



**EFICACIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE FOMENTAN LA ECONOMÍA  
NARANJA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS**

**ESTUDIANTE**

**ERICK EVANS BUSTAMANTE**

**DIRECTOR**

**MANUEL ALEJANDRO CAMPO BARRIOS**

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**

**CARTAGENA DE INDIAS D.T.C.**

**04 DE DICIEMBRE 2020**



## TABLA CONTENIDO

<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>10</b>
<b>2. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>3. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>13</b>
<b>4. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>18</b>
<b>4.1. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>18</b>
<b>4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>	<b>18</b>
<b>5. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>19</b>
<b>5.1. MARCO CONCEPTUAL .....</b>	<b>19</b>
<b>5.2. MARCO TEORICO .....</b>	<b>20</b>
<b>5.2.1. ECONOMÍA NARANJA.....</b>	<b>20</b>
<b>5.3. ALCANCE.....</b>	<b>25</b>
<b>6. METODOLOGÍA.....</b>	<b>26</b>
<b>6.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN .....</b>	<b>26</b>
<b>6.2. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS.....</b>	<b>26</b>
<b>6.3. DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TIPO DE ESTUDIO .....</b>	<b>26</b>
<b>7. RESULTADOS .....</b>	<b>28</b>
<b>1. FASE 1. REALIZAR LA CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES POLÍTICAS PÚBLICAS EN TORNO AL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA NARANJA.....</b>	<b>28</b>
<b>2. FASE 2. IDENTIFICAR LAS ENTIDADES DE FOMENTO AL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA NARANJA EN CARTAGENA .....</b>	<b>33</b>
<b>3. FASE 3. CARACTERIZAR LOS PRINCIPALES SECTORES BENEFICIADOS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA .....</b>	<b>38</b>



## **Agradecimientos**

*Dios, a ti gracias por ser mi faro y guía. A mis padres, gracias por su paciencia, amor y cariño en cada uno de los momentos de mi vida.*



## Dedicatoria

*Papá, mamá, esto es para ustedes: Dilma Bustamante Pájaro y Alberto Evans Buendía. Son mi luz y amor eterno.*



## **1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA**

El desarrollo de esta monografía tiene como propósito construir un panorama sobre las políticas públicas en la ciudad de Cartagena de Indias, alrededor de la economía naranja, su eficiencia e incidencia en la construcción de una ciudad centrada en el turismo cultural, innovación y creatividad. Por ello, el proyecto de grado es un barrio conceptual y literario, de los aportes del distrito y entes del gobierno a nivel local, que están enfocando sus esfuerzos en la implementación de la economía naranja en la ciudad.

### **PALABRAS CLAVES**

Políticas públicas; economía naranja; implementación; incidencia; eficacia; innovación y tecnología; desarrollo local.



## **ABSTRACT**

The purpose of the development of this monograph is to build an overview of public policies in the city of Cartagena de Indias, around the orange economy, its efficiency and incidence in the construction of a city focused on cultural tourism, innovation and creativity . Therefore, the proposed grade is a conceptual and literary district, made up of contributions from entities district and local government, which are focusing their efforts on the implementation of the orange economy in the city

## **KEY WORDS**

Public politics; orange economy; implementation; incidence; effectiveness; innovation and technology; local development.



## INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico del siglo XXI ha buscado mimetizar los errores cometidos en los siglos pasados, al dejar al ser humano en el último lugar, dando prioridad a economías salvajes y desarrollistas fundamentadas en la mano de obra tecnificada y cuantitativa, descartando las capacidades creativas e innovadoras.

Motivo por el cuál esta nueva era ha procurado darle un valor a toda intención de creatividad, innovación y cultura; es decir, a toda modalidad encasillada en la economía naranja. La economía del siglo XXI, que corresponde a los objetivos del milenio a la intencionalidad de poder disminuir la brecha social en los países en vía de desarrollo.

Así mismo los países deberán responder mediante incentivos y políticas para implementar la economía naranja en sus territorios, sino también, asegurar procesos de calidad, tiempo de vida, seguimientos y demás parámetros de formalización de las empresas creativas.

A fin de conocer a fondo el desarrollo local de las políticas públicas de implementación de la economía naranja, el presente documento busca conocer el grado efectividad de dichas políticas desarrollistas en la ciudad de Cartagena, con la finalidad de denotar las acciones gubernamentales locales en pro de la economía creativa en la ciudad amurallada.



## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La economía naranja o economía creativa es el beneficio de crear, diseñar, emprender, vender y obtener beneficios a nombre de todas las acciones encarriladas en la creatividad, innovación y cultura; aspectos que potencian las economías mundiales, moviendo gran parte del comercio de potencias y países en desarrollo. Razón por la cual, cada vez se estimula el sector creativo y se instituyen leyes y políticas públicas para salvaguardar los intereses de los productores creativos y culturales.

Por tanto, los países están en la obligación de velar por los derechos de los ciudadanos y del desarrollo territorial y local de la región; atendiendo a las nuevas formas de trabajo relacionadas con la innovación, creatividad, cultura y aspectos dirigidos al entretenimiento o herramientas relacionadas con la propiedad intelectual. Que además corresponde al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), instaurados para disminuir la brecha social que existe entre los países y al interior de los mismos.

El caso de Colombia, un país en vía de desarrollo y con recientes ideas en torno a la implementación de la economía naranja para llevar al país a un plano mas alto de desarrollo, pero con altos índices de producción creativa, cultural e innovadora, como es el caso de Cartagena de Indias.

Cartagena es una de las ciudades con mayor turismo en el país, debido a su característica de puerto-ciudad y a su asombrosa historia relacionada con la colonización y las murallas que la hacen un atractivo turístico para los extranjeros. Además de poder brindar historias, está ubicada en el mar Caribe con aguas templadas y aptas para ser balneario.



Todo ese conjunto de características físicas promueve el trabajo creativo, como son las danzas, el canto, la creación de joyas, fotografía, artesanías, ropa y demás actividades que han fomentado el desarrollo económico a raíz de capacidades creativas y culturales.

Sin embargo, es fundamental tener en cuenta el rol del estado para la formalización e implementación de las políticas públicas en caminadas a mantener y desarrollar la economía naranja.

Esto a la luz de que “Cartagena se mantiene en el tercer lugar con la proporción más elevada de informalidad, lo que se relaciona con los resultados de ocupación laboral, donde priman los empleos por cuenta propia, con un carácter de supervivencia”. (Cartagena Cómo Vamos, 2018, p.148). Es decir, en el 2018 el 52,4% de los trabajadores por cuenta propia viven del día a día, y en Cartagena, sobre todo en el centro histórico, se puede denotar como son las industrias creativas y culturales, las más propensas a estar dentro de esa elevada tasa de informalidad.

En ese sentido, el siguiente proyecto se visiona en aras de conocer la incidencia del desarrollo de políticas públicas para implementar la economía naranja en Cartagena, debido que las acciones encaminadas al fomento de la economía naranja como pilar de la economía cartagenera no se han hecho sentir como lo corrobora la encuesta de percepción de Cartagena Cómo Vamos.



## **1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

En concordancia con lo planteado anteriormente, es necesario cuestionar ¿qué acciones está llevando a cabo el gobierno local de la ciudad de Cartagena de Indias para fomentar y desarrollar la economía naranja en Cartagena, de acuerdo a los lineamientos nacionales y el plan de desarrollo nacional del presidente Iván Duque Márquez?



