

Economía Naranja en el Ecuador: panorama actual sobre la Industria Creativa en el país

Inés Carrasco Reyes

Ingeniera en Ciencias Empresariales y Máster en Administración de Empresas de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Docente del Instituto Superior Tecnológico Blue Hill College de Guayaquil, Ecuador. rcarrasco@bluehill.edu.ec

Wagner Cristhian Cañizares Albán

Ingeniero en Administración de Empresas de la Universidad Ecotec; Master of Business Administration de la Universidad de las Américas Puebla de México; Docente del Instituto Superior Tecnológico Blue Hill College de Guayaquil, Ecuador. wcanizares@bluehill.edu.ec

Resumen

La Economía Naranja, originalmente conocida como economía creativa, es un sector actualmente en la mira de diversos organismos como el BID y la UNCTAD debido a su aporte a las economías de las naciones. Este sector se relaciona principalmente con la generación de ideas y la propiedad intelectual y comprende áreas como el cine, el diseño, moda, música, artes visuales, arquitectura entre otros; las cuales en Ecuador representan el 3,97% del total de las industrias locales y un aporte al PIB del 4,76%.

El presente trabajo revisa los fundamentos teóricos acerca de esta tendencia desde una perspectiva global y examina el desempeño del Ecuador en relación a las políticas públicas e impulso a las industrias asociadas a la Economía Naranja en el país. Los resultados de la investigación evidencian iniciativas tanto a nivel privado como gubernamental para promover la economía de la creatividad e innovación, sin embargo, aún queda potencial por explotar.

Palabras clave: Economía naranja, industrias creativas, creatividad.

Abstract

The Orange Economy, known originally as Creative Economy, is an area currently being observed by many international organisms such as BID and UNCTAD, due to its great contribution to the Gross Internal Product as a result of its commercial and cultural value.

This sector has relation mainly with intellectual property as an instrument for the

nations' economic development and include areas such as architecture, cinematography, design, fashion, music, visual arts among others

This research paper reviews briefly the evolution of this trend globally and in South America and examines the performance of Ecuador in relation to public policies, financing opportunities and promotion of the creative industry as a tool for economic development. Research findings reveal existing initiatives from government and private industries in order to promote the creativity and innovation industry. However, its performance reflects that Ecuador has not exploded its full potential.

Key words: Orange economy, creative industries, creativity, economic impulse.

Introducción

La Economía Naranja comprende una combinación entre cultura, creatividad y economía; que contempla ciclos de producción de bienes y servicios con la finalidad de generar empleos y riquezas protegidos por el derecho de autor, así lo expresan (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013) ,basados en el término “Economía Creativa” acuñado por Howkins (2001) para definir a las naciones que impulsan industrias basadas en la creatividad, a diferencia de los modelos de negocios tradicionales.

El BID se refiere a esta economía como “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales”, además de señalar que sus insumos principales los componen el talento y la creatividad (Banco Interamericano de Desarrollo, 2019).

El sector de la cultura también forma parte de esta economía; por lo que es importante reconocer el vínculo entre desarrollo y cultura Unesco (2019); (Rey, 2009). Este vínculo según Rey (2009), puede darse desde seis perspectivas: impacto en la economía de los países, articulación con procesos de desarrollo socioeconómico locales y regionales, integración con otras estrategias de desarrollo socioeconómico, vinculación con procesos de responsabilidad social empresarial, generación de cultura sobre el desarrollo y la economía de la sociedad y movimientos de resistencia a ser incluidos dentro de proyectos de desarrollo.

La UNESCO (2010) en esta misma línea, considera que las industrias asociadas a la Economía Naranja, merecen hoy especial atención ya que pueden favorecer a los países de economías emergentes e intermedias, así como también a aquellos sectores que no

han sido beneficiados aún por la globalización.

Entre los argumentos económicos, Howkins (2001); Buitrago Restrepo & Duque Márquez (2013) y el BID(2019) coinciden en que estas nuevas economías aportan gran valor agregado, generan empleo directo e indirecto y contribuye al desarrollo de la confianza social además de generar recursos sustentables en el largo plazo.

Entre los sectores que aportan al crecimiento de esta economía a nivel mundial se encuentran la arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicad, software, Tv, radio, videojuegos entre otros.

Esta sería la cuarta Revolución Industrial y ha sido denominada ‘Revolución de las ideas’ en donde el conocimiento es la pieza clave (Vázquez Castro & Bonilla Chavarria, 2018), (Jal, 2015), complementándose con los avances tecnológicos. Para citar un ejemplo, en los Estados Unidos para el año 2015 los valores asociados a la producción de las industrias artísticas y culturales fue de \$763.6 billones, una contribución a la economía mayor que las del sector de la construcción (National Endowment for the Arts, 2017).

