

Editorial

Los Negocios y la Economía Naranja

Se es libre al momento de actuar con razón.

Elkin Ramírez

Abordar temas como el que se pretende desarrollar en estas líneas y que se encuentra planteado en su título, resultan interesantes en la medida que se convierten en retos no solamente teóricos sino prácticos.

El término Economía Naranja además de pretender brindar un distintivo cromático pareciera querer ubicarnos en un contexto particular con unos impactos igualmente singulares Déribéré (1964). El estudio realizado sobre el tema y contenido en el manual: «La economía naranja. Una oportunidad infinita» de Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez, expresa la importancia de las industrias creativas y culturales en el desarrollo de países como el nuestro, donde la economía es poco diversa comparada con las de México, Estados Unidos y España, entre otras.

Pero ¿Qué es en sí la economía Naranja? ¿Y qué la compone?, La economía Naranja ha sido definida por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) 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. El universo naranja está compuesto por la economía cultural y las

Industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y las áreas de soporte para la creatividad (www.iadb.org, 26 sep. 2018).

Cultura y conocimiento sin duda son los componentes económicos que generan riqueza, parece ser la consigna que proclama la Economía Naranja. Estos elementos no son nuevos para Colombia en la medida que siempre han estado presentes en el escenario nacional. Se ha dicho y reconocido que el talento colombiano es indiscutible no solo a nivel local, regional, nacional, sino también mundial al igual que su riqueza ancestral en saberes y tradiciones que se organizan en conocimiento consolidado para conservar la diversidad cultural que a su vez es origen de creatividad e innovación.

Solo hasta ahora parecen tener valor dentro de una economía que antes les había restado importancia y protagonismo, viéndose reflejado incluso en algunas actividades artísticas y culturales que escasamente logran sobrevivir pese al talento, innovación y conocimiento que poseen; sin embargo, se debe reconocer también que algunas actividades artísticas sí han contado con mayor suerte que otras, refiriéndose al poco o mucho apoyo que han recibido. Dentro de estas se podrían mencionar el cine, algunas artes visuales y escénicas, la música y la moda. Se manifiesta entonces, que se ha empezado a reconocer dentro de este marco naranja el aporte que las ideas y actividades culturales pueden brindar a una economía nacional, siempre y cuando se cuente con apoyo, incentivos y garantías que faciliten su inserción en el ciclo económico

y no dejárselo a la suerte o a la influencia de unos pocos.

Conciliar la relación entre economía y cultura, no es tarea fácil dado que para las mentes creativas el carácter monetario con el que se le quiere valorar y medir le resulta odioso e incómodo, quizá porque no representa realmente el valor creativo e innovador que ellos poseen. Además, la falta de reconocimiento a su trabajo como legítimo, que merece contar con todas las condiciones y oportunidades de las cuales se carece, los lleva muchas veces a engrosar la informalidad de sus actividades, negándoles así, la oportunidad de participar en una cadena de valor que beneficie a todos.

Por otra parte, Buitrago y Duque en su manual, (pág. 47), consideran a la economía y la cultura cara de una misma moneda: una es la representación abstracta de su valor simbólico y la otra es su validación cuantitativamente precisa, viene entonces a ser la moneda en sí misma la creación de ambas (pág. 48), dada los factores que en ella se encuentran: capacidad productiva, seriedad, solidez, espíritu emprendedor o los valores de la sociedad que la acogen. En estas, las sociedades se valen de sus símbolos culturales más importantes y de sus íconos históricos más reconocidos para adornar y respaldar el valor de las mismas (Pág. 49).

En este orden de ideas, lograr en la realidad y contexto colombiano que la cultura y la economía se complementen y se vean cara de una misma moneda, será el reto mayor que tiene que enfrentar esta propuesta de Economía Naranja que muestra contar con voluntad política, gracias a las posiciones actuales de sus proponentes.

Se necesitarán, entonces modelos de negocios innovadores y creativos, que permitan transformar ideas en bienes y servicios culturales cuyo valor esté determinado por su contenido de propiedad intelectual y sin duda estarán presentes, haciendo uso de las nuevas y modernas tecnologías de la información y comunicación, con el fin de aportar e impulsar la conectividad a la inserción de estas industrias creativas y culturales, contribuyendo así, a la cadena de valor creativa, acompañada por la educación y preservación del patrimonio, en esta llamada Economía Naranja.

