

LA ECONOMÍA CREATIVA, UNA ALTERNATIVA EMPRENDEDORA PARA UNA PAZ SOSTENIBLE*

THE CREATIVE ECONOMY, ENTREPRENEURIAL ALTERNATIVE FOR A SUSTAINABLE PEACE

Recibido: 13 de octubre de 2019

Evaluado: 12 de noviembre de 2019

Aprobado: 16 de diciembre de 2019

Marilyn Muñoz-Rodríguez**

Universidad Libre

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1550-3888>

Alcides Avellaneda-Bautista***

Universidad Libre

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7483-6949>

Cómo citar este artículo: Muñoz-Rodríguez, M. y Avellaneda-Bautista, A. (2020). La economía creativa, una alternativa emprendedora para una paz sostenible. *Revista Estrategia Organizacional*, 9(1). doi: <https://doi.org/10.22490/25392786.3642>

* Artículo de investigación producto del proyecto Por una Paz Sostenible

** Administradora de Empresas; Doctorado © en Administración; Magister en Desarrollo Rural; Especialista en Gerencia Social. Docente jornada completa Universidad Libre Bogotá. yennym.munozr@unilibre.edu.co
marilynmr_4@yahoo.es. Teléfono de contacto: 3208313962.

*** Contador Público; Magister en Contabilidad; Magister en Educación; Especialista en Revisoría Fiscal; Especialista en Ciencias Tributarias. Docente investigador Universidad Libre Bogotá y Director del Grupo de Investigación Constructores Contables. campoa.avellanedab@unilibre.edu.co Teléfono de contacto: 3156084326.

RESUMEN

Introducción: Este artículo presenta los resultados de una de las líneas de acción del proyecto *Por una Paz Sostenible*, desde el cual se quiere entender el concepto de paz como una posibilidad de avance económico y de convivencia en Colombia no dependiente de las acciones gubernamentales. *Metodología:* Se recopiló la información a partir de fuentes secundarias, bases de datos institucionales y otras fuentes que analizan políticas de gobierno relacionadas con la economía creativa, esto con el objetivo de poder establecer las diferentes posibilidades disponibles para el desarrollo de emprendimientos que contribuyan a una paz sostenible. *Resultados:* Los principales resultados muestran que esta propuesta económica no requiere de una infraestructura robusta para su desarrollo, actualmente se vienen implementando políticas públicas que fortalecen el desarrollo de la economía naranja, y existe legislación que fomenta la economía naranja otorgando beneficios tributarios.

Palabras clave: economía creativa, economía naranja, emprendimiento, paz sostenible.

ABSTRACT

This article presents advances to the partial results of one of the lines of action of the project for a Sustainable Peace, from which we want to understand the concept of peace as a possibility of economic progress and coexistence in Colombia not dependent on government actions. The information was collected from secondary sources, institutional databases and other sources that analyze government policies related to the creative economy, this in order to establish the different possibilities available for the development of enterprises that contribute to a sustainable peace. The main results show that this economic proposal does not require a robust infrastructure for its development, public policies that strengthen the development of the orange economy are currently being implemented, and there is legislation that promotes the orange economy by granting tax benefits.

Keywords: Creative Economy, Orange Economy, Entrepreneurship, Sustainable Peace.

INTRODUCCIÓN

La creatividad no es ninguna novedad y lo mismo cabe decir de la economía; lo que es nuevo es la naturaleza y el alcance de la relación entre una y otra y de qué forma se combinan para generar una riqueza y un valor extraordinarios.

Howkins, 2005

En el contexto actual colombiano desde las posturas gubernamentales de turno y de aquellos declarados en oposición, están en boga la discusión acerca de temas sensibles como la paz, así mismo dentro de los ejes de trabajo y reactivación económica del gobierno de turno, se tomó como bandera el concepto de economía naranja, la cual ha sido muy poco explorada en Colombia hasta el momento. En este entorno, es fácil caer en la popularización de estos términos que sin ser estudiados a fondo se convierten en una bandera más que política, de influencia ideológica.

Desde el proyecto *Por una paz sostenible*, desarrollado en la Facultad de ciencias económicas administrativas y contables de la Universidad Libre, Bogotá, se parte de la premisa que "Sí se educa para el trabajo se educa para la paz", al respecto, se vienen haciendo revisiones juiciosas, las cuales se quiere, resulten en propuestas que a través de la educación, el emprendimiento, y la dignificación del ser humano desde la ocupación laboral, se aporte al concepto título del proyecto de investigación *—Por una paz sostenible—*. En este sentido, como se expone en (Avilés-Ochoa, 2015) citando a (Scott 2010), finalizando el siglo XX se presenta el fenómeno del *resurgimiento de la llamada nueva economía del capitalismo contemporáneo*, fundamentada en la economía cultural caracterizado entre otras por flexibilidad tecnológica y producto de diseño especializado. Al respecto, en este artículo se presenta un avance de revisión acerca de la pertinencia del desarrollo de emprendimientos desde la economía creativa como un factor generador de oportunidades y sostenibilidad laboral.