El Banco Interamericano de Desarrollo sostiene que los sectores involucrados en donde interviene la creatividad ha representado un 3% del PIB mundial, superando ingresos del sector automovilístico de Europa, Japón y EE.UU., además, esta industria promete un gran impacto con respecto a la incubación de empleos en América Latina. En cuanto a la concepción de empleos, esta industria representa el 11% en México; 5,8% en Colombia; y 4,5% Perú (Revista Líderes, 2018) . A pesar de que esta industria lleva alrededor de 40 años en economías como la inglesa y la coreana (Revista Forbes, 2018) , a nivel latinoamericano aún no se ha explotado el potencial que posee y las estrategias para su incentivo son pocas.

No obstante, la apuesta por las cultura y creatividad en la región de América Latina y el Caribe, encabezada por el BID en sectores claves de la economía creativa, han permitido el fortalecimiento de alianzas gubernamentales-particulares para revitalizar las industrias culturales en algunos países como: Argentina, Bahamas, Barbados, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, entre otros (Rodríguez, 2018); teniendo una participación destacada con mayor aporte al PIB según (Trigo & Prada, 2016) Argentina, Paraguay y Uruguay.

En base a dichos antecedentes, la motivación de la presente investigación surge de la necesidad de diagnosticar el desarrollo a nivel país e identificar si se está explotando el potencial de la denominada Economía Naranja.

El estudio se desarrolló en base a tres dimensiones de análisis constituidas por: políticas de estado e iniciativas tanto públicas como privadas que promuevan la industria; el porcentaje de industrias ecuatorianas asociadas de modo directo e indirecto a la Economía Naranja en base al último censo del 2010 desarrollado en el país y finalmente la última dimensión busca identificar el perfil del consumidor cultural, sus patrones de consumo cultural y comportamiento asociado a este modelo económico.

Metodología

El presente estudio se desarrolló desde una perspectiva de tipo cualitativa con carácter analítico descriptivo. Se utilizaron fuentes secundarias como con un corte temporal de cinco años con el fin de resumir, presentar y analizar las tendencias en relación al objeto de estudio y caracterizar la economía naranja o creativa y su relación con el impulso económico del Ecuador.

Resultados y Discusión

En referencia a la organización de los emprendimientos creativos, la gran mayoría de casos se componen de micro, pequeñas o medianas empresas, es decir tienen como máximo 10, 50 o 100 empleados. Otro factor interesante es que los emprendimientos creativos son de corta duración, es decir su edad promedio es de dos años y el rubro de mayor participación se enfoca en el diseño en sus distintas modalidades, seguidos del turismo, la publicidad y las artes visuales. En relación a su financiamiento el 48,9% se autofinancia siendo el promedio de capital usado para sus inicios de 500 dólares (UNCTAD, 2018).

A nivel país, en el Estado ecuatoriano el impulso hacia este tipo de industrias inició en el año 2007 con una etapa de reinstitucionalización y fortalecimiento de la industria apuntalado principalmente por tres acciones importantes: la declaratoria del desarrollo cultural del país como política de Estado, la conformación del Ministerio de Cultura y Patrimonio, con unidades descentralizadas en todo el país, y la introducción del Sistema Nacional de Cultura y el reconocimiento de su rectoría (Sylva, 2011).

La UNESCO (2014) destaca a través de los Indicadores de Cultura para el Desarrollo

(IUCD)¹ la importante contribución del sector cultural ecuatoriano al PIB (4.76% del PIB total), además de un alto nivel de producción nacional, sin embargo, la participación en actividades culturales fuera del hogar necesita de mayor apoyo considerando que el consumo interno de bienes y servicios culturales constituye solamente el 3.41% del total de los gastos de consumo de los hogares.

En relación a las cifras de la economía naranja en Ecuador y en concordancia con los datos proporcionados por el Censo Nacional Económico efectuado en el 2010, se puede establecer que un total de 19.843 empresas distribuidas en las 24 provincias en Ecuador se encuentran dedicadas a este sector de acuerdo con la clasificación de la UNCTAD, representando tan solo el 3,97% del total de las industrias locales (Rodríguez, 2018).