## 2. JUSTIFICACIÓN

El mundo y la economía día a día toman rumbos diferentes, debido a los nuevos sistemas de producción, tecnificación de la mano de obra y el surgimiento acelerado de procesos tecnológicos que dejan de lado el recurso humano, el intelecto, la imaginación y la capacidad.

Sin embargo, la creatividad y la innovación siempre han estado presentes en la cotidianidad, pero no han sido tomados en cuenta como un valor agregado al desarrollo económico y social de los territorios. Es por eso que, en el siglo XXI, los países intentan buscar soluciones para adecuar y dar mayor oportunidad de desarrollo, no solo a la creatividad sino a todos los aspectos vulnerados por los sistemas de gobierno y no tomados en cuenta anteriormente.

Por eso, los países en vía de desarrollo deberán ser transversales a los nuevos requerimientos y acceder a la activación de una forma de economía existente desde siglos atrás como lo es la economía naranja o economía creativa.

La economía naranja, actualmente vigente en países como Alemania y recientemente implementada a través del mandato del presidente Iván Duque Márquez en Colombia, prueban la importancia de llevarla a cabo, sin embargo, para el caso de Colombia, un país en vía de desarrollo la economía naranja debe ser implementada con mayor apropiación y rigurosidad, debido que en ciudades como Cartagena de Indias, representa un alto porcentaje de trabajo y sustento para familias.

En esa misma línea de trabajo, el proyecto de investigación busca evaluar que tanto ha implementado y desarrollado el gobierno local de Cartagena de Indias, políticas



públicas para la potencialización de la economía naranja, dado el contexto expuesto anteriormente.

Además de querer llevar a la academia, el debate y la discusión sobre las acciones gubernamentales de los estados locales para fortalecer la economía naranja en Cartagena y otras ciudades del país que también depende de la creatividad, innovación y cultural. Buscando ser esta investigación un modelo a seguir, de evaluación y veeduría de lo que hacen las entidades para el bienestar de los ciudadanos y la real materialización del papel en la vida cotidiana.

## **2.1. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

Se entiende la responsabilidad del gobierno nacional en realizar acciones contundentes para fomentar la economía naranja en Colombia, sin embargo, esta necesidad debe estar acobijada y también llevada al campo por los gobiernos locales, quienes en desde su facultad y la proximidad a la comunidad deberán hacerle frente al desafío. Aunque este sea el deber ser, en Cartagena de Indias no existen las pautas, acciones y/o claridades por parte del gobierno local para implementar políticas públicas para el desarrollo de la economía naranja dentro de la ciudad.



### **3. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN**

La economía creativa está constituida desde hace varios años en diferentes partes del mundo y a través de diferentes canales de difusión, que a su vez ha abierto paso para desarrollar una cultura del conocimiento y apropiación de la propiedad intelectual como una fuente de ingreso y generadora de empleo.

En la actualidad, existen un sinnúmero de procesos, investigaciones, artículos y producción de conocimiento pensado para potencializar la economía naranja (EN) o economía creativa (EC) dentro de las sociedades y sobre todo, en aquellas donde la cultura toma primacía en comparación con otros sectores de la sociedad. Con base en ello, se presenta un número de trabajos y aportes investigativos, académicos, informativos y de seguimiento, que pueden enfocar y direccionar el proyecto a su objetivo final.

- **PERSPECTIVA LOCAL**

#### **INDUSTRIAS CREATIVAS: CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA**

A nivel local se ha dado la tarea de incentivar procesos de desarrollo de la EN desde los incentivos a las pequeñas y medianas empresas que emprenden en el entorno creativo-cultural, y apoyos para la formalización e inscripciones como empresas constituidas desde la norma.

El programa fomenta la generación y puesta en marcha de ideas de negocios y empresas de base cultural con productos, bienes y/o servicios enmarcados dentro del concepto de empresas o industrias culturales de Cartagena. Básicamente los



recursos para los beneficiarios fueron para asesoría y conexión con el mercado, pero no dinero en efectivo. (Cámara de Comercio de Cartagena, s.f.)

En ese sentido, Cartagena ha reconocido un nicho de mercado consolidado y fundamental para el sostenimiento de la economía de los cartageneros, pese a las pocas acciones visibles en el medio para los vendedores y artesanos informales a lo largo y ancho de la ciudad.

Sin embargo, el proyecto aporta a la investigación ideas de los manejos y priorización de la EC, para así poder ir construyendo ideas sobre las cuales las acciones del estado pueden dirigirse o pueden hacer mayor uso, debido a que el incentivo de dinero no ha sido la ruta ni será la ruta mayormente proporcional al reconocimiento de un sector económico en marcha, pero con índices elevados de informalidad.

- **PERSPECTIVA NACIONAL**

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ECONOMÍA NARANJA EN COLOMBIA. PLAN DE ACCIONES DE INNOVACIÓN SOCIAL EN UNE EPM**

### **TELECOMUNICACIONES: JAQUELINE MEDRANO MONTOYA**

Desde una visión panorámica a la realidad existente en Colombia con la situación de la economía naranja, el documento presenta una idea argumentada y sustentada de lo que ha de ser el modelo económico dentro Colombia, pero también ofrece bases teóricas e investigativas que pueden ser utilizadas con recursos al interior del proyecto de grado.



Entendiendo al trabajo desde la óptica monográfica y la necesidad teórica que requiere el mismo, por su esencia y modelo, de forma que adaptar y tomar contenidos bibliográficos del documento será un aporte fundamental para dirigir la consecución del proyecto a una etapa satisfactoria y beneficiosa.

En este apartado se pondrá en evidencia cómo los avances en el sector TIC también han generado nuevas actividades productivas, transformado diferentes sectores y propiciando la aparición de nuevas actividades y modelos de negocio y ha impulsado la consolidación de una nueva economía, que aunque al día de hoy de acuerdo con el contexto, país o región, se denomina de diferentes maneras: industria cultural (Adorno y Horkheimer, 1948, citado por Medrano Montoya, 2014)

Examinar y transversalizar los conceptos inherentes a la investigación realizada por Medrano Montoya, serán luces para consolidar un documento encarrilado a reconocer la economía naranja, la industria creativa y cultural, desde los aportes y diferentes teorías para sustentar los resultados futuros.

- **PERSPECTIVA INTERNACIONAL**

### **INDUSTRIAS CREATIVAS: GOETHE INSTITUT**

Este blog informativo permite conocer el tratamiento de la economía naranja en Alemania, la cual ha estado desde hace 14 años, dando oportunidades de empleo y



asegurando el futuro de las industrias creativas y culturales; además de darle el apellido de mayor contribuidor a la estimulación del mercado...“hoy se consideran oficialmente pertenecientes a la industria de la cultura las siguientes ramas: industria musical, mercado del libro, mercado del arte, industria del cine, de la radiotelevisión, artes escénicas, mercado de la arquitectura, industria del diseño y mercado de la prensa”. (Goethe Institut, 2020)

Esta versión de la ciudad alemana aterriza uno gran aspecto, y que además aporta a la comprensión del proyecto y son las formas de gobernanza del gobierno con respecto a la economía naranja al interior del país.

