundo, hasta el punto que las referencias culturales y diplomáticas influyen en otros países.

En cuanto a lo que se conoce hoy en día como “Economía Creativa y Cultural” surgió a partir del estudio que realizó el inglés John Hawkins y que terminó por ser publicado en el 2001 con el libro titulado: “*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*”, lo que explica en esta publicación se abarcara con más rigor a futuro en esta investigación, pero de manera

precisa habla de la sinergia que se da entre la innovación y economía. Con esto se favorece la creación de valor de la propiedad intelectual y la acumulación de riquezas. Es por esta razón que Hawkins busca con su investigación que las estructuras económicas globales le den gran importancia y relevancia a la creación y formulación de ideas; bajo las denominadas patentes, diseños originales que se encuentran muy establecidas en el mundo moderno. (Howkins, 2013).

Antecedentes Latinoamericanos.

Y es así que, la Economía Naranja actualmente es una tendencia que ha empezado a escucharse en los países latinoamericanos con mayor aceptación de lo que normalmente se creería, y esto se debe gracias a la serie de investigaciones elaboradas sobre este tema, muy explícito por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual ha publicado diferentes informes y un libro muy interesante abarcando este tema de actualidad.

Por ejemplo, en Colombia este tema ha tomado gran importancia para todo el sector economía y comercial, ya que está fundamentado para el emprendimiento desde lo colectivo hasta lo individual y abarcando todos los sectores dedicados a las artes, en conjunto a empresas privadas y las instituciones del gobierno amparadas bajo el Plan de Desarrollo Nacional (PDN).

Este plan tiene como pilar fundamental el impulsar el sistema económico y comercial, fomentando la creatividad, la generación de ideas y esto a su vez irlo aplicando dentro de los modelos económicos del país. Se pretende impulsar el emprendimiento nacional y que este mismo se pueda desarrollar con base a la cultura existente, según características propias de cada región y así darle un valor agregado a su oferta de bienes y servicios.

Continuando con el Plan de Desarrollo este comprende lo involucrado desde el marco conceptual de ser una política pública, según lo explicado por los Colombianos Aguilar y Figueroa, (2018), en la investigación *“La Política Pública de Ruralidad de Bogotá D.C., implementación de una política ambiental en el marco del desarrollo humano”* enfocándose en el actuar del gobierno es inalienable. Según ese entendimiento, de que la Economía Naranja puede ser una dinámica comprendida bajo una serie de compromisos que atienden las instituciones públicas “en relación a ciertas situaciones o sectores de la sociedad que requieren marcos de orientación para mejorar condiciones particulares, evidenciadas en conjuntos de normas y acciones que generan uno o varios actores públicos”.

Es evidente desde este enfoque anterior, que las instituciones públicas deben de ser pioneras de la Economía Naranja desde un marco jurídico que las determine y las lleve desde adentro hacia afuera, específicamente a el sector privado bajo pequeños, medianos y grandes empresarios; según marcadores cuantitativos que reflejen los beneficios y la rentabilidad que pueden dotar estas prácticas a un país, en este caso particular, el de Costa Rica.

Asimismo, la desaceleración económica reciente (2019-2022) mostrada por crisis económicas recientes (Unión Europea y Estados Unidos), y en la disminución de exportaciones (Guerra Comercial Estados Unidos y China, la Crisis de Contenedores, el COVID-19 y la Guerra Rusia-Ucrania); han provocado que la economía se vaya debilitando y que se hayan perdido ventajas importantes bajo el marco estructural comercial. Sin embargo, lo preocupante de esta coyuntura actual es que esto produce un efecto rebote en las economías regionales de América Latina principalmente, así como de sus aliados.

Razón por la cual, es importante entender y analizar como otras economías se han reinventado en razón de enfrentar esta actualidad, para de esta manera ver con lupa hacia adentro (Costa Rica) cuales son nuestras semejanzas, sesgos, debilidades, así como fortalezas para poder introducir dentro de nuestra política la Economía Naranja.

Por tanto, para fomentar el análisis en base a investigaciones internacionales de estos acontecimientos, se va a tomar apoyo en autores que hacen análisis sobre el acercamiento que ha tenido la Economía Naranja dentro del quehacer político e institucional de países de la región, para de esta forma poder ir esquematizando el proceso de incursión y adaptación que se presenta y cuáles son sus metodologías que se han empleado.

Tal es el proyecto de grado de la analista colombiana Daniela Acevedo Ardila (2019), en su investigación *“Análisis teórico y bibliométrico de la Economía Naranja y Economía Creativa y Cultural”* en donde busca hacer un aporte al conocimiento colectivo de que existe una nueva oportunidad de estructurar los mercados en los países que lo apliquen mediante sus modelos financieros.

En este documento se busca exponer las ideas principales de la Economía Naranja; dando las bases precisas para el correcto entendimiento de cada uno de sus aristas, y como estas pretenden ir impactando en la economía; y finalmente develar en sí la importancia de las ideas creativas para

las economías del sistema-mundo, para de esta manera entender su participación y la forma en que se proyecta.

Otro antecedente está dirigido por la revista de Ciencias Sociales de la Universidad de Zulia en Venezuela, por las autoras González Beuses. y Annayeskha Gabriela. (2020) con su investigación “*Economía del Siglo XXI: Economía Naranja*” en la cual argumentan una relación entre la creatividad, el talento de las personas que pueden desembocar en ideas y estas a su vez en bienes y servicios; los cuales deben ser protegidos por derechos de autor o propiedad intelectual.

Además, la investigación analiza el origen, desarrollo, avance y la aplicación de las actividades que conforman la Economía Naranja, entre las que se encuentran la industria musical, cinematográfica, moda, videojuegos, etc. Este informe analiza, el origen, desarrollo, crecimiento y aplicación de este tipo de economía como una de las más prometedoras para un país o institución.

Con respecto a su alta rentabilidad y gran relevancia, contribuyendo esta economía al crecimiento sustancial del Producto Interno Bruto (PIB), la generación de nuevos empleos e ingresos para los trabajadores o emprendedores producto del uso y aplicación de la creatividad y el intelecto como materia prima casi de manera inagotable, según el apoyo y el aporte que esta economía pueda ofrecer al beneficio y el desarrollo humano.

La coyuntura actual del sistema internacional está condicionada en dirección al fenómeno de la globalización, el cual exige cada vez unos mercados más competitivos e innovadores en la oferta de bienes y servicios. Bajo esta premisa el valor agregado que tenga por ofrecer la Economía Naranja va tomando más importancia para los Estados, organismos internacionales, ONG’s y otros actores del sistema internacional más que nada por su valor cultural e intelectual, que hablan de la riqueza en innovación de una nación en cara al mundo.

Sobre este escenario anterior nos complementara la investigación de Yessica Adriana Peña Ross y Marcel Ernesto Forero Garzón (2018) en el estudio denominado “*La Era de la Economía Naranja*”, originarios de Bogotá; en donde las expresiones creativas son consideradas representaciones sociales mediante el uso del arte, los medios de comunicación, el diseño moderno y patrimonios culturales.

Colombia es sin duda un gran gestor y promotor de la Economía Creativa y tanto así es su importancia y credibilidad que se han forjado muchos estudios, artículos y publicaciones sobre este

tema, y que sin duda esto será un punto de partida para el resto de la investigación, ya que podrá ser un apoyo real de los frutos que arroja apostar por la innovación en emprendimientos y en la manera que es relevante que sean financiados.

Esto anterior, será también un apoyo de relevancia tomando como referencia la investigación de Karen Vargas y Katrin Prada (2019), *“Economía Naranja como potencializador de innovación en los proyectos de emprendimiento generados al interior del Programa de Finanzas y Comercio Internacional”*, en donde exponen que existe una problemática actual generalizada que se evidencia en la desinformación de este tema en las instituciones sin entender los beneficios y crecimiento económico de estos proyectos.

Y para finalizar con las investigaciones internacionales, pero no menos importante, se tomará muy en cuenta un libro desarrollo en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y los autores Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez (2013) bajo el título *“La Economía Naranja, una oportunidad infinita”* que de manera muy creativa valga la salvedad se edita este manual de lo que representa la creatividad cuantificadamente y de manera muy precisa en su ecosistema comercial y cultural.

A su vez, nos ampliara un concepto que ha tomado mucha fuerza y se relaciona con las 7i, para poder implementar la innovación dentro de las políticas como un respaldo de solidez enfocados en la información, las instituciones, la infraestructura, industria, integración, la inclusión, y la inspiración como fundamentos a tomar en consideración para llevar a la práctica.

Antecedentes Nacionales.

Para fomentar el análisis en base a investigaciones nacionales de estos acontecimientos, se va a tomar apoyo en autores que hacen análisis sobre el acercamiento que ha tenido la Economía Naranja en el país, para conocer su actuar en la actualidad y las oportunidades que pueden ser de gran utilidad para los negocios nacionales; así como su debida inversión y esfuerzos por llevar esta iniciativa a ser una ley como tal.

Para fines de proyecto de grado se utilizará la investigación gestada por Abigail Chavarría Ramos (2020) llamada *“Panorama actual de la Economía Naranja en Costa Rica, oportunidades comerciales para Chile”*; si bien este trabajo plantea una realidad del país, haciendo un diagnóstico

de sectores de la economía creativa con el fin de encontrar potenciales oportunidades en las que Chile podría incursionar mediante relaciones comerciales bilaterales.

Otro artículo de revista que servirá de apoyo será el de los estudiantes de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), Olman Segura Bonilla y Priscila Sibaja Guadamuz (2019); titulado “*La Economía Naranja y las nuevas oportunidades de negocio*”, en el cual que un panorama de nuevas oportunidades de negocio para un sector de la población joven que utiliza los medios digitales para la creación de empleo cualificado para el desarrollo de la innovación, la educación, del factor humano y encadenamientos productivos.

Otro estudio de grado que será de utilidad para esta investigación será el de la estudiante de la Universidad Internacional de las Américas (UIA), Milena Ross Sánchez (2017), denominado “*La incursión de Costa Rica al modelo de Economía Naranja y su desarrollo en el Ministerio de Cultura y Juventud 2013-2014*”, que resulta de suma importancia, ya que será un acercamiento importante de la economía creativa incursionando dentro de una institución pública encargada justamente de la promoción de las artes y la cultura en el país.

Para rectificar justamente esta intención de que la Economía Naranja sea respaldada en las instituciones públicas, para efectos de estudio y entender su aplicación en el marco jurídico, se hará revisión del proyecto de ley gestado en la Asamblea Legislativa de la Republica de Costa Rica, “*Ley para el fomento de la Economía Creativa y Cultural*” (2020), propuesto por la diputada Laura María Guido Pérez, que servirá para conocer sobre su implementación en el foco del gobierno para el beneficio del pueblo.

Finalmente, se tomaran en consideración para la presente investigación lo equivalente a la *Cuenta Satélite de Cultura (CSCCR)* del Banco Central de Costa Rica, que sería la culminación de los esfuerzos por adaptar, conocer los beneficios que el sector creativo le aporta al país y a la dinámica económica; conociendo los datos obtenidos se torna más fácil tomar decisiones en el sector público y privado, para fines de inversión así como de recursos asignados para crear nuevos incentivos que potencien el sector creativo y producto del país.

La relevancia de todos estos esfuerzos se complementara con artículos de periódicos nacionales que tienen un enfoque en la importancia y el interés que se viene mostrando a través de esta economía creativa, en donde se crean estímulos para un sector de la población que se encuentra

activo y tiene la capacidad de crear bienes y servicios con un alto contenido de innovación, pero carente en algunos casos de creatividad y oportunidades; para de esta manera poder darle un valor competitivo real al resultado final de la producción nacional.

Proyecciones

- Con esta investigación se busca retomar un ciclo de desarrollo económico a nivel global que comercialmente ya ha comenzado, según las leyes que va dictando la globalización como de exportaciones versus importaciones, utilidades provocadas al maximizar ganancias y recortar costos de producción.
- Una vez que todos los sectores económicos del país estén haciendo esfuerzos para incentivar la economía creativa los mayores beneficiados serán todos los participantes de esta dinámica, haciendo referencia al factor humano en primer lugar, ya que será una realidad dentro de los planes de estudio poder proyectar profesionales de alto nivel con un valor creativo que sea de utilidad para las empresas, instituciones gubernamentales y bien sus propios emprendimientos como Pymes.
- La Economía Naranja en la actualidad sigue siendo un tabú, esta investigación busca justamente generar teoría fresca sobre el quehacer creativo, perforar dentro de las bases rígidas del conocimiento y el status quo de las organizaciones, para permitir que el conocimiento se transforme junto a la creatividad en una herramienta inagotable de generar recursos, ganancias, empleos, sostenibilidad y de crear un ambiente inclusivo.
- Este tema es de suma importancia para el país, ya que el desconocimiento de lo que pueden crear las artes por encima del resultado final, sino de todo el trasfondo que este trae en su desarrollo, se puede reflejar que no se trata solamente de ser creativo, o de tener dones con respecto al arte, sino de un modelo de desarrollo.
- Se busca poder ver más allá de lo que se enseña en los colegios y universidades, poder tener el lujo de crear, de intentar algo nuevo desde un conocimiento previo, desde el ingenio hasta la oportunidad de hacer de cada labor un arte. Y a partir de una dinámica comercial globalizadora poder generar una rentabilidad de mayores beneficios de lo que se percibe en las finanzas actuales del país.

- Con base a la transformación que sufre la economía actual del sistema-mundo se espera poder entender que influencia o patrones de comportamiento se presentan producto de la fase globalizadora que ha determinado las relaciones comerciales tales y como las conocemos, pero que se modifican según las circunstancias que se viven en este período 2019-2022.
- En atención al papel que ostenta el gobierno de Costa Rica en razón a sus sectores productivos y reguladores, es importante encontrar en esta investigación como se reinventa o su contestación en respuesta a nuevos factores y amenazas de crisis que se han venido dando en el estadio internacional.
- Determinar el impacto de las políticas comerciales y los beneficios recibidos por medio de la innovación y la economía creativa en los diferentes sectores productivos, puede ayudar en este estudio cuales son aquellos sectores más beneficiados y cuales en menor medida; si esto obedece por falta de relevancia o por simple omisión, al existir sesgos de información como se desea investigar.
- La aplicación de la Economía Naranja como herramienta de promoción y dominio de las tecnologías en miras de adaptarse al reordenamiento global, es sin duda refrescante para los países, de manera que si dentro del tema tecnológico, se fundamente la protección de propiedad intelectual y derechos de autor, lo que puede desencadenar patentes y otros proteccionismos que favorezcan las finanzas del Estado autor.
- En la Economía Naranja, dentro de su accesibilidad y su forma de reinventarse, es importante poder proyectar a nivel generalizado que crear estímulos culturales en donde las artes puedan interactuar con la sociedad y el impacto creativo que estas actividades o proyectos puedan mostrar, podría ser sinónimo de desarrollo, de mejores actitudes para mantener competitividad y un nivel comparativo que siga siendo un estímulo para atraer inversión.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Es importante en este capítulo el lograr mencionar de forma precisa, cómo se abordarán nuestros principales pilares de estudio, esto, para entender todo el contexto político-cultural y socio-económico en donde las relaciones internacionales tienen actividad preponderante y se manifiestan desde el punto de vista analítico de varios autores estudiosos de las ciencias sociales, la economía y el derecho, entre otros.

Progresivamente se irán definiendo los conceptos necesarios para la apropiada lectura y comprensión de la siguiente investigación; la cual se enfocará principalmente en la relevancia que ha mostrado la adaptación y aplicación de la Economía Naranja en el sistema económico, así también en el marco jurídico de un país, en medio de una multipolaridad amenazadora de crisis y retracción sistema en el siglo XXI.

Lo que se busca actualmente es redefinir un orden mundial con mejores ventajas y posibilidades para todos los actores, que se muestra amenazado a la vez por una expansión tecnológica innovadora, una interdependencia de los mercados, la polarización y la desigualdad económica en donde es necesario lograr participar y competir con los medios, así como con las herramientas necesarias.

2.1 Antecedentes Históricos de la Economía Naranja

Hablar de historia, en donde se apliquen o se unan diferentes conceptos entre si como la creatividad y el trabajo, concebidos desde el punto de vista de una necesidad, una idea y que ingeniosamente se concrete en un resultado tan tangible como necesario. Como se comenzó a utilizar la inteligencia desde un punto de vista en donde la creación era el resultado final de un hecho que lleva un beneficio específico.

Mencionando la historia antigua de la humanidad como la revelación mental que fue inventar una serie de herramientas, para actividades como la caza o el aprovechamiento del fuego, para la recolección de alimentos, la curación, el uso de la rueda, poleas, utilizar la pintura rupestre y los petroglifos buscando una manera para romper la barrera del lenguaje de sonidos simples y comenzar a crear sonidos junto a significados.

El entretenimiento y ocio de los reyes o emperadores, las grandes esculturas que mandaban a hacer para mostrar divinidad, desarrollo y fortuna, las esferas precolombinas costarricenses, el uso y técnica de indígenas para alear el oro y honrar sus dioses, o la electricidad desde su generación

hasta su desarrollo de una ciudad a nivel global en la actualidad. Entre otros múltiples casos que se podrían mencionar y que nos han logrado caracterizar como seres humanos innovadores.

Es por esta aplicación de una idea llevada a la realidad que la humanidad ha encontrado las bases de sus filosofías y su desarrollo a como se conoce hasta hoy en día; sin embargo, ha existido una desinformación socio-cultural producto de la omisión colectiva, en la cual no se le da una relación racional y lucrativa entre el factor creativo-innovador y el sector productivo-económico.

El autor británico llamado John Newbigin, se destacó como asesor del secretario de estado y cultura, además de que estuvo involucrado en lo que fue el desarrollo e implementación de las primeras políticas del gobierno del Reino Unido para el sector de las industrias creativas en la década de 1990. John menciona en su libro llamado: “La economía creativa: Una guía introductoria”, que ya desde esa época se comenzaba a tener conciencia comercial sobre la existencia de las industrias creativas, en el siguiente texto:

Ya lo había expresado el presidente de Francia François Mitterrand en 1992, cuando la Unión Europea rechazó la petición de Estados Unidos de incluir bienes culturales tales como las películas de Hollywood en los acuerdos de comercio global: “<Las creaciones del espíritu> —dijo— no son simples mercancías; los elementos de la cultura no son simples negocios”. (p.14).

(Newbigin, 2010).

Lo que deja de manifiesto el presidente de Francia en ese texto, es que la desinformación del sector creativo era tan considerable para ese entonces, como difícil de captar y sectorizar en grupos o asociaciones entre diferentes clases de valores creativos; que no se podían confiar, ni tomar decisiones sin su debido análisis previo y lo más preciso posible, en cuanto a las implicaciones positivas o negativas que esta economía podía tener dentro de los intercambios comerciales entre dos potencias económicas.

A su vez, el mismo autor recalca desde el punto de vista de la informalidad existente que impera en el sector creativo, en donde se delimitan que existen 3 tipos de empleos en el sector creativo:

1. Artistas, profesionales creativos.
2. Personal de soporte (gerentes, asistentes, contadores, secretarias, etc.).
3. Creativos incrustados en otra clase de industrias.

Esto anterior, lo que viene a representar es lo conocido como la industria creativa o Economía Naranja, es tan solo la punta del iceberg de lo gigante que podría representar todas las transacciones

económicas dentro de esta industria y que se extiende hacia otras industrias o sectores productivos, traducido en la innovación y desarrollo comercial-humano.

Asimismo, de las diferentes organizaciones internacionales dedicadas al tema, como lo sería la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se han dado numerosos esfuerzos durante más de dos décadas para ir incentivando la incorporación de la cultura y las artes como motor de desarrollo. En la Convención de 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Cultural, se trataron varios temas entre los cuales se destacan para la siguiente investigación los siguientes:

- Lograr un flujo equilibrado de bienes y servicios culturales e incrementar la movilidad de los artistas y los profesionales de la cultura.
- Integrar la cultura en marcos de desarrollo sostenible.

(UNESCO, 2017).

La Unesco en el 2021, en la 74ª Asamblea General de las Naciones Unidas, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), y otras entidades pertinentes de las Naciones Unidas, declaró bajo consulta ese año como el “Año de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible”, en un posteo en sus redes se pronunció acerca de la importancia que tiene la creatividad para la humanidad:

Hoy en día, cada vez más personas convierten sus ideas e imaginación en medios de vida. La economía creativa es uno de los sectores de más rápido crecimiento en el mundo, contribuyendo con el 3% del PIB mundial. La creatividad es también un recurso renovable, sostenible e ilimitado que podemos encontrar en cualquier parte del mundo. Mientras nos enfrentamos a la crisis climática y a la pandemia, su potencial para impulsar un desarrollo inclusivo centrado en el ser humano nunca ha sido más relevante.

La creatividad es la industria del mañana.

(UNESCO, 2021).

También menciona en la misma publicación que “El Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible” llegó en el momento más oportuno a nivel global. Esto debido a la crisis sanitaria que fue la pandemia que provocó el virus del COVID-19, el cual fue un periodo difícil para todo el sector creativo y su economía. Al mismo tiempo se revelaron las vulnerabilidades y dificultades preexistentes dentro del sector cultural.

Esta situación que se vivió dejó a muchos profesionales creativos y artistas en situación de ayudas de tipo social y económicas, al igual que personas enfocadas al turismo y turismo-recreativo. En el caso de Costa Rica se recortó el presupuesto destinado al Ministerio de cultura como medio de contracción económica y beneficiar el sector salud en razón de combatir las consecuencias y necesidades de la pandemia en proceso.

2.1.1 Antecedentes Históricos de Costa Rica sobre Economía Creativa

En referencia a esto anterior y sus posibles causas en el país, la profesora de maestría en artes de la Universidad de Costa Rica Priscilla Carballo Villagra, publica el 21 de julio del 2020 en la sección de [Artes y Letras] el artículo de Voz Experta titulado **“El COVID-19 y el sector cultura: aplaudir no alcanza”** en el cual se refiere a lo siguiente:

“Históricamente, en el país no han existido políticas de protección para las personas trabajadoras de la cultura, ni seguros de desempleo, ni subsidios, y en esto el Estado costarricense ha fallado. En esta crisis tenemos la oportunidad de vencer esta deuda histórica y tomar medidas para apoyar la materialidad de la existencia de estas personas. Del arte se vive y son obreros del arte, por tanto, sus condiciones deben ser atendidas como con cualquier otro sector laboral”.

(Carballo, 2020).

En agosto del 2020 se lleva a la Asamblea Legislativa el Proyecto de ley para el fomento de la economía creativa y cultural, por parte de la diputada Laura María Guido Pérez, de la fracción del Partido Acción Ciudadana (PAC) y se establece como ley el 12 de noviembre del 2021. Donde en el siguiente texto señala la importancia de incentivar la Economía Naranja en el país:

Es precisamente la industria creativa la que le brinda la identidad y cultura a Costa Rica, es el motor que permite que los demás ámbitos crezcan y mantengan un desarrollo óptimo. El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) señala que: “Las industrias creativas y culturales, al estar basadas principalmente en la generación de nuevo conocimiento y comunicación, contribuyen al crecimiento económico, la creación de empleo, y también actúan como vehículo en la transmisión de la identidad cultural, aspecto esencial en la difusión y promoción de la diversidad cultural. (MEIC 2018).

(Guido Pérez, 2020).

Inclusivamente el MEIC ve a las industrias creativas como fuente importante de desarrollo y crecimiento económico, además de que transmiten una identidad cultural a la población, tan polarizada como globalizada, a rastras del maltrato económico que se hizo en el comercio internacional a raíz de la guerra comercial entre Estados Unidos y la República de China principalmente entre el periodo del (2013-2019). Explicado brevemente en el siguiente texto realizado por mi persona en una defensa de tesis:

los Estados Unidos a pesar de contar con una alta educación e innovación por avances en ciencias y tecnologías de prestigio internacional, como actor internacional sistemáticamente no están preparados para un desarrollo tecnológico agresivo-corrosivo en los próximos años; este un tema de aprieto para la economía norteamericana de quedarse sin la posibilidad de poder participar activamente en esos mercados, o al menos ya no con un papel hegemónico de liderazgo. p.82. (Ramírez, 2019).

Entre dos potencias bajo este patrón de implementar barreras arancelarias a ciertos bienes o servicios afecta a un nivel sistémico global, todo lo relacionado a la producción junto con la economía, comercio, sociedad y político. Es una forma de contingencia ante una amenaza de los bienes y servicios que se importan desde otro mercado, ya que pueden representar una caída en las compras de productos nacionales, manufacturas o servicios.

Es por esta razón que promover la innovación para los sectores productivos es de vital importancia para un país, con el fin de mantenerse estable a nivel sistémico (Político, Económico, Comercial, Social, Cultural, etc.), durante épocas que resulten amenazantes o que traen un grado de incertidumbre consigo, expuesto aquí: “Pero también es de preocupación para todas las economías del sistema-mundo ya que sus políticas también deberán ir dirigidas a una actualización tecnológica-industrial de su producción y administración.” (IDEM, p.82).

Y en respuesta a todo lo anterior, a mediados de octubre del mismo año, se revela en diferentes fuentes digitales y medios de comunicación el recorte que pretendían los diputados llevar y se llevó a cabo de reducir en 13.4% al presupuesto destinado al Ministerio de cultura y juventud (MCJ); moción que planteó el recorte ₡6,400 millones de colones y en segunda moción un monto de ₡4,126 millones de colones. Esto al repudio y critica principalmente del sector cultura que se veía altamente perjudicado y restringido.

(Ministerio de Cultura y Juventud, 2020).

Consiente de esto, el MCJ habla acerca de la manera en que esta decisión afectaría el Plan Nacional de Desarrollo e Inversión Pública (PNDIP) y sus acciones para el 2019-2022, en cuanto a la Dirección de Cultura, el Teatro Nacional de Costa Rica, el Teatro Popular Melico Salazar, el Museo Nacional de Costa Rica y diferentes acciones y reconocimientos dedicados a la producción de las artes.

Otras entidades adscritas al ministerio también se vieron afectadas como el Museo de Arte Costarricense (MAC), el Sistema Nacional de Bibliotecas (Sinabi), la Dirección de bandas, el Instituto Nacional de la Música (INM), el Archivo Nacional de Costa Rica y el Centro de cine. No obstante, este sector fue solidario con su entorno en la crisis dando a disposición videoclips, películas, conciertos, leer cuentos y clases en línea, leer, compartir sus trabajos y espectáculos con publicidad, elaboración de murales, podcast y canciones sobre la crisis.

Esto demuestra lo esencial que es la creatividad para nuestro bienestar, para nuestra supervivencia en razón de que en medio de una crisis como lo fue el COVID-19 el reinventarse e innovar a través de nuevas formas de hacer las cosas y que siga significando un desarrollo y bienestar como tal, lo que represento lo mismo para muchas otras profesiones. Durante esta etapa, la gente al estar confinada en sus hogares encontró consuelo y resistencia en las películas, las series, la música, la danza y la recreación deportiva, entre varios otros.

Pero la crisis sanitaria también vino de la mano con una crisis fiscal que atraviesa el país en la actualidad y posiblemente se vaya a extender por un periodo de tiempo a raíz de los financiamientos del FMI. Lo que crea una serie de expectativas y cuestionamientos del proceso o modelo económico optado por el Gobierno de Costa Rica y el impacto que este pueda generar durante el mandato actual y a futuro para todo lo relacionado al sector creativo y cultural.

En función a lo anterior, el 18 de octubre del 2021 se aprobó la ley 10041 de Emergencia y Salvamento Cultural (LESC) 2021-2025, la cual proveyó de alrededor de ₡615 millones de colones y dentro de sus lineamientos principales se encuentran:

- Objetivo de la ley es atender al sector cultural nacional tras la afectación por la pandemia promoviendo su reactivación y el impulso de encadenamientos productivos.

- Faculta a Ministerio de Cultura y Juventud para disponer de fondos concursables, programas y proyectos en beneficio a artistas u organizaciones culturales.
- Crea Comisión interinstitucional para la fiscalización y acompañamiento de los programas que incentiven al sector.

(Ministerio de Cultura, 2021).

En su artículo 3, la ley de Salvamento Cultural reza que las personas definidas como beneficiarias serán las personas físicas, jurídicas y las organizaciones que hayan sido creadas con fines culturales artísticos demostrables y que hayan desarrollado su labor por un período no menor a tres años que, a consecuencia de la pandemia ocasionada por el COVID-19:

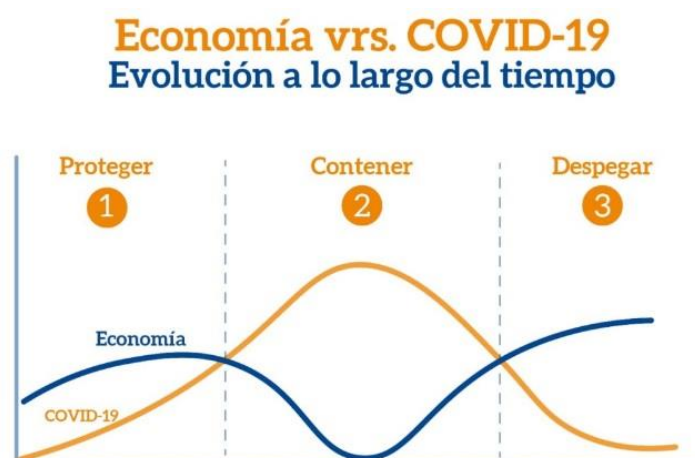
- Se encuentren en condición de desempleo.
- Con suspensión temporal del contrato de trabajo o reducción de jornada laboral.
- Que hayan visto sus ingresos habituales disminuidos.

(Sistema Costarricense de Información Jurídica, 2021).

Los recursos disponibles para cumplir con los objetivos de dicha ley, de acuerdo al programa o proyecto que se busque elaborar, le fueron asignados a las personas beneficiarias, por medio de fondos concursables, bajo la modalidad de becas, las cuales implicarán la realización de proyectos artísticos o culturales presentados a través de las convocatorias que realizará el MCJ, sus órganos desconcentrados e instituciones adscritas.

Seguidamente se crearon una serie de convocatorias como “Aquí Cultura” programa virtual, Becas Creativas, y el programa pro Artes COVID-19; en donde se logró atraer a productores de artes y profesionales creativos hacia una manera de hacer arte y crear algo tangible, de una manera remunerada. En donde muchos artistas participaron y fueron elegidos para de esta manera estimular este sector cultural y dinamizar la economía nacional; su planteamiento y objetivo está representado en el siguiente grafico:

Figura N.1: Economía vs. COVID-19



Fuente: (MCJ, 2020).