Tabla 1. Distribución de las empresas ecuatorianas de los sectores según rama de actividad

Grupo	Número de empresas	Porcentaje
Grupo 1: Artes visuales	1.247	6,28
Grupo 2: Sitios culturales	367	1,85
Grupo 3: Expresiones culturales y tradicionales	1.222	6,16
Grupo 4: Artes escénicas	355	1,79
Grupo 5: Audiovisuales	809	4,08
Grupo 6: Media interactiva	351	1,77
Grupo 7: Servicios creativos	2.765	13,93
Grupo 8: Diseño	12.294	61,96
Grupo 9: Literatura y publicaciones	433	2,18
Total empresas sectores creativos	19.843	100

Tomado de Prada Trigo & Jiménez Idrovo (2014)

En relación a los registros de propiedad intelectual o derechos de autor correspondientes al año 2018, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) , reflejan que las industrias de mayor producción o generación de contenido creativo corresponden a la producción literaria inédita con un 26,29% seguida de la producción musical 16,21% y finalmente un 9,43% para el área de desarrollo tecnológico y software, resultando preocupante el desempeño de la industria cinematográfica con un 1,09% (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual)

¹ Los IUCD son un instrumento normativo y de promoción desarrollado por la UNESCO, que permite evaluar, por medio de datos y cifras, la función pluridimensional de la cultura en los procesos de desarrollo

Este indicador positivo para las obras literarias se ve reflejado también en las estadísticas de la Cámara del Libro del Ecuador con un total de 5253 títulos producidos en el país en el año 2018 versus 5246 el año 2017 (Cámara Ecuatoriana del Libro, 2019), lo cual es favorable para el país a pesar de que el nivel de crecimiento sea mínimo.

En relación a la caracterización laboral, la Dirección de Información del Sistema Nacional de Cultura del Ecuador en su reporte *Caracterización de los Sectores de las Industrias Culturales*, señala que el número de personas empleadas asociadas a la industria de la creatividad en el Ecuador asciende a 16.373 personas para el año 2015 (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015); la CEPAL (2015), sin embargo refleja en sus informes que el empleo cultural y actividades relacionadas a dicha industria involucra a 80,3 mil personas.

En relación al desempeño del Ecuador en la industria de la Economía Naranja, el informe *Creative Economy Outlook* publicado por la UNCTAD (2018), describe un saldo negativo a nivel país en su balanza comercial, con un total de 34,8 millones en exportaciones versus 475 millones en importaciones derivadas de la industria creativa.

Este balance negativo ratifica la idea de que gran parte del arte que se consume de modo local proviene del extranjero, siendo la industria audiovisual el sector de mayor importación con un monto promedio de 288 millones (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015).

Sin embargo, el país sí realiza exportaciones asociadas a esta economía, las cuales están constituidas por productos derivados del diseño como accesorios de moda entre los que destacan los sombreros de paja toquilla, cinturones y accesorios en cuero, publicaciones y artesanías elaboradas a mano.

En relación a las iniciativas gubernamentales y privadas para el impulso de las industrias creativas, se resumen a continuación las más significativas.

Tabla 2: Resumen de Iniciativas para el impulso de las industrias creativas en Ecuador

<i>Iniciativa</i>	<i>Organismo</i>	<i>Tipo</i>	<i>Descripción</i>
Fondo de Fomento de las Artes y cultura	Ministerio de Cultura y Patrimonio	de Financiamiento y público	Define tres líneas de fomento: 1. Proyectos artísticos y culturales 2. Festivales de las

			artes
			3. Creación cinematográfica y audiovisual
Línea de crédito no reembolsable por 2 millones 600 mil dólares, para festivales emblemáticos en las líneas de artes escénicas, performance, artes plásticas, visuales y aplicadas; artes musicales y sonoras; artes literarias y de narración oral.	El Instituto de Fomento de las Artes, Innovación y Creatividades, IFAIC –Adscrito al Ministerio de Cultura y Patrimonio	Financiamiento público	Se realizará una inversión en este campo desde el 2018 hasta el 2021, de 2 millones 600 mil dólares de acuerdo al siguiente detalle: Línea de financiamiento a las Artes y la Creatividad (monto máximo) Año 2018 USD. 500.000,00 2019 USD. 600.000,00 2020 USD. 700.000,00 2021 enUSD. adelante 800.000,00
Disrupt Challenge	One Nest – consultora de Innovación. En cooperación con organizaciones auspiciantes	privada	Becas de capacitación en experiencias radicales para impulsar el desarrollo de soluciones creativas a áreas específicas como la cultura, tecnología entre otras

Finalmente en referencia al perfil del consumidor cultural en Ecuador, la información sobre perfiles sociográfico, psicográfico y demográfico es casi nula, lo cual afecta a quienes ofertan productos asociados a las industrias creativas ya que desconocen las necesidades y preferencias del mercado, en base a la revisión de fuentes secundarias se pudo identificar solamente un estudio desarrollado por (Calle & Mora, 2019) quienes describen el perfil del consumidor guayaquileño en relación a las actividades culturales de teatro y micro teatro.