Los procesos que conducen al desarrollo de áreas de creación se sitúan entre el control estatal y la autorregulación ciudadana. En este sentido, se habla de urban governance, que se distingue de la forma clásica de dirección ejecutiva (government). 17 En el modelo de gobernanza urbana se reorganiza la comprensión de las funciones de la administración pública y de los actores no estatales, surgiendo así organizaciones híbridas y arreglos institucionales que conforman una cooperación horizontal. De este modo se integran en estos procesos de planificación configuraciones de actores nuevas y cambiantes, que pueden funcionar como una red y tener un carácter informal, temporal y centrado en el proyecto. (Goethe Institut, 2020)



Lo anterior plantea el deber ser del estado frente al desarrollo de la economía naranja en la ciudad de Cartagena, y como se podría evaluar las acciones del gobierno local en pro del desarrollo de la economía naranja (EN). De igual forma permite conocer uno de los procesos más importantes con respecto a la economía naranja en los países, debido que es un caso en marcha y da pie para consolidar y tomar su experiencia en un anclaje al plano local.



## **4. OBJETIVO GENERAL**

### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

- a) Identificar la incidencia del desarrollo de las políticas públicas para el desarrollo de la economía naranja en la ciudad de Cartagena de Indias.

### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a) Realizar la conceptualización de las principales políticas públicas en torno al desarrollo de la economía naranja a nivel nacional, departamental y local.
- b) Identificar las entidades y sus acciones de fomento al desarrollo de la economía naranja en Cartagena.
- c) Caracterizar los principales sectores beneficiados de las políticas públicas de la economía naranja en Cartagena.



## 5. MARCO REFERENCIAL

### 5.1. MARCO CONCEPTUAL

Antes de entrar a conocer los aspectos teóricos-académicos de la economía naranja, es fundamental tener claro conceptos que son transversales a todo el proceso investigativo cultural, de modo, podrá ser de mayor utilidad para la comprensión total del documento y su finalidad.

**Política pública:** Las políticas públicas pueden ser comprendidas como un reflejo de los ideales y anhelos de la sociedad, que expresan los objetivos de bienestar colectivo y permiten entender hacia dónde se quiere orientar el desarrollo y cómo hacerlo (Torres-Melo y Santander, 2013). Razón por la cual, se muestra la intencionalidad de lo que se pretende conseguir con la intervención pública y cómo se distribuyen las responsabilidades y recursos entre los actores sociales (gubernamentales, personas naturales o jurídicas). Por lo tanto, las políticas públicas no son solo documentos con listados de actividades y asignaciones presupuestales, su papel va más allá; son la materialización de la acción del Estado, el puente visible entre el gobierno y la ciudadanía. (Torres-Melo y Santander, 2013).

Estas acciones estatales materializadas a través del papel, buscan desarrollar y delegar responsabilidades a los actores presentes en la sociedad a fin de entablar un orden y ruta con el fin de alcanzar un bienestar colectivo. Por ende, son un canal efectivo para incentivar e instituir acciones en el desarrollo de la economía naranja en los diferentes planos: nacional, local y municipal.



**Objetivos de desarrollo sostenible:** “Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos como Objetivos Mundiales, se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030”. (Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD), 2020, s.f.).

Se reconocen 17 objetivos de desarrollo, que intentan impactar las áreas medioambientales, económicas, sociales y culturales. Por este motivo, los países y gobiernos deben generar planes de trabajo anual y semestral con el fin de cumplir y materializar en gran medida el acuerdo por el cual nacen los ODS.

## **5.2. MARCO TEORICO**

### **5.2.1. ECONOMÍA NARANJA**

La tendencia del siglo XXI se ha marcado por la predisposición del ser humano a valorar su procesos humanísticos, como es el conocimiento y el valor de la creatividad para incentivar procesos de innovación, creación y con vía cultural, tanto así que desde 1960 con la conformación de *la sociedad del conocimiento*, desarrollada por Peter Drucker, se empezaría a labrar el camino de lo que hoy se conoce como economía creativa, y ahora denominada economía naranja por Buitrago F. y Duque M., en el libro *Economía naranja: una oportunidad infinita*.

Donde se teoriza y aterriza la economía naranja, pero además se aterriza la economía creativa a los sectores económicos por los cuales se establece siendo aquellos que por “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” (citado en Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013, p. 15).

Aunque el sector es amplio, no es solo necesario conocer quienes compone la teoría, sino saber que ha sido a lo largo del tiempo hasta el hoy, la economía naranja en su versión teórica.

Entonces, se puede definir la economía naranja en

“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: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad” (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013, p. 40).

A diferencia de la teoría habitual de la economía creativa, la economía naranja propende fundamentarse en la importancia de la propiedad intelectual y derechos de autor para la conformación del conocimiento. Debido a que, en la sociedad de la información, cada vez surge cúmulos de información la cual, por las nuevas tecnologías, ha cobrado valor y terminó opacando los sistemas tradicionales de fuentes de ingreso y dominio, para ser los datos y la información, la base sobre la cual se fundamenta la sociedad.

Por ende, la economía naranja centra su visión en alcanzar la formalización de un sector, que primeramente, ha reconocido el valor del ser humano en cuestiones de cualidades y aptitudes, que aun las máquinas y la tecnología no han podido reemplazar, y al



tiempo, presenta la oportunidad de ingreso para las ideas innovadoras y en crecimiento en los países. Explotando la cultura y los recursos minimizados por la sociedad.

“Y es que la aparición exponencial de las nuevas tecnologías cambió la forma de hacer negocios y de poner en marcha un proyecto. Ahora cualquier persona que tenga una idea puede compartirla y ejecutarla a través de las redes sociales, sus contactos y la gestión que haga de estas nuevas tecnologías le dará vida e impulsará esta nueva propuesta”.

(Medrano Montoya, 2014, p.39)

La inmersión de la tecnología a la economía no solo es cambio de perspectiva de cómo producir o generar ingresos, sino el desarrollo de las ideas mismas; es decir, la creación y apropiación de ideas innovadoras que puedan ser ligadas a medios tecnológicos o plataformas para generar dinámicas sociales, y en efecto transformar clientes/receptores por personas con sentimientos y elecciones personales, ligados a gustos, que al igual que un empresario, aporta y se mueve en esa sociedad de la información y conocimiento.

En un sentido pragmático de la economía naranja, se debe hacer una comprensión de las generalidades y especificidades realizadas por Buitrago y Duque, al reconocer la vigencia del conocimiento en la sociedad de la información, y como dicho saber, ancestral o novedoso, representa un sistema social que crea, dinamiza y sostiene economías y estilos de vida como sucede en Cartagena, y gran parte de la historia determinante en la conformación de Cartagena cómo ciudad.



### 5.2.2. INDUSTRIAS CREATIVAS

Pese a ser la economía naranja un campo amplio, con una teorización en curso debido a su juventud en la academia, ha definido unos parámetros sobre los cuales se transversaliza la EN.

En primer lugar están la industria creativas, las cuales comprenden “una serie de actividades generadas por la combinación entre tres ámbitos disciplinarios que son: Arte y Cultura, Empresa e Innovación y Ciencia y Tecnología, (Guzmán Cárdenas, 2009), también pueden definirse como “los ciclos de creación, producción de bienes y servicios que utilizan la creatividad y el capital intelectual como insumo primario” (Guzmán Cárdenas, 2009)

Así mismo la propiedad intelectual toma primacía y tiende a centrarse en un desarrollo en función de empresas con mayor intencionalidad de prestar un servicio, y aunque se tenga un vago conocimiento procedimental de su implementación Colombia, “las industrias creativas han sufrido cambios que necesitan de un mayor respaldo gubernamental mediante la creación de leyes, decretos que ayuden al desarrollo del cine, la música, la literatura y las artesanías. Por otra parte, la industria de contenidos y las nuevas tecnologías se han desarrollado gracias al emprendimiento de muchos jóvenes, que le apuestan a generar conocimientos y otras oportunidades de acceso, ampliando la forma en la que las personas tienen acceso a los contenidos y a los canales tradicionales. (Rey, 2018, p. 17).



