

IMPACTO DE LA ECONOMÍA NARANJA: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

ROSE RANAURO HOYER
Código estudiantil: 1129571521

Trabajo de investigación presentado como requisito para optar
el título de: **Magíster en Administración de Empresas e
Innovación**

Tutor(es):
Maria Isabel Castellanos

RESUMEN

Las industrias creativas y culturales (ICC) tienen un impacto positivo en el desarrollo de sociedades inclusivas, afianzan la identidad y valores culturales, contribuyen con fortalecer la cohesión social, promoviendo un desarrollo social inclusivo y sostenible. En esta categoría de economía se incluye la cultura, la habilidad, la inventiva, además de las variadas maneras potenciales de obtener beneficios de ella mediante distintas prácticas culturales, como el espectáculo teatral, la danza, el canto, la escritura, las expresiones artísticas y los juegos electrónicos, entre muchas otras. Por esta razón, está experimentando un continuo desarrollo.

Entre las aproximaciones teóricas, se sustenta que las ICC “son reconocidas como uno de los sectores de la economía con más perspectivas, con alto potencial para contribuir a la prosperidad local y regional y la generación de empleo” (Monika, 2021)

Por otro lado, es propicio destacar que las industrias creativas y culturales tienen un impacto significativo en la economía global. Según estimaciones, estas industrias contribuyen con aproximadamente el 3% del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel mundial y generan una cantidad considerable de empleo. “La producción y distribución de contenidos culturales se ha desmaterializado, se ha intensificado la competencia por los consumidores y ha aumentado la financiación a través de plataformas y mecanismos de crowdsourcing” (Hennig et al., 2021).

En los últimos años, en muchas legislaturas, las industrias artísticas y ecosistemas culturales han experimentado ayuda directa del gobierno y un aumento en el apoyo a la iniciativa empresarial innovadora e impulsada por la creatividad. Ambas tendencias han sido motivadas por la creencia de que las Industrias Culturales y Creativas (ICC) son una fuente de creación de empleo y desarrollo económico. La economía naranja en Colombia se ha venido potencializando en los últimos años, tomando un papel importante en la economía, prueba de ello es su participación en el PIB que cada vez incrementa

La presente investigación tiene como objetivo general determinar el impacto de la economía naranja a través de un análisis bibliométrico que permita especificar las principales contribuciones de la industria creativa al crecimiento económico.

Esta investigación se efectuó bajo la metodología de revisión sistemática, abordando el tema Impacto de la Economía Naranja a través de un análisis bibliométrico, seleccionando artículos científicos de base de datos especializadas Scopus y Google Académico. En la búsqueda de artículos en el marco de la temática impacto de la economía naranja a través de un análisis bibliométrico se encontraron 871 artículos en la base de datos de Scopus con una producción desde el año 2003 hasta el 2023. Se prefirió para este la base de trabajo crear mapas bibliométricos basados en co-ocurrencias, puesto que esta forma de efectuar el análisis selecciona las palabras claves teniendo en cuenta su frecuencia o repetición en los artículos que fueron descargados de datos Scopus.

La principal conclusión radica en que las industrias creativas o economía naranja “son ampliamente reconocidas como importantes contribuyentes al crecimiento económico y la creación de empleo” (Montalto et al., 2020). De igual modo, ciertas investigaciones ofrecen evidencia de que las ICC son consideradas más innovadoras que otros sectores altamente innovadores.

Palabras clave: Industrias Creativas y Culturales (ICC), Economía Naranja, Creatividad, Innovación.

ABSTRACT

The creative and cultural industries (CCI) have a positive impact on the development of inclusive societies, strengthen identity and cultural values, contribute to strengthening social cohesion, promoting inclusive and sustainable social development. Included in this category of economics is culture, skill, inventiveness, as well as the many potential ways to benefit from it through various cultural practices, such as theatrical performance, dance, song, writing, artistic expression,

and electronic games, among many others. For this reason, it is undergoing continuous development

Among the theoretical approaches, it is argued that CCI "are recognized as one of the sectors of the economy with the most prospects, with high potential to contribute to local and regional prosperity and job creation" (Monika, 2021).