Gloria E. Ballesteros Rodríguez
Decana Facultad
Negocios Internacionales
Universidad Santo Tomás, Seccional Tunja

Proem



Orange Economy and Business

One is free when acting with reason.
Elkin Ramírez

Addressing issues such as the one that is intended to be developed in these lines and that is proposed in the title, are interesting insofar as they become challenges not only theoretical but practical.

The term Orange Economy in addition to pretending to offer a chromatic distinctive seems to want to locate us in a particular context with equally singular impacts Déribéré (1964). The study carried out on the subject and contained in the manual: «The orange economy. An infinite opportunity» by Felipe Buitrago Restrepo and Iván Duque Márquez, expresses the importance of the creative and cultural industries in the development of countries like ours, where the economy is not very diverse compared to Mexico, the United States and Spain, among others.

But what is the Orange economy? And what makes it up? The Orange economy has been defined by the IDB (Inter-American Development Bank) as the set of activities that in a chain-linked way allow ideas to be transformed into cultural goods and services, whose value is determined by their intellectual property content. The orange universe is composed of cultural economy and creative industries, in whose intersec-

tion are the conventional cultural industries and support areas for creativity (www.iadb.org, 26 Sep. 2018).

Culture and knowledge are undoubtedly the economic components that generate wealth, it seems to be the slogan proclaimed by the Orange Economy. These elements are not new to Colombia as they have always been present in the national scenario. It has been said and recognized that Colombian talent is indisputable not only locally, regionally, nationally, but also globally as well as its ancestral wealth in knowledge and traditions that are organized in consolidated knowledge to conserve cultural diversity which in turn is the source of creativity and innovation.

Only until now do they seem to have value in an economy that had previously downplayed their importance and prominence, even reflected in some artistic and cultural activities that barely survive despite the talent, innovation and knowledge they possess. However, it must also be recognized that some artistic activities have had better luck than others, referring to the little or much support they have received. Within these could be mentioned the cinema, some visual and scenic arts, music and fashion. It is evident then that the contribution that ideas and cultural activities can offer to a national economy has begun to be recognized within this orange framework, as long as there is support, incentives and guarantees that facilitate their insertion in the economic cycle and not leave it to the fate or influence of a few.

Reconciling the relationship between economy and culture is not an easy task, given that for creative minds the monetary character with which they want to value and measure is odious and uncomfortable, perhaps because it does not really represent the creative and innovative value they possess. In addition, the lack of recognition of their work as legitimate, which deserves to have all the conditions and opportunities that are lacking, often leads them to swell the informality of their activities, denying them the opportunity to participate in a chain of value that benefits everyone.

On the other hand, Buitrago and Duque in their manual, (p. 47) consider the economy and the expensive culture of the same coin: one is the abstract representation of its symbolic value and the other is its quantitatively precise validation, then comes to being the coin itself, the creation of both (p. 48) given the factors that are found in it: productive capacity, seriousness, solidity, entrepreneurial spirit or the values of the society that receive it. In these, societies use their most important cultural symbols and their most recognized historical icons to adorn and support their value (p. 49).

In this order of ideas, to achieve in the reality and Colombian context that culture and economy complement each other and are seen as faces of the same coin, will be the biggest challenge that this Orange Economy proposal has to face, which shows to have political will, thanks to the current positions of its proponents.

It will be necessary, then, innovative and creative business models that allow transforming ideas into cultural goods and services whose value is determined by their

intellectual property content and will undoubtedly be present, making use of the new and modern technologies of information and communication, in order to contribute and promote connectivity to the insertion of these creative and cultural industries, thus contributing to the creative value chain, accompanied by education and preservation of heritage, in this so-called Orange Economy.

Gloria E. Ballesteros Rodríguez
Dean International Business Faculty
Santo Tomás University, Tunja Sectional

Préface



Les entreprises et l'économie orange

On est libre, au moment d'agir avec raison.

Elkin Ramírez

Aborder des questions telles que celles qui sont censées être développées dans ces lignes et qui sont soulevées dans son titre est intéressant dans la mesure où elles deviennent des défis non seulement théoriques mais pratiques.

Le terme Économie Orange, en plus de prétendre offrir une distinction chromatique, semble vouloir nous situer dans un contexte particulier aux impacts tout aussi singuliers, Déribéré (1964). L'étude réalisée sur le sujet et le contenu dans le manuel: «L'économie orange. Une opportunité infinie» de Felipe Buitrago Restrepo et Iván Duque Márquez, souligne l'importance des industries créatives et culturelles dans le développement de pays comme le nôtre, où l'économie n'est pas très diversifiée par rapport à celles du Mexique, des États-Unis et de l'Espagne.