### 5.2.3. INDUSTRIAS CULTURALES

“Las industrias culturales por su parte, parecen ser una derivación de las industrias creativas, puesto que están asociadas con las empresas de producción (fabricación) y comercialización de bienes y servicios culturales, cuyo fin es la difusión y comercialización en amplios sectores de la población”. (Melo B., 2017, p. 23)

En ese sentido, se puede asociar la industria cultural como un ramaje que se desprende de las industrias creativas, y que, a la final, se caracteriza por usar los recursos y las tradiciones sociales, para generar ingresos:

“conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con 24 contenidos simbólicos, concebidas para un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”. (Guzmán Cárdenas, 2009)

En concordancia con lo anterior, se puede definir los siguientes sectores específicos, y Melo B. (2017), los clasifica en:

- Patrimonio cultural: contiene los museos, sitios arqueológicos y bibliotecas.
- Conocimiento tradicional: Festivales y artesanos.
- Artes Escénicas: Música, danza, marionetas, circo y ópera.
- Audio Visuales: Cine, televisión y radio.
- Artes Visuales: Pintura, escultura, fotografía y antigüedades.
- Literatura y publicaciones: Libros, prensa y otras publicaciones.



### **5.3. ALCANCE**

*“Eficacia de las políticas públicas en el desarrollo de la economía naranja en la ciudad de Cartagena”*, busca impactar la economía a través de la academia, cumpliendo la tarea de formar e informar a la sociedad civil sobre la economía naranja en Cartagena, sus conceptos y definiciones, procesos, sectores y decisiones que se hayan consolidado alrededor de la misma. Y al mismo tiempo, busca alcanzar la comunidad académica y universitaria, para invitar y motivar a generar contenidos investigativos y propositivos sobre la economía naranja en Cartagena y en el país.



## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN**

El cumplimiento del objetivo del proyecto de grado, se lleva a cabo mediante la investigación y recolección de datos presentes en la web o libros en físicos, razón por la que la investigación hace uso respectivo de bases de datos, repositorios, portales informativos y gubernamentales para alcanzar el mayor cumulo de información para nutrir los resultados y abarcar con mayor detalle y especificidad lo requerido dentro del proceso.

### **6.2. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS**

Las fuentes de información secundaria son:

- Proyectos de grado
- Tesis
- Informes mensuales y anuales
- Plan de desarrollo de Cartagena
- Artículos científicos y revistas científicas- académicas digitales
- Decretos, autorizaciones y documentos legales, en caso de que se presenten datos desde la aprobación gubernamental a;
- Noticias

### **6.3. DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TIPO DE ESTUDIO**

El presente proyecto de grado se trabaja desde el enfoque cualitativo, el cual se define desde el “interés teórico que persiguen –el investigador- y la forma de aproximarse



conceptualmente a la realidad humana y social” (Martínez, 2011, p.11). Entendiendo que la intencionalidad que dentro del documento se pretende plantear, es una investigación descriptiva y orientada al conocimiento de acciones, hechos, realidades y observaciones a partir de documentos y análisis por parte del investigador.

Por tanto, el documento y trabajo que se desarrolla, está dado para describir acciones, situaciones e individuos que conforman la esfera de la economía naranja en Colombia.



## 7. RESULTADOS

### 1. FASE 1. REALIZAR LA CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES POLÍTICAS PÚBLICAS EN TORNO AL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA NARANJA.

Colombia es considerado como un país en desarrollo, por lo tanto tiene el reto de estar en la batalla por alcanzar y estar al nivel de los avances sociales, políticos, económicos y culturales de los países desarrollados y así mismo, se ve en la obligación de adaptar lineamientos internacionales suscritos a la Organización de las Naciones Unidas, quienes propenden estudiar el mundo y sus sociedades, para contemplar soluciones saludables y sostenibles para todos, en específico países en condición de desigualdad.

Bajo este concepto y el precepto de considerar al ser humano como eje fundamental y central, dejando el instrumentalismo y utilitarismo, por una visión económica y política humanista, el actual presidente de Colombia Iván Duque Márquez (2018-2022), instauró su plan de gobierno con base en la economía naranja; la economía del emprendimiento, creatividad, desarrollo, innovación y cultura, que piensa en las pymes como también en la pequeña y mediana empresa.

Todo esto hace parte de un plan de desarrollo, que debe ser sostenible y pensando para todos los colombianos, por ello, las políticas públicas, leyes y planes de desarrollo deberán ser transversales a esta corriente económica. La economía naranja.

Por ello, se presenta en orden jerárquico una serie de leyes que están pensadas en el desarrollo social económico, que a su vez son orientadas por los Objetivos de Desarrollo



Sostenible, adoptadas desde el 2016 hasta el 2030; por ende, todo debe estar soportado y pensando en responder a dichos objetivos:

## **1.1. POLITICAS A NIVEL NACIONAL**

Dentro de las políticas nacionales existe la ley 1943 de 2018 “por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja” y es también conocida como la “ley naranja”, la cual fue declarada inexecutable a partir del primero de enero del 2020. Por tanto, este precepto legal queda anulado del proceso investigativo, pero reconociéndola como la primera forma legislativa-administrativa en considerar y normar la economía naranja en Colombia.

### **A. LEY 1834 DEL 2017: POR MEDIO DE LA CUAL SE FOMENTA LA ECONOMÍA CREATIVA LEY NARANJA.**

De acuerdo al artículo primero de la ley 1834 del 2017, esta tiene como objeto:

“(…) desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual”. (p, 1)

En consecuencia, será deber del estado colombiano incentivar los procesos por medio de los cuales la economía naranja posea una importancia proporcional al modelo económico tradicional, pero además de ello, vele por darle sentido, rescatar y sostener las empresas y emprendimientos creativos para el desarrollo del país.



El Gobierno nacional tomará las medidas necesarias para que las industrias creativas nacionales sean exaltadas, promocionadas, incentivadas, protegidas y reconocidas. Para ello coordinará articuladamente sus esfuerzos, con miras a visibilizar este sector de la economía promoviendo su crecimiento e identificándolo como un sector generador de empleo de calidad, motor de desarrollo, y que fomenta el tejido social y humano, así como la identidad y equidad. (Ley 1834, 2017, p. 2)

Con las claridades realizadas y la intención de iniciar procesos de desarrollo y progreso social por medio de herramientas legislativas y normativas, así mismo el Estado se encarga de seguir creando y llevando procesos de ley para establecer el cumplimiento de la implementación de la economía naranja en el país.

## **1.2. POLITICAS PÚBLICAS DEPARTAMENTALES: BOLÍVAR**

### **A. ORDENANZA 292 – 2020: "POR MEDIO DE LA CUAL SE CREAN LOS LINEAMIENTOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE ECONOMÍA NARANJA EN EL DEPARTAMENTO DE BOLÍVAR Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES".**

Los lineamientos nacionales brindados y seleccionados por el gobierno nacional, como bases para el desarrollo y para llevar a cabo un proyecto presidencial capaz de responder a las exigencias y necesidades del siglo XXI, llama a todos los sectores legislativos de Colombia: gobernaciones y alcaldías, a agregar y estar en concordancia con los lineamientos dictaminados desde la presidencia.