On the other hand, it is propitious to highlight that the creative and cultural industries have a significant impact on the global economy. According to estimates, these industries contribute approximately 5% of the global Gross Domestic Product (GDP) and generate a considerable amount of employment. "The production and distribution of cultural content has been dematerialized, competition for consumers has intensified and financing through crowdsourcing platforms and mechanisms has increased" (Hennig et al., 2021).

In recent years, in many legislatures, the arts industries and cultural ecosystems have experienced direct government assistance and increased support for creativity-driven and innovative entrepreneurship. Both trends have been motivated by the belief that the Cultural and Creative Industries (CCI) are a source of job creation and economic development. The orange economy in Colombia has been strengthening in recent years, taking an important role in the economy, proof of this is its participation in the GDP that is increasing each time.

The general objective of this research is to determine the impact of the orange economy through a bibliometric analysis that allows specifying the main contributions of the creative industry to economic growth.

This research was carried out under the systematic review methodology, addressing the Impact of the Orange Economy issue through a bibliometric analysis, selecting scientific articles from specialized Scopus and Google Scholar databases. In the search for articles within the framework of the impact of the orange economy theme through a bibliometric analysis, 871 articles were found in the Scopus database with production from 2003 to 2023. For this work base, it was preferred to create bibliometric maps based on co-occurrences, since this way of carrying out the analysis selects the keywords taking into account their frequency or repetition in the articles that were downloaded from Scopus data

The main conclusion is that the creative industries or orange economy "are widely recognized as important contributors to economic growth and job creation" (Montalto et al., 2020). Similarly, some research offers evidence that CCIs are considered more innovative than other highly innovative sectors.

KeyWords: Creative and Cultural Industries (ICC), Orange Economy, Creativity, Innovation.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aarstad, J., O. Kvitastein y S. Jakobsen. (2016). Variedad relacionada y no relacionada como regional Impulsores de la productividad y la innovación empresarial: un estudio multinivel. *Política de investigación*, 45(4), 844–856. doi:10.1016/j.respol.2016.01.013.1168N. INNOCENTI Y L. LAZZERETTI
- Ahearne, J. (2004). Entre la teoría y la política cultural: el pensamiento de la política cultural de Pierre Bourdieu, Michel de Certeau y Régis Debray. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://wrap.warwick.ac.uk/36990/1/WRAP_Ahearne-ccps_paper_7.pdf
- Acevedo, D. (2019). *Análisis teórico y bibliométrico de la economía naranja y economía creativa y cultural*. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/23555/2020danielaacevedo.pdf?sequence=1>
- Andari, R., H. Bakhashi, W. Hutton, A. O.'Keefe, y P. Schneider. (2007). El Desempeño económico del Reino Unido Industrias creativas. *Ciencias Regionales*, 14(3), 5–30. doi:10.3280/SCRE2015-003001.
- Arias, D. F., & Orozco, D. G. (2021). *Impacto de la economía naranja en la producción y balanza comercial de Colombia para el periodo 2017-2020*. Recuperado de http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6517/1/2022_DanielFelipeAriasGarz%C3%B3n.pdf
- Avilés, E., & Canizalez, P. M. (2015). Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clúster creativos. *Economía, Sociedad y Territorio*, 15(47), 185-216. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11132816008>
- Bárcenas, C., & Bárcenas, R. (2020). Índice de potencialidad de las industrias culturales y creativas en México. Un marco de referencia para las políticas de

comunicación y cultura. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 142, 89-108. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7713708>

Batista, A., & Arias, F. J. (2022). Industria creativas y culturales en Colombia: retos y oportunidades. *Revista Innova ITFIP*, 10(1). 68-78. Recuperado de <http://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/158/257>

Botto, M., Montes, S., Camacho, O., Chávez, D., Torres, P., & Zambrano, M. (2020). *Tecnologías Aplicadas*. Quito, Ecuador: Board Members.