En el gráfico anterior, se percibe la ruta que pretendía tener el gobierno de Costa Rica en cara a una contracción económica durante la pandemia, con respecto a la época de proteger fue cuando menos se le dio relevancia a lo que la palabra significa. El sector creativo fue desprotegido y apartado de las funciones del gobierno, en causa a una emergencia sanitaria y los recortes que se dieron, pero que provocarían un efecto adverso a la población que se dedica a funciones que tienen que ver con la creatividad-innovación y a la creación artística.

En la época de contención si se dio la necesidad de contener más que la pandemia, la afectación que esos recortes provocaron en efecto colateral contra muchas personas. Por lo que el gobierno creó esos fondos para solventar el descontento y la impugnación del sector cultural. Y con respecto a despegar se aprueba reanudar los festivales de arte y otras actividades culturales; sin embargo, la inestabilidad económica del país es tal que podrían en cualquier momento verse afectados el sector cultura, o bien otros sectores.

En octubre del 2022, Vinicio Chacón publica en Seminario Universidad un artículo sobre un nuevo recorte para este 2023, en este caso por alrededor de y pocos espacios de participación y diálogo están significando una preocupación en el sector creativo y cultural nuevamente, lo que significaría un retroceso en lo que se había logrado desde la ley (LESC). Lo que tendría un menor alcance de personas beneficiarias de becas, premios nacionales y fondos concursables, limitados atención de indemnizaciones y prestaciones.

(Chacón, 2022).

Si nos devolvemos a ver la figura N.1 en donde se ven las curvas del gráfico sobre la Economía versus el COVID-19, se logran ver interactuar en forma de una onda en movimiento ascendentes y descendente partiendo de puntos distintos; ese gráfico no se podría hacer tan grande para explicar que esa onda es más expansiva de lo que se esperaría y que no alcanzaría esta hoja para definir el largo de dichas ondas.

Las curvas van a tender a ir disminuyendo como lo hace un tsunami en el océano; desde el punto de vista económico-comercial, las primeras olas son devastadoras llevando a una desesperación colectiva y a una contracción económica casi inmediata; pero con el tiempo esas olas irán en disminución hasta tener su dinamismo por naturaleza, pero de una manera inestable, a cómo puede haber gran cantidad de contagios, puede haber una situación económica delicada y consecutivamente.

Es la incertidumbre, el desempleo, la deuda pública, la inflación, los financiamientos, guerras y crisis comerciales un recuento de lo que ese desastre natural ha ido dejando a su paso como -daños colaterales-; cuando esto sucede, lo mejor que se puede hacer es comenzar a encontrar la manera de ayudarse entre todos, de ir creando el bienestar común. Es precisamente lo que la creatividad, el arte y la cultura tienen la capacidad de transmitir hacia la colectividad; es cuestión de innovación y desarrollo aplicado a todos los sectores productivos y sociales.

Se habría planteado una solución para evitar esta problemática de recortes sin previo espacio de diálogo con los sectores involucrados, y Alonso Martínez periodista del periódico virtual costarricense del Delfino nos menciona en una publicación, la cual se refiere a que se propuso que cada dos meses las direcciones artísticas, generales y ejecutivas adscritas al MCJ. Para crear propuestas de solución entre las cuales se destacan:

(Martínez, 2022).

- No más recortes a la Cultura.
- Aclaraciones sobre presupuestos y aplicaciones de varias leyes que involucran al sector.
- Puertas abiertas entre los sectores adscritos, órganos desconcentrados y el MCJ.
- Atención urgente a la Política Nacional de Derechos Culturales, Ley Nacional de Derechos Culturales y la Condición del Artista.
- Más fondos concursables.

Lo anterior, es un reflejo de la necesidad existente de comenzar a impregnar diferentes sectores productivos con el valor agregado que proporciona el arte y la cultura, incorporando así las necesidades de nuevos mercados con intereses en común como es el desarrollo económico. Además de la creatividad con fines de incentivar la sostenibilidad a nivel global.

No obstante, la realidad a nivel nacional se encuentra lejos de incorporar los sectores creativos y artísticos dentro de su cadena de producción y la oferta de sus bienes y servicios. En otras palabras, el desconocimiento sigue siendo una barrera de desarrollo económico entre los creadores creativos y las empresas, organizaciones o instituciones gubernamentales; por lo que examinar lo que han logrado otros gobiernos en Latinoamérica en razón de promover la Economía Naranja como factor de desarrollo económico a través de la innovación.

Sin embargo, esto ha ido desapareciendo con los años, la visión de muchas empresas y compañías en miras de innovación y desarrollo de tecnologías, en donde, dentro de las industrias más importantes a modo de ejemplo la prestigiosa empresa Apple, Inc. En donde además del desarrollo de software, equipos y servicios en línea, se ha enfocado en incorporar el diseño estético a través de diseñadores y artistas dentro de sus diferentes líneas comerciales, para poder obtener una diferenciación que los caracterice por encima de la competencia.

Y es justo bajo todo este juego de patentes, diseños industriales en donde se le ha dado una interpretación a su monetización y a la protección de la propiedad intelectual como tal, buscando una simbiosis entre el derecho público y los derechos de autor. Para hablar del valor que esto le da a la economía creativa Newbiggin (2010) define la propiedad intelectual como: “les da a los inventores de productos y procesos nuevos los medios para obtener beneficios de su creatividad, y plantea un marco conceptual en el que empresas e individuos creativos pueden desempeñarse con seguridad”. (pág.15).

2.1.2 Protección de la Propiedad Intelectual

Desde que se le ha dado esa relevancia a la Protección de la Propiedad Intelectual (PPI), es cuando se le da su debido o correcto legitimación y aprovechamiento; de otra manera se perdería y dejaría de ser rentable si no se va adecuando dentro del contexto moderno y el acceso casi total que el internet ha ofrecido a millones de personas a nivel global.

En palabras de la artista colombiana, cantante y compositora Mónica Zuluaga, que también se desempeña como abogada especialista en propiedad intelectual y derecho del entretenimiento, tiene a su cargo la gerencia de Hemisferio Derecho, la cual es una empresa ubicada en Medellín,

se desempeñan en toda esta materia de defensa en pro de los derechos de autor, nos dice lo que se trata proteger la propiedad intelectual:

Gestión, acompañamiento y asesoría a la hora de realizar un proyecto entendiendo que necesita constituir una empresa, gestión de contratos y sobre todas las creaciones que son los insumos de esas empresas hay que hacer sus respectivas gestiones jurídicas, registro de obras, registro de marca, buscar cuales alternativas de protección pueda tener un activo de propiedad intelectual. Vista de forma estratégica, que funcione no solo para proteger y quede con en esa protección, sino que se puede hacer con eso que se protegió para la empresa, que oportunidades ha de otorgar y cuales lo restringen.

De acuerdo con lo anterior, se indica que existe una alta relevancia y valor que puede llegar a representar para un profesional creativo o un artista su propia obra o una producción en general; así de esta manera entendido, progresivamente los diferentes gobiernos han ido desarrollando sus propias políticas en materia de PPI, y sus medios de desenvolverse dentro del marco jurídico.

En el caso de Costa Rica esta se implementó en la ley No. 8039 de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual. Además de la ley N°6683 y sus reformas, denominada Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos. Así también en la Constitución Política la protección del Derecho de Autor, pues el artículo 47 indica que: “Todo autor, inventor, productor o comerciante gozará temporalmente de la propiedad exclusiva de su obra, invención, marca o nombre comercial, con arreglo a la ley”.

Adicionalmente a esto, cabe agregar la creación de la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica (CSCCR) es un componente de la Unidad de Cultura y Economía (UCE) del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), se caracteriza por ser un sistema desde el año 2013 hasta la actualidad (2023) de información que permite conocer las características económicas de la cultura y está diseñado con el fin de visibilizar la contribución de la cultura a la economía costarricense de manera confiable, consistente y continua.

Su estructura se encuentra a cargo de una comisión compuesta por el MCJ, el Banco Central de Costa Rica, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y finalmente el programa Estado de la Nación y el Consejo Nacional de Rectores. Esta directriz se establece mediante la adopción de ciertos conceptos y técnicas que se establecieron en el Convenio Andrés Bello, dando como resultado el Manual Metodológico para la Implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Latinoamérica.

Por lo que la metodología de medición busca cuantificar la rentabilidad y el valor casi real de las transacciones anuales de bienes y servicios con valor artístico y cultural son de gran ayuda, para ir conociendo y legitimando lo que la Economía Naranja promueve que es el desarrollo económico a nivel país y población. Entre los sectores comprendidos en las mediciones están:

- Artes Escénicas.
- Artes Visuales.
- Sector Audiovisual.
- Sector Diseño.
- Sector Editorial.
- Sector Educación Cultural y Artística.
- Sector Música.
- Sector Publicidad.

(Banco Central de Costa Rica).

Esto, sin contemplar los trabajadores del sector informales que trabajan de manera independiente y sin pertenecer al sistema de cobros de impuestos, por lo que generalmente muchos desaparecen del radar y es difícil de rastrear o de ir integrando. Esto debido a que en ocasiones los pagos que reciben a cambios de sus productos o servicios son baja o medianamente remunerados.

Según datos percibidos por el BCCR y su CSCCR, el aporte de la cultura a la economía costarricense para el año 2015 cuando este:

alcanzó un 2,2% del producto interno bruto del país; es decir, un monto estimado de 1045 millones de dólares. Sin embargo, a pesar de que estos datos revelaron la importancia del sector cultura en la economía, estos no han sido totalmente visibilizados ni reconocidos ante los organismos pertinentes para que apoyen su desarrollo y crecimiento, por lo que cada vez son menos los emprendimientos artísticos y más el desconocimiento de que la industria creativa impulsa el desarrollo económico. (Guido, 2020, pág.1).

Por este motivo es necesario, conocer lo que la Economía Naranja significa, así como de una pronta adopción de la práctica, desarrollo, e implementación en los sectores productivos para plasmar desarrollo dentro de la economía de un país y el desarrollo humano. Buscando en la educación lo que significa la innovación y la riqueza de la cultura; como los cimientos principales

para poder construir una sociedad con una identidad mucho más allá de la felicidad, sino de la calidad y la creación de nuevos bienes y servicios para ofrecer al mundo.

2.2 Definición de Economía Naranja

Definir la Economía Naranja es tan versátil como necesario, pero también es complicado debido a lo subjetivo y a lo informal que resulta ser el comercio sin un apropiado control y acercamiento de diferentes sectores productivos y creativos. Desde la era donde la digitalización cada vez empezaba a obtener más fuerza asociar productos creativos a las industrias.

Por esto mismo la estudiante universitaria de Colombia Daniela Acevedo (2019), lo explica en su investigación titulada: “Análisis teórico y bibliométrico de la economía naranja y economía creativa y cultural” con autores como Adorno y Horkheimer que, en 1988, se refieren a grandes rasgos de las industrias creativas, las definen como “el conjunto de técnicas de reproducción industrial para la creación y difusión masiva de obras culturales”.

A su vez explica el valor evolutivo que ha mostrado el concepto, en donde se ha logrado entender la esencia de lo que una economía creativa manifiesta y representa, así de esta manera: a través del tiempo y gracias a todos los procesos de la globalización junto a los cambios que esto ha traído se le ha dado un nuevo enfoque, por lo que ahora el valor de las artes y la cultura están presentes en la creación e innovación, ya que esto forma parte del pensamiento de las personas (Industrias Creativas), ya que gracias al entorno en donde se desarrolla el individuo el proceso de aprendizaje traerá consigo la cultura que se tiene en este espacio. (Acevedo, 2019, pág. 14)

Newbiggin (2018) cita la definición que le otorgo el Reino Unido en el año 1998 de esta manera: “aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual”. (pág.15).

También el mismo autor habla sobre que la creatividad promueve la innovación como pilar fundamental del sector creativo:

La creatividad es un proceso disruptivo que cuestiona los límites y los supuestos establecidos. Implica pensar más allá de los límites. Lo que define la innovación es el vínculo que conecta la libre circulación de las ideas creativas con las realidades prácticas de la vida económica. (pág.16).

Este proceso de hacer las cosas diferentes es la tendencia o el paso que ha marcado el comercio, es hallar la forma de diferenciarse, de realizar las actividades de manera más eficiente y sostenible; para mantener una productividad en beneficio de los implicados a la actividad

comercial. Esta característica puede servir como un catalizador de otras industrias en función en la adaptación del sector creativo en sus procesos de recolección de recursos, producción y comercialización.

Otro autor contemporáneo a Newbiggin, que a la vez es compatriota británico es John Howkins (2013), el cual es un reconocido orador sobre lo que son las industrias creativas y en su libro: “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas” se refiere acerca de la importancia de la aplicación de la creatividad a diferentes sectores productivos. Acevedo (2019) lo explica de la siguiente manera:

de acuerdo a Howkins estos conceptos (economía y creatividad) siempre han existido y se han visto como un sistema holístico, pero hasta ahora no se les había dado la importancia pertinente; por ello lo que busca con este término es que las estructuras económicas le den gran peso a la formulación de ideas (Patentes, diseños y demás) muy presentes en el mundo moderno. (Howkins, 2013).(IDEM).

Para la autora de la investigación es referencia, así que se establece una interacción implícita entre el sistema económico y la innovación, una vez que esta se encuentra amparada bajo la protección, así como el impulso y la producción de propiedad intelectual; lo que crea una escena de desarrollo al ir creando constantemente nuevas fuentes de empleo, de valor y de riqueza dentro de un estado-país.

En el libro titulado “La Economía Naranja: Una oportunidad infinita”, los autores Felipe Buitrago Restrepo, el viceministro de la Creatividad y la Economía Naranja en asociación con el ex presidente colombiano Iván Duque Márquez periodo 2018-2022, mismo que se desempeñó profesionalmente por muchos años en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Desde ahí tuvo un acercamiento con el tema de la Economía Naranja, ya que es una iniciativa de desarrollo que promueven dentro de sus proyectos en funciones y que él replicó durante su mandato a nivel jurídico y político. Lo que generó muchas expectativas tanto altas como contradictorias, no obstante, tuvo aprobación en la Cámara de representantes.

Así lo explicó Mónica Zuluaga (2022), quién se desempeña en toda esta materia de defensa en pro de los derechos de autor, además de participar como vocera de conversatorios o charlas en materia de Economía Creativa, y en su entrevista llevada a cabo en la ciudad de Medellín; ella hace alusión a la manera como se fue gestando esa realización de ser Colombia una Economía Naranja, expresado así:

“Cuando el expresidente era congresista, el llevo la ley al congreso, la misma fue aprobada y se hace un elemento clave de su partido político, por ende, todo su mandato estuvo como de sus elementos principales en su gestión, de una manera cuantificada fue muy favorable.”

Por esta razón serán un buen modelo de aplicación de la Economía Naranja y para los fines de esta investigación. En su libro explica lo que se puede interpretar al abarcar lo que la Economía Naranja es, según el criterio de John Howkins en una de sus publicaciones y es quien se considera uno de los pioneros de la determinación del significado de los sectores creativos, como se cita a continuación:

La economía creativa, definida por Howkins, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos. (Buitrago y Duque, 2013, pág.15).

Una interpretación propia de los autores seria la siguiente: “Es 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. El universo naranja está compuesto por: 1) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y 2) las áreas de soporte para la creatividad”.

Estas áreas de soporte para la creatividad derivan de procesos productivos que implican las acciones que dan soporte y apoyo a la concepción de una industria creativa; especificadas a continuación:

- Investigación, Desarrollo e innovación creativa y cultural: I+D+i = Economía Naranja.
- Formación técnica especializada en actividades creativas.
- Gobernanza (institucionalidad) y Derechos de Propiedad Intelectual.
- Educación profesional creativa.

(2013, pág.40).

2.2.1 Definiciones de Economía Naranja según Organismos Internacionales

Es importante para efectos de una correcta comprensión e interpretación de lo que significa la Economía Naranja en esta investigación, el hacer mención de algunas organizaciones internacionales que han creído fielmente en el beneficio y los resultados de rentabilidad que pueden dejar las actividades creativas en las industrias dentro de una economía abierta y en una etapa de comercialización que es altamente competitiva e innovadora.

2.2.2 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad. (SEFINPRO, 2022).

2.2.3 Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

El BID ha definido 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. Así, la creatividad, la innovación y la cultura, son componentes de un gran ecosistema que representa un importante propulsor económico y social.

(CEPAL, s.f.)

2.2.4 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI-WIPO)

Esta organización se encuentra en Ginebra, Suiza su sede principal y esta misma pertenece a la Organización de las Naciones Unidas, con la finalidad de dar una estructura ideal para que los países puedan generar sus propias políticas de derecho de Propiedad Intelectual con base en sus políticas y lineamientos internacionales que la rigen.

Por tanto, menciona que, en la Economía Naranja, las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDAs) son aquellas que se dedican, son interdependientes, o que se relacionan directa e indirectamente con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor.

(WIPO, 2003).

2.2.5 Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)

En cuanto al sector creativo y su cadena productiva, la UNCTAD interpreta lo siguiente: Las industrias creativas se encuentran en el corazón de la economía creativa. Esquemáticamente descriptas, las industrias creativas se encuentran en la intersección entre el arte, los negocios y la

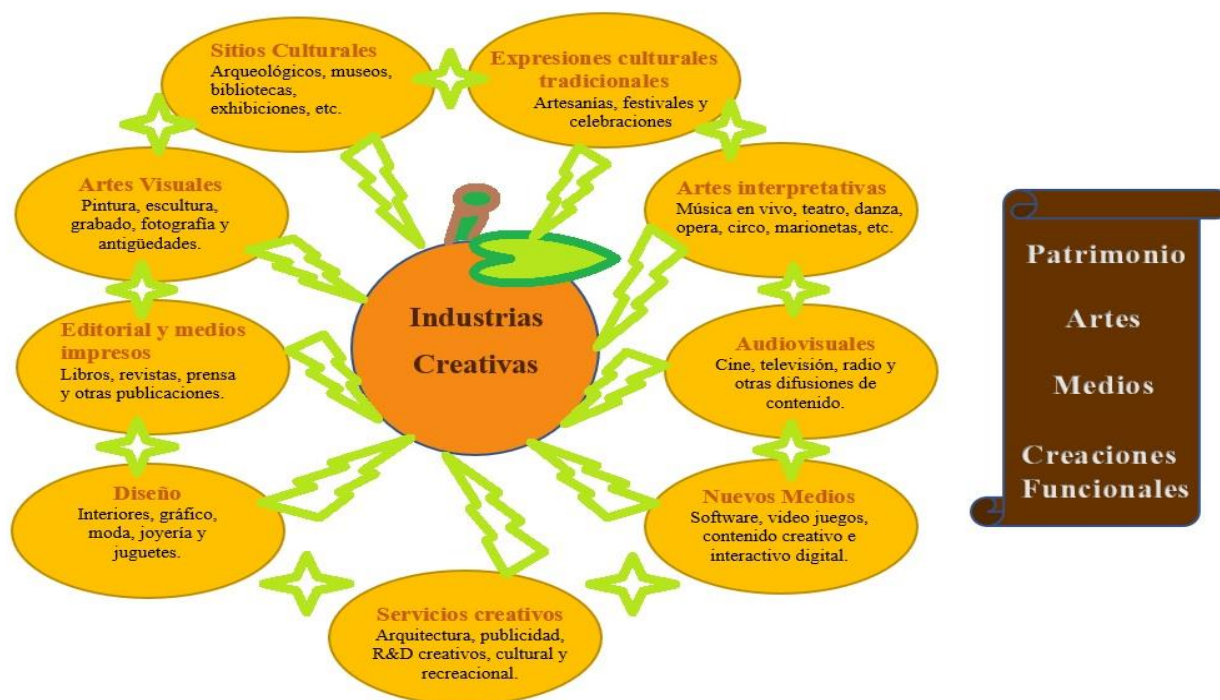
tecnología. En otras palabras, comprenden el ciclo de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan el capital intelectual como insumo primario. Las industrias creativas de hoy comprenden la interacción entre los subsectores tradicionales, aquellos de alto índice tecnológico y los orientados a la prestación de servicios.

Para la UNCTAD la Economía Naranja se deriva desde 4 sectores de creación los cuales son:

- Patrimonio (Cultural, Natural e Inmaterial como son las costumbres, tradiciones, rituales, etc.)
- Artes.
- Medios.
- Creaciones Funcionales.

(UNCTAD. 2008).

Figura N.2: Industrias que conforman la economía creativa, según la UNCTAD



Fuente: Economía Creativa: Una opción para el Desarrollo (2010). Elaboración Propia.

Esta imagen muestra la diversidad que representa todo el ambiente creativo, desde sus recursos junto a sus respectivos procesos, hasta que se concrete en algo que se pueda percibir,

palpar o definir como una creación de valor artístico o cultural y de propiedad intelectual en la que se le otorga un reconocimiento a la persona creadora por lo que se elaboró.

De estos cuatro grandes sectores, se subdividen y se entrelazan las diferentes actividades comerciales que se desarrollan a razón de cada uno de sus características particulares, con la finalidad de definir hasta lograr categorizarlas, y de esta manera incluirlas dentro de todo un conjunto que contemple lo que representa la Economía Naranja como actividad laboral.

Por esta razón la diversidad de productos que se crean o pueden dejar de ser una simple idea y llegar a su realización va a ser tan infinita como se pueda descubrir; el simple hecho de imaginarlo es casi imposible. El humano por naturaleza tiende a la innovación y al descubrimiento, ejemplo de eso es el proceso que la tecnología ha tenido desde mediados del siglo XX hasta en la actualidad del nuevo siglo.

2.3 Aplicación de las 7i: Ideas para el Desarrollo y Ejecución de la Economía Naranja

Una estrategia que logre ser de adecuado impulso para la promoción y ejecución de la Economía Creativa dentro de diferentes sectores es de vital importancia, ya que se requiere no solo de espacios para la creación y la creatividad, sino también de instituciones, integradas con diferentes actores, industrias e interactuando desde la inclusión social, ya que la creatividad, el arte y la cultura no debería de ser para unos cuantos, sino para el disfrute y aprovechamiento de todos; estas 7 ideas se mencionarán y describirán a continuación:

2.3.1 Información: se basa en explicar e informar mediante experiencias, transferencia y análisis de datos, al igual que de costos, los beneficios económicos percibidos a los sectores y actores involucrados, entre otros. Esto anterior es el reflejo de lo que significa contar con una Cuenta Satélite de Cultura (CSC) como una herramienta en función de que los diferentes agentes culturales e inversionistas puedan darse una mejor idea de los beneficios que puede otorgar participar de esta dinámica económica y comercial de innovación y desarrollo.

2.3.2 Instituciones: en cuanto la participación de diferentes instituciones como empresas privadas, instituciones públicas, asociaciones-cooperativas, programas de desarrollo u ONG. Según (Buitrago. Duque, 2013, pág.167) en su libro, exponen el ir incorporando de manera simultánea una responsabilidad pública en donde se le dé una validación, correcta de la dimensión comercial que tiene la cultura y la creatividad; además de su incorporación con una infraestructura, con la tecnología y un acceso a diferentes mercados (Exportaciones).

2.3.3 Industria: se parte de la premisa de que el primer activo o insumo de una empresa o industria es el factor humano, centrado en crear una armonía entre los profesionales creativos, los emprendedores y los inversionistas; formando profesionales con el entendimiento y formación en temas de control de gastos y ganancias. En otras palabras, se necesita de unir políticas públicas que estimulen el sector privado y la inversión pública de un país; esto, para romper barreras de incertidumbre en los artistas de utilizar intermediarios comerciales.

2.3.4 Infraestructura: es uno de los puntos más necesarios para que toda esta iniciativa pueda tener validez, ya sea desde el espacio físico hasta en lo virtual. Ese acceso y contacto con clientes, capacitaciones, programas de desarrollo, de inversión e innovación, entre otros; permiten proveer a los actores involucrados de conexiones que se puedan transformar en un acercamiento cultural y un factor diferenciador de los bienes y servicios que se pueden llegar a ofrecer dentro de un vasto mercado.

2.3.5 Integración: la cual abarca el interés al consumo de bienes y servicios o contenido artístico-cultural dentro de una zona geográfica específica como la latinoamericana en este caso; muchos profesionales creativos tienden a buscar mejores oportunidades de trabajo en el exterior, como Europa o Estados Unidos, lo que genera una fuga de mano de obra creativa y de capital también. Por otro lado, el internet y las redes sociales han promovido el consumo de contenidos como nichos de mercados, con características e intereses similares.

Es necesario contar con espacios para la inversión pública y privada, procesos de cooperación que brinden información y apoyo para que tanto artistas como otros ciudadanos puedan acceder y participar de canales de promoción, para producir, distribuir y consumir contenido cultural, es de suma importancia. Esto anterior, porque en la actualidad no es necesario movilizarse lejos o estar en otro país para poder acceder a sus productos creativos, lo que justifica una ventaja para poder comercializar dentro de las industrias creativas regionales.

2.3.6 Inclusión: muchos artistas o profesionales creativos viven condicionados por la falta de oportunidades, algunos con discapacidades, otros tantos de riesgo social, propensos a caer en el consumo y venta de drogas, en delincuencia, prostitución, entre otros. Que los limitan a vivir en pobreza, sin educación o esperanzas de ser productivos y muchas de sus condiciones artísticas se ven frustradas debido a una escasa ayuda social, al igual que cultural que los motive a producir y comercializar su arte.

Por otra parte, la inclusión también busca unir personas, por lo que la industria creativa tiene ese poder de derrumbar las clases sociales y poner en contacto ideas e inversionistas o compradores. Lo que también implica participación comunitaria y actividades que ayuden a crear una identidad cultural generalizada que se pueda transformar en desarrollo e innovación una vez se lleve esto a las diferentes industrias e instituciones a lo interno de un país.

2.3.7 Inspiración: tomando como referencia algunas frases célebres del pintor Pablo Picasso como:

- “La inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando.”
- “Todo lo que puede ser imaginado es real.”
- “Yo hago lo imposible, porque lo posible lo hace cualquiera”

(NatGeo, 2018).

Uno de los más importantes artistas en la historia del arte y un referente de inspiración para muchos artistas de la época actual, evoca a que el trabajo consciente puede llevar al artista o profesional creativo a crear algo nuevo desde la concepción de una idea, desde su mente activa que provoque de donde no hay nada, gestando la creación de lo tangible y la innovación con el fin de lograr objetivos.

Además de esto, el otorgar incentivos como premios, ferias, festivales culturales, certámenes, el financiamiento de proyectos y dar promoción por diferentes medios de comunicación son estímulos para que los artistas se motiven y continúen en su actividad productiva de una manera más activa. En muchos casos, la falta de inspiración o de creatividad es el resultado de una frustración o enajenación por las condiciones que derivan de su trabajo.

Estas 7 ies son sin duda un excelente parámetro para comenzar a tejer una sociedad en pro de la investigación, del desarrollo humano y tecnológico, la creatividad como generador de ideas hacia la innovación y que puedan al mismo tiempo emprender asociaciones junto a reformas educativas como el paradigma tecnocrático llamadas STEM por sus siglas en inglés que comprende: (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas).

En donde las artes jueguen un papel fundamental para que las industrias adopten el diseño y el resolver las necesidades de la demanda, y que sus consumidores puedan obtener un valor agregado a la oferta de sus bienes y servicios, al mismo tiempo que crea un factor diferenciador en el mercado y estimula el desarrollo desde una alta competitividad regional o bien a nivel global.

2.4 Panorama internacional de la Economía Naranja

Analizar el ámbito global desde el punto de vista de lo que representa la Economía Naranja es tan necesario como satisfactorio, al corroborar mediante datos y afirmaciones es de beneficio para esta investigación; ya que reflejará el panorama a nivel internacional de lo que las relaciones internacionales y la economía junto al comercio están haciendo para promover la creatividad y la capacidad de innovación en todos los sectores productivos a nivel global.

Para ir desarrollando este tema es necesario hacer énfasis en el Informe sobre economía creativa titulado: “Ampliar los cauces de desarrollo local”, de Irina Bokova, la cual se desempeña como directora general de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y Helen Clark, como administradora del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) afirman que:

La cultura es un motor de desarrollo, liderada por el crecimiento de la economía creativa en general y de las industrias culturales y creativas en particular, no solo son reconocidas por su valor económico, sino también cada vez más por el papel que desempeñan en la producción de nuevas tecnologías o ideas creativas y sus beneficios sociales no monetizados.

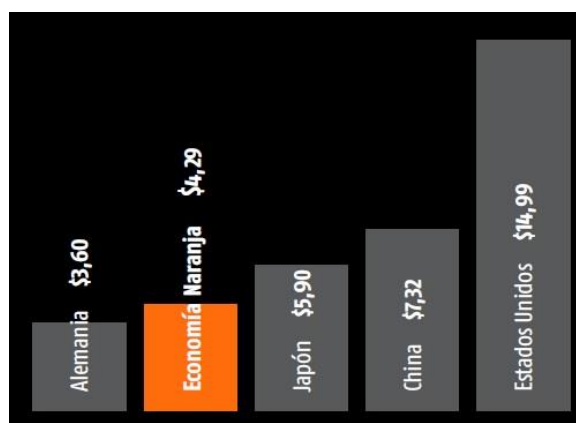
(UNESCO, 2013).

Las industrias creativas significaban en el 2008 un 3.4% del comercio internacional, con exportaciones mayores que oscilan a los US\$ 424.4 mil millones en 2005 y un crecimiento anual alrededor al 8.7%. Es así que se mostraba como una economía de peso comercial, en la manera que se pueda aplicar a nivel sistémico podría ser una gran oportunidad para economías internacionales que giren su política a estimular los comercios a invertir en innovación y desarrollo.

(UNCTAD,2008, pág.63).

En la siguiente figura a continuación, se podrá observar de forma gráfica como para el 2012 lo que representaba la Economía Naranja se encontraba en la 4° posición en comparativa a las grandes economías del mundo:

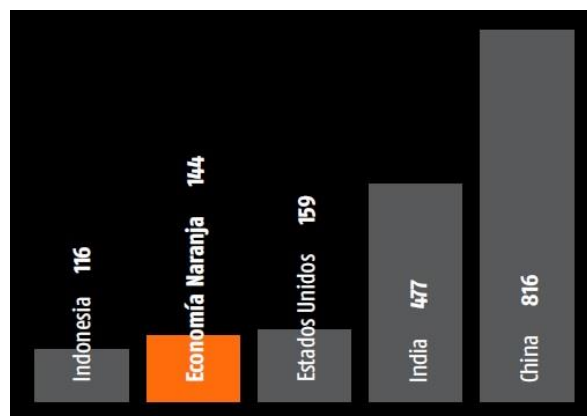
Figura N.3: Economía Naranja vs Economías Mundiales



Fuente: Economía Naranja, Una oportunidad infinita. (Buitrago y Duque,2013). (Cifras en billones de dólares americanos).