Sin embargo, los tiempos de elecciones presidenciales y de gobernaciones departamentales no van al mismo tiempo, razón por la que ciertas políticas públicas van descoordinadas con los tiempos de acción del gobierno colombiano, tal cual sucede en Bolívar.

La Ordenanza 292 del 2020, es apenas una vía para empezar a procurar implementar la economía naranja, determinándola dentro de los aspectos mas importantes y fundamentales del crecimiento económico social-departamental, es por ello, que la ordenanza tiene el propósito:

Crea los lineamientos para propiciar la construcción de la Política Pública de Economía Naranja en el Departamento de Bolívar y se dictan otras disposiciones. El objetivo principal es generar un marco de acción para fomentar, incentivar, promover y desarrollar futuros emprendimientos de industrias creativas y culturales en el departamento, así como las manifestaciones tradicionales y patrimoniales, el turismo cultural, el patrimonio material e inmaterial que comprende la economía Creativa- Economía Naranja, establecido dentro del marco jurídico. (p.1)

En ese sentido, es una política que está en proceso de implementación, debido a que fue expedida 30 de junio del presente año 2020, motivo por el cual no se puede corroborar una existencia de acciones contundentes, pero se centra en atender poco a poco la necesidad de fomentar dentro de Bolívar la Economía Naranja.



En cuanto a la *Alcaldía Local de Cartagena*, no existen políticas públicas para el fomento o desarrollo de la economía naranja, pero sí se puede ver dentro del plan de desarrollo de Cartagena, aun no aceptado totalmente, como la línea de la economía naranja está inmersa dentro de los postulados; sin embargo, hasta el momento solo es una línea sobre la cual se plantea el plan de desarrollo distrital.



## **2. FASE 2. IDENTIFICAR LAS ENTIDADES DE FOMENTO AL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA NARANJA EN CARTAGENA**

La promoción de la economía naranja se da en primera medida, en concordancia con las leyes, decretos y políticas públicas incentivadas desde los gobiernos anteriores y el mecanismo rector, sobre el cual se rige Colombia, la Constitución Política de Colombia de 1991:

“los artículos 61, 70, 71 Y 333 de la Constitución Política de Colombia, constituyen el fundamento superior de la protección a la propiedad intelectual, del fomento y protección de la cultura de todos los colombianos, de la importancia de establecer incentivos y estímulos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia, la tecnología y las demás manifestaciones culturales, así como de la libre competencia económica”. (Decreto N°0935, 2018)

Así mismo, las leyes son decisivas en el tramo que se ha labrado para la visibilizarían e incentivos a la EC en la actualidad:

La Ley 397 de 1997 dispuso que el Estado impulsará y estimulará los procesos, proyectos y actividades culturales en un marco de reconocimiento y respeto por la diversidad y variedad cultural de la Nación colombiana. Para dicho efecto reconoció que el desarrollo económico y social deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural, científico y tecnológico.

(...) el Congreso de la República expidió la Ley 1834 de 2017 con el objeto de desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, entendidas



como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.

Estas medidas adoptadas responden a una nueva visión de la economía creativa por parte del mandato del presidente Iván Duque Márquez, quien desde su campaña presidencial ha trabajado y soportó su propuesta presidencial en la base de la implementación real de la economía naranja, respondiendo a ello con la consolidación de un libro que ha sido revolucionario, debido al carácter y especificidades adjudicadas al momento de hablar de este modelo de economía.

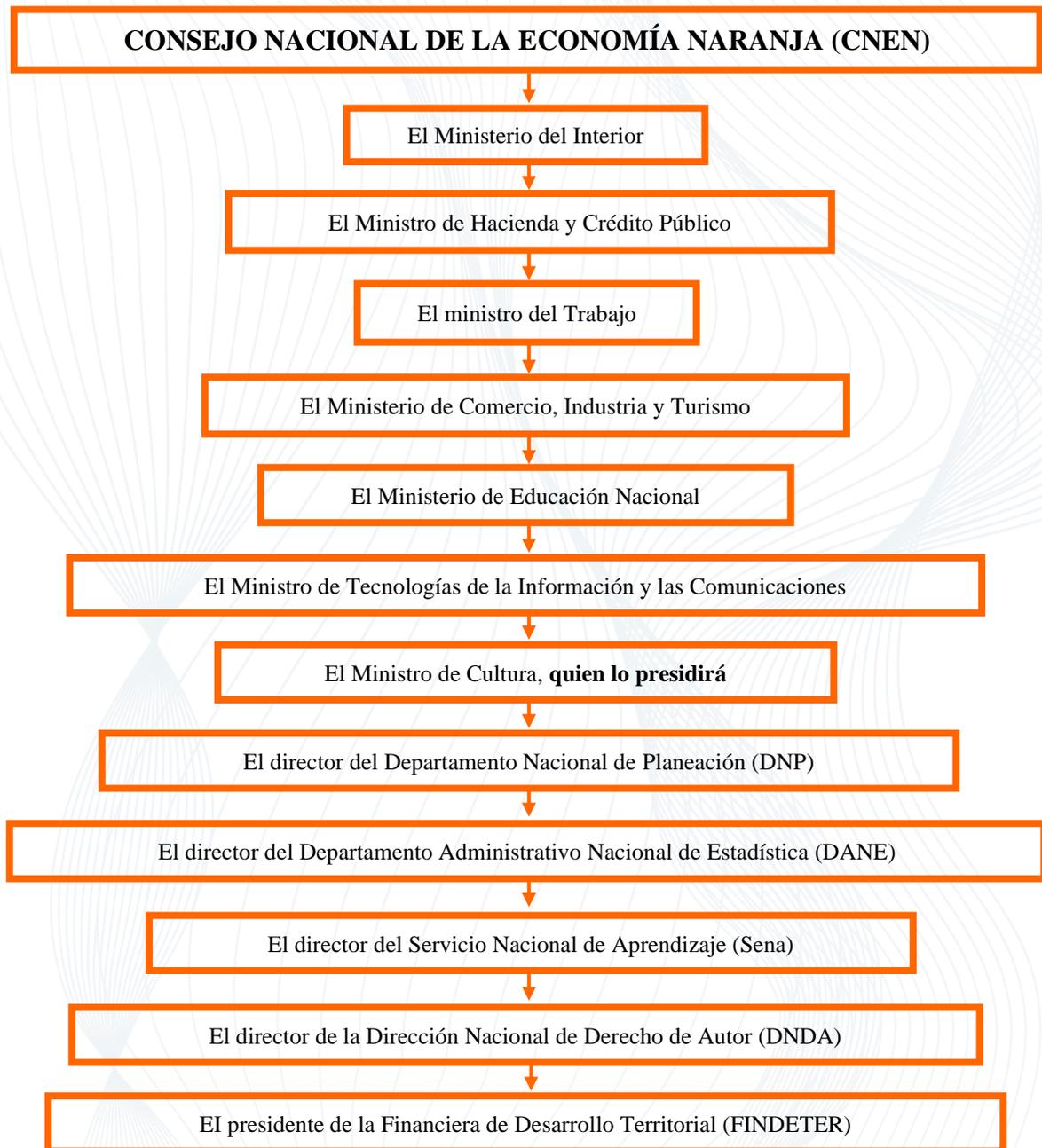
Así mismo, en deber de cumplir lo propuesto y llevar a la realidad las propuestas desarrollistas planteadas sobre la campaña, el presidente en sus facultades, saca a flote el Decreto N° 0935 del 2018 “por el cual se crea y reglamenta el funcionamiento del Consejo Nacional de la Economía Naranja”:

**Artículo 1°. Creación.** Créase el Consejo Nacional de la Economía Naranja (CNEN) como organismo asesor y consultivo del Gobierno Nacional, encargado de formular lineamientos generales de política y de coordinar las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa.