Buitrago, F., & Duque I. (2013). *La economía naranja una oportunidad infinita*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

Bustamante, E. (2018). Las industrias culturales y creativas. *Periférica Internacional*, (18), 88-117. Recuperado de <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4178/3859>

Camacho, C. K. (2008). *Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*. Recuperado de https://www.cucea.udg.mx/sites/default/files/documentos/adjuntos_pagina/la_tutoria_como_elemento_de_competitividad_para_el_cucea_congreso.pdf

Carvajal, J. D., & Realpe, M. C. (2020). *Retos y oportunidades de la economía naranja en Colombia. ¿cómo adaptar nuestros procesos de negociación?* Recuperado de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/87489/1/TG02942.pdf

Castro, A., & Aguirre, M. (2016). El índice de potencialidad de las industrias culturales y creativas. *Fonseca, Journal of Communication*, (13), 129-146. Recuperado de https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/132358/El_indice_de_potencialidad_de_las_indust.pdf;jsessionid=10CCFE608D27DB3FBCC7C56EDE9B1691?sequence=1

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2012). *Informe acerca del diálogo de políticas de alto nivel sobre la economía creativa para el desarrollo*. Recuperado de https://unctad.org/system/files/official-document/td481_sp.pdf

Copaja, M., & Esponda, C. (2017). *Las industrias creativas dentro del desarrollo de las ciudades perspectivas y estrategias desde un enfoque económico, social y urbano*. Recuperado de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/108397/29BGT_EspondaCarlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Díaz, P. L. (2013). *Industrias culturales & industrias creativas, Evolución histórica y conceptual, confluencias y divergencias. El caso de Santiago creativo, plataforma para la exportación de la industria creativa*. Recuperado de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115940/Tesis%20Industrias%20Culturales%20Final%20%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B., & Skvirsky, S. (2017). *El futuro de la economía naranja: Fórmulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe*. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/handle/11319/8459?locale-attribute=es&>

Glaeser, E., H. Kallal, J. Scheinkman y A. Shleifer. (1992). *Crecimiento en las Ciudades*. Recuperado de doi:10.1086/261856.

Gomes, C. L. (2018). *La economía creativa y las industrias culturales y creativas: ¿una alternativa postcapitalista?* Recuperado de <https://www.ub.edu/geocrit/Sociedad-postcapitalista/ChristianneGomes.pdf>

Gómez, G., & Ortiz, S. (2020). *Escenarios futuros posibles, probables y compartidos en la industria creativa y cultural en Bogotá para las pymes en el marco de la economía naranja para el año 2030*. Recuperado de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4092/ADM_1065835372_2020_2.pdf?sequence=4&isAllowed=y

González, A. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias*, 26(4), 450-464. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7687050>

González, L. C., & Ruíz, R. D. (2018). *Economía naranja en Colombia El desafío de la propiedad intelectual*. Recuperado de <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/262f3a2d-78e6-4c74-83b6-b39227c7d491/content>

Grantham, A. y R. Kaplinsky. (2005). Obtener la medida de la industria de los juegos electrónicos: Desarrollo y Gestión de la Innovación. *Revista Internacional de Innovación Gestión*, 9(2), 183-213. Recuperado de doi:10.1142/S136391960500123X.

- Groot, O. J., Dini, M., Gligo, N., Peralta, L., & Rovira, S. (2020). *Economía creativa en la revolución digital: la acción para fortalecer la cadena regional de animación digital en países mesoamericanos*, Documentos de Proyectos, Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45529/S2000218_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guzmán, R., Palma, E., Díaz, M., Varón, O. & Morales, R. (2020). *Caracterización del sector microempresarial del Espinal Tolima, una visión desde Latinoamérica*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8099011>
- Hartog, M., & Boschma, R. (2012). El impacto de la variedad relacionada en Regional Crecimiento del empleo en Finlandia. *Industria e Innovación*, 19, 459–476. Recuperado de doi:10.1080/13662716.2012.718874
- Hauge, A. & Hracs, B. (2010). Ver el sonido, escuchar el estilo: Vínculos colaborativos entre Músicos Indie y Diseñadores de Moda en Escenas Locales. *Industria e Innovación*, 17, 113–129. Recuperado de doi:10.1080/13662710903573893
- Herazo, C., Valencia, A., & Benjumea, Arias. (2018). Perspectivas de Investigación en el Estudio de las Industrias Culturales y Creativas. *Revista KEPES*, 15(17), 27-67. Doi: 10.17151/kepes.2018.15.17.3
- Hidalgo, C., Klinger, H., Barabási, A., & Hausmann, R. (2007). El espacio del producto condiciona el Desarrollo de las Naciones. *Ciencia*, 317, 482–487. Doi: 10.1126/ciencia.1144581.1170N.
- Jiménez, L. (2022). *Las industrias creativas y culturales en el marco de la economía naranja en Colombia*. Recuperado de https://repositorio.autonoma.edu.co/bitstream/11182/1370/1/Industrias_creativas_culturales_marco_econom%C3%ADa
- Lebrún, A. M. (2014). Industrias Culturales, Creativas y de Contenidos. *Consensus*, 19(2), 45-57. Recuperado de https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales_Creativas_y_de_Contenidos_-_Ana_Mar%C3%ADa_Aspillaga.pdf
- Leire S. J., García, J. D., & Retolaza, J. L. (2022). *Valor social en la economía naranja: contabilidad social aplicada a los museos*, Museo Gestión y Curaduría. Doi: 10.1080/09647775.2021.2023901