Conclusiones y Recomendaciones

En síntesis, aunque el discurso sobre la importancia de las industrias creativas y economía naranja haya cobrado importancia en los círculos empresariales privados y

organizaciones estatales, resulta necesario para el Ecuador desarrollar estrategias que permitan explotar el potencial pleno que plantea este nuevo modelo basado en las ideas. El panorama ecuatoriano podría describirse como prometedor al estar comprometido desde sus políticas públicas con las industrias asociadas a la creatividad, innovación, cultura y artes; sin embargo, es una tarea difícil caracterizar la industria de las ideas e identificar con claridad los insumos para su desarrollo, por tanto, se requieren investigaciones más amplias que permitan medir de modo más preciso el impacto de las industrias creativas en el país.

Como se aprecia en la investigación, el impulso hacia las iniciativas creativas debe ser mayor, ya que actualmente se reduce a convocatorias de financiamiento puntuales y oportunidades de capacitación para impulsar especialmente ideas creativas asociadas a la tecnología, por lo que se recomienda desarrollar observatorios de las industrias creativas y de ese modo potenciar los emprendimientos bajo este rubro para garantizar su sostenibilidad en el tiempo, así como replicar iniciativas exitosas desarrolladas en países vecinos.

Finalmente, resulta necesario identificar las necesidades del consumidor ecuatoriano en relación a las industrias creativas, conocer sus deseos y motivaciones ya que estos insumos constituyen información fundamental para promotores de actividades artísticas, culturales y creativas.

Referencias

Banco Interamericano de Desarrollo. (2019). *www.iadb.org*.

Buitrago Restrepo, P., & Duque Márquez, I. (2013). *Economía Naranja: Una oportunidad Infinita*. BID.

Calle, R., & Mora, A. (2019). PERFIL DEL CONSUMIDOR DE SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO “ARTES ESCÉNICAS”, COMO APORTE PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL AÑO 2019. Tesis de grado previo la obtención del título de Ingeniero en Marketing y Negociación Comerc. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.

Cámara Ecuatoriana del Libro. (23 de junio de 2019). *www.celibro.org.ec/*. Obtenido de *www.celibro.org.ec/*

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2015). *Desarrollo social inclusivo. Una nueva generación de políticas para superar la pobreza y reducir la desigualdad en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas: Santiago de Chile.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How people make money from ideas*. Londres: Penguin Books.
- Howkins, J. (2007). *The Creative Economy: How People make Money from Ideas*. Penguin.
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (s.f.). www.propiedadintelectual.gob.ec.
Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>
- Jal, R. (2015). Transformando talento en organizaciones sustentables: el desarrollo de emprendimientos de la economía creativa. *FACES*, 21-44.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015).
- National Endowment for the Arts. (2017). *Value Added by Industry as a Percentage of Gross Domestic Product*.
- Revista Forbes. (2018). América en busca de la Economía Naranja. *Revista Forbes*.
- Revista Líderes. (2018). La economía naranja trae oportunidades al emprendedor. *Revista Líderes*.
- Rey, G. (2009). *Industrias Culturales, Creatividad y Desarrollo*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Dirección de Relaciones Culturales y Científicas.
- Rodríguez, O. (Agosto de 2018). *Economía Creativa en América Latina y el Caribe: Mediciones y Desafíos*. BID.
- Sylva, E. (2011). Las Políticas Culturales y el Buen Vivir. *Memorias del Congreso Ecuatoriano de Gestión Cultural "Hacia un Diálogo de Saberes para el Buen Vivir y el Ejercicio de los Derechos Culturales"*.
- Trigo, J., & Prada, J. (2016). La Economía Creativa en Ecuador: una aproximación a sus lógicas espaciales a partir del censo nacional económico 2010. *Entorno Geográfico*.
- UNCTAD. (2018). *Creative Economy Report*.
- UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Buenos Aires: Organización de las Naciones

Unidas para la Educación.

UNESCO. (2014). *Indicadores Unesco de Cultura para el Desarrollo*. Paris: UNESCO.

Unesco. (23 de 06 de 2019). <https://es.unesco.org/creativity/informe-sobre-economia-creativa-2013>.

Vázquez Castro, M., & Bonilla Chavarria, J. (2018). La industria creativa en el marco de la economía del conocimiento . *Trabajo de Investigación para la obtención del título de licenciado en economía*. San Salvador, El Salvador.