En ese sentido, el CNEN será el órgano encargado de procurar implementar la economía naranja a lo largo y ancho del país, pero con los esfuerzos de 10 entidades nacionales, con quienes tendrá un trabajo mancomunado y colaborativo, con el fin de acaparar el mayor número de emprendedores y trabajadores creativos y culturales.

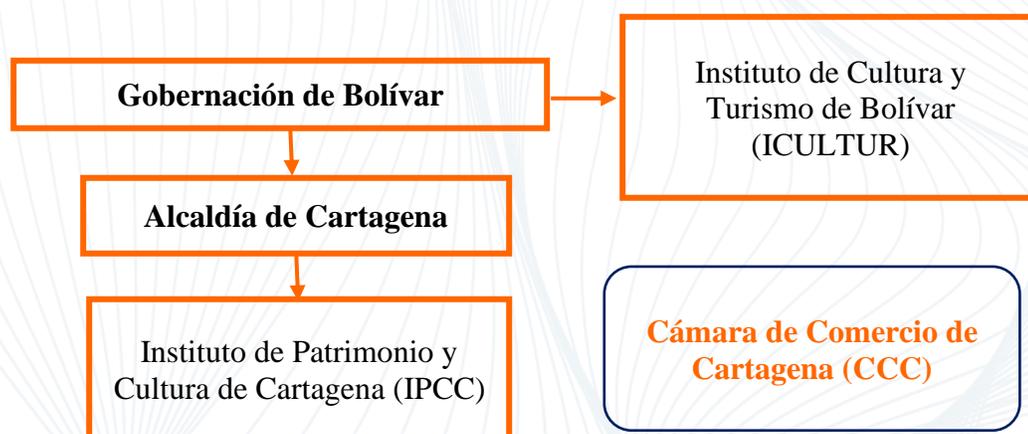
**Ilustración 1,**

Mapa de entidades nacionales



Elaboración propia

El mapa anterior representa las entidades que están pensadas para trabajar alrededor de la economía naranja en Colombia. Sin embargo, a nivel local y departamental existen unos conductos regulares. Es decir, los gobiernos locales deben hacer uso de sus facultades para incluir en sus planes de gobierno, creación de proyectos y políticas públicas en torno a la promoción de la economía naranja.



Este es hasta el momento el debido proceso que se ha implementado en la ciudad de Cartagena, debido a que los proyectos de trabajo, promoción, implementación y ayudas a la economía naranja se han proyectado a un segundo plano por la pandemia del covid-19.

Además, el mandato de turno que preside a partir del 2020, año en curso, es el encargado de empezar a diseñar propuestas alineadas al mandato presidencial. Sin embargo, existen otras entidades que se han puesto a la tarea de crear programas para poder servir a los empleadores, empleados y personal creativo del sector económico.

IPCC, es el encargado del fortalecimiento de la cultura en Cartagena y a su cabeza se lideran ideas académicas como aplicativos sobre los diferentes aspectos que incursionan en la cultura, como es la danza, el teatro, las artesanías, el arte, expresiones artísticas y



culturales. Incluyendo las costumbres y relatos orales. El mismo papel juega ICULTUR pero desde la gobernación de Bolívar y en un entorno departamental.

En ese sentido, ICULTUR delega a IPCC la disposición y capacidad para comprometerse con la cultura en sus esferas individuales y colectivas para que este ente se encargue del desarrollo.

En el caso económico y desempeño de empresas, dentro del cual se enmarca la economía naranja y es consolidación de empresas culturales y creativas, debido a que es un concepto relativamente nuevo pero innovador en Colombia y por ello la Cámara de Comercio de Cartagena sí juega un papel mayor, aunque se desprende de las acciones gubernamentales locales. Es un colaborador pero no sujeta el compromiso del estado con la economía naranja.

Es decir, la cámara de comercio obra en función de lo pactado a nivel nacional, mientras la Alcaldía y los departamentos que obran y asisten cada esfera social, se rigen al estado nacional pero también a la normativa local de Cartagena y su alcalde como cabeza al mando.



### **3. FASE 3. CARACTERIZAR LOS PRINCIPALES SECTORES BENEFICIADOS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA ECONOMÍA NARANJA EN LA CIUDAD DE CARTAGENA**

Las entidades halladas en Cartagena fueron la Alcaldía Local de Cartagena, Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC) y la Cámara de Comercio de Cartagena (CCC) que opera en lo local pero su organismo de control es nacional.

A raíz de esta identificación, los beneficiarios se encuentran de acuerdo a las acciones, proyectos, trabajos u otra modalidad aplicable a la comunidad cartagenera donde se desarrolle y fomente la economía naranja.

Entonces:

#### **INSTITUTO DE PATRIMONIO Y CULTURA DE CARTAGENA (IPCC)**

##### **- IPCC en el 2018 La Cultura como motor de diálogo e inclusión:**

El IPCC realizó 16 convocatorias y entregó becas semestrales a estudiantes de la Institución Universitaria Bellas Artes y Ciencias de Bolívar UNIBAC, sumado a ello la convocatoria de Estímulos Construyamos Juntos 2018 y 7 proyectos apoyados por convocatoria de Estímulo y Creación de Artistas-, “se desarrollaron 5 procesos de formación artística y cultural en Bocachica, Tierra bomba y Caño del Oro y se han reglamentado a 25 artistas del Centro Histórico, entre ellos cuatro grupos de danzas”. (IPCC, 2018).

Se destacan los eventos:



- Conciertos del X Festival de Coros de Cartagena, con las presentaciones de la Coral Societas, Orquesta Filarmónica de la Universidad de Cartagena y Cartagena Brass Quintet.
- Celebra la Música.
- Danza Urbana.
- Silaba de Agua Fiesta Palabra y las Artes 2018
- Foro: La Educación Artística en Cartagena de Indias. Logros y Desafíos
- Festival de Poesía.
- Novena de Navidad en los barrios.
- Procesos dirigidos al fortalecimiento de los emprendimientos creativos y culturales.
- Arte a la Plaza CAVCA.

- **IPCC lidera nodo de economía naranja en Cartagena**

“(...) bajo la orientación del viceministro de la Creatividad y la Economía Naranja, David Melo, instaló la Estrategia Nodos de Emprendimiento Cultural en Cartagena y Bolívar. Este nodo, que permitirá el primer acercamiento y evaluación del territorio en materia de emprendimiento cultural, está constituido por diferentes instituciones públicas y privadas, gestores culturales, artistas, creadores e investigadores”.