López, A., & Durango, J. (2019). *La Economía Naranja en Colombia*. Recuperado de <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/502/La%20Economia%20Naranja.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Medina, D. A., & Caicedo, J. F. (2020). *Modelado de la economía creativa/economía naranja para el sector de las industrias creativas: una aproximación para Colombia desde la dinámica de sistemas*. Recuperado de <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/7da47d35-815f-4867-bd1a-16af56124a1c/content>

O'Connor, J. (2011). Las industrias creativas y culturales: una historia crítica. *Ekonomiaz*, 78(3), 24-47. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3781716>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2021). *Industrias Creativas*. Recuperado de https://es.unesco.org/sites/default/files/diario_de_ruta_3_final_1.pdf

Redondo, A. C., Pinzón, C. A., Chavarro, M. A., Ruge, A. R. (2021). El paradigma ecléctico en las industrias culturales y creativas de Chile y Colombia. *Revista Comunicación, cultura y política*, 12, 1-25. Doi: <https://doi.org/10.21158/21451494.v12.2021.3216>

Rodríguez, H., Montalván, N., Suárez, O., & Yonfá, M., & Parrales, K. (2022). Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. *Sustainability*, (14), 1-27. doi: <https://doi.org/10.3390/su142316010>

Rojas, C. C. (2020). *La economía naranja y la producción en Colombia. Un análisis contextual en la introducción del modelo económico y su relación con la producción de manufactura y servicios 2016 - 2019*. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/36418/RojasGutierrezCristhianCamilo2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, J. J., Arroyo, S., Parra, J. F., & Verdú, A. J. (2018). *Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica, Evolución y perspectivas*. Recuperado de <https://fibicc.org/wp-content/uploads/2021/04/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-Iberoamerica.pdf>

Secretaría de Integración Económica Centroamericana, Banco Centroamericano de Integración Económica, & Secretaria General del Sistema de la Integración Centroamericana. (2019). *La Integración Centroamericana y la Globalización Mundial*. Recuperado de <http://web->

sieca.s3.amazonaws.com/comunicacion/CallForPapers_2019_Digital%20%28versi%C3%B3n%20final%20aprobada%29.pdf

Troncoso, B. (2020). Las Industrias Creativas en Concepción: Visión de sus gestores respecto de su alcance e importancia en el desarrollo regional. *Revista Territorios y Regionalismos*, (2), 1-14. Recuperado de <http://doi.org/10.5281/zenodo.3928703>

UNESCO. (2022). Conferencia Mundial de la UNESCO sobre las Políticas Culturales y el Desarrollo Sostenible – MONDIACULT 2022, 28-30 de septiembre, Ciudad de México. Recuperado de chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2022/09/4.MONDIACULT_ES_BACKGROUND%20DOCUMENT.pdf

Valencia, J., Umba, A. M., Moná, A. M., Valencia, A., & Patiño, C. (2019). Evolución y tendencias investigativas en marketing orientado a industrias culturales y creativas: un análisis bibliométrico en Scopus. *Económico*, 22(53), 189-213. Recuperado de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/3053/3009>

Vargas, K., & Prada, K. (2019). *Economía naranja como potencializador de innovación en los proyectos de emprendimiento generados al interior del Programa de Finanzas y Comercio Internacional de la Universidad de La Salle de Bogotá*. Recuperado de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1529&context=finanzas_comercio

Vega, L. K., & Ríos, A. (2019). *Perspectivas de las Industrias Creativas y su Aporte al Crecimiento Económico Colombiano, 2017 a 2018*. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/30968/lkvegah.pdf?sequence=1&isAllowed=y>