Ahora bien, en el mismo año, la Economía Naranja se mostraba como la 4° fuerza laboral en el mundo, compitiendo mano a mano con importantes economías:

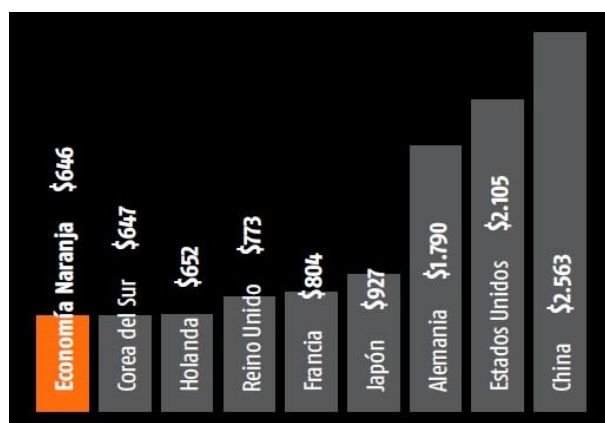
Figura N.4: Generación de empleos por Economía Naranja



Fuente: Economía Naranja, Una oportunidad infinita. (Buitrago y Duque,2013). (Cifras en millones de personas).

La Economía Creativa se designó como la 9° posición de mayor cantidad de exportaciones de bienes y servicios a nivel global, lo que también resalta la importancia que esto puede significar para un país exportador, o bien, uno que trate de equilibrar el déficit comercial con base a la promoción de exportaciones, como sería el caso de Costa Rica que se caracteriza por ser un país importador.

Figura N.5: Economía Naranja vs Economías Exportadoras



Fuente: Economía Naranja, Una oportunidad infinita. (Buitrago y Duque, 2013). (Cifras en millones de dólares americanos).

Unido a esto anterior, se puede agregar que, haciendo un énfasis estricto en base a una comparativa realista entre los bienes y servicios de mayor transaccionalidad a nivel global, la Economía Naranja representa igualmente un sector de alto valor entre las diferentes cadenas de producción y esta coyuntura actual de lo que destaca a nivel económico es de suma relevancia en la escena comercial internacional.

Por ende, la Economía Naranja, debe de estar compuesta y articulada junto a las industrias que pueden tener un grado de relación comercial y a la Protección de la Propiedad Intelectual; por lo que se puede transformar en una fuente inagotable en la oferta de bienes, así como de servicios, y los ingresos que puede generar, además de ser fuente de empleo y desarrollo humano.

En la actualidad hay una sensibilidad hacia la sostenibilidad y el ambiente, por lo que crear conciencia en materia de producción puede llevar sociedades sostenibles y socialmente inclusivas. Esto, mediante la implementación de soluciones creativas, en pro y en unión de diferentes economías como lo es la Economía verde (Naturaleza) y la Economía Azul (Océanos), lo que puede además de incentivar el cuidado del ambiente, también puede ser un detonante de desarrollo para muchas zonas geográficas de corta extensión terrestre, pero basta extensión marítima, o bien, ecológica.

En la siguiente figura se mostrará cuáles fueron los principales rubros de exportaciones realizadas en el año 2012, en comparación a la Economía Naranja:

Figura N.6: Principales rubros de exportación en 2012.



Fuente: Economía Naranja, Una oportunidad infinita. (Buitrago y Duque, 2013).

En base a una determinada comparación con los bienes exportados como lo son combustibles minerales, petróleo, equipos eléctricos de alta tecnología, maquinarias para el sector industrial, plantas nucleares, térmicas y la industria automovilística, entre otros visto la industria creativa ofrece una gran variedad de productos llegando a los más de \$600.000 millones en el 2012.

El crecimiento casi 10 años después, sigue siendo significativo a nivel mundial; sin embargo, se vio menguado durante la pandemia del COVID-19, tal fue el impacto a las economías que hubiera grandes pérdidas de capital percibido para todos los actores internacionales, así como a nivel local, y en este sentido, el sector cultura fue uno de los sectores más afectado.

Para el 2021, la UNESCO indica con respecto del año anterior, en razón de que se calculó una contracción global estimada en 750.000 millones de lo que es el valor bruto de industrias creativas y culturales y pérdidas de ingresos entre 20-40%. Esto provocó una contracción, que al mismo tiempo debilitó el empleo con grandes pérdidas de puestos de trabajo en industrias creativas, estimado en más de 10 millones de empleos, lo que afectó argumenta la publicación la condición de vida de muchas familias en todo el mundo.

(UNESCO, 2021).

2.4.1 Panorama Latinoamericano de la Economía Naranja

A nivel internacional se demuestra que es necesario complementar los órganos que forman el sistema económico, desde el aparato jurídico y con base con los beneficios económicos que

promuevan nuevamente el repunte de empresas y emprendimientos en cuanto a empleo y a una reactivación económica de la oferta comercial en industrias creativas y culturales. Esto anterior, según los indicadores de desarrollo que se habían estimado desde el 2015 para lo que podía presentar al inicio de la crisis sanitaria. Explicado de la siguiente manera:

Para el 2015, según el sitio web del Banco Interamericano de Desarrollo “las industrias culturales y creativas (ICC) generaron en 1,9 millones de empleo en América Latina y el Caribe, e ingresos por 124 000 millones de dólares. Se estima que para el 2020 la creatividad será la tercera habilidad más demandada por las empresas a la hora de seleccionar a sus empleados.

(BID, 2015).

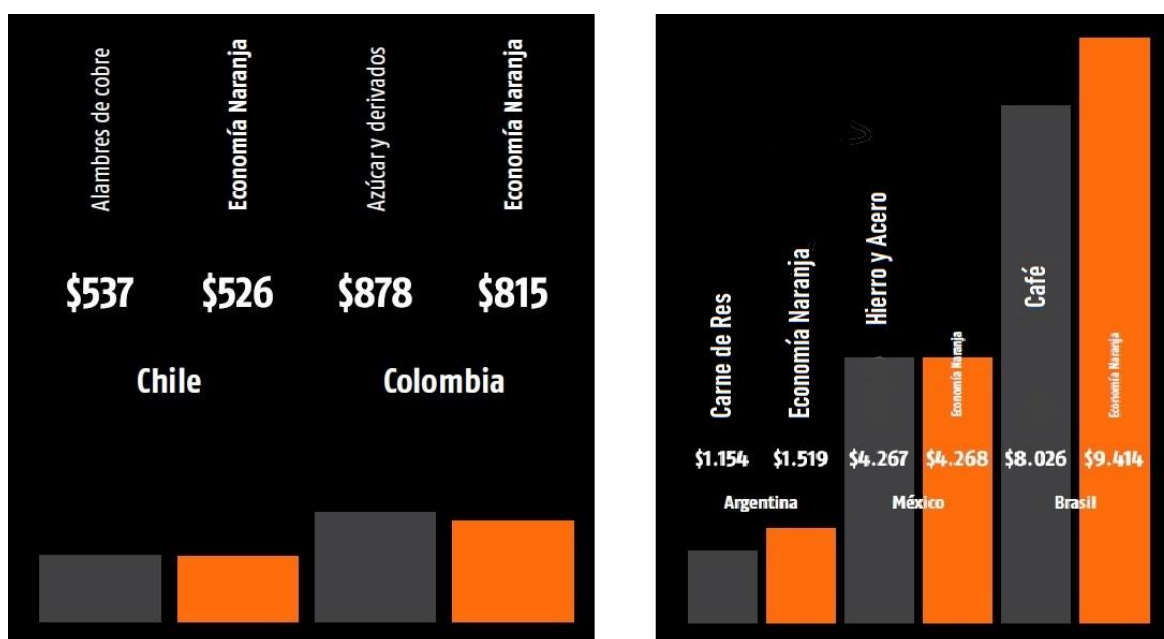
En el caso de América Latina y de manera individual explica Daniela, muchos países han llegado a determinar el valor, las oportunidades y soluciones que se generan desde las industrias creativas-culturales. También menciona que: “Es oportuno señalar que dicho reconocimiento no ha sido un caso fortuito, por el contrario, es producto del amplio debate que ha generado el tema en los últimos años, tanto global como regionalmente.”

(Chavarría, 2020, pág.72).

Por lo tanto, al existir un debate a nivel regional subraya dentro de una economía sin ideas y propuestas de desarrollo e innovación, esa economía está destinada a estancarse; en medio de un mundo globalizado y polarizado es necesario poder balancear los ingresos recibidos con diferentes sectores productivos para poder compensar los daños colaterales de factores externos en el estadio internacional pero que influyen de maneras económico-comerciales a todos los países abiertos al comercio y bajo una competitividad explícita.

Un ejemplo de esto, sería como países de la región tienen la oportunidad de ejecutar la economía creativa en paralelo con algunos de sus productos estrella o que son de alto grado de importancia. Es una manera de sustitución de exportaciones en caso de que por razones extraordinarias alguna economía pueda tener pérdidas por factores naturales o humanos. Esa comparación en paralelo se verá reflejada en la siguiente imagen:

Figura N.7: Economía Naranja vs Bienes Latinoamericanos



Fuente: Economía Naranja, Una oportunidad infinita. (Buitrago y Duque,2013). (Cifras en millones de dólares americanos).

Y es que al darle una mirada general al panorama de la Economía Naranja de Latinoamérica es de gran utilidad para desarrollar propuestas y proyectos de ley que sean en función de la política comercial de cada economía de la región. Para lograr esta visibilidad, según las estadísticas que arroja el mercado creativo se hace necesario la recopilación de información del sector por parte del gobierno central.

Esto es una realidad gracias a la creación de las cuentas satélites para conocer los movimientos del sector de una manera más precisa, conociendo su versatilidad e informalidad del sector, países que han hecho grandes esfuerzos e invertido trabajo para que esto sea una realidad en primer lugar Colombia, que se muestra como pionero del tema y será de gran relevancia para esta investigación; además de otros países como Argentina, Chile, Costa Rica, México y Uruguay, principalmente.

Siguiendo con la idea anterior, y reforzando el criterio expuesto en el Informe de Economía Naranja; Juan Costa (2020), que se destaca como un líder mundial en servicios de sostenibilidad y del cambio climático en Ernst & Young (EY), del Reino Unido. Por su parte, Costa habla en referencia al escaso desarrollo o casi nulo de los sistemas financieros, con el fin de que incentiven o den apoyo a las inversiones en ideas puntualizó:

No están desarrollados para apoyar las inversiones en ideas, es más fácil conseguir dinero para comprar máquinas o construir un edificio que para financiar la creatividad. Por tanto, se necesita un sistema financiero global que esté adaptado a la realidad de la economía actual, de la que, una gran parte, es intangible.

En segundo lugar, también se debe producir un cambio en el concepto de propiedad en el ámbito de las ideas, ya que está también pensado para elementos tangibles, lo que supone un obstáculo para medir el valor de las empresas y conseguir financiación. (pág.17).

Para efectos de lograr ahondar en esta investigación en razón de la aplicación de la Economía Naranja para una economía, lo que eso representa, así como las implicaciones que esta genera a nivel comercial. Es necesario poder tomar una imagen de referencia utilizándola como radiografía que nos permita escanear sus oportunidades, así igualmente sus debilidades y para alcanzar esto se tomara como ejemplo el caso de la República de Colombia.

2.5 Economía Naranja - Caso Colombia

Desde que el BID ha comenzado a impulsar el termino de Economía Creativa por medio del arte, la cultura y la innovación, muchos países han visto un grado de interés; algunos más que otros, y es el caso preciso de Colombia lo que podrá arrojar el concepto y su acoplamiento dentro de diferentes órganos que están articulados entre el gobierno a nivel de su institucionalidad y el sector privado.

Este tema obtuvo mayor relevancia en el gobierno de Iván Duque Márquez (2018-2022) expresidente que estuvo muy involucrado en estos temas cuando se desempeñó en el BID, y luego esto fue el pilar de su plan de gobierno. Una vez en el poder, esta iniciativa se fue implementando rápidamente, quizá más rápido de lo que se podría desear y comenzó a mostrar también sus sesgos en la aplicación, lo que sin duda hoy en día es un tema de alta preocupación por el cambio de gobiernos.

El principal motivo de la prontitud que se realizó toda esta gestión es debido a que en el 2017 Duque llevo la Ley 1843, llamada la Ley Naranja, casi al final del periodo de la presidencia de Juan Manuel Santos (2014-2018); donde dicha iniciativa legislativa responde al desarrollo, incentivar, fomentar y proteger el sector de las industrias creativas y otras creaciones que no se consideran del sector. Lo que le dio un punto de partida para la campaña de su partido hacia carrera electoral por la presidencia de Colombia. Ya en el cumplimiento de sus funciones, se llevó ante la Cámara de representantes de Colombia el Plan Nacional de Desarrollo (PND), para lo que

correspondió a el periodo 2018-2022 en adelante; mismo que promueve y fomenta 3 ideales desde la transparencia y la equidad como lo son: la inclusión, el emprendimiento y la legalidad; aplicando la Ley Naranja.

Según Mónica Zuluaga (2022), este plan que a pesar de que se discutió de una manera amplia y precisa como una ley enfocada primordialmente para el desarrollo, fue una situación que dejó que muchas de las propuestas iniciales fuesen descartadas, otras modificadas, pero en el Senado no fue lo mismo y el tiempo no era aliado, y se aprobó rápidamente lo planteado desde la Cámara.

2.5.1 Promoción y Beneficios de la Aplicación de la Economía Naranja

Promover una ley de Economía Naranja sin los incentivos y los promotores que esta necesita para que se legitime dentro del sector productivo y comercial sería casi tan subjetivo como el concepto mismo del arte. Es por esta razón, que las circunstancias ameritan crear canales de ayuda, que estimulen a los empresarios, emprendimientos creativos y a los mismos empleados a pertenecer de una manera que también sientan que salen beneficiados, de hacer un aporte a la cultura, y a la creatividad para el beneficio de una colectividad.

A raíz de la implementación del Plan Nacional de Desarrollo (2018-2022), conectado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible a 2030; se planteó crear mayor dinamismo en los sectores creativos, al escalar a los 2 puntos porcentuales en los cuatros años de gobierno. Además de esto, se asumió el duplicar la inversión pública y privada en ciencias y tecnologías a 1,5% del PIB colombiano, según la página del Departamento Nacional de Planeación (PND); lo que sin duda es un compromiso latente hacia el desarrollo y la innovación. (PND, 2018).

ABC del Plan Nacional de Desarrollo (2018-2022)

Esta iniciativa es una plataforma digital en donde las personas y empresas puedan tener canales informativos que sean de apoyo al pie de la letra sobre todo lo que tienen que saber de este PND, para vislumbrar sus alcances, formar parte de sus proyectos, o bien para conocer cómo se encuentra articulado y con cuales sectores claves de la sociedad interactúa y se orienta.

En ese proceso de acoplamiento se van desarrollando una serie de pactos que abarquen sectores industriales claves, sectores marginados y los sectores creativos pertenecientes a la Economía Naranja y a sus cadenas de valor. A continuación, se darán como ejemplo algunos de los pactos que van dirigidos propiamente a la Economía Creativa, la innovación y el desarrollo:

- Pacto por la inclusión de todas las personas con discapacidad.
- Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la Economía Naranja.
- Pacto por la Ciencia, tecnología y la Innovación: un sistema para construir el conocimiento de la Colombia del futuro.

(Departamento Nacional de Planeación, 2018).

La mejor parte de cuando hay un evento del cual se puede lograr que más personas se vean involucradas y beneficiadas es correr la voz alcanzando un mayor rango de participación y diálogo; y es través de mecanismos de dialogo, difusión, contenidos y revistas digitales con temas relacionados a la Economía Naranja, con informes económicos, testimonios, etc. Donde queden plasmados en conversatorios, charlas y talleres las oportunidades que se pueden barajar.

Cajas de Compensación

Son instituciones colombianas creadas con un determinado nicho de trabajo, promoviendo de primera mano el bienestar socio-económico de los ciudadanos que son empleados, así también de empresarios, emprendedores, entre otros. De similar acción a la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS) en Costa Rica. Se da un aporte económico mensualmente y este se destina a proyectos.

Estas Cajas de Compensación son también un medio en donde las personas pueden optar por aplicar a diferentes cursos, talleres y programas que promueven la educación, los negocios, la salud, el deporte y la recreación tanto en lo individual, así como a nivel familiar. Se ofrecen una serie de descuentos y actividades gratuitas como fin de incentivar a las personas y con esto se puedan acercar a realizar diferentes prácticas que sean sinónimo de desarrollo humano.

En suma, algunas de estas cajas ofrecen beneficios tributarios a los empresarios y pymes que quieran recibir un beneficio económico adicional en su rentabilidad, con un porcentaje gradual libres de pagar renta o descuentos tributarios en razón de los años en los que este se interese mantener mientras se encuentre vigente el beneficio otorgado por apoyar o financiar proyectos relacionados con la Economía Creativa, aplicando una vez al año, generalmente en julio de cada año cierran las inscripciones.

Tal es el caso de la **Corporación COCREA**, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la cual se gestó como un intermediario entre los empresarios que visualizan una oportunidad tributaria si estos invierten en un proyecto relacionado con la Economía Naranja. En

algunos casos el monto que se destina al pago de sus impuestos menos sus respectivas deducciones es el mismo monto destinado a invertirse en la promoción y desarrollo del sector creativo y a la cultura. Véase los siguientes proyectos:

- **Proyecto con aportes propios:** Se les brinda la oportunidad de hacer una inversión en una iniciativa propia y al mismo tiempo recibir una deducción correspondiente al 165% en la base gravable del impuesto de la renta.
- **Proyecto con aportes de terceros:** Se tramitan a través de un proyecto propio y los aportes son por actores externos. Este también recibe una deducción del 165% en la base gravable del impuesto de la renta.
- **Proyecto sin aportes identificados:** la iniciativa propia se publica en la página de COCREA y se pone a disposición de alguna persona o empresa que le interese ser el financiador del proyecto. Los primeros 40 lugares reciben su debido acompañamiento en función de toda la gestión y desarrollo comercial de la misma.

(COCREA, 2022).

En julio del 2022 fue cuando se llevó a cabo la última inscripción de la temporada cerrando así con 844 diferentes proyectos que fueron postulados en los 32 departamentos alrededor de Colombia, el valor total de los proyectos fue estimado en \$1.5 billones; y se estimó que pueden llegar a tener una proyección de aportes económicos equivalente al \$1.1 billón.

A manera de seguir descubriendo un poco más sobre estas cajas, cabe mencionar la **Caja de Compensación Familiar de Antioquia (Comfama)**, desde que se creó la ley PND del 2017 en un portafolio de agentes del sector creativo y cultural, promoviendo proyectos, actividades, cursos, entre otros; bajo una línea de acompañamiento a proyectos creativos y culturales para cualquier miembro de una familia.

El beneficio se traslada también a las empresas y emprendimientos que se crean en Colombia, lo que obliga a los afiliados y empresarios a tener que afiliar a sus colaboradores o empleados para que reciban algunos beneficios en educación, entretenimiento, cultura y salud, etc. Por ejemplo, recibir clases de yoga y meditación, clases de inglés, entre otros; con un específico descuento dependiendo del tipo de actividad. Además de esto, otorgan préstamos a sus empleados, con tasas de interés favorables para beneficio mutuo.

En Comfama, cualquier persona natural o jurídica que haya conformado una micro, pequeña o mediana empresa, tiene la posibilidad de beneficiarse y obtener una reducción en el pago

de los aportes al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) o en las Cajas de Compensación durante los primeros tres años de operación, así de esta manera:

- Setenta y cinco por ciento (75%), para el primer año de operación.
- Cincuenta por ciento (50%), para el segundo año de operación.
- Veinticinco por ciento (25%), para el tercer año de operación.

Por una parte, hay que tener en cuenta principalmente que, en el primer año de operación, estos beneficios comenzaran a contar a partir de la fecha de inicio de la actividad económica principal, reportada en el Registro Único Tributario (RUT). Por otra parte, la cuota monetaria de los trabajadores se pagará de acuerdo con el aumento en el pago de aportes que realice la empresa. (Comfama, 2022).

Dentro de lo que abarcan estas Cajas de Compensación hay grandes beneficios de tipo económicos al haber portales de inversión en el sector creativo, al mismo tiempo que genera empleos directos e indirectos de amplia proyección. También hay beneficios organizacionales, ya que afiliarse a alguna de estas cajas ayuda a proyectar una imagen positiva y de buena reputación para las empresas vinculadas a causas sociales y culturales, y en el transcurso se les da un acompañamiento en la gestión comercial.

Estas causas anteriores (socio-culturales) también transmiten beneficios al contribuir al fortalecimiento del tejido social del país, crea difusión y permanencia de iniciativas creadoras en la sociedad, permite consolidar la identidad cultural nacional y es vitrina ante el mundo de la gran riqueza y diversidad del sector creativo. Finalmente, cabe destacar que estas iniciativas permiten un entorno destinado a la innovación y el conocimiento, lo que facilita el desarrollo de regiones con iniciativas productivas en bienes y servicios.

Sector Privado: Responsabilidad Social Empresarial → Responsabilidad Cultural Empresarial.

Para el sector privado, según Zuluaga (2022.), estos beneficios de la Economía Naranja son útiles primeramente si las empresas lo entienden, lo aceptan y lo implementan dentro de sus ordenamientos de misión y visión empresarial, Lo que podría arrojar resultados muy importantes si de alguna manera se ven beneficiados o tienen mejores utilidades o bonificaciones de lucro.

Las empresas y sectores privados deben de tener claridad operacional de dónde invertir, cuál artista representar, y como realizar proyectos de E.N o de promoción cultural; por lo que se necesita de una estructura real y precisa de su funcionamiento del descuento tributario y beneficios

reales que pueden percibir si trabajan de manera coordinada y articulada con diferentes sectores creativos.

Recaudos de regalías: en el sector industria de la música es donde esta mayormente afianzado esto; pero tiene que ver con entidades nacionales que se encarguen de ser las que recauden económicamente cada vez que una obra se utilice como una obra musical (fonograma), audiovisual, cinematográfica, literaria o una plástica.

Lograr el poder dimensionar esos incentivos que se dan a través de la Economía Naranja, es uno de los puntos básicos de esa estrategia; y luego otro de ellos es la protección de la propiedad intelectual, entonces lo mínimo que se debe de hacer como productor creativo sería entender cómo funciona este sistema de recaudación.

El Ministerio de Cultura es la institución pública en donde descansa todo lo relacionado con el sistema de la Economía Naranja, por lo que existe un consejo de E.N que se encuentra integrado por 7 diferentes entidades que representan algunos ministerios como el de Comercio, Dirección General de Derecho de Autor, Superintendencia de Industria y Comercio, entidades relacionadas a la propiedad intelectual y otros ministerios relacionados que se encargan de analizar sus lineamientos y proyecciones.

Así mismo amplia (Acevedo, 2019), que en Colombia la relevancia de este concepto económico es mucho más fuerte con los años; ya que parte del PND tiene como objetivo impulsar esta corriente económica que pretende fomentar la generación de ideas y la creatividad. Luego, aplicarlo dentro del modelo económico que hay en el país, para que el emprendimiento nacional aumente y este se desarrolle con base a la cultura existente para propiciar lo relacionado al patrimonio de cada región y así darle mayor relevancia.

(Acevedo, 2019).

El sistema de una Economía Creativa hizo que se crearan unos Nodos, esta es una estrategia diseñada por la Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento donde se busca desplegar en el país, la Política Integral de Economía Naranja y sus herramientas en los departamentos y sus capitales en coordinación con sus agentes locales. Además, que se encuentran en diferentes zonas del país alejadas y se encargan de fomentar el trabajo desde la E.N. (Zuluaga, 2022).

En la actualidad de Colombia se mantiene cierta incertidumbre en los aires políticos, esto en razón a que no se sabe que sucederá con la Economía Naranja en los siguientes años; debido a

que el nuevo presidente electo Gustavo Petro Urrego desde el 7 de agosto del 2022 por 4 años, y puede ser más si el pueblo así lo elige; ya que su ideología no es compatible con la anterior legislación de Iván Duque Márquez (2018-2022), se trata principalmente en buscar y promover la paz ciudadana, y con ciertos matices de un régimen socialista.

2.5.2 Debilidades en la aplicación de la Economía Naranja en Colombia

Como todo sistema en ejecución es normal que haya sesgos operacionales, que unidos a una rápida adaptación y aprobación hace que el sistema como tal pueda presentar ciertas debilidades per se, mismas explicadas por Mónica Zuluaga (2022) en su entrevista llevada a cabo en Medellín, que afectan al fin y al cabo en lo que la propuesta busca, a razón de lo que los resultados y las cuentas satélites, explica. Por esto, es importante revisar y analizar con detenimiento las circunstancias que se pueden corregir o mejorar a la hora de aplicar la Economía Naranja al sistema económico de otro país.

Uno de los errores de la ejecución fue que la ley Plan Nacional de Desarrollo se implementó muy rápido para lograrla consolidar a inicios del gobierno y que tuviese frutos antes de concluir; y eso hizo mismo provocó que los artistas en su gran mayoría no recibieran o participarán bien la E.N. en el sentido de quienes trabajan directamente con el sector creativo; a excepción de algunos artistas plásticos o músicos; al final se quedó una sensación de que no entendieron bien los beneficios del sistema en sus diferentes nichos para lograr capitalizar y monetizar el arte.

En un conversatorio realizado de la Association Scolaire Intercommunale de Payerne et Environs (ASIPE) por sus siglas en francés, que se llevó a cabo el 7 de diciembre del año anterior, la viceministra de Economía Naranja de Colombia (presentó el módulo dedicado principalmente a la Protección de la Propiedad Intelectual). Reconoció esa aplicación como una falencia en el sistema, ya que no se comunicó o se emplearon los medios correctos para la difusión de la Economía Creativa y por esa razón se perdió una oportunidad muy interesante de ampliar su cobertura.

(IDEM).

Entonces, se muestra inexistente una sociedad de gestión colectiva, para algunos sectores de la industria creativa, como los son las artes plásticas, por ejemplo, un ilustrador, un fotógrafo, escultor; no tienen todo el respaldo en cuanto a su beneficio y la protección de su propiedad intelectual; por su complejidad de ser un gremio difícil de juntar por sus características

individualidades. Pero si para el sector audiovisual (videojuegos, cine, teatro, guionistas, actores, animación), literario y el de la música.

En contraparte a lo anterior, lo que si existe es una desinformación casi generalizada de la población sobre esta dinámica comercial; esto se da porque no hay una línea asociada al sistema de Economía Naranja y que, de haber, debería de promover el patrimonio cultural, al reconocimiento de la cultura natural del país. No se le ha dado la promoción necesaria para que la gente entienda que por el arte hay que pagar directa o indirectamente.

Un trabajador del gobierno anterior del Ministerio de cultura de Colombia, decía que el error pudo haber sido que la gestión inicial y la responsabilidad de este sistema de Economía Naranja se pusiera en manos sobre todo del Ministerio de Cultura y no sobre el Ministerio de Comercio. Ya que muchos actores que representan el sector creativo no estaban interesados en monetizar y formalizar su trabajo, sino que el interés radicaba meramente al de la creación; expresaba Zuluaga.

(IDEM).

Asimismo, no se han logrado segmentar de forma apropiada y precisa las regulaciones según las características que presenta cada uno de los sectores, como en las artes y el patrimonio, para la creación y el desarrollo de software, etc. de una manera que sea progresiva e incluyente. Las organizaciones de recaudo económico se encuentran mal diseñadas y los aseguramientos de la PPI, los contratos y registros no son en algunos casos los correctos.

Las empresas y los sectores privados en muchos casos no tienen una noción clara de dónde hacer sus inversiones en cultura, sobre a cuál artista representar; porque es necesario contar con una estructura real, fortalecida al igual que precisa de su funcionamiento y del descuento tributario. Por esta razón, lo que ha sucedido es que muchas empresas grandes no se han interesado realmente porque sienten que este tema aún no está resuelto o le falta desarrollarse.

La realidad es un poco diferente a lo que la Economía Naranja trata de abarcar y promover como una dinámica comercial, es esa informalidad y falta de apoyo coordinada hacia el sector creativo, la falta de formación de sus actores y la falta de claridad sobre la cadena de titularidad, provoca en algunos casos que no se tendría nada que vender o comercializar. Por lo que hacen falta programas de formación, formalización y de promoción de la cultura.

2.6 Percepción de la Economía Naranja

Encaminarse hacia un sector productivo con dirección hacia la creatividad e innovación es una realidad que va trazando camino a través de nuevos procesos de producción en una economía. Dentro de esta transformación tan acelerada es necesario incentivar la adaptación a las nuevas tendencias de los mercados internacionales, y el trasladar al aparato estatal, pequeñas, medianas y grandes empresas; así como diferentes industrias hacia la digitalización es de suma importancia en la actualidad a razón de jugar un rol fundamental en una reactivación económica posterior al COVID-19.

En este sentido, en el informe de Economía Naranja (2020) Felipe Buitrago aseguró que “nos encontramos ante el mayor reto de adaptación para el planeta y la humanidad desde la II Guerra Mundial, y se requiere un gran esfuerzo para hacer frente a la crisis generada por el Coronavirus”. (p.11). esto, en alusión a lo devastador que resulta ser una guerra para cualquier economía de un país, región o a nivel global; unido al hecho de que levantar cada economía es un proceso que puede tardar unos años en función de las políticas económicas y comerciales que se impulsen ante la negativa.

Así mismo, explicando el comportamiento que presenta el sector creativo lo describe como “procíclico”, en el cual en un panorama cuando una economía es estable y con tendencia al alza, el incremento por parte del sector cultural es asimétrico tirando hacia el alza, en un mayor grado al resto de la economía. En Colombia desde el 2007 se ha dado un crecimiento de 1,5 veces; en contraparte a esto, cuando la economía sufre una contracción el sector también se contrae en el mismo rango.