(IPCC, 2019)

Este proyecto es generalista, aplica para todos los emprendimientos y empresas enfocados a:



## Artes y Patrimonios

- a. Artes visuales: Pintura, escultura, fotografía, video arte y performance.
- b. Artes escénicas: Conciertos, ópera, circo, orquestas, danza y teatro.
- c. Turismo y Patrimonio Cultural: Museos, cocinas tradicionales, artesanías, parques naturales, bibliotecas, archivos, festivales y carnavales.
- d. Educación: Relacionada con áreas culturales y creativas.

## Industrias culturales

- a. **Editoriales:** Librerías, libros, periódicos, revistas y literatura.
- b. **Fonográfica:** Música grabada
- c. **Audiovisual** Cine, televisión, video y radio.

## Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software de Contenidos

- a. **Medios digitales:** Videojuegos, contenidos interactivos audiovisuales, plataformas digitales, creación de software, creación de Apps (código programación) y animación. Agencias de noticias y otros servicios de información.
- b. **Diseño:** Interiores, artes gráficas e ilustración, joyería, juguetes, industrial (productos), arquitectura, moda y mobiliario.
- c. **Publicidad:** Servicios de asesoría; servicios creativos; producción de material publicitario; utilización de medios de difusión, creación y realización de campañas de publicidad; campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios.

Este nodo tiene una particularidad, y es un paso pero no es el una acción contundente, debido a que es una evaluación y diagnóstico, para luego accionar.



- **IPCC Proyecto Cartagena Creativa con librereros y dulceros**

“El Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC) por medio de acta de compromiso, oficializó el proyecto Cartagena Creativa de la mano con Tu Cultura, Asodulceros (Portal de los Dulces) y Faisudy Librereros (Parque Centenario); una iniciativa que tiene como objetivo la autosostenibilidad y preservación del patrimonio inmaterial e identidad cultural de los cartageneros a través de la economía creativa”. (Caracol Radio, 2019)

Este proyecto consolida talleres y capacitación a **60 personas entre librereros y dulceros del Parque Centenario**, quienes estarán a cargo instruir sobre turismo cultural, incentivar el mejoramiento de modelos de negocios y fortalecimiento de emprendimiento creativos que estén en proceso de constitución o de pequeña escala.

- **IPCC y la Fundación Universitaria Los Libertadores apuestan por la innovación cultural, a través de un diplomado en Pensamiento hipermedia**

“En este proceso formativo se desarrollarán competencias en torno a la gestión y promoción cultural de Cartagena desde la hospitalidad y la puesta en valor de las expresiones artísticas locales, a través del pensamiento hipermedia.” (IPCC, 2020)

El personal beneficiado debe estar ligado a procesos o gestiones culturales encaminadas al desarrollo de comunidades. Así como también personas responsables de cultura y servidores públicos del sector (responsables de procesos de formación artística, bibliotecas públicas, museos, archivos municipales, casas de cultura, entre otros), miembros o agentes de los sectores de patrimonio, artes plásticas, visuales y escénicas y su cadena de



valor, comunicaciones y, en general, representantes de organizaciones culturales encargados de la formulación de proyectos culturales. (IPCC, 2020)

- **IPCC 2018: Fiestas de Independencia de Cartagena y Fiestas patrimoniales**

Con la intención de festejar la independencia de Cartagena, se realiza una semana de actividades culturales que resaltan las tradiciones históricas y características principales de la ciudad. En donde, además, se realizan conciertos, un reinado local, bandos, cabildos, etc.

Para el 2018, el desarrollo de las fiestas tuvo una inversión de 3.000.739.232 mil millones de pesos, y de acuerdo al IPCC, se ejecutó en un 95%.

- **IPCC 2018: Fiestas patrimoniales de Cartagena**

Para el año 2018, en cuestión de fiestas patronales, realizaron los festejos: 1) la XXXIV versión del festival del frito; 2) el festival del dulce cartagenero; 3) Ruta Gastronómica - Festival del Pastel; 4) Agenda cultural de las fiestas de la candelaria y 5) Celebración cumpleaños de Cartagena. Estas actividades contaron con un total de 928.031.212 millones de pesos

## **CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA**

- **Programa de Acelera Región de INNpuls Colombia y Cámara de Comercio de Cali, aliados con la Cámara de Comercio de Cartagena**

“El programa *Acelera Región*, iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, liderada por **INNpuls Colombia** en asocio con la Cámara de Comercio de Cali y



que contó con la colaboración de siete entidades camerales más, incluida la de Cartagena” (El Bolivarense, 2020).

Para el 16 de octubre del 2020, el programa graduó los primeros diez (10) emprendimientos creativos o culturales. Este proyecto lo constituyen 300 emprendedores de mas de 5 diferentes ciudades del país y fortalecerá en la Cartagena, aproximadamente cuarenta y dos (42) emprendimientos inscritos en Acelera Región.

- **Cartagena Emprende Cultura**

“El programa fomenta la generación y puesta en marcha de ideas de negocios y empresas de base cultural con productos, bienes y/o servicios enmarcados dentro del concepto de empresas o industrias culturales de Cartagena” (Cámara de Comercio de Cartagena, s.f.)

Los beneficiarios del programa fueron empresas formales e informales, personas con ideas de negocios interesantes, pero sin consolidar, teniendo en cuenta que fue un proyecto netamente formativo, de asesoramiento e incursión al mercado.

Las características de los beneficiarios estuvieron entre estrato 1 y 2, con mayor presencia de jóvenes entre 16 y 29 años. Además, en lo que va corrido del 2020, la Cámara de Comercio registró un número de 372 emprendimientos en la línea de actividades artísticas, de entretenimiento y recreación que van ligadas con el desarrollo de la economía naranja. Sin embargo, esto no es un crecimiento exacerbado por las políticas públicas o gestiones institucionales, sino por la necesidad de trabajar que ha establecido el coronavirus.



## 8. CONCLUSIONES

La economía naranja en tiempos complicados como lo es 2020 y el coronavirus, es un reto ascendente y que incrementa la brecha social en niveles inalcanzables, borrando del mapa acciones de 20 años que propendieron incrementalmente tasas de calidad de vida y trabajo digno para todos y todas.

Aun así, desde años atrás los entes gubernamentales se encuentran en atrasos en la promoción de la economía naranja en Cartagena, cómo es la vigencia de una ordenanza departamental sobre la implementación de la EN la cual data de junio del 2020, y no cuenta con acciones reales, medibles y en tiempo.

A esa misma línea de trabajo lento se encuentra la Alcaldía local, acogiendo los 17 ODS y el plan nacional de gobierno nacional, los cuales son transversales al plan local de gobierno suscitado por el mandato actual, pero no se perciben ni se miden acciones específicas para desarrollar la economía naranja.

Sin embargo, a nivel de desarrollo de festejos y fiestas de independencia se halló que para el 2018 el Instituto de Patrimonio invirtió una suma 3.000.739.232 millones de pesos para la promoción y salvaguarda de las fiestas, así como también las fiestas patrimoniales, con una inversión de 928.031.212 millones de pesos.

A pesar de ello, dichas promociones cuentan mayormente con incentivo a la cultura, que promoción del sistema económico naranja, razón por lo que se definen dos aspectos principales.

Primero, hay una inexistencia de políticas públicas sobre economía creativa e innovadora en Cartagena y segundo, sin esta normativa se es imposible generar acciones



institucionales coordinadas, hiladas y en plena función del ejercicio desarrollista que, además, lleguen a ser sostenibles en el tiempo.