Mais qu'est-ce que l'économie orange? Et qu'est-ce qui la compose? La BID (Banque interaméricaine de développement) a défini L'économie Orange comme un ensemble d'activités permettant de transformer les idées en idées de biens et services culturels, dont la valeur est déterminée par le contenu de leur propriété intellectuelle. L'univers orange est constitué de l'économie culturelle et des industries créatives, à l'intersection

de laquelle se trouvent les industries culturelles conventionnelles et les espaces de soutien à la créativité (www.iadb.org, 26 sept. 2018).

La culture et le savoir sont sans aucun doute les composants économiques génératrices de richesse, et semblent être le slogan proclamé par l'économie orange. Ces éléments ne sont pas nouveaux en Colombie car ils ont toujours été présents dans le scénario national. Il a été dit et reconnu que le talent colombien est indiscutable non seulement au niveau local, régional, national, mais aussi mondial, ainsi que sa richesse ancestrale en savoirs et traditions organisés en savoirs consolidés pour préserver la diversité culturelle, qui à son tour origine de la créativité et de l'innovation.

Jusqu'à présent, ils semblent avoir de la valeur dans une économie qui auparavant avait minimisé leur importance et leur notoriété, reflétant même certaines activités artistiques et culturelles qui survivent à peine malgré le talent, l'innovation et les connaissances qu'ils possèdent. Cependant, il faut aussi reconnaître que certaines activités artistiques ont eu plus de chance que d'autres, en référence au peu ou beaucoup de soutien qu'elles ont reçu. Parmi ceux-ci, on peut citer le cinéma, certains arts visuels et scéniques, la musique et la mode. Il est ainsi manifesté que, dans ce cadre orange, la contribution que les idées et les activités culturelles peuvent apporter à une économie nationale ont commencé à être reconnues, à condition qu'il existe un soutien, des incitations et des garanties qui facilitent leur insertion dans le cycle économique, sans

laisser au sort ou à l'influence de quelques-uns.

Réconcilier la relation entre l'économie et la culture n'est pas une tâche facile étant donné que, pour les esprits créatifs, le caractère monétaire avec lequel ils veulent valoriser et mesurer est odieux et inconfortable; pour la raison que cela ne représente pas vraiment la valeur créative et innovante qu'ils possèdent. En outre, le manque de reconnaissance de leur travail comme légitime, mérite de bénéficier de toutes les conditions et opportunités qui leur manquent pour souvent les conduire à grossir l'informalité de leurs activités, les privant ainsi de la possibilité de participer à une chaîne de valeur qui profite à tout le monde.

D'autre part, Buitrago et Duque, dans leur manuel (page 47), considèrent l'économie et la culture coûteuse d'une même pièce: l'une est la représentation abstraite de sa valeur symbolique et l'autre est sa validation quantitative précise, puis étant la monnaie elle-même la création des deux (page 48), compte tenu des facteurs qui s'y trouvent: capacité de production, sérieux, solidité, esprit d'entreprise ou valeurs de la société qui la reçoit. Dans ces, les sociétés utilisent leurs symboles culturels les plus importants et leurs icônes historiques les plus reconnues pour orner et soutenir leur valeur (p. 49).

Dans cet ordre d'idées, est réalisé que dans la réalité et le contexte colombien, la culture et l'économie se complètent et soient confrontés au même problème, qui constituera le plus grand défi auquel cette proposition de l'économie orange doit faire face, ce qui montre la volonté politique, grâce aux positions actuelles de ses partisans.

Ils seront alors nécessaires que des modèles commerciaux innovants et créatifs permettant de transformer des idées en biens et services culturels dont la valeur est déterminée par leur contenu de propriété intellectuelle et, sans aucun doute, ils seront présents, en utilisant les technologies nouvelles et modernes de l'information et de la communication, afin de contribuer et de promouvoir la connectivité à l'insertion de ces industries créatives et culturelles, contribuant ainsi à la chaîne de valeur de la création, accompagnée par l'éducation et la préservation du patrimoine, dans cette soi-disant économie orange.

Gloria E. Ballesteros Rodríguez
Faculté Doyenne des Affaires Internationales
Université Santo Tomás, siège Tunja

Editorial

Os negócios e a economia laranja

Sê é livre ao momento de agir com razão.

Elkin Ramírez

Abordar questões como a que se pretende desenvolver nestas linhas e que é levantada em seu título, é interessante na medida em que se tornam desafios não apenas teóricos, mas práticos.