Además, insiste que, para poder sanar desde una crisis, es indispensable que se dé una transformación generalizada, donde encontrar en la financiación como una herramienta fundamental es de suma importancia; junto a un debido acompañamiento a los emprendedores y profesionales creativos. Para esto, es necesario un cambio de enfoque, en razón de adoptar la implementación de nuevas tecnologías para potenciar las capacidades de producción. Y es en la cultura que se encontraran los medios para que la sociedad adopte patrones culturales hacia la digitalización. (pp.11-12).

Dentro de esta tendencia hacia la digitalización es importante analizar y elaborar un diagnóstico preciso de cuáles son las áreas o sectores creativos que mejor pueden verse beneficiados tanto de crear y utilizar diferentes herramientas digitales que les ayude a que tanto el

volumen como la diferenciación de los productos o servicios sean sinónimo de una rentabilidad a razón de lograr especializarse en ciertas ramas y crear alianzas entre sectores económicos que tienen una demanda de consumidores a escala.

Esta transformación hacia medios digitales permite entrever un panorama bastante esperanzador, ya que según Ana Piñeres (2020) en el mismo informe sobre economía Naranja dice lo siguiente: “Nunca la industria audiovisual había estado tan respaldada en Colombia como ahora, lo que ayudará a convertir al país en un hub (central) de servicios de producción audiovisual y en un motor de la economía”, aseveró.

Además, menciona que este sector creativo y cultural es capaz de influir en diferentes ámbitos e industrias como lo son el de la hostelería, el transporte, la alimentación, los servicios de post producción y todo lo relativo a los derechos de autor. (pág.19). Razón de gran peso por la que la percepción que se da en Colombia sobre la Economía Naranja no solamente es bastante clara, sino que esta tiene la capacidad de sincronizarse y trabajar de la mano con diferentes cadenas de producción.

Finalmente, Buitrago (2013) asegura de que se produce una inalienable interacción entre artistas y creadores, con una serie de diferentes empresas, ciudadanos e instituciones gubernamentales para hacer de la cultura los ideales que necesita un país para su desarrollo socio-económico. Aplicando las herramientas (financiamiento, promoción y gestión), junto con algunos estímulos gubernamentales diseñados con la mentalidad del artista; puede significar la mejor manera de llegar a una transformación digital, a una conectividad generalizada y un aumento de nuevos emprendimientos. (pág.22).

Estas 3 herramientas anteriores, son pilares de apoyo de gran valor en busca de desplegar la iniciativa en Colombia, la Política Integral de Economía Naranja es una manera de respaldar y defender los sectores creativos, la cultura, el patrimonio, entre otros. Todo esto en coordinación con instituciones y agentes locales se fomentan el empleo, el desarrollo humano, el turismo, así como se diversifica el comercio dentro de una economía que ya tiene fundamentado esta iniciativa económica.

Entonces, esto solamente es factible si las empresas lo llegan a entender, lo aceptan y lo implementan dentro de sus ordenamientos de misión y visión empresarial; podría arrojar resultados muy importantes si de alguna manera se ven beneficiados, tienen mejores utilidades o

bonificaciones de lucro. El sector privado debe tener claridad operacional de dónde invertir, cual artista representar y como realizar proyectos de E.N o de promoción cultural.

Para esto anterior, lo que se necesita es una estructura real y precisa de su funcionamiento en cuanto al tema del descuento tributario y los beneficios reales que pueden llegar a percibir si trabajan de manera coordinada y articulada con los diferentes sectores creativos del ecosistema. Para Colombia este ha sido un proceso que ha significado ponerle orden a un fenómeno que ya ocurre en la actualidad, pues la Economía Naranja existe de forma natural y orgánica.

Este sistema de ventajas otorgadas trae consigo una gran serie de beneficios en común y especialmente para la sociedad en general, por razón de que sigue siendo una industria comercial y creativa; comenzando por entender el respeto del derecho intelectual que se les debe de dar a los creadores creativos. Permitiendo a su vez evaluar sus resultados y garantiza además la transparencia en el manejo del presupuesto.

2.7 Digitalización

El viaje de la digitalización dentro de la era moderna es una representación global de lo que la conectividad interactuando como medio-herramienta para personas desde sus hogares y en empresas desde un espacio que no es físico sino digital, ha otorgado revolucionariamente nuevos retos, así como oportunidades alternativas en actualización hacia los nuevos modelos de producción y competitividad desde el desarrollo comercial y tecnológico.

Este fenómeno de la revolución digital aplicado a los procesos y modelos del tejido económicos (blockchain, criptomonedas, etc.), comerciales, productivos, educativos, a la ciencia y la medicina, a la industria del entretenimiento, Iot (internet de las cosas), firma digital, entre otros varios; han permitido hasta el día de hoy y permitirán el desarrollo y la evolución del humano en un mundo virtual con las mismas posibilidades y hasta mayores de lo que podríamos incluso suponer o imaginar.

La transformación digital es un facilitador para la innovación y la competitividad de las grandes, medianas y hasta pequeñas empresas, generando flexibilidad en las cadenas de valor y provee un riesgo menor a la hora de hacer una inversión para incrementar su capital y hallar nuevas necesidades de sus clientes que den lugar a nuevos mercados a nivel global.

El catedrático en Economía Aplicada de la Universidad Alicante, Andrés Pedreño Muñoz (2017) hace una publicación llamada *“La Digitalización y la Economía Global. Visión General”* en la revista ICE (Información Comercial Española), habla de un panorama adicional al desarrollo

tecnológico, que va en unión para los fines de esta investigación y a lo que la Economía Naranja trata de impulsar de esta manera:

“la digitalización no solo está ligada a la tecnología sino a la inversión en talento y a un cambio cultural empresarial y social de gran entidad. Estos dos últimos factores —talento y cambio cultural— marcarán en gran medida el alcance de la revolución digital y el liderazgo económico de un país en particular.

(pág. 9).

Esto anterior es relevante, ya que trae a la mesa de diálogo lo que el talento desde el punto de vista de nuevos empleos y cambio del chip cultural pueden provocar a nivel económico, desde la especialización y una constante actualización se puede obtener un liderazgo en los sectores productivos como a nivel regional. Esto recalca que es necesario a través de la Economía Naranja el potencializar el entendimiento del desarrollo productivo que sea sostenible y de mayor rentabilidad; ya que las herramientas digitales permiten control, simplificación, claridad y eficiencia.

El mismo autor recalca que solo si una economía digital es robusta y consolidada, puede esta propiciar una transformación digital correcta; permitiendo esto, la recuperación en la competitividad de las empresas y los sectores productivos tradicionales. A largo plazo, sin el desarrollo de una economía digital fortalecida, se generará una dependencia entre sectores clave y una transformación digital débil. (pág.14).

Esta dependencia no solo se puede presentar a nivel interno de un país, sino también puede escalar a nivel regional o bien global. Es aquí donde prever, significa también crear y crear los incentivos correctos para no debilitar algunos sectores productivos, mientras se fortalecen algunos otros; en la Economía Naranja la inclusión es un factor altamente importante que permite crear una cadena de valor en los bienes y servicios de una economía.

Existen a su vez una serie de factores que, que progresivamente forman parte de los conceptos de ciudad, hub (central) o ecosistema, que representan puntos clave para el desarrollo de una economía digital per se. Citado en estos tres factores:

- Identificación, desarrollo, retención y atracción de talento digital.
- Ciudad, hub, distrito, ecosistema emprendedor.
- Administraciones digitales y eficientes. (pág.16).

Finalmente, Pedreño (2017), dice que: “la Digitalización forma parte de la llamada economía creativa y de la sociedad del conocimiento.” Es así, que su aporte fundamental sería el talento creativo en el capital humano de una empresa o institución. Esta materia prima es crucial tanto para asimilar como para adaptarse a las disrupciones digitales modernas, así también como para posicionarse en sectores estratégicos de la economía digital. (IDEM).

La era digital en lo que va del siglo XXI ha transformado de manera continua la economía en un sistema totalmente diferente a lo que representaban el comercio, los negocios, los gustos e intereses de una sociedad antes de su adaptación a todos los sectores comerciales; desde las formas de pago bajo las transacciones, la manera en que podemos adquirir cualquier producto o servicio en el mercado y toda la cadena logística que se desenvuelve desde un simple click.

Por lo tanto, se podría decir que la digitalización es un sinónimo de economía, desde el momento en que adquirimos un celular, un televisor, o un computador, etc. ya no se piensa en la palabra digital y eso se debe a la costumbre que tiene el ser humano de vivir en medio de un mundo globalizado en donde lo digital forma parte inalienable del día a día. Por lo que, saber aprovechar las ventajas que esta digitalización nos permite tener. Esto es la mejor manera de ser altamente competitivos y de ir en la misma corriente en que se dirigen las nuevas tendencias a nivel mundial.

2.8 Globalización y Economía Naranja

De manera que podamos hablar de la globalización se retomara primero lo de las reglas del juego que gobiernan esta corriente económica, para recalcar que dichas reglas no son justas entre relaciones bilaterales, regionales o globales; en donde Ulrich Beck (1997) le denomina también politización: “La puesta en escena de la globalización permite a los empresarios, y sus asociados, reconquistar y volver a disponer del poder negociador política y socialmente domesticado del capitalismo democráticamente organizado” (p. 16).

Se entiende del texto anterior que esta globalidad imperante es un recurso de negociación contractual y sistemático (político, económico, social, comercial, militar, etc.). En donde la globalización como herramienta de desarrollo, se auto diseña progresivamente bajo el concepto de procesos de producción vis a vis enriquecimiento, pero esa riqueza sólo es percibida en su gran mayoría por países desarrollados y por empresas con una ventaja comparativa alta e industrializada.

Al disponer el globalismo del quehacer político dentro de la concepción de un mercado global, este remplaza el sistema político y lo sustituye por el sistema económico, en busca de mejores beneficios y utiliza una sociedad mundial que no habita en un espacio geográfico como

tal; si no que según Beck (1997): “la sociedad mundial significa la totalidad de las relaciones sociales que no están integradas en la política del Estado nacional ni están determinadas a través de esta” (p. 28).

El texto anterior refleja una pérdida en la soberanía de los países que se han abierto a un libre comercio, en busca del crecimiento económico reflejado en el PIB (Producto Interno Bruto). Que tal crecimiento no es un reflejo real, sino que es ficticio; resultado del aumento en la pobreza global (polarización entre pobres y ricos) y el desempleo en muchos países, donde los salarios, beneficios sindicales y el costo de vida son muy altos.

Ampliando lo extraído antes, existe actualmente una atonía comercial en respuesta al deterioro en la economía-mundo; tanto así, que esta reconfiguración puede resultar en una deflación a nivel global. Esta recesión en los mercados significaría una amenaza social, económica, productiva y de desarrollo tecnológico en los Estados-Nación que dependen de la estabilidad global de los mercados en una publicación.

Puesto que es importante no reducir el avance tecnológico aplicado como mecanismo global de desarrollo, en este sentido Giovanni Reyes (2001) afirma lo siguiente:

Además de las relaciones tecnológicas, financieras y políticas, los académicos de la globalización argumentan que como nunca se están dando intercambios de carácter económico entre las naciones, lo cual se refuerza mediante el uso de novedosos procesos tecnológicos, que permiten una mayor interacción entre instituciones, gobiernos, entidades y personas alrededor del mundo. (p. 46).

Esto da como resultado una interdependencia colateral entre los monopolios, la sociedad mundial y el sistema internacional a niveles tecnológicos, comerciales y económicos que revelan la gran importancia de la necesidad en mantener óptimas las relaciones internacionales entre los países que se comercian bienes y servicios, los cuales se sostienen sistémicamente unos entre otros.

Utilizando a priori una serie de herramientas que sean integradoras en el intercambio de propiedad intelectual, la negociación de acuerdos comerciales geoestratégicos, ventajas comparativas en otros países de renta baja, evasión fiscal; que finalmente, permitan llevar esos productos a nuevos mercados y reorientar el globalismo dentro de una industrialización moderna.

Además, hay que agregar a esto que la globalización le da prioridad principalmente a la producción y a lo material en función de la demanda; lo comercial está sobre otros valores que han despertado alarmas, conciencia e indignación en la comunidad internacional como lo son los problemas ambientales o de las condiciones de vida de los que integran la sociedad-mundial.

Proceso el cual también detona y remarca las inestabilidades existentes actuales en el flujo correcto de los mercados internacionales, en razón del daño y el auto perjuicio que el globalismo ha venido provocando en los últimos años, que además ha paralizado el protagonismo político para enfrentarse a una situación de deterioro global, casi con matices irreversibles.

Este proceso globalizador no desaparece si no que se transforma durante; los países desarrollados lo saben bien y por esa razón están industrialmente actualizados para tomar ventaja de los beneficios de participar en esta dinámica, pero si se quiere una reciprocidad más simétrica de esos beneficios, según el mismo autor es fundamental que para el beneficio de la globalización, el reto principal de las sociedades sea adaptarse gradualmente a las innovaciones que plantean los nuevos escenarios, con sus cambios en la esfera de las comunicaciones y la economía per se. (p. 48).

Por su parte, Stiglitz (2006) en su libro “*Cómo hacer que funcione la globalización*” nos dice que:

Los países que desean participar en el nuevo mundo de la globalización de tecnología avanzada necesitan nuevas tecnologías, ordenadores y otros equipamientos para poder conectarse con el resto del mundo. Los individuos que quieran ser competitivos en esta economía global tienen que contar con la cualificación y los recursos para ello. (p. 89).

En suma, este sería el reto más importante del sistema-mundo moderno, poder adaptar todas las economías en función de una nueva etapa globalizadora integral que genera un desarrollo óptimo a nivel internacional, no solo económico, sino sistémico en general. En donde las economías emergentes e interdependientes sepan cómo ajustar sus políticas comerciales y sus recursos junto a las reacciones de un reordenamiento de carácter global y transitoriamente lento.

2. 9 Interdependencia Compleja-Económica

Anteriormente, se ha venido manifestando de que existe una interdependencia entre el sistema político y los sectores comerciales, productivos y económicos de cada país; además de esto, una interdependencia entre los estados a nivel global, lo que magnificó la relevancia a priori de una Guerra Comercial en curso en el 2019, la crisis del COVID-19 y actualmente la guerra entre Rusia-Ucrania que ha provocado inestabilidad en los precios finales de muchos productos alrededor del mundo.

Se puede llegar a entender en este concepto la necesidad que tienen unos países en otros países, justamente bajo un contexto comercial o de cooperación (financiera, económicamente); en

donde la propiedad intelectual, así como la tecnología tienen un papel muy importante dentro de esta nueva configuración. Es aquí donde la Economía Naranja tiene una alta relevancia, ya que en época de crisis solo la creatividad puede brindar las soluciones idóneas ante una situación que lo amerite.

Es justo aquí donde las empresas multinacionales, estados y organizaciones transgubernamentales e interestatales tienden a intentar mantener una sana dependencia entre los actores a nivel internacional y los actores nacionales; para que de esta manera exista un acuerdo racional que alivie las tensiones o cree nuevos mecanismos homólogos de diálogo en medio de una multipolaridad e incertidumbre en la sociedad mundial.

A groso modo, todo lo anteriormente expuesto interactúa mediante diferentes canales de acción y su manipulación puede significar posibles riesgos de crisis económicas que paralicen el sistema económico mundial y creen un caos sistémico generalizado; ya que los sistemas de igual manera dependen unos de otros; o bien, pueden crear prosperidad y bienestar común mediante alianzas, así como mecanismos de transformación enfocados hacia la innovación y la creatividad.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

Se enfoca principalmente en la explicación de los mecanismos empleados para el análisis correcto de la problemática en la investigación. En otras palabras, se trata del resultado de la aplicación, lógica y sistemática, de los conceptos y los fundamentos expuestos en el marco teórico. Por lo tanto, a la hora de redactar el marco metodológico se describe cómo se hizo el análisis del tema escogido, cuáles métodos, técnicas o procedimientos se aplicaron en la investigación. (Normas APA, s.f.).

Asimismo, a través de la aplicación del marco metodológico en una investigación se logra obtener la veracidad, objetividad y la materialización de cada uno de los objetivos desarrollados en el presente documento con la recopilación de las fuentes de información; además de esto, es necesario aplicar un proceso de observaciones de la realidad planteada, sus limitaciones y su factibilidad en el proceso de la aplicación de la Economía Naranja. Por medio de esto anterior, es posible la elaboración precisa de las conclusiones y recomendaciones necesarias.

3.1 Enfoque de la Investigación

El enfoque de esta investigación es de carácter cualitativo, tomando como base los casos recientes 2019-2020 propiamente, ya que se busca evaluar una serie de acontecimientos para lograr documentar la evolución de procesos y actores implicados dentro de un reordenamiento a nivel global, y esto servirá para entender el efecto de la Economía Naranja para un Estado. En este caso, para Sampieri et al. (2014), la investigación cualitativa estudia:

[...] los estudios que pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. Estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.

Así como han evolucionado las políticas comerciales y políticas pasivas de argumento proteccionista, sobre diferentes campos del comercio internacional, que dan un panorama incierto sobre la gestión por proceder, sus intereses más reales y la ruta a la que desean encaminarse los

mercados internacionales, por eso entender los procesos nos puede acercar a cumplir con los objetivos de esta investigación.

Con esto se logra detallar de mejor manera el contexto económico-comercial en el cual se argumenta y desarrolla esta investigación, en este caso la crisis sistemática que produce una afectación global. Por otro lado, se describen las diferentes teorías de autores estudiosos sobre configuraciones de la Economía Naranja en el proceso de un nuevo sistema económico de cara a un reordenamiento global y de analíticos internacionales que dieron soporte y la importancia del análisis de las variables contenidas en este estudio.

Además de este enfoque se emplearon una variedad de instrumentos para recolectar información pertinente al desarrollo de esta investigación, tales como: entrevistas, figuras, tablas observaciones, noticias nacionales recientes, por lo que se utilizara una medición numérica como tal para descubrir o afinar los objetivos y la pregunta de investigación.

3.2 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación será compuesto con un enfoque de teoría fundamentada a partir de la recopilación de datos o trabajos previos, que según Danelly Salas Ocampo (2019) “La Teoría Fundamentada utiliza los datos obtenidos en el campo por los investigadores, tomándola como base para la elaboración de la teoría que servirá de sustento para el estudio; es decir, la teoría se elabora a partir de la idea de realidad que tienen las personas participantes de la investigación.”

De la misma forma Salas (2019), argumenta que la teoría se elabora a partir de la idea de realidad que tienen las personas participantes de la investigación. De esta manera, la Teoría Fundamentada responde al carácter inductivo del proceso de investigación cualitativa, a partir del cual, los datos mismos orientan el desarrollo de la perspectiva teórica, conforme se profundiza en el proceso investigativo.

Según acontecimientos, repercusiones y consecuencias; que sean reveladas en la escena internacional, con la finalidad de describir, especificar y caracterizar el objeto de estudio; además de los sectores involucrados, para determinar en qué forma se están viendo afectados o beneficiados tanto los mercados como los consumidores con base con la Economía Naranja.

A su vez el método de estudio seleccionado para esta investigación será el fenomenológico, disponiendo del razonamiento de Hernández et al. (2006), el propósito principal es interpretar en función de diversas experiencias de las personas que han tenido diferentes perspectivas en relación

a un fenómeno o un descubrimiento de elementos que tienen vivencias en común, esto para entender cómo se constituye o comporta la realidad en la aplicación de la economía creativa en una región o en grupo de personas específico.

Así mismo, su aproximación será de carácter hermenéutica mediante la interpretación de todos los datos recolectados y las experiencias individuales o colectivas. Es mediante una búsqueda de antecedentes históricos sobre el fenómeno y los participantes, esto con fines de contextualización principalmente. Sampieri et al. (2014). Explican que es necesario esto para analizar el proceso y la dirección que lleva el fenómeno.

En consecuencia, es necesario recaudar información precisa mediante entrevistas, artículos o videos que generen una visión de llevar a la práctica la Economía Naranja. El producto final de escoger este diseño de investigación consiste en crear descripciones y narrativas de esas experiencias y descubrir las conexiones entre los participantes en relación con el fenómeno.

3.3 Fuentes de Información

Las fuentes de información serán el elemento de primera mano para la realización de este estudio y el análisis de esta investigación, ya que nos dan una perspectiva más clara utilizando herramientas como lo son las entrevistas a expertos en temas de economía y comercio internacional y del uso de sus prácticas modernas; artículos de autores sobre configuraciones de poder en el orden mundial y los medios digitales que son de opinión pública; dando un panorama más fresco del fenómeno comercial en proceso.

Siendo así, se dará un enfoque realista para la recolección de datos eficaz; en la presente investigación, se tomarán en cuenta a funcionarios de empresas e instituciones del sector de la economía y el comercio internacional, nacionales e internacionales, del derecho de protección intelectual; adicionalmente de ciertos ministerios costarricenses encargados de la promoción de exportación de bienes y servicios creativos.

Según González, F. A., & Maranto, M. (2015): “El conocimiento se puede construir de una manera evolutiva, en donde pequeñas contribuciones a un cuerpo de conocimientos bien establecido, permiten el poder establecer el estado actual de este objeto de estudio.”

De acuerdo con lo anterior, se recogerán diferentes puntos de vista de expertos en el objeto de estudio; con conocimientos en razón de la Economía Naranja y su forma de proceder y

aplicación. Para generar así, pequeñas contribuciones que vayan sumando de forma evolutiva y precisa al correcto entendimiento de la investigación sin afectar el sentido de la misma. Por eso es importante el análisis metódico que se propone a continuación.

3.3.1 Fuentes primarias

La entrevista puede aportar una serie de estimaciones y valores que dan acceso a documentos específicos de autores que, según Cabrera, M. (2010), estos contienen información nueva y original, que se ha mantenido sin ningún tratamiento posterior (selección, interpretación, etc.) documentos primarios las monografías o libros, periódicos, revistas y documentos que no siguen los canales habituales de difusión o comercialización como proyectos de ley, tesis, entre otros.

Este tipo de fuentes primarias serán utilizadas para tener acceso directo y preciso de la información y se implementaran como base para iniciar la investigación e ir formando un análisis de manera que se acudiría a los funcionarios del Ministerio de Cultura y Juventud, el Banco Central de Costa Rica, PROCOMER, COMEX, empresas de tecnología, industriales, así como aquellas en las cuales ejecuten algún tipo de implementación de la Economía Naranja o artistas que han logrado ser partícipes de esta dinámica innovadora de producción.

Esto para obtener información necesaria y de primera mano, además de conocer sus consideraciones logísticas para la implementación desde Colombia y sus procedimientos a lo interno del Estado hasta la Republica de Costa Rica. Por lo tanto, se visitará y contactará cada una de las empresas, para realizar las entrevistas, por medio de las cuales se intercambiará información sobre el tema de investigación.

3.3.2 Fuentes Secundarias

Una selección objetiva de noticias de la opinión pública que describen el proceso transitorio de los mercados internacionales, artículos de autores analistas de revistas en páginas web y tesinas de investigación, libros, tesis, reglamentos enfocados en configuraciones económicas que son el resultado de la Economía Creativa, pues son fundamentos de un nuevo reordenamiento global.

Asimismo, Cabrera (2010), explica que estas fuentes son el resultado de las operaciones que componen el análisis documental producto de las fuentes primarias. En otras palabras, alguien

quien ha trabajado sobre el contenido de las mismas, esto permite el conocimiento de documentos primarios, a partir de diversos puntos de acceso.

3.4 Población y Muestra

La población sería en la aplicación y análisis de las personas expertos en el tema físico o jurídico, asociaciones e instituciones dedicadas a actividades económicas, comerciales, exportaciones, importaciones, cooperación internacional, con alguna clase de interacción con los mercados actuales innovadores de la Economía Naranja como Colombia principalmente y de Costa Rica, ya sea hasta consumidores de tecnología. Además de otros bienes y servicios con alto nivel creativo e innovador.

Además de esto, la definición y el tamaño de la muestra la cual corresponde principalmente al grupo de personas, eventos, sucesos, sobre los cuales se hará una recolecta de datos y casos específicos que mantengan un mismo lineamiento con este trabajo de investigación, esto, con la finalidad de que existan una serie de perspectivas del fenómeno por investigar, contar con información moderna y precisa.

Según los autores Sampieri et al. (2018), la elección que se hará de la muestra se va a determinar durante o después de la indagación inicial del tema en estudio; por lo tanto, tiene la particularidad de ser tentativa, no probabilística sin inferencia en la población, sino únicamente en los elementos estudiados y se puede ajustar o ir modificando en cualquier momento que la dinámica del estudio lo amerite, sin generalizar resultados, sino profundizar en el fenómeno cómo tal.

Por lo tanto, para comprender y responder la pregunta de investigación; así como lograr dar con la determinación de los objetivos y proyecciones de esta investigación se elegirán un grupo limitado de casos en donde se han implementado técnicas de Economía Creativa. Así mismo, Sampieri et al. (2018) explica que existen por lo general, ciertos factores que intervienen para determinar el número de casos para un tema de estudio.

Es así, la capacidad operativa de recolección y análisis de casos que se puedan dirigir de una manera realista y puntual, dentro de lo surrealista que puede ser incentivar las artes dentro diferentes sistemas; de acuerdo con los recursos disponibles sobre este tema. El entendimiento del fenómeno de la aplicación de la Economía Naranja, se obtendrá en razón del número de casos necesarios que permitan responder a la pregunta de investigación.

Se buscará ser conciso, sin provocar una saturación de categorías en estudio, con motivo de que la nueva información o datos que se agreguen, ya no signifiquen un aporte a conocimientos novedosos o adicionales. El escenario del fenómeno de esta investigación bajo análisis, es de unidades de análisis frecuentes, ya que se van manifestando cada vez más en el sistema internacional y en los países que se han tomado como foco de estudio (Colombia y Costa Rica), con algunos casos de recolección de información accesibles.

En el caso particular de esta investigación se utilizarán los casos e investigaciones que mejor respondan y den un panorama de naturaleza realista, para de esta manera poder realizar el análisis de todo el material recopilado; en donde se logra trazar una ruta de todo el ecosistema para entender de qué manera se podría llegar a incorporar la Economía Naranja de manera que sea promotor de desarrollo económico y humano para Costa Rica.

Tabla 1. Muestra de la investigación

| <u>Entrevistado</u> | <u>Perfil</u> | <u>Puesto</u> |
|----------------------------|---|----------------------|
| Entrevistado 1 | Especialista en la Protección de Propiedad Intelectual. | Abogada y Cantautora |
| Entrevistado 2 | Coordinador de Sistemas de Tributación del Ministerio de Hacienda. | Funcionario Público |
| Entrevistado 3 | Encargada del área de inscripción de Derechos de Autor del Registro Nacional. | Funcionaria Pública |

Fuente: Creación propia.

3.5 Unidades de Análisis

| Objetivo | Categoría de Análisis | Subcategoría | Definición Conceptual | Instrumento | Ítem |
|---|--|--|---|-------------------------------|------|
| <p>Describir la transformación que sufre la economía actual, con base en la transición del comercio y las políticas de Costa Rica bajo una nueva fase globalizadora del sistema-mundo.</p> | <p>La transformación de la economía costarricense, debido a la transición del comercio y sus políticas. Nueva fase de la globalización.</p> | <p>La transición que sufre el comercio en una nueva fase de la globalización. Las políticas comerciales que se han implementado en el periodo (2019-2022)</p> | <p>Esto nos permitirá conocer todo el panorama económico actual del país y en qué manera se ha enfocado o se ha distanciado del funcionamiento del sistema-mundo.</p> | <p>Revisión Bibliográfica</p> | |
| <p>Identificar los sectores productivos y reguladores bajo el protagonismo de la Economía Naranja dentro de la Agenda Comercial de Costa Rica, a partir del surgimiento de nuevos factores y amenazas de crisis en el</p> | <p>Sectores productivos y reguladores en la Economía Naranja.</p> | <p>Importancia de conocer los diferentes sectores productivos y reguladores vinculados a la Economía Naranja. Relevancia que tiene la Agenda Comercial.</p> | <p>Al identificar todos los actores involucrados dentro de la Economía Naranja, nos dará las herramientas o soluciones necesarias para enfrentar futuras crisis económicas-comerciales.</p> | <p>Revisión Bibliográfica</p> | |

| | | | | | |
|--|---|--|--|------------|--|
| sistema internacional. | | Los nuevos factores y amenazas de crisis en el sistema internacional. | | | |
| Determinar el posible impacto de las Políticas Comerciales de Costa Rica, en conjunto con los sectores productivos que comparten un diálogo comercial, estratégico, y de desarrollo en los beneficios a futuro que sean obtenidos a través de la | Las políticas comerciales de Costa Rica resultado de la Economía Naranja. | La relevancia de establecer un diálogo comercial estratégico y de desarrollo. Beneficios obtenidos por medio de la innovación de la Economía Naranja. | Las repercusiones que se pueden obtener producto de la innovación en el sector productivo y exportador del país, pueden ser de gran beneficio para las finanzas y la captación de rentabilidad, así como inversión extranjera directa. | Entrevista | |

| | | | | | |
|---|--|---|---|------------------------|--|
| innovación resultado de la Economía Naranja. | | | | | |
| Interpretar la aplicación de la Economía Naranja como herramienta que puedan converger en una práctica adoptada, fundamentado principalmente, en el dominio y promoción de las tecnologías modernas, para enfrentarse a un reordenamiento económico global. | Aplicación de la Economía Naranja como herramienta y promoción de las tecnologías. | Adoptar prácticas de innovación a través de la Economía Creativa. La relevancia de dominar y promover las tecnologías modernas. El interés que despierta que exista un reordenamiento económico global. | Este conocimiento puede colocar el país en la dinámica comercial internacional, como un competidor de peso y de alto valor comparativo, para obtener mayores posibilidades de salir ventajoso ante los riesgos u oportunidades de un reordenamiento económico a nivel de sistema-mundo. | Revisión Bibliográfica | |

Fuente: Creación propia.

3.6 Instrumentos

En estos tiempos donde la globalización y la información se encuentran alrededor de todos los que necesiten entender de un tema, es verdad que se ocupan de una serie de instrumentos para llegar a entender sobre un tema de investigación en específico; dentro de lo que podría ser la Economía Creativa para un actor regional. Logrando así, encontrar aristas en común, analizando perspectivas, de la misma manera que se encuentran diferentes escenarios o ángulos para interpretar como darle un significado real a la investigación actual.

Esto permite entender las ventajas y las desventajas que se vislumbran, los retos y los aportes que se necesitan abordar para que tenga factibilidad la implementación de la innovación y creatividad en diferentes sectores productivos de un país. Es este conocimiento recopilado, complementado con diferentes documentos y reportes realizados por entidades gubernamentales como esta investigación tomará un curso determinado y un destino dentro de los baches en el camino de la misma, sin tratar de evitarlos sino de intentar rellenarlos.

