

ECONOMÍA NARANJA UNA APROXIMACIÓN A LA CULTURA Y EL TURISMO EN COLOMBIA DESDE LA TEORÍA DE JUEGOS

ORANGE ECONOMY A LOOK AT CULTURE AND TOURISM IN COLOMBIA FROM THE GAME THEORY

Leidi Tatiana Triana Melo,¹ Joaquín Santiago Triana Rojas,²
Jeferson Duvan Díaz Bermúdez³ y Víctor Hugo Nauzán Ceballos⁴

Resumen

En este documento presenta el impacto de la Economía Naranja en los procesos económicos de Colombia desde los años de 2016 al 2019 principalmente en la cultura y el turismo. Así mismo se muestra una generalidad de estos componentes en algunos países latinoamericanos, como Argentina, Brasil, Chile, México y Perú para ver su relación con el crecimiento económico y el impacto ocasionado en la sociedad. A fin de ello, se pretende mostrar la importancia del turismo en la dinámica económica alrededor de la Economía Naranja mediante la utilización de juegos dinámicos que determinan la racionalidad del Gobierno Nacional y del Congreso de la Republica en invertir mayor presupuesto en el turismo que en la cultura como mecanismo de reactivación regional a partir de las ventajas competitivas que ofrecen los departamentos en Colombia.

Palabras Clave: *economía naranja; juegos dinámicos; cultura; turismo; gobierno.*

¹ Bogotá, Colombia. Estudiante de Economía, Universidad Piloto de Colombia. Correo electrónico: leidi-triana@upc.edu.co

² Bogotá, Colombia. Estudiante de Economía, Universidad Piloto de Colombia. Correo electrónico: joaquin-triana@upc.edu.co

³ Bogotá, Colombia. Estudiante de Economía, Universidad Piloto de Colombia. Correo electrónico: Jduvandbermudez@gmail.co

⁴ Bogotá, Colombia. Economista de la Universidad Santo Tomás, Colombia. Mg. Ciencias Económicas de la Universidad Santo Tomas (Bogotá, Colombia). Investigador principal de la Universidad Piloto de Colombia. Correo electrónico: victor-nauzan@unipiloto.edu.co

Artículo recibido: 05/06/2020 | Artículo aprobado: 01/07/2020.

Abstract

This document presents the impact of the Orange Economy on the economic processes of Colombia from the years 2016 to 2019, mainly on culture and tourism. Likewise, a generality of these components is shown in some Latin American countries, such as Argentina, Brazil, Chile, Mexico and Peru to see their relationship with economic growth and its impact on society. In order to do this, it is intended to show the importance of tourism in the economic dynamics around the Orange Economy through the use of dynamic games that determine the rationality of the National Government and the Congress of the Republic in investing a larger budget in tourism than in the culture as a regional reactivation mechanism based on the competitive advantages offered by the departments in Colombia.

Keywords: *orange economy; dynamic games; culture; tourism; government.*

Introducción

Esta investigación girará en torno a una propuesta económica que ha tomado fuerza en el mundo y que ha sido adoptado en Colombia por el gobierno del presidente Iván Duque llamada la *Economía Naranja*. Esta pretende ser su principal bandera de gobierno para lograr un crecimiento sostenido y participativo en el país. Dicha propuesta se basa principalmente en el talento de la sociedad, la propiedad intelectual, la conectividad y la cultura que se tienen en la mayoría de las regiones en el país y que, favorecen la dinámica sectorial a partir del turismo como un componente importante en la llamada Economía Naranja.

Dentro de esta investigación se abarcarán algunos conceptos y definiciones de la Economía Naranja generadas por diferentes autores para poder comprender y entender los sectores que se toman como instrumento de estudio, siendo estos la cultura y el turismo que son a su vez elementos relevantes de la Economía Naranja y que comparten escenario con las industrias creativas, de artes, del entretenimiento, la industria de contenidos digitales y para finalizar la protegida por los derechos de autor.

En la actualidad, la implementación de la Economía Naranja en diferentes países, ha evidenciado que este tipo de economías muestra una tendencia de crecimiento en el PIB, mostrando de una forma u otra que dicha propuesta ayuda a la reactivación de los diferentes sectores económicos como también el desarrollo regional y sectorial, como se presenta en algunos países latinoamericanos que han mostrado efectos positivos cuando se implementan actividades favorecen la movilidad social, el patrimonio cultural, las artes, la cultura y la innovación.