O termo Economia Laranja, além de pretender oferecer um distintivo cromático, parece querer nos localizar em um contexto particular com impactos igualmente singulares Déribéré (1964). O estudo realizado sobre o assunto e contido no manual: «A economia laranja. Uma oportunidade infinita “pelo Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez, expressa a importância das indústrias criativas e culturais no desenvolvimento de países como o nosso, onde a economia não é muito diversa se comparada às do México, Estados Unidos e Espanha, entre outros.

Mas, o que é a economia Laranja? / E o que a compõe? A economia laranja foi definida pelo BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) como o conjunto de atividades que, de forma encadeada, permitem que as idéias sejam transformadas em bens e serviços culturais, cujo valor é determinado pelo seu conteúdo de propriedade intelectual. O universo laranja é formado pela economia cultural e pelas indústrias criativas, em cuja intersecção se encontram as indústrias cul-

turais convencionais e as áreas de apoio à criatividade (www.iadb.org, 26 set. 2018).

Cultura e conhecimento são, sem dúvida, os componentes econômicos que geram riqueza, parece ser o slogan proclamado pela Economia Laranja. Esses elementos não são novos para a Colômbia, pois sempre estiveram presentes no cenário nacional. Tem sido dito e reconhecido que o talento colombiano é indiscutível não só localmente, regionalmente, nacionalmente, mas também globalmente, do mesmo modo que sua riqueza ancestral em conhecimento e tradições, que são organizadas em conhecimento consolidado para conservar a diversidade cultural que na sua vez é origem da criatividade e inovação.

Somente até agora eles parecem ter valor em uma economia que antes havia minimizado sua importância e proeminência, vendo-se refletida em algumas atividades artísticas e culturais que mal sobrevivem apesar do talento, inovação e conhecimento que possuem. No entanto, também deve ser reconhecido que algumas atividades artísticas tiveram melhor sorte do que outras, referindo-se ao pouco ou muito apoio que receberam. Dentro destes poderia ser mencionado o cinema, algumas artes visuais e cênicas, música e moda. Fica evidente, então, que a contribuição que as idéias e atividades culturais podem oferecer à economia nacional começou a ser reconhecida dentro desse quadro laranja, desde que haja apoio, incentivos e garantias que facilitem sua inserção no ciclo econômico e não seja deixado isso para o destino ou influência de alguns.

Conciliar a relação entre economia e cultura, não é uma tarefa fácil dado que para as mentes criativas o caráter monetário com o qual elas querem valorizar e medir, resulta odioso e desconfortável, talvez porque não represente realmente o valor criativo e inovador que elas possuem. Além disso, a falta de reconhecimento de seu trabalho como legítimo, que merece ter todas as condições e oportunidades das quais são carecidas, muitas vezes os leva a aumentar a informalidade de suas atividades, negando-lhes a oportunidade de participar de uma cadeia de valor que beneficia a todos.

Por outro lado, Buitrago e Duque em seu manual, (página 47) consideram a economia e a cultura cara da mesma moeda: uma é a representação abstrata de seu valor simbólico e a outra é sua validação quantitativamente precisa sendo a própria moeda a criação de ambos (página 48), dados os fatores que se encontram nela: capacidade produtiva, seriedade, solidez, espírito empreendedor ou os valores da sociedade que ela recebe. Nestas, as sociedades usam seus símbolos culturais mais importantes e seus ícones históricos mais reconhecidos para adornar e apoiar seu valor (p. 49).

Nessa ordem de idéias, conseguir na realidade e no contexto colombiano que cultura e economia se complementem e sejam vistas como caras da mesma moeda, será o maior desafio que esta proposta da Economia Laranja tem que enfrentar, que mostra ter vontade política, graças às posições atuais de seus proponentes.

Serão necessários, então, modelos de negócios inovadores e criativos que permitam transformar ideias em bens e serviços culturais cujo valor é determinado pelo seu

conteúdo de propriedade intelectual e sem dúvida estará presente, fazendo uso das novas e modernas tecnologias de informação e comunicação, a fim de contribuir e promover a conectividade para a inserção destas indústrias criativas e culturais, contribuindo assim para a cadeia de valor criativa, acompanhada de educação e preservação do patrimônio, nesta chamada Economia Laranja.

Gloria E. Ballesteros Rodríguez
Reitora da Faculdade de
Negócios Internacionais
Universidade Santo Tomás, Seccional Tunja