A continuación, se mencionan los instrumentos utilizados para esta investigación:

3.6.1 Revisión Bibliográfica

Se implementará el hallazgo de documentos para realizar la recolección de datos para la presente investigación, el cual consiste en encontrar información que el contenido sea un acople o traslape de manera sistemática al presente documento y con un mismo fin. Esto relacionado con aspectos de gran relevancia en la Economía Naranja con el fin de entender su dinámica y método de aplicación.

Según lo anterior, el enfoque principal será analizar diferentes perspectivas en común con esta investigación con un enfoque cualitativo, lo que permitirá obtener información confiable y de mayor utilidad; adicionalmente las opiniones de los expertos y medios de comunicación serán de enriquecimiento educativo a través de sus perspectivas acerca del tema en estudio.

3.6.2 Entrevista

El medio para recopilar información se aplicará mediante la entrevista, será de carácter libre de interpretación; sin opiniones rígidas o de limitado razonamiento, para permitir que el entrevistado pueda explicar puntos críticos en el tema. Según el autor costarricense Rodrigo

Barrantes Echeverría (2016) explica como el entrevistador debe: "...dejar la iniciativa al entrevistado, permitiéndole que vaya narrando sus experiencias. El entrevistador puede hacer alguna pregunta inicial con miras que el entrevistado exprese sus puntos de vista..."

En este sentido las entrevistas se realizarán de manera espontánea teniendo conocimiento general previo del tema y valorar las principales apreciaciones de los expertos, de manera que permitan conocer sus implicaciones y como se percibe el ecosistema de su parte, generalidades y retos. Esto para promover la imparcialidad y confidencialidad con el resto de los entrevistados, además de que exista una menor posibilidad de influencia por parte del investigador sobre el resto de los datos recopilados en esta investigación.

3.7 Recolección de Datos

Para lograr una adecuada recolección de datos, se aplicarán los cuestionarios mediante las entrevistas, a través de medios físicos o digitales, serán abiertas, es decir que promuevan en análisis y que las respuestas no tengan escaso desarrollo, sino por el contrario que estimulen canales de opinión y dialogo.

Los entrevistados serán expertos del Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica y del Ministerio de Hacienda, abogados dedicados a la protección de la propiedad intelectual, Instituciones Gubernamentales como el Registro Nacional, Empresas Privadas, desarrolladores de medios artísticos, entre otros. Esto para conocer las acciones de las instituciones en el tema y como lo visualizan para una posible adaptación de la Economía Naranja a sus labores.

A propósito de esto, según Mariela Torres, Karim Paz y Federico Salazar (2019) mencionan que "La entrevista constituye el término medio entre la observación y la experimentación; en la cual se pueden registrar situaciones que pueden ser observadas y en ausencia de poder recrear un experimento se cuestiona a la persona participante sobre ello."

Por ello, se dice que la entrevista es un método descriptivo con el que se pueden detectar una serie de ideas en común, necesidades por cumplir, preferencias burocráticas, hábitos de uso, etc. Generalmente existe una etapa reflexiva y otra de diseño que son las grandes áreas en las que se desarrollará el proceso investigativo.

Por este motivo, en la presente investigación se elaboró del siguiente modo:

- Recolección de datos.
- Entrevistas a expertos a través de medios físicos y digitales.
- Análisis de acuerdo con la información recopilada.
- Conclusiones y recomendaciones.

De esta manera, se ha logrado obtener la información precisa para contar con los criterios técnicos y opiniones de analistas experimentados que sean de utilidad comparativa entre dos naciones específicas (Costa Rica-Colombia) para los efectos de la investigación; así mismo, los datos conseguidos en cuanto al desarrollo de los temas que se investigan serán mediante fuentes primarias: tesis, artículos de autores de economía, comercio, revistas y documentos y proyectos de ley oficiales emitidos por instituciones u organismos internacionales que tengan conocimiento sobre el tema.

Este proceso de incorporar el sector productivo y población, puesto que es importante de estudiar ya que según los autores Torres M. et al. (2019), prácticamente todo fenómeno social puede ser estudiado a través de las entrevistas; para avalar esta afirmación habla sobre las propiedades de las entrevistas, que son técnicas que se disponen para estudiar actitudes, valores, creencias y motivos para realizar un tema de investigación. Esto, para determinar las variables y pinceladas del estudio actual.

Las técnicas que se implementan en las entrevistas, se adaptan a todo tipo de información y a cualquier textura de la población; además de recuperar información y valor sobre sucesos acontecidos e interpretados a los entrevistados. Lo que finalmente permite la manifestación de los datos para un futuro análisis, obteniendo una gran cantidad de información en un corto tiempo y con simplicidad de conocimiento.

En base a la utilización de las fuentes secundarias, como lo son entrevistas y documentos informativos que permitan la comprensión, de una manera más óptima, el impacto que tiene la aplicación de la Economía Creativa y la innovación ante un reordenamiento global y las repercusiones que sufren diferentes sectores de la economía, incluidas las crisis económicas.

Asimismo, es importante conocer que se incluirá esta información en la presente investigación; una vez recolectada y agrupadas las respuestas, se procederá a analizar minuciosamente con el fin de encontrar nuevas aristas al tema o sesgos de información, hasta posibles escenarios en los que se pueden desenvolver todos estos procesos innovadores aplicados

a la oferta de bienes y servicios. Esto, con el fin de contestar la pregunta del planteamiento del problema, generando un criterio realista, de acuerdo con los objetivos.

CAPÍTULO IV. DIAGNÓSTICO Y APLICACIÓN EN COSTA RICA

Una vez que la Economía Naranja tiene una apropiada comprensión dentro de las cadenas de valor y los sectores creativos, así como de los creadores y su mercado meta, resulta un escenario idóneo para pasar de la teoría como tal, a su aplicación dentro de dichas cadenas de manera articulada con instituciones y mecanismos que promuevan, eduquen, financien y protejan esos bienes tangibles que se crean. Generando valor, riqueza, creación de nuevos empleos con especialización, así como finalmente ocasiona un impacto social que es capaz de crear una identidad cultural.

Para poder ejecutar una correcta aplicación en Costa Rica, es necesario el analizar algunos casos como lo ha sido el de Colombia, que se explicó en el capítulo II de esta investigación; esto es vital para lograr entender de mejor manera cuales fueron algunos de los errores y desafíos en su aplicación, que no significan un fallo per se, sino más bien una oportunidad para buscar las vías correctas para llegar a tener una Economía Naranja y considerarse un **clúster** (empresas creativas) y por lo tanto una ciudad creativa.

Una vez analizado este concepto, es evidente que estas iniciativas descansan de primera mano en el gobierno y el sector público; desde formular las políticas y gestionar los procesos de engranaje dentro de los otros sectores productivos de la economía. Por lo tanto, realizar un diagnóstico a lo interno de Costa Rica, va a permitir encontrar los enlaces y actores que son necesarios para su aplicación; así como como los tapones que existen que impiden el acceso a este flujo de innovación y desarrollo.

4.1 Transformación de la Economía actual – Nueva fase globalizadora (2019-2023)

En un mundo donde la innovación es sinónimo de rentabilidad y beneficios para la sociedad, es trascendental no limitar el sistema comercial y económico, sino de darle las herramientas necesarias para que puedan desarrollarse los diferentes sectores productivos y fusionarse en una dinámica que se denomina globalización; que aún es imperante a pesar de graves signos de crisis global. Sin embargo, para lograr esto se necesita que exista una alta competitividad que permita alianzas internacionales y transmisión de conocimientos para todos los involucrados.

No obstante, también pueden llegar a existir algunas deficiencias que corresponden a la infraestructura institucional y del mercado como tal; lo que conlleva que el comercio se vea limitado en su capacidad de innovar y de tener fuentes creativas para el desarrollo de nuevos bienes

y servicios, limitan la oferta que son capaces de brindar y los acuerdos tanto nacionales como internacionales en donde se pueden beneficiar o por otra parte ver limitados ante la dinámica comercial existente que es agresiva y altamente competitiva.

Si se logra corregir algunas de estas deficiencias y se invierte en promover, capacitar y robustecer de mano de obra calificada, se pueden obtener mejores resultados al participar en los mercados internacionales, podría generar una ventaja comparativa al especializar diferentes industrias junto con las industrias creativas. Especialmente si se emplean medios tecnológicos en el proceso de transformación que creen un valor adicional en toda la cadena productiva.

A nivel internacional es de suma importancia, ya que todos los países están llamados a especializarse en lo que son capaces de producir mejor y tener una óptima competitividad en los mercados. Por esta razón, existen así una gran variedad de bienes y servicios creativos de los que pueden también beneficiarse otras grandes, medianas y pequeñas empresas (pymes), en función de una óptima adaptación de la Economía Naranja.

Costa Rica por su parte, tiene el rol de financiar el estímulo del comercio y proveer un marco jurídico que sea permisivo hacia una oportunidad de ingresar a una libre competencia de las empresas nacionales, como la protección de derechos de propiedad o intelectuales, intermediar en conflictos internacionales y crear una serie de programas y subsidios económicos para los creadores, en donde la competencia sea solo un incentivo para la creación.

El ingreso a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como 38° miembro el 25 de mayo del 2021, es un buen parámetro para analizar que Costa Rica tiene la visión de ir por la ruta de la transformación económica; hacia mejorar sus medidas y programas destinadas al comercio exterior y bajo esa misma premisa buscar un beneficio del sector creativo; esto con los estudios de apertura al mercado se puede evaluar la capacidad y de esta manera dirigir una serie de nuevas políticas adaptadas en el marco regulatorio a una fase globalizada en medio de crisis económicas y un reordenamiento.

La Cámara de Comercio, el COMEX, PROCOMER y el CINDE trabajan de manera coordinada y articulada en pro de desarrollar el comercio hacia el exterior; un ejemplo de esto es la política de comercio exterior e inversión de Costa Rica. Con miras a aumentar el crecimiento económico, innovación, el empleo y la movilidad social por lo que si considero que ha hecho grandes esfuerzos para participar del comercio internacional e irlo haciendo de buena manera.

Los nuevos retos están destinados hacia lograr apoyar de mejor manera la integración de la cultura a las cadenas globales de valor, promover vínculos entre empresas multinacionales, pequeñas y medianas empresas dentro del ambiente local, desarrollar el capital humano y un mercado laboral enfocado en la calidad, aumentar los recursos financieros para promover la innovación, la investigación y el desarrollo; además de esto, enfocarse en la falta de logística e infraestructura sistémica del sector público y el sector privado.

El reto de esta nueva fase globalizadora no es solamente basado en el conocimiento a través de la educación de nuevas formas de producción; sino, de la inserción de la cultura dentro todos los sectores productivos del país; para que esto sea factible, hay que establecer un dialogo nacional entre sectores para entender que influencia tiene la cultura en la globalización y viceversa.

Para entender esto, el pedagogo, sociólogo, ensayista, ecologista y animador cultural argentino, Ezequiel Ander Egg (s.f.), es autor de la investigación llamada “El proceso de la Globalización en la Cultura”, hace mención a la correlación existente entre la actividad globalizadora imperante y la cultura, visto a continuación:

La globalización tal como se presenta a comienzos del siglo XXI implica considerar una diversidad de cuestiones diferentes, pero que se entrecruzan y en algunos casos retro actúan unas sobre otras, tales como la identidad cultural y la interculturalidad que comprende a su vez lo multicultural, lo pluricultural, lo poli cultural, lo eco cultural, lo cross cultural. Si se engloba en alguna medida todo lo anterior se hará presente la problemática de la transnacionalización de la cultura (término que algunos utilizan para hablar del proceso de globalización de la cultura).

El mismo autor menciona que la globalización cultural como forma de transnacionalización de la cultura, se ha logrado gestar o canalizar gracias a dos medios diferentes: los medios de comunicación de masas y el comercio internacional. Ligados de tal manera que surge una gran expansión a través de propagandas y publicidad; lo que ha llevado a promocionar la globalización cultural de acuerdo con los valores del modelo de globalización neoliberal. (Ander. E, s.f.).

Además, un factor determinante del desarrollo es la consolidación de la cultura de Costa Rica como país, en la promoción de la atracción de turismo extranjero a través de una interculturalidad, en donde además del país adaptarse a lo que la economía global dicta y promueve, también Costa Rica pueda ser una influencia para otra culturas y países que sienten interés por descubrir lo que el país tiene por ofrecer tanto a nivel cultural per se y su patrimonio cultural.

4.2 Instituciones y Sectores Productivos ligados al Comercio e Innovación

Es necesario para los fines de esta investigación y sus objetivos, el conocimiento de las instituciones en Costa Rica que están ligadas directa o indirectamente a la promoción, elaboración, acompañamiento, protección y comercialización de los bienes creativos; que son el resultado de una Economía Naranja en proceso, que progresivamente ira expandiendo toda la oferta de bienes y servicios con los que el país se podrá beneficiar. Por lo tanto, cabe destacar que se abordaran las principales instituciones, pero a fin de cuentas esto es un proceso articulado, generalizado y sistémico; en donde muchas otras pueden llegar a formar parte de esta lista a continuación:

Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX).

Este organismo público de acuerdo con lo indicado en el Decreto Ejecutivo No. 28471, establece entre sus lineamientos que el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) es el ente rector que define, diseña e implementa las políticas públicas de comercio exterior e inversión extranjera para que cada vez más empresas exportadoras se beneficien de la inserción en la economía global; también ofrecen becas de estudio de posgrado en busca de generar conocimientos integrales para el bienestar y el desarrollo sostenible del país.
(COMEX, 2023).

Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER).

La PROCOMER es una entidad pública de carácter no estatal, que tiene a su cargo la promoción de las exportaciones costarricenses. Fue creada en 1996, mediante Ley de la República No.7638, para asumir las funciones que hasta ese momento realizaban la Corporación de Zonas Francas de Exportación; el Centro para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CENPRO) y el Consejo Nacional de Inversiones. PROCOMER se ha constituido como el pilar de apoyo para las empresas costarricenses; como una institución inclusiva y generadora de negocios con propósito.

Además, busca a través de la creatividad, buscar nuevas formas de hacer las coordinaciones para ser más eficientes y eficaces siendo el principal actor entre las instituciones de promoción comercial a nivel mundial. Mostrando un compromiso institucional en mantener y mejorar su liderazgo y dirección, recursos y procesos, medición y resultados, y servicios.
(PROCOMER, 2023).

Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ).

De conformidad con la Ley de Creación del Ministerio de Cultura y Juventud, Ley N.º 4788 del 5 de Julio de 1971, le corresponde al Ministerio de Cultura y Juventud, como agente estatal actuar entre promotor y rector de las políticas nacionales relacionadas con la cultura y juventud, para el fomento y preservación de la pluralidad y diversidad cultural del pueblo costarricense.

Además, debe facilitar la participación de todos los sectores sociales, en los procesos de desarrollo cultural y artístico, sin distinción de género, grupo étnico y ubicación geográfica; esto anterior, mediante la apertura de espacios y oportunidades que propicien la revitalización de las tradiciones y manifestaciones culturales, el disfrute de los bienes y servicios culturales, así como la creación y apreciación artística en sus diversas manifestaciones.

El ministro de Cultura y Juventud funge como rector del Sector Cultura, el cual está conformado por los programas y los órganos desconcentrados vinculados a esta cartera. Además, forman parte del Sector Cultura el Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART) y la Editorial Costa Rica (ECR). El MCJ es una entidad sumamente amplia y compleja, que comprende cinco programas presupuestarios y catorce órganos desconcentrados. Los programas presupuestarios son:

1. Actividades Centrales, conformado por los despachos, instancias asesoras, departamentos y oficinas del MCJ.
2. Conservación del Patrimonio Cultural a cargo del Centro de Investigación y Conservación del Patrimonio Cultural.
3. Gestión y Desarrollo Cultural a cargo de la Dirección de Cultura.
4. Sistema Nacional de Bibliotecas.
5. Desarrollo Artístico y Extensión Musical, a cargo de la Dirección General de Bandas.

(PNDC, 2014).

La plataforma institucional que conforma el MCJ, es la responsable de un trabajo de gestión cultural que se concentra en ocho grandes áreas de atención:

1. Gestión y promoción cultural.
2. Información, comunicación y divulgación.
3. Juventud.
4. Artes escénicas.
5. Audiovisuales.

6. Artes musicales.
7. Artes visuales.
8. Patrimonio histórico cultural.

(MCJ, 2023)

Cuenta Satélite de Cultura del Banco Central de Costa Rica (CSCBCCR).

Se estableció como un componente de la Unidad de Cultura y Economía del MCJ, este es un sistema de información que permite conocer las características económicas de la cultura y es diseñado como satélite del Sistema de Cuentas Nacionales. Su construcción está a cargo de una Comisión Interinstitucional (CICSC), el Banco Central de Costa Rica, el Instituto Nacional de Estadística y Censos, el Programa Estado de la Nación y el Consejo Nacional de Rectores.

Por medio de la CSC se construyen una serie de indicadores monetarios y no monetarios de los sectores que conforman el campo cultural del país como valor agregado (PIB cultural), empleo, importaciones y exportaciones, producción, financiamiento, entre otros. Esto mediante la adopción de conceptos y técnicas que se plantean en el Manual Metodológico para la Implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Latinoamérica del Convenio Andrés Bello, logrando así visibilizar la contribución de la cultura a la economía de Costa Rica de una manera confiable y lo más preciso posible.

Los datos que se logran obtener son útiles para la toma de decisiones efectivas desde los ámbitos público y privado; a su vez, contribuyen a ampliar el concepto de cultura y a visibilizar que los recursos que se le asignan no son un gasto, sino una inversión. La información generada es el punto de partida para la creación de estímulos e incentivos que potencien el crecimiento del sector creativo del país, promoviendo la protección y promoción de la diversidad cultural nacional. Esto beneficia a toda la población porque la cultura es fundamental para lograr el desarrollo sostenible, integral y más equitativo del país.

(CSCBCCR, 2023).

Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT).

Esta institución tiene como misión generar e impulsar el cumplimiento de las políticas públicas en materia de ciencia, innovación, tecnología y telecomunicaciones del país mediante el ejercicio de la rectoría sectorial y la ejecución efectiva de sus procesos sustantivos y de gestión, para mejorar la competitividad en beneficio del bienestar social, la igualdad y la prosperidad de la

sociedad costarricense en el marco de la transformación digital y la cuarta revolución clave para el progreso del país.

Dentro de sus objetivos estratégicos se destacan los siguientes:

- Fortalecer la rectoría en materia de ciencia, tecnología, innovación, telecomunicaciones y gobernanza digital del país.
- Potenciar la apropiación social del conocimiento científico, la innovación, las tecnologías y las telecomunicaciones, mediante la promoción de estrategias inclusivas y la implementación de proyectos dirigidos a toda la población.
- Fomentar la utilización del conocimiento científico, el avance tecnológico, la innovación y los servicios de telecomunicaciones en los procesos productivos nacionales y de gestión del Estado.

(MICITT, 2023).

Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

Esta institución se faculta en conformidad con la Ley Orgánica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Ley No. 6054 del 14 de junio de 1977, y la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, Ley No. 8262 del 2 de mayo del 2002, le corresponde al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), fungir como ente rector de las políticas públicas de Estado en materia de fomento a la iniciativa privada, desarrollo empresarial y fomento de la cultura empresarial, para la micro, pequeña y mediana empresa.

(MEIC, 2023).

Ministerio de Educación Pública (MEP).

La educación, luego de decretarse la abolición del ejército a finales de 1948 se decidió destinar gran parte del monto del gasto militar al sistema educativo, se estableció como uno de los pilares del desarrollo humano y económico de Costa Rica desde mediados del siglo pasado considerado este último el principal motor de crecimiento económico, así como de movilidad social.

En el artículo 78 de la Carta Magna, se estableció que la educación preescolar, general básica y diversificada son obligatorias; además en el sistema público serían gratuitas y costeadas

por la Nación. En la educación estatal, incluida la superior, el gasto público no será inferior al 8% anual del producto interno bruto (PIB).

Tal ha sido durante el tiempo la inversión en educación, que se ha visto reflejada en altas tasas de alfabetización en el país, así como de matrículas para la educación. Costa Rica gracias a estos esfuerzos ha logrado la consolidación de la educación a lo largo del territorio como su mayor prioridad de política pública, ampliando de forma significativa la inversión en este sector progresivamente en la última década en función de la competitividad imperante dentro de la economía y el comercio.

Sin embargo, la deserción más que nada en la educación de secundaria ha sido un factor que se ha repetido desde que existe un sistema educativo, por problemas en el hogar de carácter económico, de disfunción familiar, vicios, delincuencia, desinterés, dificultad de aprendizaje, fallas pedagógicas, entre otros. Existen a su vez incongruencias de las ofertas educativas con las necesidades del mercado laboral, por ejemplo, la poca formación en áreas como el inglés o especialización técnica. Este desafío provoca limitantes de formación y de empleabilidad entre la población con menores recursos, repercutiendo en la exclusión social.

La solución que le han tratado de dar a esta problemática es la de financiar ya sea total o de forma parcial por fondos de cooperación entre el sector público y privado para la educación son la incorporación de las TICS al sistema educativo, en términos de equipamiento, cobertura y recursos didácticos (Educ@ tico, tecnologías móviles, PRONIE, etc.) También el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes al fortalecer los servicios de educación técnica y vocacional, manejo de otros idiomas, uso de tecnologías de la información como mecanismos de promoción social.

A su vez se han implementado las becas de postsecundaria se constituyen en un subsidio económico para estudiantes en condición de pobreza extrema, pobreza o vulnerabilidad, que les permite cursar estudios en una universidad pública o privada. Los recursos que se conceden son destinados para costear los gastos relacionados con las actividades académicas de la carrera y el grado académico matriculados conforme al plan de estudios.

A nivel cultural es necesario también incentivar formas de expresión artística y creatividad, es por esto que desde el año 1987, en alianza con la empresa privada Jiménez & Tanzi, el Ministerio de Educación Pública realiza el Concurso Nacional de Pintura Infantil Jiménez & Tanzi. Este

certamen ha incentivado la exploración y la imaginación del estudiantado participante, dándole la oportunidad de expresar su creatividad a través de pinturas, dibujos y técnicas artísticas. (MEP, 2023).

Ministerio de Planificación y Política Económica (MIDEPLAN).

Este ministerio se constituye como un órgano de gran relevancia al quehacer del sector público como asesor y de apoyo técnico de la Presidencia de la República, el cual se encarga de formular, coordinar, dar seguimiento y evaluar las estrategias y prioridades del Gobierno; definiendo así, la visión, las metas de mediano y largo plazo que inspiran el accionar del Ejecutivo.

En el artículo 10 del decreto No. 37735 del Reglamento general del Sistema Nacional de Planificación, se establece el Plan Nacional de Desarrollo (PND), como un mecanismo orientador de las políticas del gobierno por los cuatro años de su gestión. Bajo coordinación del Mideplan con instituciones del Sistema Nacional de Planificación, en congruencia con el Plan Estratégico Nacional y los Planes Sectoriales y Regionales; definiendo así los objetivos, políticas, programas y estrategias en función del desarrollo del país.

Para este Plan Nacional de Desarrollo e Inversión Pública del 2023-2026, en el sector de Ciencia, Tecnología, Innovación y Telecomunicaciones, tiene como objetivo principal el invertir un 0,76% del PIB en Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I) para la transformación de los procesos productivos en las empresas, la academia y el sector público; principalmente en la micro, pequeña y mediana empresa del país, impactando su competitividad y generando mejores oportunidades de trabajo y mejor pagados (mejores salarios), colocando al país a nivel de los países desarrollados. (pág. 141).

Para el Sector Cultura, tiene establecido el trabajar en los siguientes objetivos:

- La realización de 3.400 actividades de interés cultural en las cuales participarían 136.174 personas en actividades artísticas y educativas, así como, 1.224 estudiantes nuevos atendidos por el Sistema Nacional de Educación Musical (SINEM), en las regiones periféricas del país.

- Beneficiar a 614 nuevos proyectos de emprendedurismo en cultura, a través de Fondos Concursables en producciones audiovisuales, artes escénicas, becas, talleres, entre otros.
- El desarrollo de 33.000 actividades culturales educativas dirigidas a la población joven.
- Graduar en el programa de Formación Técnica para el Empleo a 325 jóvenes en formación vinculada a la economía creativa y 239 jóvenes que se emplean según su área de especialización.
- Atención de 7.600 jóvenes de 12 a 35 años en oferta educativa en los Centros Cívicos por la Paz y 5.600 personas jóvenes con discapacidad beneficiadas por el conjunto de actividades culturales y artística que ofrecen las instituciones del Ministerio de Cultura y el Consejo Nacional de la Persona Joven.
- Capacitar a 400 personas jóvenes, entre los 18 y 35 años en temas como: valores y prácticas democráticas para liderazgo joven, estilos de vida democráticos, participación política efectiva, inclusión y participación en espacios de toma de decisión, así como inserción laboral y formación técnica.

Las acciones están dirigidas en un acercamiento de las instituciones culturales, a la población de todo el país, principalmente a las personas habitantes de regiones periféricas. Acercar esfuerzos de museos, bibliotecas, movimientos teatrales, música, patrimonio, cine, a la idiosincrasia de las regiones, aprovechando sus condiciones culturales locales únicas. Además de esto, busca generar una oferta cultural especial para la población joven, promoviendo así el ejercicio de sus derechos e integrando su voz a la identidad cultural de Costa Rica.

(PND, 2023, pag.169).

Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE).

Se fundó en 1982, y desde entonces ha impulsado la IED en sectores estratégicos como manufactura inteligente, servicios intensivos en conocimiento y salud y bienestar, para generar empleo y mayores oportunidades para su recurso más valioso: su gente; con el objetivo de contribuir al desarrollo social y económico de Costa Rica. CINDE fue calificada en 2019 como la mejor institución a nivel mundial en atraer Inversión Extranjera Directa (IED), por el Centro de Comercio Internacional.

Dentro de sus lineamientos se encuentran principalmente para el enriquecimiento de esta investigación la innovación y habilidades estratégicas, como medio para crear competitividad sostenible y la productividad. Además de la creatividad al poner en práctica el proceso creativo: observar, explorar, crear y reflexionar, con el fin de ver las aristas desde diferentes perspectivas, entender los límites y así transformar conceptos e ideas en soluciones innovadoras.

En el caso de las industrias creativas plantea todo un esquema de aproximación de diferentes sectores productivos y acompañamientos claves como la inclusión que se pueden ver beneficiados de incorporar la Economía Naranja dentro de sus procesos de creación y producción. Costa Rica, sin duda, ofrece un ecosistema empresarial propicio para diseñar soluciones personalizadas e innovadoras, dos ingredientes que la industria creativa necesita para prosperar. (CINDE, 2023).

Registro Nacional.

En beneficio de la Economía Naranja y la creación de sus autores, se han atribuido las solicitudes de reclamación en la protección de la propiedad intelectual y Derechos de Autor en relación con la Declaración Universal de Derechos Humanos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; por ser bienes o servicios creativos y de gran valor por ser generadores de innovación.

Si se vulneran los derechos morales del autor o creadores creativos (agrupaciones), se violenta el bien o servicio que requirió de la inversión en relación al dinero (insumos, valor) y el tiempo invertido, lo cual conduce a un efecto negativo en la remuneración y valor moral que se le atribuye al bien. A causa de prevenir estas malas prácticas, el Registro Nacional tiene la potestad de ofrecer un servicio de validación y registro de una propiedad intelectual desde la inscripción legal de obras, en función de la ley 6683 sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos.

En razón al beneficio de esta investigación y en paralelo a la entrevista previa con Hemisferio Derecho (Servicio de Protección de Derecho de Autor y Propiedad Intelectual), se realizó una entrevista a Lilliam Blanco (2023), que es funcionaria del Registro Nacional en el departamento correspondiente a este tema; la cual habla de que este proceso generalmente es facultativo para cada autor, sin embargo, es muy común que esto se de en razón del tema de plagio en sectores culturales y creativos y que esta conciencia ha hecho de que se lleven a cabo estos trámites de inscripción por parte de todos los sectores creativos.

Adicionalmente el rol que cumple tener un certificado de inscripción para el artista o en la protección de su creación normalmente comienza desde que se finaliza una obra, esa obra automáticamente ya cuenta con protección sobre los derechos de autor. No obstante, al inscribir una obra se otorga una “Seguridad Jurídica” la cual es fundamental a la hora de defenderse en caso de plagio o piratería en la instancia judicial correspondiente; contar con un documento legal que sirva de prueba y demuestre ante la autoridad legal la titularidad del creador por sobre el ofensor, en caso de existir un conflicto jurídico.

El proceso de inscripción de una obra para que sea parte del registro de propiedad intelectual y Derechos de Autor, consiste en descargar y llevar impresa o bien solicitar su respectiva ficha de inscripción, hay 4 diferentes la cuales son:

- Solicitud de Obra Literaria o Artística.
- Solicitud Obras Audiovisuales.
- Solicitud de Fonogramas – Artistas Intérpretes y Ejecutantes.
- Solicitud de Software, Base de Datos y Multimedia.

Además, se debe de llenar una solicitud de inscripción de contratos relativos a derechos de autor y derechos conexos, en razón de que se le cedan los Derechos de Autor Patrimonial porcentualmente a una persona física, jurídica o al Estado; asimismo una autenticación de un abogado bajo una declaración jurada y adjunto debe ir un CD, llave maya o fotos (artes plásticas) empastado, con el contenido y las características o datos importantes que identifiquen de la mejor manera la obra.

Adicionalmente los timbres fiscales correspondientes y un pago no mayor a \$5 que se distribuyen al Registro Nacional, Archivo Nacional y al Colegio de Abogados y finalmente se debe agregar una hoja con el título de la obra, el autor(a) y la firma correspondiente; todo adjuntado en sobre de manila. El proceso de inscripción en el Registro Nacional tarda de quince días a un mes, dependiendo del tipo de solicitud y si existe alguna prevención de forma o fondo, en caso de que haya algún dato sin aclarar, omitido o faltante; posteriormente se expide y entrega un certificado de inscripción.

El plazo de protección sobre los Derechos de Autor Patrimonial, es el aproximado a la vida del autor y setenta años posteriores a su fallecimiento; una vez cumplido este plazo pasa a ser parte del dominio público. Sin embargo, se debe mantener respeto sobre el respaldo del Derecho Moral del autor por su obra.