La promoción de un modelo económico centrado en la creatividad e imaginación no puede ser únicamente determinado en la cantidad de inscripción de empresas creativas a entidades públicas, sino también se debe tener en cuenta la formación a posibles emprendimientos y la sociedad civil con el fin de generar una conciencia naranja y cada vez más los cartageneros se apropien del sistema productivo sobre el que sustenta la ciudad y su cotidianidad. Un proceso económico que siempre ha estado vigente pero no se le ha dado la connotación adecuada.

Así mismo los gobiernos locales se han centrado y limitado a la creación y evaluación de mesas de trabajo, con pequeños pasos al momento de avanzar; entablan la intencionalidad de consolidar el trabajo, crean reuniones para determinar planes a futuro como es el caso del nodo. Pero sigue existiendo un vacío en el espacio-tiempo para la aplicación de estrategias de crecimiento a emprendimientos naranja.

Mientras entidades direccionadas por el gobierno nacional se empoderan del modelo económico e impactan directamente la economía naranja, ya sea con eventos, paneles y formación a emprendedores, que apuestan por incentivar la creatividad, imaginación y producción intelectual para el desarrollo personal y colectivo de la región.

En conclusión, la incidencia de las políticas públicas en el desarrollo de la economía naranja en la ciudad de Cartagena es nulo por su inexistencia y lento en su proceso de consolidación normativa y en la cadena de acontecimientos se suma la pandemia por coronavirus que debilitó la cadena productiva nacional e internacional,



dejando como prioridad la subsistencia y supervivencia de la comunidad antes que el desarrollo total de una economía naranja.



## 9. RECOMENDACIONES

Los acontecimientos históricos marcan pautas en la vida actual y futuro del mundo de las ideas, favoreciendo o siendo un hincapié para pensar mejoras o ideas viables en cualquier contexto. El caso del covid-19, el mandato reciente de gobernador de Bolívar y el alcalde de Cartagena, incitan a pensar en ideas capaces de desarrollarse en cualquier contexto, virtual y físico.

En virtud de poder usar la academia como un vehículo de transporte para sumar ideas y proyectos, este trabajo investigativo monográfico, propone una serie de recomendaciones y opciones que podrían nutrir el progreso y beneficio de la economía naranja en Cartagena.

1. Creación de una política pública centrada en el fomento, promoción y desarrollo de la economía naranja en Cartagena.
2. Implementar ideas, proyectos, seminarios y charlas sobre la economía naranja y el emprendimiento desde los entes gubernamentales: Alcaldía y Gobernación.
3. Consolidar una campaña para el sostenimiento y ayudas a los emprendedores creativos o empresas creativas en crisis por la pandemia del COVID-19.
4. Instaurar plataformas digitales únicamente dirigidas al fomento de la economía naranja en Cartagena.
5. Desarrollar estrategias para la validación y surgimiento de proyectos institucionales para que los jóvenes, empleadores y empresas puedan fortalecer su desempeño laboral y servicios.



6. Rastrear aquellos emprendimientos relacionados con la propiedad intelectual y las humanidades, para la dignificación y salvaguarda del conocimiento e información de los cartageneros.



## 10. BIBLIOGRAFIA

- Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2013). La Economía Naranja Una Oportunidad Infinita. 17 de junio de 2017. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3a%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Cámara de Comercio de Cartagena. (s.f.). Industrias creativas y culturales. Recuperado de: <https://www.cccartagena.org.co/fortalecer-empresa/industrias-culturales/>
- Cartagena Cómo Vamos. (2018). Informe de calidad de vida 2018. Recuperado de: [http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/wpcontent/uploads/2019/09/Informe\\_de\\_Calidad\\_de\\_Vida-2018\\_Cartagena\\_C%C3%B3mo\\_Vamos.pdf](http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/wpcontent/uploads/2019/09/Informe_de_Calidad_de_Vida-2018_Cartagena_C%C3%B3mo_Vamos.pdf)
- El Bolivarense. (2020). El programa ‘Acelera Región’ de INNpuls Colombia graduó a 10 emprendedores de Cartagena. Recuperado de: <https://bolivarense.com/el-programa-acelera-region-de-innpuls-colombia-gradu-a-10-emprendedores-de-cartagena/>
- Caracol Radio. (2019). IPCC oficializa proyecto Cartagena Creativa con librereros y dulceros. Recuperado de: [https://caracol.com.co/emisora/2019/05/25/cartagena/1558736026\\_250690.html](https://caracol.com.co/emisora/2019/05/25/cartagena/1558736026_250690.html)
- Goethe Institut. (2020). Base teorica: Industrias creativas en Alemania. Recuperado de: <https://www.goethe.de/ins/es/es/kul/sup/kre/20941486.html>
- Guzmán Cárdenas, C. E. (3 de Agosto de 2009). Las industrias creativas y culturales se encuentran en el corazón de la economía creativa. Recuperado el 19 de Junio de 2017, de <http://www.dircomsocial.com/profiles/blogs/las-industrias-creativas-y>



Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC). (2019). IPCC lidera nodo de economía naranja en Cartagena Recuperado de:  
<http://www.ipcc.gov.co/index.php/noticias/item/897-ipcc-lidera-nodo-de-economia-naranja-en-cartagena>

Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC). (2020). IPCC y la Fundación Universitaria Los Libertadores apuestan por la innovación cultural a través de un diplomado en Pensamiento hipermedia. Recuperado de:  
<http://ipcc.gov.co/index.php/noticias/item/1134-ipcc-y-la-fundacion-universitaria-los-libertadores-apuestan-por-la-innovacion-cultural-a-traves-de-un-diplomado-en-pensamiento-hipermedia>

Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC). (2018). Rendición de cuentas del año 2018.

Martinez R. J. (2011). Métodos de investigación cualitativa. Silogismo, N°8, p., 11. Recuperado de:  
<http://www.cide.edu.co/doc/investigacion/3.%20metodos%20de%20investigacion.pdf>

Medrano M. J. (2014). Responsabilidad social y economía naranja en colombia. Plan de acciones de innovación social en une epm telecomunicaciones. Recuperado de:  
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/39669/1/TFM%20Jaqueline%20Medrano%20Montoya.pdf>

Melo B. (2017). La economía naranja de Bogotá: análisis de los aportes del sector de la publicidad. Recuperado de:



<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10405/Melozamin2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC). (2018). Rendición de cuentas 2018.

Recuperado de: <http://ipcc.gov.co/index.php/noticias/item/889-ipcc-realizo-rendicion-de-cuentas-2018>

Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena (IPCC). (2018). Rendición de cuentas 2018.

Monje, C. A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa: guía práctica.

Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas. (s.f.). Objetivos de desarrollo

sostenible. Recuperado de: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Torres-Melo. J. y Santander. J. (2013). Introducción a las políticas públicas: conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía. Recuperado de:

[https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996\\_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf)

Rey, G. (2018). Industrias creativas y educación. La escuela en medio de las transformaciones culturales. Educación y ciudad, (35), 13-24.

Ley 1834 del 2017. Por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja. 23 de mayo del 2017. Recuperado de:

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>



Ordenanza 292- 2020. Por medio de la cual se crean los lineamientos para la construcción de la política pública de economía naranja en el departamento de bolívar y se dictan otras disposiciones. 30 de junio del 2020. Recuperado de:

<https://www.asambleadebolivar.gov.co/sites/all/libraries/pdf.js/web/viewer.html?file=https%3A%2F%2Fwww.asambleadebolivar.gov.co%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fordenanza-292-2020.pdf>