MARCO TEÓRICO

El trabajador en sí añade un valor a su mano de obra, comienza a dejar de ser una cantidad monetaria y su pensamiento y creatividad parecen convertirse en lo importante y en lo real, en lo verdaderamente valioso.

Clemente, 2016

El presente documento es un producto del proyecto macro que lleva por nombre “*Por una Paz Sostenible*” en el cual se desarrolla como concepto Paz Sostenible como un conjunto de estrategias, recursos y normas que permiten coadyuvar en la construcción de una paz para la generación actual y su garantía para generaciones futuras. Este concepto se trabajó a partir de la definición dada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo como: “*el fortalecimiento de capacidades locales para promover comunidades pacíficas e inclusivas*” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD-, 2017) ; y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura –UNESCO (2019) (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO-, 2019) - en la cultura de paz y no violencia.

Como concepto la economía creativa es presentada formalmente por John Howkins en el año 2011, quien tuvo la intención de dar relevancia a la creatividad en la actividad empresarial, dentro de las que incluye la propiedad intelectual, la propiedad industrial, las marcas y el diseño (Casani, 2012). En (Alonso G. , 2009), se hace un seguimiento el cual presenta los siguientes momentos del concepto:

Tabla No. 1 Evolución del concepto de economía creativa en diferentes ámbitos

Autor	Año	Temática
Richard Florida acuñara	2002	Clase creativa /The Rise of the Creative Class
Desmond Hui,	2004	Índice de creatividad de Hong Kong/ Calcula el valor económico de la creatividad
Europe in the Creative Age, Irene Tinagli	2004	Índice de euro-creatividad y de tendencias de eurocreatividad
Silicon Valley	2002/2005	Indicadores de comunidad creativa para medir participación cultura y creatividad (Creative Community Index, Cultural Initiatives
Charles Landry, The Creative City	2000	Modelos de clusters y ciudades creativas
Reino Unido / políticas públicas	2008	Políticas públicas de apoyo a la economía creativa (Creative Britain. New Talents for the New Economy
Naciones Unidas	2008	Informe de UNCTAD/PNUD en 2008 sobre La Economía Creativa.

Fuente: elaboración propia, basado en (Alonso G. , 2009, p. 153).

Así mismo, el este sigue su curso evolutivo, por lo que en diferentes espacios ya empieza a observarse publicaciones sobre Economía Naranja, concepto liderado por BID –Banco Interamericano de Desarrollo– en el año 2013, el cual se esboza como un conjunto de actividades basadas en las industrias: culturales, creativas, ocio, entretenimiento, de contenidos, y de protección de derechos de autor (BIND - Banco Interamericano de Desarrollo, 2013); también es importante entender la relación existente entre este término –Economía naranja– e innovación que para (Grazzi & Benvente, 2018), presenta tres puntos de encuentro en: la Innovación dentro las industrias culturales y creativas; Innovación como producto de las actividades de apoyo creativo, y tecnologías desarrolladas por la industria creativa que se difunden en otros sectores, de esta manera según los autores, se puede dar inicio a la potencialización de capacidades creativas e innovadoras en diferentes contextos.

La *Revista P y M*, la que en agosto de 2015 publicó un Artículo de Ignacio Ardila, titulado “*Economía Naranja: ¿En qué consiste?*”; desde las instituciones de Gobierno, se encuentra el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 en el cual, la Economía Naranja se presenta como uno de los pactos del Gobierno para fomentar el Desarrollo del país e incluye un rubro en el presupuesto financiero para apoyar este pacto; El libro *Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*, autores Buitrago Restrepo Felipe y Duque Márquez Iván (2013). Editorial Banco Interamericano de Desarrollo; Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio Gobierno de Chile. 2017. El autor de la *Economía Naranja Visita Chile –Primer Encuentro Latinoamericano de Articulares de industrias creativas*, organizado gracias al apoyo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA); y otras fuentes que serán consultadas. El tema de la economía naranja se origina a partir de la “economía creativa: transformar una idea en beneficios”, propuesta por John Howkins, Entrevista pro Donna Ghelphi 2001.