(Registro Nacional, 2023)

Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

En esta institución se pueden canalizar esfuerzos en cuanto a lo relacionado con Economía Naranja en el Departamento de Desarrollo Turístico, y en acoplamiento con el Plan Nacional de Desarrollo Turístico. Generalmente se dirigen sus programas y procesos de trabajo a contribuir en el mejoramiento de la competitividad de los destinos, las empresas turísticas, aportar al desarrollo de las comunidades y al mejoramiento de las condiciones de vida de los diferentes actores involucrados directa e indirectamente en la industria turística.

Otro de sus programas enfocado en la parte cultural es el de “**Artesanías con Identidad**”, impulsando desde el 2011 una estrategia de mejora de la competitividad del producto y el destino turístico mediante la incorporación del patrimonio cultural costarricense, como elemento diferenciador de la oferta turística. En donde el artesano construye su propia línea de diseño que exprese innovación, historia, identidad y calidad. No obstante, no se encuentra nada relacionado al tema incentivar el patrimonio cultural, aunque debe de estar contemplado dentro de sus destinos turísticos, no tiene ese valor adicional.

(ICT, 2023).

Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).

Es una entidad de carácter autónoma, la cual se creó bajo la Ley No. 3506 el 21 de mayo de 1965, y reformada por su Ley Orgánica No. 6868 del 6 de mayo de 1983. Su lema característico es “la llave del progreso”, si ha de ser una llave esta institución, sería una “**llave maestra**” para los fines de incentivar y la formación de profesionales en Economías Creativas; además de otras áreas de interés nacional. Y esto se debe a que su oferta de cursos es sumamente basta y diversificada, lo que con la ayuda del sector privado y público sus alcances podrían ser muy llamativos.

Además de esto, hay posibilidades de ejecutar una modalidad educativa que permite la formación profesional en dos ámbitos de aprendizaje, los cuales son:

- Es una estrategia educativa que favorece el proceso de aprender haciendo, se realiza en alternancia en dos ambientes de aprendizaje: un centro educativo y una empresa. Compartiendo beneficios, tiempo y responsabilidades.

- Los programas de formación dual tienen propósito de dotar a las personas estudiantes de las competencias requeridas por el sector empleador y aquellas que potencien su desarrollo personal y profesional, así como su integración a la sociedad.

Con base a su promoción de cursos de “**Cultura y Artesanías**” se trabaja con una unidad técnica metodológica que desarrolla servicios y funciones de investigación, diseño y evaluación; orientando la oferta de servicios hacia la elaboración de productos de creación artesanal, artísticos y de arte en general.

En conocimiento de que para la UNESCO se identifican esos bienes y servicios como “Industria Creativa”, los cuales son un componente esencial para la transmisión y reposicionamiento de la identidad cultural como elemento distintivo y diferenciador en un mundo globalizado, lo cual reposiciona lo tradicional, pero a la vez incorpora innovación y creatividad. Entre algunos de sus principales cursos enfocados a las Economías Creativas, se encuentran los siguientes:

- Diseño de interfaces web UI y UX.
- Diseño y administración de contenido visual digital.
- Fotografía de productos con celular.
- Fundamentos de diseño.
- Gestión financiera MiPymes.
- Ilustrador/a de modas.
- Técnicas de ventas para MiPymes.
- Fotógrafo.
- Acuarelista.
- Artesano/a en cuero natural y materiales sintéticos.
- Artesano/a del papel con fibras textiles, naturales y sintéticas.
- Artesano/a en la reutilización de materiales naturales, industriales y domésticos.
- Artesano/a en maderas.
- Bisutería.
- Ceramista.
- Constructor/a de elementos metálicos artesanales.

- Dibujante artístico.
- Diseñador/a de productos artesanales con herramientas digitales.
- Pintor/a artístico/a.
- Retratista.
- Tallista en madera.
- Vitralista.
- Entre otros.

(INA, 2023).

Municipalidad de San José (MSJ).

La agencia local de Innovación y Desarrollo vela, coordina y ejecuta proyectos de desarrollo local cuyos componentes se vinculan al mandato directo de la municipalidad de impulsar la ciudad de San José hacia su conversión en un ecosistema de emprendimientos e innovación, que sea de referencia a nivel nacional e internacional. Sin embargo, si las iniciativas fueran aún más ímprobas, se establecerían clústeres creativos, medios de transporte ciudadanos y de esta manera pueda considerarse una **ciudad creativa** realmente.

A su vez, la agencia de Cultura, Deporte y Recreación es la encargada de promover las iniciativas puntuales para la aproximación de la población hacia las actividades culturales que se llevan a cabo en diferentes edificios, bulevares, parques, etc. de la ciudad de San José, tales como: Transitarte, Botica Solera, Bibliotecas, ChepeANDO, Festival de la Luz, entre otros.

(MSJ, 2023).

Ministerio de Hacienda.

Es la institución rectora de la política fiscal que garantiza la obtención y aplicación de los recursos públicos del Estado, siguiendo los mecanismos de economía, mediante procesos innovadores y los diferentes sectores integrados, con el fin de lograr una sociedad más próspera, justa y solidaria para propiciar la mejora en la calidad de vida de los habitantes de Costa Rica.

El Ministerio de Hacienda es ejecutora de lo que el Poder Legislativo dicte, es por esto que su adaptación a la Economía Naranja no va a venir desde adentro de la institución; es por esto, que si desde las políticas up-bottom no se estimula el sector creativo con incentivos fiscales o beneficios tributarios; es muy difícil que se promueva la cultura o se le de algún beneficio, entre esto anterior y otras de sus debilidades se destacan:

- Débil cultura de servicio al cliente.
- Inadecuada estructura organizativa y funcional.
- Falta de integración de los distintos sectores (omisión de contribuyentes).
- Limitado plan integral de continuidad de negocio.
- Inadecuado sistema de gestión del talento humano.
- Falta de integración de los servicios al usuario.

(Ministerio de Hacienda, 2023).

Esencial Costa Rica.

Es el resultado de varias instituciones dedicadas a la promoción del comercio, del desarrollo, de la cultura que nos identifica, así como transmite nuestra idiosincrasia y el turismo junto al Ministerio de Relaciones Exteriores; para crear una marca país donde se promueva la competitividad entre las empresas costarricenses y puedan alcanzar mercados internacionales con altos estándares de calidad, una comunidad de empresas licenciadas que representen y compartan los valores del país.

Las organizaciones deben compartir una cultura de innovación, para aportar un valor agregado que eleve los estándares de calidad y creen una diferenciación empresarial, para esto se someten a un protocolo de evaluación bajo cinco importantes valores:

1. Sostenibilidad.
2. Excelencia.
3. Vinculación costarricense.
4. Progreso Social.
5. Innovación.

(Esencial Costa Rica, 2023).

Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD).

Fue creado en el año 2008 mediante la **Ley No. 8634**, este sistema se conforma por un conjunto de entidades de diversa naturaleza, en donde se financian e impulsan proyectos productivos, factibles en la técnica y económicamente, cuenta con un **Consejo Rector** a cargo y una **instancia técnica (Secretaría Técnica)** que se desenvuelve como su brazo instrumental.

Este Sistema de Banca para el Desarrollo se cataloga en la práctica como una entidad administradora de los fondos públicos; y forma parte del sector público descentralizado

institucional de Costa Rica, de conformidad con la clasificación del **Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (Mideplan)**. El SBD posee 2 productos encadenados orientados al sector creativo y cultura. Estos son:

- **Capital Semilla Prototipado:** Fondos no reembolsables enfocados a ayudar a apoyar en la construcción de un bien o servicio dentro del ámbito de la Economía Naranja, permitiendo hacer una validación de mercado. Donde los beneficiarios reciben acompañamiento y un monto hasta por 6 millones de colones para su plan de inversión.
- **Capital Semilla Puesta en Marcha:** Fondos no reembolsables para iniciativas que, una vez validado su modelo de negocio, les permite financiar la constitución y arranque de una nueva unidad productiva. Aquí también se recibe acompañamiento y recursos por hasta 6,75 millones de colones.

(SBD, 2023).

Actualmente las organizaciones que canalizan estos recursos en el sector de la economía naranja son:

- **Auge UCR con Parque la Libertad:** Es una agencia de la Universidad de Costa Rica que gestiona el emprendimiento de sus estudiantes, como una comunidad emprendedora que incuba proyectos innovadores e impulsa organizaciones dinámicas para contribuir con un desarrollo inclusivo y sustentable.

(Auge, 2023).

- **Centro Latinoamericano de Innovación y Emprendimiento (Celiem):** Esta entidad busca transformar empresas a través de sus mismas necesidades para de esta manera lograr generar un valor agregado que marque la diferencia dentro de la competitividad de los mercados. Buscan así, generar valor a los ecosistemas, mediante la investigación, el análisis, formulación de políticas, capacitación a empresas y su respectivo acompañamiento; siendo referentes de innovación y emprendimiento.

(CELIEM, 2023).

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICIT).

El CONICIT fue transformada en la Promotora Costarricense de Desarrollo e Innovación, publicado en el diario oficial La Gaceta, mediante la ley 9971 a partir del 28 de mayo del 2021.

4.3 Compromisos – Acuerdos de Costa Rica con la Economía Creativa

Una base fundamental para conocer el marco jurídico en donde la Economía Naranja tiene su reconocimiento como una fuente de desarrollo económico, social y cultural es por medio de las políticas, leyes y derechos que se han aprobado previamente desde el poder legislativo y que son de completo acatamiento por parte de las instituciones, empresas privadas, las industrias creativas, así como para los creadores y personas que quieran participar de estos proyectos de ley, citados a continuación:

Política Nacional de Derechos Culturales - PNDC (2014-2023).

Esta Política fue aprobada mediante el Decreto Ejecutivo No. 38120-C del 17 de diciembre del 2013, y se publicó en el Diario Oficial La Gaceta el 9 de enero del 2014. En ella se estableció la aspiración de impulsar acciones que permitan como país reconocer y afinar "el potencial de la cultura como dinamizador de procesos de desarrollo sociocultural y económico en el nivel local, regional y nacional".

Definiendo así, el impulso de acciones para incentivar el desarrollo de la economía creativa, entendida ésta como el sector de la economía que involucra la generación de ideas y conocimientos que tienen que ver con los bienes y servicios creativos, en un contexto de cambio global e innovación tecnológica.

Por otra parte, la Política Nacional de Derechos Culturales (PNDC) es un complemento del planteamiento estratégico “Costa Rica Creativa y Cultural 2030” con dos acciones fundamentales para potenciar el desarrollo de los emprendimientos creativos y culturales, como lo son:

- La creación de incentivos para los emprendimientos culturales e industrias creativas: incentivos fiscales, exoneraciones de impuestos de exportación e importación a materiales y equipo, en coordinación con otras instituciones y la empresa privada.
- La realización de acuerdos con la empresa privada y la banca nacional para la creación de una línea de crédito que estimule y favorezca el desarrollo de emprendimientos culturales,

así como el establecimiento de un fideicomiso para el desarrollo de emprendimientos culturales con el apoyo de la Banca de Desarrollo.

La Política Nacional de Derechos Culturales, plantea los siguientes ejes estratégicos para cumplir con los objetivos definidos:

1. Participación efectiva y disfrute de los derechos culturales en la diversidad.
2. Dinamización económica de la cultura.
3. Protección y gestión del patrimonio cultural, material e inmaterial.
4. Fortalecimiento institucional para la promoción y la protección de los derechos culturales.
5. Reconocimiento y afirmación de los derechos culturales de las personas indígenas.

El PNDC considera en primera instancia que la cultura es una fuente de identidades, valores y significados culturales; que representa un proceso permanente y dinámico, de construcción de subjetividades, intersubjetividades. Otro de las consideraciones fundamentales es en cuestión de la cultura como un factor de cohesión social y un recurso dinamizador de los aportes simbólicos y materiales; por lo tanto, tiene un papel medular en la política, la economía y vital para el bienestar humano de la población.

Esto anterior fundamentado en la siguiente premisa: "La diversidad cultural crea un mundo rico y variado que acrecienta la gama de posibilidades, nutre las capacidades, los valores humanos, y constituye, uno de los principales motores del desarrollo sostenible de las comunidades, los pueblos y las naciones" (UNESCO, 2005). Es bajo una sostenibilidad que se puede pasar de la idea, a una dinámica socio-económica para todos los sectores productivos involucrados y aliados a los fines de la Economía Naranja.

Por último, se constituye a la cultura como la base de los procesos creativos de la humanidad, argumentado a continuación:

"La cultura es la transmisión de comportamiento tanto como una fuente dinámica de cambio, creatividad y libertad, que abre posibilidades de innovación. Para los grupos y las sociedades, la cultura es energía, inspiración y enriquecimiento, al tiempo que conocimiento y reconocimiento de la diversidad".

(UNESCO, 1996).

En el texto anterior deja en evidencia el valor intangible y tangible que la cultura además de la creatividad permite lograr; tales como imaginar, comunicar, la transmisión de ideas, de conocimientos y diversos aprendizajes en el proceso de creación humana. Por ello, la Política

Nacional de Derechos Culturales busca proteger, promover y tutelar los siguientes derechos humanos:

- El derecho de las personas, grupos y comunidades a acceder, contribuir y participar de manera activa en la vida cultural.
- El derecho de las personas, grupos y comunidades de expresar libremente su diversidad cultural en equidad de condiciones.
- El derecho de grupos minoritarios para realizar sus prácticas culturales particulares.
- El derecho de protección de los intereses morales y materiales de personas, grupos y comunidades productoras o creadoras.
- El derecho de las personas, grupos y comunidades de crear manifestaciones, expresiones, bienes y servicios culturales y que sean valorados, reconocidos, apoyados y estimulados.
- El derecho de los pueblos, grupos y comunidades de preservar su patrimonio, material e inmaterial.
- El derecho de las personas, grupos y comunidades de acceder, producir y difundir comunicación e información cultural.
- El derecho de las personas, grupos y comunidades de disfrutar de una relación armónica con la Naturaleza

(PNDC, 2014).

Estrategia Nacional “Costa Rica creativa y cultural 2030”.

Esta Estrategia fue impulsada en el 2019 por la Presidencia de la República, y los ministerios de Economía, Industria y Comercio (MEIC), de Cultura y Juventud (MCJ) y el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT); como en consecución de lo que la PNDC (2014-2023) promovía, además como instrumento de actualización ante el panorama internacional que se ha gestionado para introducir la cultura y la creatividad en agentes económicos y de desarrollo social de muchos países marcando una tendencia global difícil de ignorar.

En la XXVI Cumbre Iberoamericana de presidentes y jefes de Estado del 2018, que se denominó “Una Iberoamérica próspera, inclusiva y sostenible” en su declaración se estableció lo siguiente:

"fortalecer las industrias culturales y creativas Iberoamericanas, considerando los diversos modelos de economía creativa y cultural existentes, procurando la

vinculación de los programas e iniciativas de cooperación cultural, con el fin de facilitar la innovación, la accesibilidad y la circulación de las expresiones culturales en nuestra región y evitar nuevas exclusiones sociales en la prestación de bienes y servicios culturales"; así como "reforzar con nuevos adelantos metodológicos las cuentas satélites de cultura para facilitar la medición de nuestras potencialidades relacionadas al patrimonio cultural inmaterial".

En este párrafo anterior se destaca la necesidad que existe en la región de reforzar las industrias culturales, esto en razón a la gran riqueza cultural y étnica que representa; además de alianzas de cooperación internacional entre los países que ya cuentan con modelos mejor consolidados de Economía Naranja, como es el caso de Colombia visto anteriormente. Además de mejorar el método de captación de información en las cuentas satélite como resultado de las transacciones que representan bienes de valor cultural en las economías.

En ese mismo año, el Ministerio de Cultura y Juventud por medio de la cooperación técnica del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), generó un proceso de construcción de una propuesta de política pública para lograr estructurar una serie de acciones que incentiven las industrias creativas y culturales del país; integrando los resultados, sistematizaciones, diagnósticos, necesidades y los planteamientos que en los últimos años se han venido planteando en diferentes sectores culturales, reconociendo en este proceso la importancia que tienen las industrias creativas y culturales en la economía.

Proceso que se logró gracias al integrar los datos que la CSC ha venido sistematizando, así como los resultados de la Encuesta Nacional de Cultura y algunas valoraciones para potenciar nuevos sectores de la economía. Esto permite integrar la identidad cultural como un valor agregado, el talento de las personas como recursos exponenciales de la inversión social que ha hecho el país y la oportunidad de dinamizar el crecimiento económico, la generación de empleo a partir de nuevos sectores económicos con un alto componente de creatividad, innovación y propiedad intelectual.

Dentro de lo que abarca dicha estrategia, a continuación, se hará referencia de sus principales consideraciones y estos artículos mencionados serán de gran utilidad para los intereses de esta investigación:

Artículo 1. Del Propósito de la Estrategia y la declaratoria de interés público:

Créase la Estrategia Nacional "Costa Rica Creativa y Cultural 2030", como un instrumento de política pública que reconoce y promueve los emprendimientos creativos y culturales, como un motor del desarrollo económico, social y cultural de Costa Rica, para lo cual, se declaran de interés público las acciones, programas e instrumentos que se derivan de la implementación de la presente estrategia.

Artículo 4. De los Objetivos de la Estrategia:

La Estrategia Nacional "Costa Rica Creativa y Cultural 2030", impulsa el desarrollo de la industria creativa y cultural costarricense, mediante el establecimiento de un ecosistema que favorezca el desarrollo de las unidades productivas, brindándoles condiciones para mejorar su competitividad en el mercado nacional e internacional, para ello buscará:

- A. Generar un entorno institucional y regulatorio que favorezca las condiciones de formalización, operación y crecimiento de las industrias creativas y culturales.
- B. Fomentar y reconocer la cultura emprendedora entre los participantes de los diferentes procesos artísticos y culturales que se desarrollan en el ecosistema.
- C. Desarrollar programas y procesos de formación, capacitación y asistencia técnica que fortalezcan las capacidades empresariales de los emprendedores creativos y culturales, así como sus estructuras productivas para una mejor inserción en los mercados.
- D. Promover el establecimiento de instrumentos financieros que comprendan las características del sector creativo y cultural para facilitar el acceso a recursos económicos que impulsen sus iniciativas productivas.
- E. Mejorar la utilización de herramientas tecnológicas, la innovación y digitalización de los procesos impulsados por los emprendedores creativos y culturales.
- F. Fortalecer la inserción de las empresas creativas y culturales en los mercados nacionales e internacionales, mediante la participación competitiva en las cadenas de valor.

Artículo 7. De las Áreas de Intervención.

La Estrategia Nacional "Costa Rica Creativa y Cultural 2030", atenderá las siguientes áreas de intervención:

- A. **Sistema de Información:** El impulso y fortalecimiento de bases de información que permitan actualizar la información tanto del Sistema de Información Cultural Costarricense (SICULTURA) como de la Cuenta Satélite de Cultura para el establecimiento de las líneas

base; caracterizar de forma permanente las cadenas de valor de la población objetivo; caracterizar la oferta cultural segmentada por las diferentes regiones y territorios del país; y la caracterización de los mercados nacionales e internacionales que orienten mejores decisiones empresariales en los procesos de la población objetivo.

- B. **Formalización y Registro:** La vinculación con plataformas tecnológicas que faciliten el proceso de formalización de las iniciativas de la población objetivo, y el establecimiento de mecanismos diferenciados de formalización que reconozcan las características de la población objetivo.
- C. **Acompañamiento Empresarial:** El impulso de un programa de capacitación, asistencia técnica y mentoría para fortalecer el desarrollo empresarial de la población objetivo.
- D. **Apoyo Financiero:** El establecimiento de un programa que contemple la definición de productos financieros, que faciliten el acceso a recursos reembolsables y no reembolsables para impulsar el desarrollo de las iniciativas de la población objetivo.
- E. **Apoyo a la Innovación:** El establecimiento de un programa de innovación y digitalización que contribuya con el uso de recursos tecnológicos, la innovación de procesos y productos, y en la reducción de las brechas digitales de la población objetivo.
- F. **Inserción en los mercados:** El establecimiento de acciones que contribuyan en la inserción de las industrias creativas y culturales en los mercados nacionales e internacionales, promoviendo mecanismos de encadenamiento productivo y el fortalecimiento de asociatividad empresarial.

Artículo 12. De la Unidad de Cultura y Economía (UCE).

El establecimiento de esta Unidad el 29 de abril del 2014, que trabaja en paralelo a las funciones del Ministerio de Cultura y Juventud, es un medio de desahogo per se ante una holgura en las funciones del ministerio como tal. Factor de beneficio ya que siempre se ha tenido una percepción de softpower o poco alcance a las políticas y acciones de promoción y recopilación de información relacionada al sector cultural que son adjudicadas a este organismo, por la manera en que se desenvuelve y su irrelevancia ante otros sectores públicos.

Créase la Unidad de Cultura y Economía (UCE), como instancia técnica especializada ubicada en el nivel operativo, subordinada directamente al Jeraarca del Ministerio de Cultura y Juventud, que actuará como secretaría técnica de la Mesa Nacional de Coordinación y Seguimiento

de la Estrategia, y le corresponderá ser la encargada de generar la información estratégica para la toma de decisiones en las diferentes instancias de coordinación y seguimiento de la estrategia, que permitan la definición de acciones y programas orientadas a establecer las condiciones para crear y potenciar los emprendimientos e industrias culturales y creativas.

Para ello, generará información cultural consistente y actualizada, que sirva para la elaboración, monitoreo y evaluación de políticas públicas y la toma de decisiones en los ámbitos público y privado, que potencie el crecimiento del sector creativo del país.

Artículo 13. De las funciones de la UCE.

La Unidad de Cultura y Economía (UCE) tendrá las siguientes funciones:

- A. Fortalecer el Sistema de Información Cultural Costarricense (SICULTURA), que está integrado por el Directorio Cultural, el Directorio de Capacitación, Financiamiento y Apoyo, la Agenda de Eventos, el Mapa Cultural y las Estadísticas Culturales. Todos los registros institucionales relacionados con los emprendimientos culturales deben considerar como plataforma el SICULTURA.
- B. Mantener actualizado las herramientas denominadas Directorio Cultural y Mapa Cultural que registran y geolocalizan los "recursos culturales" del país, entendidos como aquellas personas y agrupaciones relacionadas con el sector artístico-cultural de nuestro país, espacios físicos a los que se les dan usos culturales y elementos del patrimonio material e inmaterial, coordinando para articular las demás fuentes de información institucional del Ministerio de Cultura y Juventud.
- C. Articular el trabajo de la Cuenta Satélite de Cultura y demás fuentes de información institucional del Ministerio de Cultura y Juventud.
- D. Desarrollar un Sistema Prospectivo que guíe la ruta de desarrollo hacia el largo plazo en ternas de investigación, desarrollo de insumos estadísticos para la toma de decisiones, acompañamiento en la coordinación de temas de cultura con las instituciones encargadas de promoción de emprendedurismo, visión de desarrollo hacia la vanguardia en ternas culturales que promuevan el desarrollo e impulso de las industrias de economía creativa y cultural.
- E. Visibilizar el aporte de la cultura a la economía, como motor de desarrollo, mediante los indicadores monetarios y no monetarios generados anualmente por la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica.

- F. Coordinar e incentivar la investigación de temas relacionados con el sector cultura, especialmente del área cultura y economía, acercando a la academia e instituciones especialistas en la materia.
- G. Coordinar acciones con el Departamento de Cooperación Internacional del Ministerio de Cultura y Juventud orientadas a la captación de cooperación internacional técnica y financiera, para la implementación de aquellos programas y acciones que sean definidos por la Mesa Nacional de Coordinación y Seguimiento de la Estrategia.
- H. Coordinar con el MEIC, para que éste torne como registro único de las iniciativas culturales al Directorio Cultural, como parte del proceso de identificación y formalización de las iniciativas de la población objetivo.

Artículo 16. Del Programa de Acompañamiento y Gestión Empresarial.

El Ministerio de Cultura y Juventud, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, y el Instituto Nacional de Aprendizaje, elaborarán el Programa de Acompañamiento y Gestión Empresarial para el impulso de emprendimientos creativos y culturales, que permita fortalecer las capacidades de gestión empresarial de los emprendimientos creativos y culturales y mejorar su posicionamiento competitivo en los mercados nacionales e internacionales.

Artículo 17. Del programa de financiamiento para el Emprendimiento Creativo y Cultural.

El Ministerio de Cultura y Juventud, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, y el Sistema de Banca para el Desarrollo, desarrollarán el Programa de Financiamiento para Emprendimientos Creativos y Culturales que reconozca los ciclos de capital de estas unidades productivas, definiendo planes e intermediarios que permitan participar con ellas de manera efectiva.

Artículo 18. Del programa de innovación y digitalización para el emprendimiento creativo y cultural.

El Ministerio de Cultura y Juventud, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, y el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones, desarrollarán el Programa de Innovación y Digitalización para emprendimientos creativos y culturales, que permita desarrollar capacidades que incorporen procesos de innovación y digitalización en sus iniciativas mejorando el valor agregado de su oferta y la competitividad de sus empresas en los mercados nacionales e internacionales.

(Sistema Costarricense de Información Jurídica, 2019).

Reforma al artículo 7 de la Ley 8634, Sistema Banca para el Desarrollo (2008).

Esta reforma se le hizo a una ley establecida desde el 2008, sin embargo, no contemplaba los emprendimientos de carácter cultural o creativos. En su reforma se añade lo siguiente:

También tendrán tratamiento prioritario los emprendimientos creativos y culturales que busquen producir o distribuir bienes o servicios de tipo creativo o cultural, entendidos estos como en los que se conjugue la creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos tangibles o intangibles de carácter cultural, o aquellos que generen protección en el marco de los derechos de autor.

(SBD, 2008).

Esto anterior indica que el gobierno si ha venido haciendo esfuerzos para que todos los sectores de la economía se puedan tanto integrar como activar; además, es importante que también recalca la relevancia que tiene un bien o servicio tangible, así como uno intangible dentro del valor real que representa, aparte del valor que tiene la propiedad intelectual para el autor o creador creativo.

Ley de Fomento a la Economía Creativa y Cultural (2021).

Esta ley se impulsó en agosto del 2020, por parte de la diputada Laura María Guido Pérez, de la fracción del Partido Acción Ciudadana (PAC); la cual fue aprobada por la Asamblea Legislativa y se establece como ley el 12 de noviembre del año siguiente. Donde además de ser una iniciativa de fomento primordialmente, también se reconoce el sector productor creativo como un motor de desarrollo para la economía del país, a continuación, se mostrarán algunos de los artículos de mayor relevancia con fines de incentivar la Economía Naranja en el país:

Artículo 1- Objeto.

La presente ley tiene como objeto promover los emprendimientos creativos y culturales, para el desarrollo y la reactivación económica, social y cultural de Costa Rica, mediante el impulso de acciones, programas, políticas públicas para exaltar, promocionar, impulsar, fomentar, incentivar y proteger los emprendimientos creativos y culturales.

Artículo 4- Fines de la política nacional de la economía creativa y cultural.

La Política Nacional de Economía Creativa y Cultural buscará impulsar el desarrollo de la industria creativa y cultural costarricense, mediante el establecimiento de un ecosistema que favorezca el desarrollo de las unidades productivas brindándoles condiciones para mejorar su competitividad en el mercado nacional e internacional; para ello, deberá buscar:

- A. Generar un entorno institucional y regulatorio que impulse las condiciones para la creación, formalización, operación, crecimiento e innovación de las industrias creativas y culturales.
- B. Fomentar y reconocer la cultura emprendedora entre los participantes de los diferentes procesos artísticos y culturales que se desarrollan en el ecosistema.
- C. Desarrollar programas y procesos; de formación, capacitación y asistencia técnica que fortalezcan las capacidades empresariales de las personas emprendedoras creativas y culturales, así como de sus estructuras productivas para una mejor inserción en los mercados.
- D. Promover el establecimiento de instrumentos financieros que comprendan las características del sector creativo y cultural para facilitar el acceso a recursos económicos que impulsen sus iniciativas productivas.
- E. Mejorar la utilización de herramientas tecnológicas, la innovación y digitalización de los procesos impulsados por las personas emprendedoras creativas y culturales.
- F. Fortalecer la inserción de las empresas creativas y culturales en los mercados nacionales e internacionales, mediante la participación competitiva en las cadenas de valor.
- G. Articular y fomentar las alianzas público-privadas que favorezcan el desarrollo de industrias creativas y culturales.

Artículo 6- Consejo Nacional de Economía Creativa y Cultural.

El gobierno de la República orientará las acciones y estrategias de la presente ley por medio del Consejo Nacional de Economía Creativa y Cultural, como una unidad organizacional de coordinación y cooperación interinstitucional del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) y directamente a cargo de la persona jerarca del ramo. Este Consejo asesorará al Poder Ejecutivo en

la materia y estará conformado por la persona jerarca o quien esta designe, de las siguientes instituciones:

- A. Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), quien lo presidirá.
- B. Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).
- C. Ministerio de Comercio Exterior.
- D. Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicación.
- E. Ministerio de Hacienda.
- F. Ministerio de Justicia y Paz.
- G. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- H. Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).
- I. Consejo Rector del Sistema de Banca para el Desarrollo.
- J. Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

Artículo 7- Funciones del Consejo Nacional de Economía Creativa y Cultural.

El Consejo Nacional de Economía Creativa tendrá las siguientes funciones, para lo cual podrá crear las instancias de coordinación y seguimiento necesarias para la implementación de la Política Nacional de Economía Creativa y Cultural:

- A. Analizar los informes realizados por el Ministerio de Cultura y Juventud, en seguimiento a las acciones y programas derivados de la política.
- B. Analizar los informes elaborados por la Unidad de Cultura y Economía (UCE) sobre el aporte de la cultura a la economía, como motor de desarrollo, mediante los indicadores monetarios y no monetarios generados anualmente por la Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica, y otros informes prospectivos derivados del Sistema de Información Cultural.
- C. Analizar, retroalimentar y evaluar anualmente los planes de trabajo y programas definidos para la implementación de la estrategia. El Ministerio de Cultura y Juventud tendrá a su cargo la aprobación final de dichos planes de trabajo.
- D. Crear y definir la orientación estratégica de los grupos de trabajo que considere pertinentes para la implementación de los modelos de atención y acompañamiento de la política.
- E. Procurar una articulación activa y cooperación entre las instituciones del ecosistema para la definición y ejecución de los programas definidos a partir de las áreas de intervención.

F. Proponer los programas y acciones necesarias para el impulso de emprendimientos creativos y culturales en el país, incluyendo mecanismos de financiamiento, apalancamiento, comercialización y apoyo, así como facilitación de exportación e importación de los bienes y servicios creativos.