Después de profundizar en el significado, los aportes que hace este tipo de economía y su impacto desde los diferentes enfoques de dicha economía a nivel mundial, latinoamericana y colombiana, se observará que esta economía está tomando fuerza ya que representa un porcentaje importante en el PIB. Por otro lado, la inspección de los efectos que se dan a través de los componentes de la Economía Naranja, se muestran en los procesos que ya se están desarrollando en países latinoamericanos como Argentina, Chile, México, Brasil, Perú en los cuales se evidencia que esta propuesta económica representa importantes aportes a la economía y la generación de empleo. De allí que tomando el caso colombiano el cual será nuestro foco de investigación, se discutirá la forma en la que el turismo y la cultura son elementos transversales en la economía Naranja, lo cual se analizarán investigaciones realizadas para poder recopilar la información necesaria, donde los jugadores (Gobierno Nacional y Congreso de la República) harán parte del tipo de juego que se realizará para identificar las prioridades y beneficios que se consiguen cuando de forma interactiva y secuencial juegan para aumentar el beneficio propio y el colectivo y de esta manera poder darle solución a la siguiente inquietud: ¿A cuál de los sectores de la economía naranja, cultura y turismo se le destina más inversión y aporta al crecimiento económico de Colombia para el periodo de 2016 al 2019?

Desde el punto de vista metodológico, se utilizará un juego dinámico de información completa el cual según Zapardiel (2014) indica que es un juego secuencial, el cual se presentará

en su forma extensiva (o de árbol), donde su aplicación puede verse en juegos de mesa como el ajedrez o las cartas, y que para el caso se aterriza a través de dos jugadores (el Congreso y el Gobierno), con estrategias definidas como la es de financiar o no financiar a través de los componentes de la Economía naranja que son el turismo y la cultura respectivamente. Para ello se tomaran los periodos desde el 2016 al 2019, empleando datos del portal del DANE y del Ministerio de Hacienda con el que se pretende validar la hipótesis que está orientada a que al turismo se le destina mayores recursos de mantenimiento e inversión ya que representa un mayor aporte a la economía naranja y al PIB en el periodo 2016 a 2019.

Marco teórico

Durante los últimos años en Colombia, el concepto y análisis que gira alrededor de las industrias creativas y en particular de la Economía Naranja ha generado un sin número de fenómenos económicos que fortalecen algunos sectores, impulsando su crecimiento y forjando encadenamientos entre otro. Partiendo desde el enfoque adoptado por Duque, Buitrago & Banco Interamericano de Desarrollo (2013) y tomando en cuenta la postura de Hawkins (2007):

la economía creativa, definida por Hawkins, comprende los sectores en los que 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. (Duque, Buitrago & Banco Interamericano de Desarrollo, 2013, pág. 12).

Otras definiciones indican que la Economía Naranja son “actividades productivas basadas en la creatividad, la habilidad y el talento, abarcando una variedad de actividades comerciales y económicas y sus derivados, incluyendo publicidad, arquitectura, artesanía, diseño y artes escénicas. En este orden de ideas, se promueven estos sectores como aquellas entidades que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales, y que tienen un potencial de creación de riqueza y de puestos de trabajo mediante la generación y explotación de la propiedad intelectual” (Peralta Quesada & de Groot, 2020, pág. 22).

Al unísono de esta definición un informe de la UNCTAD (2008)⁵, indica que las industrias creativas se forjan por la creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la creatividad y el capital intelectual como base para la generación de contenidos con propiedad intelectual. Así mismo la Economía Naranja “comprende un conjunto de actividades basadas en el conocimiento que producen bienes tangibles y servicios intelectuales o artísticos intangibles servicios con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado” (UNCTAD, 2008).

5 La UNCTAD- que en sus siglas en ingles indica *United Nations Conference on Trade and Development*, es una Organización que promueve y apoya a los países emergentes a incorporarse en la economía globalizada, con el fin mejorar las condiciones de vida y disminuir la brecha de la pobreza.