Desde la visión empresarial, toda idea que signifique negocio es bienvenida. Desde la idea general de la Economía, debe abordarse toda iniciativa que signifique desarrollo sostenible para el país. Desde la Contabilidad, toda idea que sea capaz de generar redistribución de la prosperidad patrimonial, debe ser atendida. Para realizar la reflexión se realizaron consultas de fuentes secundarias; se cotejaron las ideas con la praxis de los autores en materia empresarial, y se reflexionó sobre los conceptos de formalidad e informalidad del emprendimiento, todo ello con el fin de fortalecer competencias emprendedoras para el trabajo.

Ahora bien, ya abordado el concepto de Economía Creativa o Economía Naranja –según el BID–, se hace necesario interpretar como esta se encuentra relacionada con una de las agendas más importantes en el contexto colombiano: la paz; en ese sentido es importante mencionar que con solo la firma de los acuerdos se pactó un acuerdo de voluntades, que pueden verse afectadas desde diferentes corrientes políticas y gubernamentales. Tales afectaciones pueden denotarse de manera positiva o negativa, en cuento a esta última, las afectaciones negativas que se han venido presentando, es la incapacidad de poner en marcha los puntos acordados, bien sea por disponibilidad de recursos o por la evidente falta de voluntad política. De acuerdo con lo anterior (Tiusabá Gómez, 2019), exponen:

[...] la implementación del Acuerdo de Paz es un proceso conflictivo, en primer lugar, porque constituye un nuevo escenario donde tiene continuidad un conflicto político, económico y social irresuelto; en segundo lugar, porque la firma del Acuerdo que se busca implementar no garantiza la superación de las causas estructurales que alimentaron el conflicto; y en tercer lugar, por el compromiso diferenciado de que han tenido los actores con la implementación.

Ante esta situación, se deben tener en cuenta dos aspectos: el primero, que la Economía Naranja, fue uno de los pilares más importantes desde la propuesta de reactivación económica del entonces candidato presidencial y hoy presidente Iván Duque Márquez, y el segundo que es menester de este gobierno, dar continuidad a lo acordado en la Habana, y la propuesta está en la potencialización de las capacidades creativas, el aprovechamiento sostenible y sustentable de los recursos y la generación de bienestar en la población colombiana, a través de la dignificación de sus condiciones emprendedoras y laborales, es por ello que estas dos apuestas no pueden estar trabajando de manera aislada. La interacción entre los emprendimientos naranja y la paz sostenible radica fundamentalmente en la posibilidad de resiliencia desde la participación, la confianza, el respeto y el desarrollo local (Saldarriaga, 2019).

EL PROBLEMA

¿Cuál sería una estructura práctica para emprender el desarrollo de negocios de la economía naranja en el contexto de una paz sostenible?

El problema, se aborda inicialmente desde la perspectiva de las condiciones de la situación del mercado laboral y el mercado de talento humano presentes en el país. Es muy importante reconocer que Colombia presenta a la fecha (marzo de 2019) una de las tasas de desempleo más altas de los últimos nueve años representado en un 11.8% (DANE, Departamento administrativo Nacional de Estadística, 2019).

La situación de la población desempleada por género, representa una tendencia al establecimiento de una brecha entre los géneros femenino y masculino en Latinoamérica, pues en un seguimiento hecho a lo largo de once años se evidencia un crecimiento precario de la participación de la mujer en escenarios laborales con una tasa del 5%: 49% en el 2001 al 54% en el 2018. (FEDESARROLLO - ACRIP, MARZO 2019).

Pero este no es el panorama más crítico, en todo caso son los jóvenes en edades comprendidas entre los 14 y los 28 años con la situación más crítica en temas de desempleo, puesto que casi duplica porcentualmente la tasa a nivel país; por sectores los jóvenes tienen mayores oportunidades de trabajo en comercio, hoteles y restaurantes, y el sector en el que menos participación tienen es el categorizado como otras ramas –Explotación de minas y canteras, suministro de electricidad, gas y agua e intermediación financiera– (DANE, Departamento administrativo Nacional de Estadística, 2019).

Desde el nivel internacional, a estas problemáticas se suman también las altas tasas de informalidad laboral reportadas por la OIT –Organización Internacional del Trabajo– a nivel mundial, el 61,2% de la población empleada en el mundo se encuentra bajo esta modalidad, en América Latina y el Caribe se reporta un 53% en estas condiciones que, aunque se encuentra por debajo de los reportes mundiales no es un panorama alentador puesto que esta situación empeora si se suman a los trabajadores independientes para lo cual se tendría un total del 76,6% para América Latina y el Caribe (Organización Internacional del Trabajo, 2018). Tales porcentajes

revelan que la problemática es generalizada, sin embargo, como es ampliamente conocido, la situación colombiana también es impactada por la migración originada en el conflicto venezolano.