G. Promover mecanismos de coordinación y cooperación entre el sector público y el sector privado, para a debida ejecución de la política y proyectos en la materia.

H. Cualquier otro tema que sea de interés y que se encuentre dentro de las competencias de coordinación estratégica que le corresponden al Consejo.

Artículo 11- Financiamiento creativo.

El Sistema de Banca para el Desarrollo apoyará con distintas herramientas de acceso a financiamiento y de apoyo empresarial para el impulso de la economía cultural y creativa.

Asimismo, el Consejo Nacional de Economía Creativa y Cultural identificará otros mecanismos alternativos de financiamiento, apalancamiento, comercialización y apoyo, con el fin de promover los emprendimientos creativos y culturales. Con este fin, sugerirá las reformas a la normativa reglamentaria y legal que considere pertinente.

Artículo 12- Promoción del comercio exterior creativo.

El Consejo Nacional de Economía Creativa y Cultural desarrollará las estrategias y los programas para la facilitación de exportación e importación de los bienes y servicios creativos. Con ese fin, el Estado promoverá oportunidades de mercado para los emprendimientos creativos y culturales en nuestro país.

Artículo 13- Protección de propiedad intelectual

El Estado, por medio de la coordinación entre el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), el Ministerio de Justicia y Paz y el Registro Nacional, promoverá una mejor coordinación institucional y consolidación en lo relativo a la propiedad intelectual, de conformidad con los tratados internacionales y acuerdos comerciales suscritos y trabajará mancomunadamente en mesas de trabajo con el sector privado y las entidades de gestión colectiva, para la protección de los derechos de las personas creadoras, combatiendo con los mejores estándares internacionales la

piratería, el contrabando y otras conductas que afecten los sectores a los que hace referencia la economía creativa y cultural.

4.4 Economía Naranja – Herramienta promotora de desarrollo y tecnologías.

Interpretar la aplicación de la Economía Naranja como herramienta que pueda converger en una práctica adoptada y legislada en todo su ámbito, es fundamentado principalmente en el dominio, enseñanza y promoción de las tecnologías de vanguardia, esto es un punto de partida muy importante en la era moderna para un Estado, para enfrentarse a un reordenamiento económico global. El cual es muy inestable y difícil de predecir, que posiblemente las teorías de relaciones internacionales, sociales, políticas, económicas y comerciales ya están quedando obsoletas.

Lo único que si es predecible es la innovación y la implementación de las tecnologías en respuesta a lo que la oferta y demanda a nivel global busca satisfacer; de esta forma se optimizan los sistemas de diseño, evaluación, producción, inspección, almacenaje, distribución y comercialización de bienes y servicios. Lo que robustece a la cadena de valor y al mismo tiempo agiliza los factores operativos de los diferentes sectores productivos.

Y es la Economía Naranja un sector creativo de producción que no se puede quedar atrás en esta dinámica comercial y bajo la coyuntura actual. La implementación de la tecnología es sinónimo de desarrollo y de la mano de los creadores de software interactivos, programas de diseño y renderizado, de los creadores de videojuegos recreativos y educativos, de la industria cinematográfica y la musical, entre otros; se pueden alcanzar niveles óptimos de rentabilidad, generación de nuevos empleos y el desarrollo humano.

Todo esto parece muy llamativo para cualquier país o región, sin embargo, hay un factor determinante que es el encargado de mantener a todos los sectores integrados; el cual es un ecosistema favorable que permita no solo la interacción y asociación de diferentes actores; posee una infraestructura que permite que se acerquen actores creativos y nuevos emprendimientos como clústeres creativos, en donde además de ventajas de ubicación geográfica, medios de transporte y espacios públicos hay beneficios tributarios y de acceso favorable para los bienes raíces.

Así como aumenta la oferta de formación en habilidades digitales, también debe de coexistir en paralelo un planteamiento de pivoteo para nuevos emprendimientos, en donde se puedan agilizar los procesos que permitan experimentar y financiar propuestas de valor para nuevos negocios y

tomar la ventaja en beneficio de liderar la actividad comercial en proceso. De manera que la herramienta de desarrollo sea toda una estrategia político-comercial.

4.4.1 Adaptaciones para la Economía Naranja en el Comercio.

Las adaptaciones van en función de una correcta articulación y dialogo a lo interno del gobierno, en donde todas las instituciones públicas ligadas, así como algunos grupos privados funcionen como incubadoras de negocios creativos, proporcionar financiamientos, un asesoramiento en gestión de negocios con valor cultural, marketing o comunicaciones para los procesos comerciales, además de proveer infraestructuras adecuadas a las necesidades del sector cultural y a su desarrollo sostenible.

Existe un rol de alta relevancia para la economía creativa, que debería de cumplir el sector público en el fomento de los ecosistemas creativos; y está ligado a establecer las bases mínimas que permitan el surgimiento orgánico de estas industrias, la creación de áreas propicias para el desarrollo de los distritos creativos y de sus consumidores.

La intervención pública (acciones up-bottom) resulta ser un factor condicional muy importante que legitime de primera mano a las industrias creativas, y que las lleve a la práctica según un marco jurídico que sea robusto y estable, que permita el accionar de los diferentes actores y arroje una serie de beneficios económicos, legales y sociales. Para esto es necesario una intervención en 4 diferentes áreas, las cuales son:

1. **Políticas de Oferta:** Estas son políticas que deben establecerse en pro de recibir un apoyo financiero directo e indirecto a la oferta de bienes y servicios. Esto se logra incluyendo alguna clase de subsidios, créditos o incentivos fiscales, en unión del sector público con el sector privado dirigido hacia los creadores o sector cultural.
2. **Políticas de Demanda:** Este tipo de políticas son un sistema aprovechamiento de los bienes y servicios, estimulando la demanda bajo una modalidad de bonos culturales, los cuales pueden ser canjeables por personas, empresas o instituciones para poder así de esta manera promover el comercio entre creadores y consumidores. Esto es el equivalente a las cajas de compensación que se mencionaron en el caso Colombia del Capítulo II de esta investigación.
3. **Políticas Sistémicas:** Estas políticas puestas en práctica son operativas, sirviendo de aprovechamiento para solucionar fallas en la coordinación de las políticas anteriores, y que no habían complementado una correcta adaptación. Por lo tanto, progresivamente se debe

ir brindando un acompañamiento jurídico de sus posibilidades y limitaciones entre los actores del ecosistema cultural con industrias tradicionales o bien entre las diferentes industrias creativas.

4. **Políticas de formación de capital humano:** Esto se logra a través de la coordinación y articulación de los sistemas educativos, con programas de capacitación en carreras STEAM para nuevas empresas o emprendimientos creativos que sirvan como estrategia de formalización del sector, de mecanismo de integración socio-económico que sea expandible, de interés para la inclusión y desarrollo de la sociedad como recurso vital.

Esto trae una serie de beneficios al crear una fuerza laboral creativa cualificada, que certifican las habilidades de los trabajadores, permite mejorar salarios, asimismo aumenta la capacidad de investigación sobre el sector cultura y es una fuente de estímulos hacia la demanda a largo plazo de bienes y servicios con un valor cultural de interés nacional e internacional.

4.4.2 Oportunidades de la Adaptación.

El empleo es sin duda una de las oportunidades de mayor relevancia en la implementación de la Economía Creativa, esto debido a que cuando existe una identidad cultural desde un punto geográfico específico, la población se identifica con las prácticas y de ahí derivan una serie de oportunidades que brindan desarrollo económico directo e indirectamente. Es aquí donde se crean una serie de emprendimientos que, aunque no estén cuantificados si tienen un factor de beneficio que viene desde lo social hasta lo económico.

Por citar un ejemplo, en Aserrí se celebra desde el 2003 la Feria del Tamal, debido a que en esta zona se concentran una gran cantidad de fábricas dedicadas a la elaboración de tamales para consumo de otras regiones, por lo que a finales de octubre en estas ferias se concentran otros negocios, hay actividades culturales como cimarronas, payasos y artistas que hacen pasacalles para el goce y entretenimiento de sus visitantes; esto hace ver esta región al sur de San José como una zona de alto valor cultural.

(Sicultura, 2013).

Desarrollo urbanístico a través de distritos creativos, implementado una planificación de rehabilitación de antiguas áreas industriales, suburbios residenciales (Comuna 13 en Medellín, Colombia), edificios patrimoniales como el Edificio Steinvorth en el centro de la capital, la FANAL (actualmente el MCJ), la Casa Verde (Barrio Amón), etc. Además, esto provoca que muchas empresas pequeñas y medianas tengan interés en acercarse a estos clústeres en los centros de las

ciudades, y sumado a esto, la disponibilidad de transporte público o uno sostenible por la cercanía resulta sumamente atractivo.

Fomentan la seguridad ciudadana, en la mayoría de los casos en donde se desarrollan clústeres creativos o un ecosistema anteriormente han sido zonas peligrosas, de riesgo social; en donde la delincuencia, el analfabetismo, las drogas y hasta la prostitución han sido las que predominan en ambiente de las personas, por lo que la inseguridad marchita el talento y a las jóvenes promesas. La promoción cultural en estos puntos es estratégicamente favorable ya que diluye estas prácticas y en muchos casos de grandes talentos han surgido de estas zonas, el apoyo y formación en nuevas prácticas que generen un impacto social.

La gestación de ciudades creativas provee una serie de beneficios que van de la mano con la asociatividad entre creadores dentro de un ecosistema creativo, entre los cuales se destacan:

1. Promueven sectores creativos, desarrollando una serie de marcas locales identificadas por características en común.
2. Permite compartir recursos entre emprendimientos y disminuir costos individuales.
3. Visibiliza el trabajo colectivo y se mejoran las oportunidades de acceder a financiamientos de tipo: préstamos bancarios, capital de riesgo, inversionistas independientes – privados, crowdfunding (pequeños aportes provenientes de diferentes personas con un fin de creación cultural).

Existen a su vez, una serie de ventajas en lo que equivale a la asociación de emprendedores y de empresarios creativos a las instituciones dedicadas al fomento del comercio y de las exportaciones como lo son el Comex y el Procomer en Costa Rica, ver a continuación:

1. La conexión con potenciales clientes de otras industrias, mercados o regiones.
2. Asesoría y un seguimiento en la apertura de nuevos emprendimientos y la promoción de sus bienes y servicios.
3. Apoyo en la búsqueda de financiamiento a los emprendimientos.
4. Beneficios tributarios que sean adjudicados dentro de los rubros actuales, de lo escrito a la práctica, estas exenciones fiscales son favorables al inicio para captar empresas y emprendimientos creativos.

Estimular la creación de acciones denominadas Bottom-up (de abajo hacia arriba), las cuales se caracterizan por ser intervenciones desde la sociedad civil, a través de actores públicos y privados. Estas acciones tienen la ventaja de que se originan desde los intereses y necesidades de

un pueblo o una comunidad, lo que aumenta el compromiso y la sostenibilidad cultural hacia una necesidad o fin por cumplir, son de bajo costo lo que permite probar conceptos (prueba-error) que es vital en la creación, antes de intervenir en soluciones o dinámicas comerciales permanentes.

Asimismo, la práctica de las artes, de la cultura y la creatividad, también hace que los jóvenes desarrollen habilidades blandas, como lo son la negociación, el trabajo en equipo, la resiliencia, la empatía, la capacidad de asumir cierta clase de riesgos, el relacionarse con diferentes personas, etc. En otras palabras, se podría decir que estas actividades hacen de la cultura como un puente de entendimiento y de solidaridad en el ser humano, los beneficios de unos son también los beneficios de otros.

La Economía Naranja como un ecosistema es capaz de proporcionar para su correcta dinámica comercial, los siguientes factores:

- Mentorías.
- Asesorías para el escalamiento dentro de la industria.
- Acceso a promotoras de comercio.
- Fortalecer propuestas de valor cultural.
- Acceso a nuevos inversionistas.

4.4.3 Limitantes de la Adaptación.

Conocer las limitantes de una adaptación sostenible de la Economía Naranja, puede significar un parámetro de suma importancia para esta investigación; esto va a representar un indicador de las falencias sistémicas y en las instituciones involucradas. A través de esto, se podrán formular mejores recomendaciones, o bien nuevas reformas y proyectos de ley bajo un contexto detallado de sectores debilitados, a la vez de temáticas en las cuales hay que generar una mayor participación y atención por parte del Estado.

Limitantes de conocimiento y tecnología. Se presenta una deficiencia en la creación de redes de apoyo, bootcamps (cursos intensivos que forman aprendidos en las competencias necesarias para empezar a trabajar), plataformas digitales de contenido sobre Economía Naranja, portafolios de creadores actualizados y promocionados a los consumidores, además de una carente educación e información en el tema para emprendedores creativos.

Se han ofrecido becas que se han perdido por desinformación, falta de promoción y publicidad; o están enfocadas en temas que son de innovación y tecnologías modernas, pero no en

función a sectores productivos culturales, como la creación de software para videojuegos, producción audiovisual, entre otros; que son de los principales recaudadores económicos de la Economía Naranja.

Si en un programa de promoción de la Economía Creativa no tiene como meta fortalecer las capacidades productivas de emprendimientos creativos, en este sentido es muy desfavorable mejorar la productividad, si no ofrecen algún tipo de acompañamiento con el apoyo de mentorías de expertos en el tema, articulación coordinada de diferentes instituciones que permitan elaborar planes de negocio congruentes con las nuevas tendencias comerciales y el reordenamiento económico global dirigido en innovación y desarrollo.

Limitantes físico-geográficas. Hay una escasez en instaurar la creación de espacios que se consideren ciudades creativas, en donde exista un ecosistema que interconecte actores creativos, consumidores y diferentes empresas con un valor cultural, creativo, innovador y relacionado principalmente en la promoción y desarrollo de actividades artísticas y de un alto valor social.

En la capital San José, hay algunos barrios que se han identificado por este tipo de iniciativas tales como el Barrio Amón, con su proyecto Amón Cultural, en donde se gestionan diferentes actividades artísticas, donde interactúan artistas y público en general con la intención de participar de toda su agenda cultural para darle una imagen diferente al lugar, que es también reconocido por la prostitución.

Limitantes económicas. Existe un impuesto de venta el cual presenta un valor muy alto e inflexible en comparación con otros sectores productivos, además impuestos de renta, servicios públicos, cargas sociales, etc. En la entrevista al señor Javier Porras López (2023), Gestor Tributario y de Información del Ministerio de Hacienda, explica que:

No hay interés en desarrollar la cultura o idiosincrasia del pueblo, hay interés en la construcción, el comercio, el turismo; el interés está desarrollado solo en obtener capital, no en los beneficios hacia algunos sectores que no aportan un valor significativo a las arcas del Estado, se le da interés a los sectores que tienen un mayor valor económico. Motivo por el que no pasa de ser una ley del papel hacia una realidad como tal.

Se encauzan una falta de estímulos económicos para abarcar un grupo mayor de creadores creativos. En la comercialización de los bienes y servicios creativos, existen una serie de costos que no están siendo amortizados que son de circulación y de distribución (grupos, bandas, etc.), que dificultan la expansión hacia nuevos mercados; esos costos son vinculados a la movilización

de personas, materiales y escenografías en diferentes puntos del país, por ejemplo: las artes escénicas, circenses, coros, entre otros.

Limitantes financieras. Capital propio, fuentes de deuda: obtención de créditos a medio y largo plazo, obtención de préstamos representan un alto riesgo, ausencia de avales y garantías, falta de historia crediticia, carácter intangible, montos bajos de crédito, plan de negocio que no sea logrado testear apropiadamente. Inversión de capital presenta un mayor riesgo, a menos que su retorno sea atractivo. Crowdfunding como mecanismo de financiación colectiva para hacer proyectos.

Muchos emprendimientos se enfrentan con barreras a la hora de acceder a préstamos para financiar proyectos del sector creativo, y que condicionan, así como limitan la producción y la concreción de ideas que pueden ser de gran valor creativo y de innovación, algunas de estas barreras son el resultado de:

1. La naturaleza intangible de muchos de los bienes y servicios creativos.
2. La ausencia de un plan de negocios previamente testeado.
3. La carencia de garantías (retornos) sobre los préstamos.

Para la banca tradicional, el financiamiento de actividades creativas se suele considerarse de alto riesgo debido al desconocimiento en ese tipo de negocios de valor cultural, a su vez de la intangibilidad que muestran los bienes y servicios. Esa dificultad de darle un valor a la producción de sectores creativos indica una clase de desinformación de los alcances de los que la industria es capaz de captar o de monetizar.

Limitantes sociales y culturales.

Los creadores se enfrentan a una serie de desafíos para lograr incorporarse a cadenas de valor creativas, muchas de las causas principales vienen siendo a raíz del entendimiento de toda la logística y mediación que hay que ir enriqueciendo desde el aprendizaje y la capacitación adecuada, causas entre las cuales se encuentran:

1. Falta de conocimiento de los nichos de mercado.
2. Falta de conexiones y asociabilidad para vincularse con otros actores del Ecosistema creativo.
3. Falta de conocimientos de negocios y de marketing.
4. Falta de definir una audiencia y conectar con ella.
5. Flujo deficiente del capital.
6. Mala planificación financiera.

Así mismo, también presenta carencias en relación a la omisión del mercado y a los medios que han tenido que emplear los actores creativos para poder mantenerse produciendo, mencionadas a continuación:

1. Ausencia de reconocimiento de la diversidad cultural.
2. Ausencia de una visión integral del patrimonio cultural.
3. Alto nivel de informalidad de las actividades productivas del sector creativo.

Estas ausencias demuestran la falta de promoción y estímulo a la dinamización económica de la cultura, en razón a una asimetría de información que termina afectando la industria cultural y creativa. Usualmente se considera a la cultura como un “bien de mérito o entretenimiento de la sociedad”, esto es evidencia de que no existe una consciencia del beneficio que los bienes culturales proveen, tanto para los consumidores como para la sociedad en toda su unidad.

Otra evidencia que arroja esta problemática, es que las personas en su gran mayoría no cuentan con la información y educación necesaria para desarrollar el gusto y aceptación por las artes; lo que provoca que haya una desvalorización del sector cultural y de esta manera es muy difícil que los posibles consumidores consuman o inviertan en bienes creativos, factor que sin duda afecta el proceso de desarrollo económico y comercial de los sectores productivos, el cual debe ser considerado a la hora de diseñar e implementar políticas públicas de promoción de la Economía Naranja.

Limitantes de gobernanza e institucionales.

Los cambios de gobierno son una de las principales causas de no darle una continuidad a proyectos o políticas destinadas a la promoción cultural y creativo de un país o de un municipio. Lo que puede provocar que no se termine de consolidar una identidad cultural y clústeres creativos a causa de democracias frágiles, lo que se puede denominar como una falla operacional.

Estas fallas operacionales se producen cuando se priorizan una serie de intervenciones con resultados a corto plazo que no son eficaces ni tangibles, como una inconsistencia en la dinámica operacional de las instituciones. Esto se debe a causa de a un conflicto de intereses entre la máxima figura de autoridad institucional y los colaboradores agentes de la promoción cultural.

Por un lado, existe una falta de estructura competitiva económica a nivel comercial, esta pasividad se debe a una serie de vicios sistémicos como lo son: sistemas educativos débiles y desactualizados, falta de infraestructura adecuada, burocracia excesiva en la tramitología que va

desde iniciar un nuevo negocio, protección de los derechos de autor y una alta tendencia por la corrupción.

Por otro lado, la cultura se encuentra desatendida por el gobierno de Costa Rica, no es vista como motor del desarrollo y no hay suficiente estímulo para la dinamización económica de la cultura lo que provoca una institucionalidad del sector cultural dispersa y desactualizada, un marco jurídico heterogéneo y desarticulado, contradicciones entre diferentes directrices de carácter sectorial, regulación de programas e instituciones, y una insuficiente asignación de recursos en la gestión pública de cultura.

Asimismo, dentro de la práctica de la Economía Naranja se encuentran una serie de problemas de coordinación institucional, esto debido a una serie de ineficiencias sobre la estrategia de los programas, descoordinación e incompetencia entre las instituciones del Estado para promover la creación, acompañamiento y realización para la promoción de los sectores culturales y sociedad al corto plazo.

Se establecen leyes que no son relevantes y están escasamente establecidas lo que las hace inaprovechables para el sector cultural o creativo, (al menos en su gran mayoría, porque si hay casos de sectores de las artes que tienen algún tipo de ventaja o beneficio tributario o de otra clase por ley, pero es circunstancial y de mucha tramitología; inclusive entre diferentes instituciones). En palabras de Javier Porras (2023), se explica las circunstancias que condicionan esto anterior: Este es un tema político que viene desde los legisladores que instituyen las leyes, y los impuestos tienen categoría de ley. En el código de normas se establece que únicamente una ley puede poner o quitar un impuesto o una excepción, es decir solo en la Asamblea se puede hacer esto y luego en el Ministerio de Hacienda se ejecuta. Lo que sucede es que no hay voluntad política para darle un beneficio al sector cultural, porque no hay visión para eso; vista desde un todo, es decir un poder legislativo como un poder del pueblo, lo complejo de esto es que pase los filtros de aprobación y una serie de leyes que están por delante, unido a esto que el poder ejecutivo no la rechace o la vete.

La falta de regulación del sector creativo en cuanto a la deficiencia de las metodologías de medición y llevar las leyes a la práctica, en razón de una omisión y un inexistente interés en desarrollar la cultura o idiosincrasia del pueblo, hay interés en la construcción, el comercio, el turismo; el interés esta desarrollado solo en obtener capital, no en los beneficios hacia algunos sectores que no aportan un valor significativo a las arcas del Estado, se le da interés a los sectores que tienen un mayor valor económico.

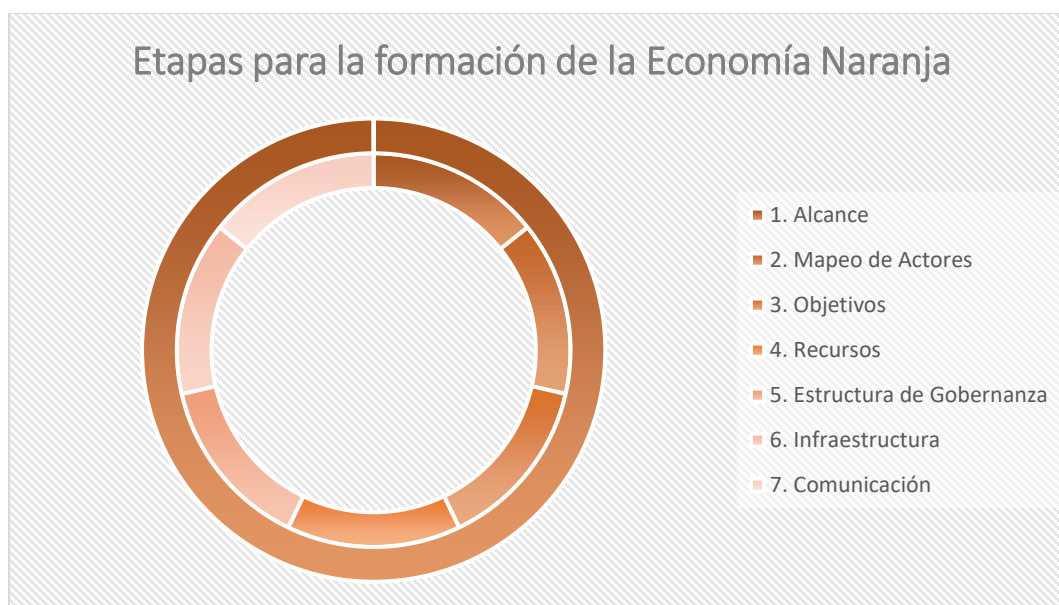
4.4.4 El rol de la Economía Naranja en el comercio de bienes y servicios.

Para que la Economía Naranja alcance su máximo potencial se requiere de todo un ecosistema creativo en donde su ubicación geográfica, su idiosincrasia que es un factor de distinción para cada clúster creativo, y de un ambiente de promoción donde se pueda acceder a diferentes bienes y servicios con un alto valor cultural y abrir nuevas posibilidades tanto para creadores como para sus consumidores.

La creación de *streamings* que son una clara oportunidad para mostrar una identidad cultural específica, promover la innovación bajo nuevas formas de hacer las cosas desde los procesos, sus bienes y sus modelos de negocios; crear estímulos en creatividad que representen un proceso o un acompañamiento a los emprendedores, encontrar vías de financiamiento a proyectos culturales y elementos en común, tales como:

- Generación de actividades productivas.
- Protección de los Derechos de Propiedad Intelectual.
- Presencia en cadenas de valor – Transformación de ideas en productos.
- Proteger a los creadores de bienes y servicios del sector creativo vulnerables de la Economía Naranja, tales como Artes Visuales, Publicidad, Artes Escénicas, Danza entre otros, con incentivos económicos y financieros.

Figura N.8: Etapas para la formación de la Economía Naranja



Fuente: Elaboración Propia.

Según el gráfico anterior para poder aplicar la Economía Naranja de manera óptima y antes de empezar a generar productos o servicios culturales es necesario definir como trazar una ruta que sea concisa e integral; para que cada etapa sirva de apoyo, generando una respuesta que sea de beneficio y desarrollo para la zona geográfica en donde se quiera implementar que haya gestores culturales y espacios sostenibles dedicados tanto para artista como para sus consumidores.

De esta manera, el poder analizar e interpretar los alcances del proyecto es esencial, ya que se puede conocer los sectores que serán involucrados, los beneficios económicos que se pueden llegar a percibir a través de la cuenta satélite de cultura como parámetro inicial reflejado en el PIB, el análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), instrumentos de planificación estratégica para definir el contexto del proyecto como con el PESTEL que analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos; que pueden influir en su viabilidad y factibilidad.

Una vez definido lo anterior, es necesario mapear cuáles serán los actores involucrados que serán los que tengan interacción tanto directa como indirectamente; en este contexto es necesario definir la población meta, los consumidores, los artistas, empresas, emprendedores, las instituciones legisladoras, promotoras, reguladoras, educadoras, financieras, así también las que se encarguen del tema de protección de los derechos de autor y de propiedad intelectual, entre otras.

El definir los objetivos para cada actor es necesario ya que todos tienen una misión distinta en este acople naranja, de esta forma se logra entender el rol que debería cumplir cada uno para los diferentes sectores productivos y articuladamente definir las intervenciones y las responsabilidades que tendrán dentro del ecosistema creativo. Esto aumenta el compromiso y la sostenibilidad dándole un seguimiento a lo que se establece versus lo que se logra en el camino.

Claramente todo esto significaría un aumento y un manejo diferentes de los recursos disponibles del Estado, por lo que establecer un presupuesto de acorde al gasto público y que no afecte con otros fondos destinados a otros sectores es fundamental. Esto se logra con una estructura de gobernanza robusta, en donde contar con un marco jurídico dedicado a la implementación ordenada y sistematizada para saber en qué terreno pueden actuar los diferentes sectores.

A su vez destinar de una infraestructura que está ligada a lugares apropiados que generen diferentes clústeres creativos, ciudades creativas que cuenten con transporte público accesible y dinámico, es necesario para poder motivar a los consumidores a interactuar con estos espacios, sentirse identificados con la zona geográfica, crear una identidad cultural y que finalmente sea una

forma transitable de obtener estos bienes y servicios e ir creando una demanda enfocada hacia el alza dentro de un ecosistema innovador.

Para que estos consumidores puedan conocer de lo que representa la Economía Naranja, del desarrollo sociocultural y económico que se puede alcanzar, y a su vez conseguir ser parte de esta economía, es un pilar fundamental una adecuada comunicación a través de los medios digitales (internet, redes sociales, televisión, radio, etc.) que provoque que se alcance una gran proporción de la población y paulatinamente se distribuya a todos los rincones tanto de la ciudad como del país.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

Para efectos de expresar los resultados obtenidos en el desarrollo de esta investigación, es necesario poder entregar una perspectiva realista y bien representada en los puntos que fueron de gran relevancia para la materia en objeto; y que son de interés para poder sintetizar el contenido de manera puntual y concisa. Sirviendo así, de apoyo e introspección para su correcto entendimiento, se plantean a continuación las siguientes conclusiones:

Según la pregunta de investigación de este trabajo, las posibles repercusiones de las políticas comerciales de Costa Rica bajo la aplicación que se le dé a la Economía Naranja en los diferentes sectores productivos, de cara a un reordenamiento económico a nivel global; son las de dotar a los sectores productivos de innovación y competitividad ante los mercados internacionales; de desarrollo e integración institucional, son las de una mayor rentabilidad y de capital para inversión; además de un desarrollo humano, infraestructural y un bienestar colectivo.

El impacto de la Política Comercial que sufre la economía actual, con base en la transición del Comercio Internacional; es una realidad dentro del marco jurídico, pero se muestra enlentecida en el contexto protagónico de la Economía Naranja en función de sus sectores de producción. Este es un análisis de la situación en la que las políticas nacionales se ajustan en la práctica dentro de la dinámica internacional, lo que representa percibir mejores beneficios económicos de los que se perciben en la actualidad.

La transformación que sufre la economía actual, con base en la transición del comercio y las políticas de Costa Rica bajo una nueva fase globalizadora del sistema-mundo es incipiente en el contexto que plantea y promueve el Banco Interamericano de Desarrollo para sus países miembros; no obstante, aún se mantiene lejos de cómo se desenvuelve una economía aplicando los conceptos de la Economía Naranja.

Los sectores productivos y reguladores en materia a una reactivación económica basada en la Economía Naranja han sido identificados en esta investigación, lo que hace falta es poder crear un dialogo nacional entre estas instituciones gubernamentales y el sector privado; con el fin de poder responder de mejor manera ante nuevos factores y amenazas de futuras crisis en el Sistema Internacional; de modo que todos estos sectores tengan un protagonismo en función a los objetivos del país.

Las políticas comerciales pueden generar un incremento significativo del PIB nacional en razón a que se incorporen iniciativas de innovación en Economía Naranja entre los diferentes sectores productivos, que son de interés representando una alta rentabilidad y retorno al país. Este impacto económico y social puede resultar a futuro si, mediante el dialogo del sector comercial y la estrategia política del gobierno de la República de Costa Rica encuentran los sectores productivos que mayor financiamiento y seguimiento se les debe de otorgar.

Para enfrentarse a un reordenamiento económico global, es vital la aplicación de la Economía Naranja como una práctica adoptada por el gobierno y el sector privado; esto es el equivalente a una herramienta de desarrollo e innovación a nivel comercial y social. Para que esto suceda se debe de financiar y educar una mano de obra especializada, actualizada y robusta; que se muestre competitiva en el dominio y promoción de las tecnologías modernas.