Por otra parte se suma, una economía nacional concentrada en actividades extractivas no renovables relacionadas con la extracción petrolera, carbonífera y de minerales preciosos (59,1% de las exportaciones nacionales) (Departamento Administrativo Nacional de Estadística , diciembre 2018); lo cual en efecto es una problemática si se analiza desde el punto de vista de la dependencia, al ser una economía poco diversa, pero al mismo tiempo representa la oportunidad de profundizar en posibilidades que desde la innovación y el emprendimiento generen alternativas a las nuevas generaciones que, además de que no se reportan mayores índices de educación, al mismo tiempo reportan ingresos más bajos.

Así mismo es importante tener en cuenta que la economía colombiana ya no está en posición de visualizarse como un país industrializado de primera generación, pues el sector servicios es el 68% del valor agregado en el Producto Interno Bruto (Portafolio, 2017), sino que debe adaptarse rápidamente a las posibilidades comparativas de su región y su población; es decir, aunque es prioritario mejorar la infraestructura en todos sus renglones, este no corresponde una respuesta de desarrollo económico sino de bienestar civil. Colombia debe estar en miras a la generación de estrategias de apoyo a emprendimientos de base creativa que de alguna manera pondera económicamente las iniciativas culturales y artísticas.

No se trata de deshumanizar o industrializar la creatividad, por el contrario, se trata de reconocer el potencial emprendedor que surge a través de la misma. A nivel mundial, los servicios basados en la creatividad, los cuales rompen con la estructura tradicional de cadena de producción, generaron 29,5 millones de empleos en el 2012 – los mismos que los empleos generados en el Reino Unido– (Banco Interamericano de Desarrollo BID, 2017); el caso colombiano reporta para el año 2017, que la industria creativa movió \$20,8 billones, es decir, el 2,3% del PIB nacional, con una alta esperanza de crecimiento (Editorial La república, septiembre 12 de 2018) .

Y ¿cuáles son las oportunidades desde la economía de la creatividad? Según un estudio del BID, las categorías de los renglones de la economía naranja, corresponden a un conjunto de actividades

relacionadas con: arte y patrimonio, industrias culturales convencionales y de creaciones funcionales, nuevos medios y software (Banco Interamericano de Desarrollo BID, 2017); estas categorías también dan ideas acerca de las posibles condiciones de emprendimientos naranjas los cuales se pueden fundamentar en: Arquitectura, artesanía, diseño, medios, moda, música, servicios creativos, software y plataformas digitales, patrimonio cultural, desarrollo urbano y vivienda, educación e impacto social entre otras.

Ahora bien, las capacidades adquiridas desde las ciencias económicas administrativas y contables, son un factor de ventaja competitiva y comparativa que nos permite gestionar de manera eficiente diversos emprendimientos relacionados con una gama amplia de posibilidades que permiten el descubrimiento y la potencialización de talentos y competencias existentes como parte integral del desarrollo del ser.

En cuanto a las Instituciones de apoyo técnico y financiero, se debe mencionar que las posibilidades de desarrollo de la economía naranja se encuentran en las agendas políticas latinoamericanas; por ejemplo, los observatorios de políticas culturales, de industrias creativas, y el observatorio de cultura y economía en Chile, Argentina y Colombia respectivamente, además de la Cámara de comercio de Bogotá en alianza con Bancoldex demuestran interés por el fomento de la economía naranja por medio de una línea de crédito denominada "exprimiendo Naranja". Estos factores indican una vía positiva en medio de un panorama que pudiera considerarse desalentador en cuanto a las estadísticas del mercado de trabajo mundial y nacional, pues proyecta un mercado de talento humano integrador y motivador de ideas, innovaciones y creatividad, en donde cuenta principalmente el talento en conjunto con un carácter emprendedor.

Y en relación con la Paz Sostenible, se hace necesario precisar que de acuerdo a (Gutiérrez Sanín, 2018) esta se puede mantener por medio de políticas públicas concretas contra la desigualdad y la pobreza, especialmente en el campo, las cuales tengan un enfoque en acceso, redistribución y formalización de las tierras; en donde eventualmente se puedan gestar emprendimientos creativos con enfoque territorial.

METODOLOGÍA

El proyecto marco *“Por una Paz Sostenible”*, se fundamenta metodológicamente en un enfoque mixto, apoyado en el método IAP –Investigación Acción y Participación–. Puntualmente, para el desarrollo de este estudio – *El Emprendimiento en la Economía Naranja, Factor para una Paz Sostenible*–, se toma como base la técnica de revisión documental que en (Rojas Crotte, 2011) se define como:

[...] procedimientos orientados a la aproximación a procesamiento y recuperación de información contenida en documentos, independientemente del soporte documental en que se hallen [...] Ejemplos de estas técnicas son el aparato crítico (conjunto de apoyos al texto principal de un documento científico, según normas internacionales), las técnicas de lectura (aproximación al documento) y la reseña, el resumen, etc. (recuperación de la información) (Rojas Crotte, 2011, p. 279).

Desde esta revisión documental, se espera gestar contribuciones que condesciendan en un aporte al proceso de recolección de información para el proyecto marco, y fundamenten el diagnóstico de las variables de empleo, educación y pobreza, mediante un análisis de tendencias el cual aporte a la pertinencia de las economías creativas o economía naranja como un factor clave en el desarrollo de *“Una Paz Sostenible”*.

Atendiendo tal planteamiento, se establecen los parámetros que dan guía al posible aporte de soluciones a un problema, el marco conceptual en el que ocurre el **fenómeno** a estudiar, y es esto lo primero que se aborda en esta revisión. En este caso, los términos rectores son: Emprender, Economía Naranja y Paz sostenible.

Se postula que la pobreza se puede combatir mediante el trabajo creativo, con el cual se logra *desarrollo sostenible* como base de la prosperidad, y ésta da como resultado una paz sostenible.

Teniendo en cuenta que el emprendimiento es generador del desarrollo sostenible, es necesario en este punto, insertar este concepto. En la Red se encontró la publicación de IMF Business School, en su blog, referenciando a UNESCO y dice que desarrollo sostenible “se refiere al desarrollo

que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades" (IMF Business School, 2018). En este mismo sentido, entendemos que una paz sostenible es aquella que se construye por la generación presente mediante el trabajo, para que sus condiciones y efectos permanezcan y aumenten con las generaciones futuras.

El concepto **emprender** se comprende intuitivamente como iniciar una acción que conduzca a unos objetivos. Incluimos aquí la definición de diccionario: "*Emprender. Dar principio a una obra o empresa. Emprender un negocio*" (Ediciones Larousse, S.A., 2001, p. 380). Justo esta definición coincide con el núcleo de la pregunta de investigación y con el principal propósito de este trabajo. Con emprendimiento se crea empresa y con ella se genera desarrollo para el emprendedor, su familia, su comunidad y su país.

El estudio de las autoras Marulanda y Morales (2016) presenta en sus resultados que la principal motivación del emprendedor es la independencia (67% de las personas encuestadas) y en segundo lugar lo relacionado con el dinero (61% de las personas encuestadas); igualmente los resultados del estudio muestran que, en la encuesta, la mayor población emprendedora está en edades entre los 25 y 35 años (56%). Que pertenecen principalmente al género femenino (56%), que el 61 % de los encuestados alcanzó estudios universitarios completos, y que el 82% de la población encuestada son solteros (Marulanda Valencia y Morales Gualdrón, 2016). El estudio es de alta seriedad científica pues las dos autoras son PhD y la Revista en la que publican su *paper* es indexada. Podemos concluir que son principalmente las mujeres quienes hace emprendimiento y que el emprendedor busca su independencia antes que la sumisión a un empleo; que quienes se atreven a asumir el reto del emprendimiento, son principalmente los solteros, puesto que no temen a los riesgos de sacrificar el patrimonio de la familia; y que, efectivamente, la generación actual es la que tiene la responsabilidad de generar desarrollo sostenible para la construcción de una paz también sostenible.

A continuación, se presentan los argumentos que sustentan la importancia del emprendimiento para combatir el desempleo y la pobreza.

RESULTADOS

Aunque la economía Naranja posee como ventaja que no requiere de una infraestructura robusta para su desarrollo, se hace necesario que se generen a la par de su fomento, políticas públicas orientadas a la protección de la propiedad intelectual, que en Colombia se encuentra en un estado incipiente.

Sin embargo, se sabe que, en Colombia, desde finales del Siglo XX los gobiernos vienen incentivando mediante tímidas políticas públicas el desarrollo del emprendimiento, siendo la principal de ellas la Ley 1014 de 2006 o Ley del emprendimiento, que brinda oportunidades a los jóvenes, con financiación, asesoría, facilitando la obtención de tecnologías.

Se espera que el actual Gobierno cumpla lo planeado para desarrollar de manera sostenible el emprendimiento, especialmente de la denominada Economía Naranja.

De acuerdo a las condiciones de empleabilidad actuales, que no solo compromete el entorno interno, sino a nivel mundial en donde el empleo tradicional tal y como los conocemos en América Latina y el Caribe corresponde a un 23%; lo cual, visto desde una oportunidad de mejora, nos invoca a la incursión en la economía creativa como una oportunidad sostenible en el tiempo y con altas posibilidades de inclusión.