Las iniciativas de desarrollo de Economía Naranja descansan de primera mano en el gobierno y el sector público en el Ministerio de Cultura, desde formular las políticas y gestionar los procesos de engranaje dentro de los otros sectores productivos de la economía. Por lo tanto, realizar un diagnóstico a lo interno de Costa Rica, va a permitir encontrar los enlaces y actores que son necesarios para su aplicación; así como como los obstáculos que existen que impiden el acceso a este flujo de innovación y desarrollo.

Para que la Economía Naranja alcance su máximo potencial se requiere de todo un ecosistema creativo en donde su ubicación geográfica, su idiosincrasia que es un factor de distinción para cada clúster creativo, y de un ambiente de promoción donde se pueda acceder a diferentes bienes y servicios con un alto valor cultural; es decir, abrir nuevas posibilidades tanto para creadores como para sus consumidores.

Es evidente que en el Estado hay fallas en situaciones en el régimen de incentivos y el marco legal que regula la intervención pública no es consistente con los objetivos que se buscan. Existe así de esta manera una incongruencia entre los objetivos de intervención y quienes son los encargados de ejecutar las leyes efectivamente.

Hoy vemos que las empresas que más valor presentan en el mercado mundial y los países que más crecen económicamente. Son aquellos se basan sus cadenas de producción principalmente en contenidos creativos. Por lo tanto, es de suma relevancia la aplicación de la Economía Naranja en función de competir en los mercados internacionales y obtener beneficios económicos y culturales producto de una adecuada implementación.

Los cambios de gobierno son una de las principales causas de no darle una continuidad a proyectos o políticas destinadas a la promoción cultural y creativo de un país o de un municipio. Lo que puede provocar que no se termine de consolidar una identidad cultural y clústeres creativos a causa de democracias frágiles, lo que se puede denominar como una falla operacional.

Existe una falta de estructura competitiva económica a nivel comercial, esta pasividad se debe a una serie de vicios sistémicos como lo son: sistemas educativos débiles y desactualizados, falta de infraestructura adecuada, burocracia excesiva en la tramitología que va desde iniciar un nuevo negocio, protección de los derechos de autor, y una alta tendencia por la corrupción.

La cultura se encuentra desatendida por el gobierno de Costa Rica, no es vista como motor de desarrollo y no hay suficiente estímulo para la dinamización económica de la cultura lo que provoca una institucionalidad del sector cultural dispersa y desactualizada, un marco jurídico heterogéneo y desarticulado, contradicciones entre diferentes directrices de carácter sectorial, regulación de programas e instituciones y una insuficiente asignación de recursos en la gestión pública de cultura.

Dentro de la práctica de la Economía Naranja se encuentran una sucesión de problemas de coordinación institucional, esto debido a una serie de ineficiencias sobre la estrategia de los programas, descoordinación e incompetencia entre las instituciones del Estado para promover la creación, acompañamiento y realización para la promoción de los sectores culturales y sociedad al corto plazo.

Los creadores se enfrentan a una serie de desafíos para lograr incorporarse a cadenas de valor creativas, muchas de las causas principales vienen siendo a raíz del entendimiento de toda la logística y mediación que hay que ir enriqueciendo desde el aprendizaje y la capacitación adecuada, las conexiones con nuevos clientes o consumidores, escasa ayuda financiera, así como conexiones con otros profesionales creativos.

El fracaso de los emprendimientos creativos se debe muchas veces a la falta de una adecuada y concisa comprensión del mercado, además de un flujo deficiente de capital para poder invertir en bienes y servicios, y de una mala planificación financiera que no permite lograr un alcance mayor de lo que se espera sea lo ideal, para que estos emprendimientos puedan no solo consolidarse, sino de crear una serie de clústeres dedicados al sector cultural.

Los emprendimientos en la banca nacional y privada se enfrentan a una serie de barreras para lograr acceder a préstamos; esto se debe a que se desconocen sus beneficios económicos en

razón a una intangibilidad de los bienes y servicios creativos, por la ausencia de un aval de retorno o garantía de negocio y por la ausencia de conocimientos anteriores sobre el modelo de negocio presentado por los actores creativos pertenecientes a la Economía Naranja.

Existe un sistema educativo débil e incongruente con las necesidades del Estado, además de que poseen una infraestructura inadecuada en muchos casos, una descoordinación entre el sistema productivo y el sistema educativo que no canaliza de manera correcta las demandas del mercado y lo que perjudica enlenteciendo a nivel progresivo la competitividad del país con referencia a otros mercados regionales e internacionales.

El incentivar y lograr incorporar nuevas tecnologías a las cadenas de producción de bienes y servicios ya sea creativos o en general, trae una serie de beneficios consigo, tales como optimización de los procesos de producción, mejora la competitividad, genera una mayor visibilidad en los mercados y puede llegar a ampliar los canales de venta dentro de las plataformas digitales.

En una coyuntura actual en el mundo donde la innovación es sinónimo de rentabilidad y beneficios para la sociedad, es trascendental no limitar el sistema comercial y económico, sino de darle las herramientas necesarias para que puedan desarrollarse los diferentes sectores productivos y fusionarse en una dinámica que se denomina globalización; aún es imperante a pesar de graves signos de crisis global. Sin embargo, para lograr esto se necesita que exista una alta competitividad que permita alianzas internacionales y transmisión de conocimientos para todos los involucrados.

Las crisis económicas, sanitarias y guerras bélicas someten a la aldea global a una contracción económica y a una recesión, en donde influye como un efecto domino. Sin embargo, los países que se han adaptado de mejor manera y han resistido estos acontecimientos han sido economías, donde se ha innovado en la oferta de bienes y servicios, compitiendo y diferenciándose de los demás competidores gracias a la creatividad aplicada a sus cadenas de producción, de ahí la gran importancia que tiene la Economía Naranja para todos los sectores comerciales.

Las industrias creativas y culturales, se fundamentan principalmente en la generación de nuevo conocimiento y la transmisión del mismo, lo que es un factor de peso ya que contribuye al crecimiento económico, la creación de nuevos empleos con una especialización, y además son un promotor esencial en la transmisión de la identidad cultural a la población, lo que provoca un sentimiento integral de pertenencia y de fomento al desarrollo, así como de bienestar social.

El impacto de las Políticas Comerciales de Costa Rica, en conjunto con los sectores productivos que comparten un diálogo comercial, estratégico, y de desarrollo en los beneficios a futuro que sean obtenidos a través de la innovación resultado de la Economía Naranja, son reales si se consolida un plan de acción que sea determinante y, de hecho, en donde se apliquen puntualmente los fundamentos que se consolidan como ley, pero que muchas veces no son de utilidad per se.

La aplicación de la Economía Naranja como herramienta que pueda converger en una práctica adoptada, fundamentado en el dominio y promoción de tecnologías modernas, para enfrentarse a un reordenamiento económico global, es una forma de apostar en la innovación, la promoción exportadora; siendo así, una manera de enfrentarse a las turbulencias de las arenas políticas y comerciales; por lo que ampliar la visión y entender mejor este fenómeno naranja bajo el desarrollo articulado podría significar que sea sinónimo de fortalecimiento comercial y desarrollo humano si se llega a aplicar en los diferentes sectores económicos.

5.1 Recomendaciones

En el periodo 2019-2022 poder implementar la Economía Naranja en el país es una tendencia que va teniendo sus tintes, lo que pinta como una solución de progreso y desarrollo socio-económico; sin embargo, en la práctica llega a caer en ciertos sesgos y desinformación. Para que su funcionamiento sea sostenible y progresivo es necesario crear una conciencia generalizada en la población y en las empresas de sus beneficios, de los aportes que esta pueda tener en una economía. Para poder acercarnos a esta realidad se presentan una serie de recomendaciones a continuación:

1. La Dirección General de Presupuesto Nacional, en coordinación con la Tesorería Nacional, elaborará la programación financiera de establecimiento y la ejecución de un presupuesto nacional de acorde al gasto público; que no afecte con otros fondos destinados a otros sectores es fundamental. No obstante, si se implementara la Economía Naranja de manera generalizada, en donde los diferentes actores puedan fiscalizar los gastos de modo que no afecten a nivel económico a los sectores creativos; es sin duda esto sinónimo de desarrollo y sostenibilidad del ecosistema.
2. Asimismo, en las grandes, medianas y pequeñas empresas, se debe poner en práctica el proceso creativo como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sustituyendo “Social” por “Cultural” (RCE), ya que la cultura implica la actividad social per se; enfocado el término aplicado a la observación, exploración, creación y la reflexión de la sociedad; con

la finalidad de ver los sistemas de producción desde diferentes perspectivas, entendiendo los límites que existen de cada punto de vista y de esta manera ir transformando conceptos e ideas en soluciones innovadoras y de beneficio integral.

3. Por lo tanto, es importante formalizar una política de financiamiento desde las bancas, una infraestructura en la oficina de Patrimonio del MCJ, una formación de capital humano en el MEP y el INA coordinados, bajo conocimientos técnicos y financieros, CINDE y Mideplan en la producción e innovación, y el COMEX junto al Procomer en un asesoramiento al sector cultural para la exportación y apropiación de bienes y servicios; esto para darle un cauce económico a las diferentes cadenas de valor, provocar un retorno económico y proporcionar de una rentabilidad a los sectores creativos del país.
4. Integrar la economía creativa a la política económica sería una realidad concreta, si se ajusta un marco jurídico de acuerdo a las necesidades reales del sector creativo, de esta manera obtener una imagen real del tamaño de la industria del entretenimiento en el país. Con la meta posterior de poder realizar regulaciones y proporcionar garantías fiscales o tributarias a las empresas que deciden crear, participar, financiar o promover las prácticas culturales y también poder generar proyectos en coordinación al Plan Nacional de Desarrollo Cultural.
5. La creación del servicio de *streamings* por parte del gobierno y de sus instituciones públicas y empresas privadas son una oportunidad viable para mostrar una identidad cultural específica, promover la innovación bajo nuevas formas de crear actividades desde los procesos, sus bienes y sus modelos de negocios, crear estímulos en creatividad que representen un proceso o un acompañamiento a los emprendedores, así como de encontrar vías de financiamiento a proyectos culturales y elementos en común.
6. Se recomienda destinar una infraestructura integral que esté ligada a lugares apropiados para generar clústeres creativos, ciudades creativas que cuenten con seguridad ciudadana, transporte público accesible y eficaz, con el fin de motivar a los consumidores a interactuar con estos espacios, sentirse identificados con la zona geográfica, crear una identidad cultural y finalmente, esto sea una forma transitable de obtener estos bienes y servicios e ir creando una demanda enfocada hacia el alza dentro de un ecosistema innovador.
7. Para fomentar las interacciones del ecosistema creativo es necesario adoptar nuevos métodos de conocimiento técnico, habilidades empresariales, plataformas empresariales, plataformas digitales y redes sociales, medios de comunicación, fuentes de capital y

créditos amigables, asociaciones profesionales reconocidas por las entidades gubernamentales y la creación de plataformas de colaboración y comercialización de los bienes y servicios culturales.

8. Para que San José como capital logre catalogarse como una ciudad creativa a través de la Municipalidad de San José, en la cual deben identificarse primero espacios con potencial creativo, con un valor patrimonial e historia, localización geográfica favorable, lugares que cuenten con grandes extensiones para diversificar sus proyectos, y contar con un transporte público que permita el fácil acceso y salida de su población.
9. Asimismo, se deben de proporcionar espacios regulados (ferias semanales, epicentros culturales como parques) para los creadores que faciliten la interacción entre sus consumidores con el fin de estimular la creatividad y atraer una diversidad de público ideal para diferenciar la oferta de bienes y servicios, ya que de esta manera la creatividad y la innovación tendrían un espacio ideal para darle una identidad cultural a dichos espacios.
10. Por una parte, se requiere de políticas públicas dirigidas al fomento continuo (perdurable en el tiempo) de interacciones entre actores creativos y el uso de tecnologías; para poder a su vez reducir las barreras a la innovación y al emprendimiento. Que brinden una infraestructura y un entorno digital para la sostenibilidad de los ecosistemas creativos y la creación de contenido para poder participar de manera competitiva en nuevos mercados como el audiovisual, videojuegos, cinematográficos y fonogramas.
11. Por otra, se requiere el potenciar la inclusión social de sectores de riesgo con poblaciones vulnerables, donde los jóvenes o mujeres sin educación formal puedan manifestar una actividad económica con oficios atractivos, esto mediante la creación de subsidios o subvenciones públicas, becas o programas de desarrollo social comunitario. Además, incluir sectores de la población que son excluidos por condiciones de libertad, condiciones físicas, de salud o psicológicas.
12. De igual manera, se deben de incorporar la implementación de servicios tecnológicos en línea a los emprendimientos creativos en los procesos de producción, distribución de los bienes y servicios que ofrecen al mercado y en la protección de la propiedad intelectual y derechos de autor, ya que esto puede favorecer los alcances del sector creativo, promover a su vez una competitividad agresiva para poder participar de mercados internacionales.

13. Entonces, es necesario optar por una asociatividad entre actores es un pilar dentro de los ecosistemas creativos, para lograr de esta forma promover el territorio creativo, desarrollar una marca local. Además, les permite compartir recursos, disminuir costos individuales de producción y promoción, visibilizar el trabajo colectivo y así mejorar las oportunidades de tener acceso a préstamos y financiamientos.
14. En cuanto a las instituciones costarricenses que se encargan de promover y el asesoramiento en la exportación de bienes y servicios del país (Comex, Procomer, esencial Costa Rica, entre otros.), deben de trabajar de manera articulada con otras instituciones y poderes del Estado para lograr posicionar la marca país de manera más visible y de garantía de calidad a sus futuros consumidores.
15. Para fomentar el desarrollo del Ecosistema Creativo, resulta más eficiente seleccionar un conjunto integral de políticas públicas diseñadas para adaptarse a las necesidades del mercado tanto nacional como internacional en contexto. Esto implica revisiones de los resultados cuantificables en la Cuenta Satélite de Cultura y su efecto en el Producto Interno Bruto del país y en la Balanza de Pagos; para de esta manera poder analizar el panorama completo de su aplicación, las facultades que estas políticas otorgan, o bien, sus limitaciones en su operación.
16. Si se logran corregir algunas de las deficiencias sistémicas a nivel gubernamental y se invierte en promover, capacitar y robustecer de mano de obra calificada, se pueden obtener mejores resultados al participar en los mercados internacionales, podría generar una ventaja comparativa al especializar diferentes industrias junto con las industrias creativas. Especialmente si se emplean medios tecnológicos en el proceso de transformación que creen un valor adicional en toda la cadena productiva.
17. Es importante señalar que, no es recomendable que el Ministerio de Cultura y Juventud sea la única institución en la que descansa todo el proceso de gestión de la Economía Naranja, ya que este ministerio tiene una serie de limitantes no solo en el presupuesto, sino también en su coordinación y relevancia con el Poder Legislativo; por lo que una posible solución sea que esta dinámica se traslade articuladamente entre instituciones públicas y privadas que promuevan, y dan seguimiento a nuevos emprendimientos y que buscan fomentar las exportaciones de bienes y servicios, así como otras que tienen una visión de desarrollo e innovación.

18. Asimismo, se deben de crear estímulos llamativos (cajas de compensación, exoneraciones más ágiles de tramitología, etc.), para que los creadores creativos, emprendimientos culturales y empresas públicas tanto como privadas aporten y contribuyan a la expansión cultural dentro del territorio nacional, creando programas de desarrollo cultural, financiamientos, beneficios tributarios progresivos al participar de la Economía Naranja; dando lugar a ecosistemas creativos, clústeres y una capital considerada de innovación.
19. Costa Rica tiene el rol de financiar el estímulo del comercio y proveer un marco jurídico que sea permisivo hacia una oportunidad de ingresar a una libre competencia de las empresas nacionales, como la protección de derechos de propiedad o intelectuales, intermediar en los procesos de capacitación y sectorización del sector cultural, crear una serie de programas y subsidios económicos para los creadores, en donde la competencia sea solo un incentivo para la creación.
20. Para los sectores y creadores creativos es necesario que no se distancien del arte y la cultura, ni de la producción de bienes y servicios. Contrario a esto, es crucial que se acoplen a las dinámicas comerciales y económicas del país, para poder transmitir la innovación y la creatividad de la mano de otros sectores productivos, generar un país que no solo sea reconocido por el turismo y su dominio de los idiomas; sino también por la creación de nuevos productos que se destaquen en las arenas comerciales internacionales.
21. Las futuras investigaciones en materia de Economía Naranja, es necesario enfocarse en la aplicación de los sectores creativos dentro de los sectores productivos del país, enfocarse en crear las valoraciones necesarias, los medios de incorporación, así como las herramientas necesarias para aplicar la creatividad y la innovación sin que esto sea visto como carente de utilidades y beneficios. Esto reduciría aún más la brecha existente entre la indecisión y la incertidumbre acerca de la tangibilidad que puede significar crear un ecosistema creativo.
22. Para las futuras y anteriores generaciones, que no crean que la cultura es ajena a las personas que no son creativas o tienen el gusto por las artes; la cultura es una forma de expresión del pueblo para identificarse y sentirse realizados dentro de un territorio, es una forma de romper las barreras que se nos han impuesto y crear nuevas rutas por donde ir. Por lo tanto, el arte es una profesión, un empleo, un trabajo, un proyecto, una forma de ganarse la vida y la realización como individuo o agrupación dentro de la colectividad humana.

BIBLIOGRAFÍA

Acevedo, D. (2019). *Análisis teórico y bibliométrico de la economía naranja y economía creativa y cultural*. Bogotá. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/23555>

Aguilar, E. G., & Figueroa, J. E. (2018). *La Política Pública de Ruralidad de Bogotá D.C., implementación de una política ambiental en el marco del desarrollo humano*. Bogotá, Colombia: Uniagustiniana

APA. (s.f). Normas APA. El marco metodológico de la tesis ¿Cómo elaborarlo? Recuperado de: <http://normasapa.net/marco-metodologico-tesis/>

Auge. (2023). Auge UCR. Recuperado de: www.augeucr.com

Banco Central de Costa Rica. (s.f.). *Cuenta Satélite de Cultura*. Recuperado de: <https://www.bccr.fi.cr/indicadores-economicos/cuenta-sat%C3%A9lite-de-cultura>

Banco Central de Costa Rica. (s.f.). *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica*. Indicadores Económicos. Recuperado de: <https://www.bccr.fi.cr/indicadores-economicos/cuenta-sat%C3%A9lite-de-cultura>

Barrantes, R. (2016). *Investigación: Un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto*. San José, Costa Rica. Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Blanco, L. (2023). (A. Ramírez, Entrevistador).

Buitrago, F. (2020). Informe sobre Economía Naranja. Visión en Iberoamérica de la Economía Creativa. Consejo de Empresarios Iberoamericanos. Recuperado de: [file:///C:/Users/andre/Downloads/INFORME ECONOMIA NARANJA%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/andre/Downloads/INFORME_ECONOMIA_NARANJA%20(2).pdf)

Buitrago, F y Duque, I. (2013). *La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*. Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo.

Cabrera Méndez, M. (2010). *Introducción a las fuentes de información*. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/7580/introduccion%20a%20las%20fuentes%20de%20informaci%c3%83%c2%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carballo Villagra, P. (2020). *El COVID-19 y el Sector Cultura: Aplaudir no alcanza*. UCR: Voz Experta. Recuperado de: <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2020/07/21/voz-experta-el-covid-19-y-el-sector-cultura-aplaudir-no-alcanza.html>

CELIEM. (2023). Centro Latinoamericano de Innovación y Emprendimiento. Recuperado de: www.celiem.org

CEPAL. (s.f). Curso BID: La Economía Naranja. Recuperado de: <https://comunidades.cepal.org/ilpes/es/grupos/noticia/curso-bid-la-economia-naranja>

Chacón, V. (2022). *Recorte de más de C970 millones y escasos espacios de participación en el Ministerio ponen en aprietos al sector cultura*. Seminario Universidad. Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/cultura/recorte-de-mas-de-%E2%82%A1970-millones-y-escasos-espacios-de-participacion-en-el-ministerio-ponen-en-alerta-a-sector-cultura/>

Chavarría, A. (2020). Trabajos Finales de Graduación. UNA. Recuperado de: <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/17547>

CINDE. (2023). Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo. Recuperado de: <https://www.cinde.org/es/acerca>

de: <https://www.bccr.fi.cr/indicadores-economicos/cuenta-sat%C3%A9lite-de-cultura>

COCREA. (2022). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Recuperado de: <https://cocrea.com.co/>

COMEX. (2023). Ministerio de Comercio Exterior. Recuperado de: <https://www.comex.go.cr/>

Comfama. (2022). Antioquia: Colombia. Recuperado de: <https://www.comfama.com>

Costa, J. (2020). Informe sobre Economía Naranja. Visión en Iberoamérica de la Economía Creativa. Consejo de Empresarios Iberoamericanos. Recuperado de: [file:///C:/Users/andre/Downloads/INFORME ECONOMIA NARANJA%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/andre/Downloads/INFORME_ECONOMIA_NARANJA%20(2).pdf)

CSCBCCR. (2023). Cuenta Satélite de Cultura del Banco Central de Costa Rica. Recuperado Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Las 20 metas del Pacto por Colombia, pacto por la equidad*. Plan Nacional de Desarrollo. Recuperado de: [Metas del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 \(dnp.gov.co\)](https://www.dnp.gov.co/planes/plan-nacional-desarrollo/2018-2022)

Departamento Nacional de Planeación. (2018). *El ABC del Plan Nacional de Desarrollo*. Plan Nacional de Desarrollo. Recuperado de: [ABC del Plan Nacional de Desarrollo \(dnp.gov.co\)](https://www.dnp.gov.co/planes/plan-nacional-desarrollo/2018-2022)

Egg, E.A. (s.f.). *El proceso de globalización en la cultura*. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo14.pdf>

Esencial Costa Rica. (2023). Recuperado de: <https://www.esencialcostarica.com/>

González, F. A., & Maranto, M. (2015). Fuentes de información. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>.

Guido Pérez, L.M. (2020). Proyecto de Ley: Ley para el Fomento de la Economía Creativa y Cultural. San José. Recuperado de: [22161.pdf \(d1qqtien6gys07.cloudfront.net\)](https://www.cloudfront.net/d1qqtien6gys07/22161.pdf)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la investigación (4th ed.). México: McGraw & Hill.

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de: <https://dspace.scz.ucb.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/21401/1/11699.pdf>

Howkins, J. (2013). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin Books.

ICT. (2023). Instituto Costarricense de Turismo. Recuperado de: <https://www.ict.go.cr/es/>

INA. (2023). Instituto Nacional de Aprendizaje. Recuperado de: <https://www.ina.ac.cr/SitePages/Inicio.aspx>

Keohane, R. & Nye, J. (1997). Realismo e Interdependencia Compleja. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/Poder-e-Interdependencia/02.pdf>

Ley de Fomento a la Economía Creativa y Cultural. (2021). Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=77355&nValor3=96907&strTipM=TC

Martínez, A. (5 de setiembre del 2022). *Sector Cultura pide a gobierno aclarar origen del dinero que se les recortó para aumento de salario a ministros*. Delfino. Recuperado de: <https://delfino.cr/2022/09/sector-cultura-pide-a-gobierno-aclarar-origen-del-dinero-que-se-les-recorto-para-aumento-de-salario-a-ministros>

MCJ. (2023). Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica. Recuperado de: <https://mcj.go.cr/>

MEIC. (2023). Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica. Recuperado de: <https://www.meic.go.cr/>

MEP. (2023). Ministerio de Educación Pública. Recuperado de: <https://www.mep.go.cr/>

MICITT. (2023). Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones. Recuperado de: <https://www.micitt.go.cr/>

Ministerio de Cultura y Juventud. (2020). *Diputados pretenden reducir presupuesto 2021 del Ministerio de Cultura y Juventud hasta en un 13,4%*. Noticias. Recuperado de: [Diputados pretenden reducir presupuesto 2021 del Ministerio de Cultura y Juventud hasta en un 13,4% | Ministerio de Cultura y Juventud \(mcj.go.cr\)](https://www.mcj.go.cr/Ministerio-de-Cultura-y-Juventud-(mcj.go.cr))

Ministerio de Cultura y Juventud. (2021). *Emergencia de Salvamento Cultural 2021-2025*. San José. Recuperado de: <https://mcj.go.cr/node/4745>

Ministerio de Hacienda. (2023). Recuperado de: <https://www.hacienda.go.cr/>

MSJ. (2023). Municipalidad de San José. Recuperado de: <https://www.msj.go.cr/Paginas/default.aspx>

NatGeo. (28 de octubre del 2018). 10 frases inspiradoras de Pablo Picasso sobre el arte. El Mundo. Recuperado de: [10 frases inspiradoras de Pablo Picasso sobre el arte - National Geographic en Español \(ngenespanol.com\)](https://www.ngenespanol.com/10-frases-inspiradoras-de-Pablo-Picasso-sobre-el-arte-National-Geographic-en-Espanol/)

Newbigin, J. (2010). *La Economía Creativa. Una Guía Introductoria*. Londres: British Council. Recuperado de: https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf

Pedreño, A. (2017). *La Digitalización y la Economía Global. Visión General*. Madrid. Recuperado de: [Vista de La digitalización y la economía global. Visión general \(revistasice.com\)](https://www.revistasice.com/Vista-de-La-digitalizacion-y-la-economia-global-Vision-general/)

Piñeres, A. (2020). *Informe sobre Economía Naranja. Visión en Iberoamérica de la Economía Creativa*. Consejo de Empresarios Iberoamericanos. Recuperado de: [file:///C:/Users/andre/Downloads/INFORME ECONOMIA NARANJA%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/andre/Downloads/INFORME_ECONOMIA_NARANJA%20(2).pdf)

PND. (2023). Plan Nacional de Desarrollo. Recuperado de: https://sites.google.com/expedientesmideplan.go.cr/pndip-2023-2026/pagina_principal

PNDC. (2014). Plan Nacional de Desarrollo Cultural. Recuperado de: [https://mcj.go.cr/sites/default/files/2019-12/politica_nacional_de_derechos_culturales_2014 - _2023.pdf](https://mcj.go.cr/sites/default/files/2019-12/politica_nacional_de_derechos_culturales_2014_-_2023.pdf)

Porras, J. (2023). (A. Ramírez, Entrevistador).

PROCOMER. (2023). Promotora de Comercio Exterior. Recuperado de: <https://www.procomer.com/>

Ramírez, A. (2019). “Papel de la Política Comercial de los Estados Unidos en Cara a un Nuevo Orden Mundial (2013-2019)”. San José.

Registro Nacional. (2023). Recuperado de: <http://www.registronacional.go.cr/>

Reyes, G. E. (2001). Principales teorías sobre el desarrollo económico y social. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*.

Sánchez, A. (2018, Agosto). El orden mundial y la reconfiguración hegemónica en el siglo XXI. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (233), 365-388. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v63n233/0185-1918-rmcps-63-233-365.pdf>

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *RH Sampieri, Metodología de la Investigación*, 11-1. Recuperado de: https://www.academia.edu/download/58257558/Definiciones_de_los_enfoques_cuantitativo_y_cualitativo_sus_similitudes_y_diferencias.pdf

SBD. (2008). Sistema Banca para el Desarrollo. Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=77355&nValor3=96907&strTipM=TC

SBD. (2023). Sistema de Banca para el Desarrollo. Recuperado de: <https://www.sbdcr.com/>

SCIJ. (2019). Sistema Costarricense de Información Jurídica. Recuperado de: https://mcj.go.cr/sites/default/files/2019-12/politica_nacional_de_derechos_culturales_2014_-_2023.pdf

SEFINPRO. (2022). ¿Qué es la Industria Cultural y Creativa?. Bogotá. Recuperado de: <https://www.sefinpro.co/post/qu%C3%A9-es-la-industria-cultural-y-creativa#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20UNESCO%2C%20el%20concepto,intangibles%20y%20de%20naturaleza%20cultural>

Sicultura. (2013). Sistema de Información Cultural de Costa Rica. Recuperado de: <https://si.cultura.cr/expresiones-y-manifestaciones/feria-del-tamal-o-expo-tamal>

Sistema Costarricense de Información Jurídica. (2021). *Ley de Emergencia y Salvamento Cultural*. Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=

[NRTC¶m2=1&nValor1=1&nValor2=95376&nValor3=127306&strTipM=TC&lResultado=2&nValor4=1&strSelect=sel](#)

Stiglitz, J. (2006). “Como hacer que funcione la Globalización”. Madrid: Taurus.

Torres, M., Salazar, F. G., & Paz, K. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. Recuperado de: <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2817/1/M%c3%a9todos%20de%20recol%20ecci%c3%b3n%20de%20datos%20para%20una%20investigaci%c3%b3n.pdf>

UNCTAD. (2008). *Informe sobre la economía creativa*. Recuperado de: http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf

UNCTAD.(2008). *Documento. Resultado de la reunión del Grupo de alto nivel sobre la economía y las industrias creativas para el desarrollo establecido por el Secretario General*. Recuperado de: http://unctad.org/es/Docs/td423_sp.pdf

UNCTAD. (2008). Pág. 63. Recuperado de: https://oibc.oei.es/uploads/attachments/70/Informe_sobre_la_Econom%C3%ADa_Creativa.pdf

UNCTAD. (2010). *Economía creativa: una opción factible para el desarrollo*. Recuperado de: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

UNESCO. (2013). *Informe sobre la economía creativa. Ampliar los cauces del desarrollo*. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002305/230576s.pdf>

UNESCO. (2017). *Fondo Internacional para la Diversidad Cultural*. Recuperado de: https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/ifcd_2017_sp_final_web_es.pdf

UNESCO. (2021). *Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de: <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>

UNESCO. (2021). *Nuevo panorama de la UNESCO sobre el impacto económico en las industrias creativas. Cultura*. Recuperado de: <https://es.unesco.org/creativity/news/nuevo-panorama-de-unesco-sobre-impacto-economico-en-las>

Vargas, K., & Prada, K. (2019). *Economía naranja como potencializador de innovación en los proyectos de emprendimiento generados al interior del Programa de Finanzas y Comercio Internacional de la Universidad de La Salle de Bogotá*. Recuperado de: https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/531

WIPO. (2003). *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*. Págs. 26-35 Recuperado de:
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf
Zuluaga, M. (2022). (A. Ramírez, Entrevistador).