La economía creativa puede generar sinergias disciplinares entre las ciencias empresariales y las artes. Cabe tener en cuenta que la sabiduría ancestral colombiana y de América Latina fundamenta la industria familiar en la artesanía de mimbre (Boyacá y sur del país), en la orfebrería (Región caribe y parte de Antioquia), alfarería (Boyacá y Cundinamarca), confitería (Santander, Boyacá y Cundinamarca), Los tejidos (Como los Wayuu y las ruanas boyacenses). Entre otros muchos renglones, que se pueden mejorar en su eficiencia y eficacia.

Entre los servicios que Colombia no está explotando para su provecho están el turismo (gastronómico, Geográfico, Ecológico, de aventura), el Folclore (Fiestas religiosas, patronales, carnavales, otros).

Son innumerables las posibilidades de trabajo que existen en Colombia para quienes quieren emprender *Trabajo*. Hay pocas oportunidades para conseguir empleo porque la población desempleada supera significativamente las posibilidades de puestos de trabajo en las empresas actuales. Pero, si extranjeros que llegan al país buscando prosperidad la obtiene en corto tiempo, es porque estamos en una Tierra pródiga en recursos y oportunidades. Mercados de bienes y servicios son abundantes y se pueden diseñar a la medida; en cuanto a mercados de factores de producción, cada persona es una posibilidad de emprender un mercado. Solamente se deben fortalecer tres condiciones para la prosperidad con paz sostenible: *Voluntad, Decisión y Acción*.

Por último, es pertinente mencionar que el emprendimiento y el trabajo creativo, asociado a la dignificación de los seres humanos son un insumo importante hacia el camino de una paz sostenible.

CONCLUSIONES

La educación genera confianza.

La confianza genera esperanza.

La esperanza genera Paz.

Confucio

Más allá de una tendencia con tinte político, la economía naranja o economía creativa, es un sector que ha venido en crecimiento desde inicios del milenio, la cual, con una infraestructura básica, puede generar diversas posibilidades de emprendimientos fundamentados en las ideas. Al respecto se plantea que la respuesta a la pregunta de investigación bajo la cual se desarrolló este trabajo: *¿Cuál será una estructura práctica para emprender el desarrollo de negocios de la economía naranja en el contexto de una paz sostenible?*, se da una estructura práctica para el emprendimiento de la siguiente manera:

$$Epe = Ps \int (En * D)$$

Tabla 2. Estructura práctica para el emprendimiento.

(Epe)	Estructura práctica para emprendimiento
(D)	desarrollo de negocios
(En)	economía naranja
(Ps)	Paz sostenible

Fuente: Muñoz Rodríguez y Avellaneda Bautista, sin publicar

Se entiende entonces que la Estructura práctica del emprendimiento es un resultado en el cual la Paz Sostenible es una variable que a su vez, está en función de la Economía naranja y esta, como factor de desarrollo sostenible; es decir que:

Tabla 3. Comportamiento y consecuencias de la

Variable	Comportamiento	Consecuencia
<i>En</i>	↑	la variable D también crece, por estar en relación directa, y como consecuencia, Ps se fortalece
<i>En</i>	↓	su efecto en D, tendrá el mismo sentido y como consecuencia, Ps recibirá igual impacto.
<i>Epe</i>	<i>y</i>	se comportará con la lógica con la que funcionen las variables componentes

Fuente: elaboración de los autores basados en Muñoz Rodríguez y Avellaneda Bautista, sin publicar

En consecuencia, la estructura práctica de emprendimiento **Epe**, por ser la variable dependiente, se comportará con la lógica con la que funcionen las variables componentes (Muñoz Rodríguez y Avellaneda Bautista, sin publicar)

Tal y como lo plantea (Howkins, 2005), la base de la industria de la creatividad son las ideas, razón por la cual es importante reconocer las múltiples posibilidades existentes atendiendo a las ventajas comparativas de la geografía y diversidad colombiana, en cuanto a la exploración de posibilidades en servicios gastronómicos ecológicos y de aventura, desde la cual también se presenta la oportunidad de dar un enfoque más profesional a la prestación de los servicios conexos con actividades relacionadas con el Folklore, fiestas patronales y religiosas, y carnavales entre otras.

Así mismo es necesario dar importancia a lo planteado por (Copaja Alegre y Esponda Alva, 2017) quienes exponen que:

[...] la vía para impulsar las economías creativas estará determinada por la capacidad de innovación y creatividad del capital humano y su sociedad, la cual puede ser adquirida y maximizada mediante políticas de educación que promuevan el emprendimiento a través de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación).

La llamada economía naranja está llena de oportunidades para negocios si se aprende a valorar de manera cualitativa y cuantitativa el conocimiento ancestral, a cuidar, explotar y proteger los recursos tangibles e intangibles que el suelo patrio ofrece, y a ver al otro como asociado en el contexto humano y concederle el respeto que se merece, especialmente si se trata de los derechos de la propiedad intelectual.

En Colombia existen y se pueden mejorar, políticas públicas para el desarrollo, organización y regulación del emprendimiento en temas creativos, existen también instituciones y organizaciones financieras para brindar apoyo a la inversión en estos renglones de emprendimiento.

Son factores de emprendimiento disponibles para que mentes creativas los aprovechen como recursos disponibles en la construcción de un país próspero y en paz, entre otros, las artes, el deporte, la geografía, la historia y el folclor. Especialmente este último que, al ser el conjunto de expresiones de la identidad de los pueblos, se transmiten de generación en generación, por lo cual se constituye en el poderoso vehículo para lograr una paz sostenible.

REFERENCIAS

Acción RSE. (2007). *Guía para la empresa ambientalmente sustentable*. Santiago de Chile, Chile: Acción RSE.

Acción RSE. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial: Gobernanza, medición y control de gestión*. Santiago, Chile: Acción RSE: Empresas por un desarrollo sustentable.

Alonso, G. (2009). Creatividad, cultura y desarrollo económico. *Pensamiento Iberoamericano*, 4, 151-165.

Alonso, R. (2013). *La Responsabilidad Social Corporativa de las compañías telefónicas de España*. León, España: Universidad de León.

Añez, C., y Bonomie, M. E. (2010). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Formación Gerencial*, 9(1), 144-168.

Aranda, M. (2004). *Estrategias Genéricas Competitivas*. (s.d.).

- Ariza, D., Gómez, M., y León, E. (2008). Surgimiento, evolución y expansión de la Responsabilidad Social Empresarial: Una propuesta de comprensión crítica. En *Libro de Memorias de VII Simposio Nacional de Investigación Contable y Docencia* (pp. 191-212).
- Austin, J. (2007). *La nueva ruta: alianzas sociales estratégicas*. Santa Fe de Bogotá: Harvard Business Review. Edición Especial.
- Avilés-Ochoa, E. R. (2015). Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Economía, sociedad y territorio*, 15(47), 185-216. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttextpid=S1405-84212015000100008yIng=esytIng=es.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2017). *Economía naranja. Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Washington: BID.
- Banco Mundial. (2006). *La aplicación de la política de gobernanza corporativa*. Lima.
- BIND - Banco Interamericano de Desarrollo. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Inter-American Development Bank.
- Cancino, C., y Morales, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial*. Chile: Documentos Docentes del Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.
- Carbal, A. (2009). *Responsabilidad social empresarial y contabilidad: Apuntes críticos*. Cartagena: Universidad Libre Sede Cartagena.
- Casani, F. P. (2012). *Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales*. Universia Business Review.

- Centro de ética y ciudadanía corporativa de CEDICE. (2005). *Conceptos básicos e indicadores de Responsabilidad Social Empresarial: Manual de apoyo para periodistas*. Caracas, Venezuela: Instituto Ethos y Centro de Divulgación del Conocimiento Económico (CEDICE).
- Clemente, V. (2016). Engranando la felicidad. Políticas de la Economía creativa en España. *Economía Creativa*, 4, 31-61.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad Social de las empresas de la Union Europea*. Bruselas.
- Copaja Alegre, M., y Esponda Alva, C. (2017). Las industrias creativas dentro del desarrollo de las ciudades: perspectivas y estrategias desde un enfoque económico, social y urbano. En *IX Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Bogotá*. Catalunya. Recuperado de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/108397/29BGT_EspondaCarlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- DANE, Departamento administrativo Nacional de Estadística. (2019). *Boletín Técnico*. Bogotá : Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH.
- De La Cuesta, M., y Valor, C. (2003). *Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España*. (s.d.)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Boletín Técnico Exportaciones (EXPO)*. Bogotá.
- Ediciones Larousse, S.A. (2001). *El Pequeño Larousse Ilustrado*. Caracas, Venezuela: Ediciones Larousse, S.A.
- Editorial La república. (2018). *Las cifras de la economía naranja*. Editorial La República S.A.S.
- Espinosa, C., Hernandez, F., y Lope, L. (2013). *Responsabilidad Social y competitividad en las empresas. Contribuciones a la economía*. (s.d.)

- Fedesarrollo, ACRIP. (2019). *Informe Mensual del Mercado Laboral*. Bogotá.
- Ferruz, L., Marco, I., y Muñoz, F. (2009). Fondos de inversión éticos, ecológicos y socialmente responsables en Europa (1999-2007). *Aposta. Revista de ciencias sociales*, 1-28.
- Gómez-Villegas, M., y Quintanilla, D. (2012). Los informes de responsabilidad social empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano. *Cuaderno Contable*, 121-158.
- Grazzi, M., y Benvente, J. M. (2018). *Tres maneras de entender el vínculo entre economía naranja e innovación*. Foro Económico Mundial. Recuperado de <https://es.weforum.org/agenda/2018/07/tres-maneras-de-entender-el-vinculo-entre-economia-naranja-e-innovacion>.
- Gutiérrez Sanín, F. (2018). *¿Qué hacer con el tierrero?: Tierra, territorio y paz sostenible*. Editorial Universidad del Rosario.
- Hernández, R. (2004). *Marco teorico-conceptual de la competitividad*. CEPAL.
- Howkins, J. (2005). *El motor de la creatividad en la economía creativa: entrevista a John Howkins*. (D. Ghelfi, entrevistador)
- IMF Business School. (2018). *IMF Business School*. Recuperado de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/corporativo/gestion-empresarial/que-es-desarrollo-sostenible/>
- Marulanda Valencia, F. Á., y Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y Motivaciones para Emprender. *Revista EAN*. doi: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>, Pp. 12-28.
- Morales, M. A., y Pech, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y administración*, 197, 47-63.
- Muñoz Rodríguez, M., y Avellaneda Bautista, C. A. (inédito). El Emprendimiento en la Economía Naranja, Factor Para Una Paz Sostenible. *Prospecta Colombia 2019. Memorias*. UNAD

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO. (2019). *Cultura de paz y no violencia*. Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/programas-construir-paz>
- Organización Internacional del Trabajo. (2018). *Mujeres y Hombres en la economía informal: un panorama estadístico*. Ginebra, Suiza.
- Paricio, J., y Sempere, J. (2004). *Cuestionario de Organización Industrial: Curso Académico*. (s.d.)
- Portafolio. (2017). Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/colombiana-la-prevalencia-de-los-sectores-de-servicios-508646>.
- Porter, M. (1987). *From Competitive Advantage to Corporate Strategy*. Harvard Business Review.
- Porter, M., y Kramer, M. (2002). *Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*. Harvard Business Review, 56-68.
- Porter, M., y Kramer, M. (2006). *Strategy y Society: The The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Harvard Business Review, 78-92.
- Programa de las Naciones Unidas para El Desarrollo, PNUD. (2017). *Paz Sostenible. Fortalecimiento capacidades locales para promover comunidades pacíficas e inclusivas*. Suecia. Recuperado de https://www.undp.org/content/dam/colombia/docs/Paz/PazSostenible/UNDP_Co_PAZ_informe%20Paz%20Sostenible_web_Feb19_2018.pdf
- Raufflet, E. (2010). *Responsabilidad corporativa y desarrollo sostenible: Una perspectiva histórica y conceptual*. Cuaderno de Administración, 43, 23-32.
- Restrepo, R. (2009). *Responsabilidad Social: Nueva teoría - Nuevas prácticas*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano de Normas Técnicas Y Certificación, ICONTEC.
- Reyno, M. (2006). *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva*. Universidad Técnica Federico santa María.

- Rodríguez, M., y A, A. B. (2019). *El Emprendimiento en la Economía Naranja, Factor Para Una Paz Sostenible*. En U. N. UNAD (Ed.), inédito.
- Rojas Crotte, I. (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de Educar*, 12(24), 277-297.
- Rojas, P., y Sepúlveda, S. (1999). *Competitividad de la agricultura: cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial. ¿Qué es la competitividad?* IICA.
- Saldarriaga, L. T. (2019). Tejer escenarios de paz desde la Gestión Cultural. Córima. *Revista de Investigación en Gestión Cultural*, 4(7).
- Tiusabá Gómez, B. (2019). Elementos estructurales y coyunturales de una implementación conflictiva del Acuerdo de Paz entre el Gobierno colombiano y las FARC-EP. *Estudios Políticos UDEA*, 0(55), 224-244.
- Vargas, J. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Vilanova, M. (2009). *Competitividad responsable: Explorando la relación entre RSE y competitividad*. Barcelona, Sant Cugat del Vallès: Instituto de innovación social de ESADE.
- Villafán, K., y Ayala, D. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración*, 59, 223-251.
- Vives, A., y Peinado-Vara, E. (2011). *La Responsabilidad Social de la empresa en América Latina*. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Vives, A., Leguizamón, F. A., Guzmán, J., González, C. J., Ickis, J. C., Hernández Salazar, M., Peina-Vara, E., et al. (2007). *El argumento empresarial de RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe*. Washington D.C.: INCAE.