Considerando que las actividades basadas en la generación de contenidos de propiedad intelectual son imperativas en la consolidación de industrias y demás asociadas a estas, la UNESCO (2014) considera que estos sectores tienen como propósito la creatividad, y ante todo la producción o reproducción, así como la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial, que abarca más la idea contemplada por la CEPAL y que refuerza la manera en la que las economías pueden favorecerse acorde a sus dotaciones iniciales donde la innovación, incluyendo investigación y desarrollo de software son un elemento importante de desarrollo como lo indica la (UNESCO, 2014).

Otros conceptos arraigados a la Economía Naranja están los postulados por la Superintendencia de Sociedades (2019), donde indican que esta economía asocia actividades comerciales cuyo valor del resultado final se debe en principio al contenido creativo, incluida la industria cultural aquellas que están fuertemente relacionadas a la cultura, como la editorial, la audiovisual y la fonográfica, y las creaciones funcionales, donde el resultado es creativo, pero no necesariamente relacionado a la cultura, como videojuegos, publicidad o la moda.

Con estos acercamientos epistémicos orientados a la economía naranja, es importante resaltar que por qué su nombre o la razón por la que se llama la Economía Naranja. Según Rojas (2015) para la revista portafolio se llama Economía Naranja debido a que Frank Sinatra decía que el naranja es el “color más feliz”. El color naranja se suele asociar con la cultura, la identidad y la creatividad. Este color es asociado, en los países occidentales, con el entretenimiento y la extroversión en la mayoría de las actividades referidas a este componente económico. Algunas filosofías y religiones, como el confucianismo, relacionan el naranja con la transformación y para el caso de la India, el ‘chakra naranja’ es el abdomen, donde es esta parte del cuerpo el centro creativo del individuo.

Existen muchos más significados del color en casi todas las sociedades del planeta. Sin embargo, fue el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) la entidad que ‘pintó’ de *naranja* al valor agregado que generan las industrias y empresas culturales. Además, lo que en realidad interesa es que este color permite fusionar la economía con la cultura. Es decir, “ambas actividades son caras de la misma moneda, por una cara está el valor simbólico y por la otra, el valor cuantitativo” (Rojas, 2015, pág. 2).

Autores como Sen (2004), indica que la búsqueda del bienestar de la comunidad a través de herramientas con las que goza o cuenta cada país o territorio como también las capacidades en aspectos culturales, se puede obtener beneficios importantes y que mejoran la calidad de vida de sus habitantes. Así mismo Sen (2004), en un artículo denominado *juicios sobre la globalización* nos sigue recordando lo importante que es la globalización para el mejoramiento en la calidad de vida del hombre, pero a través de la economía de mercado y la forma en la que se ha creado tanta desigualdad por la falta de distribución adecuada de los recursos. De allí que la problemática generalizada en los países no es en sí el de la economía, ni mucho menos de la globalización sino la falta de una conformación de gobiernos sin corrupción, instituciones reguladoras y políticas que garanticen su buen

funcionamiento, en virtud de lo que se detalla con la Economía Naranja es la aplicabilidad en diferentes sectores de este concepto que propenda por emancipar las ideas de quienes pueden aprovechar estos escenarios para adoptar líneas que beneficien al colectivo y no al sujeto en sí. De esta manera, Sen (2004) en el capítulo dos del texto *How Does Culture Matter* afirma que:

“...el fomento del bienestar y las libertades que buscamos en el desarrollo no puede sino incluir el enriquecimiento de las vidas humanas a través de la literatura, la música, las bellas artes y otras formas de expresión y práctica cultural, que tenemos razones para valorar (...) Tener un alto PIB per cápita, pero poca música, arte, literatura, etc., no equivaldría a un gran éxito en el desarrollo. De una forma u otra, la cultura envuelve nuestras vidas, nuestros deseos, nuestras frustraciones, nuestras ambiciones y las libertades que buscamos. La libertad y la oportunidad para las actividades culturales se encuentran entre las libertades básicas cuya mejora puede considerarse constitutiva del desarrollo” (Sen, 2004, pág. 39).

Basados en la definición tomada por Buitrago & Duque (2013) y de diferentes fuentes de investigación citadas se puede mencionar, que la Economía Naranja es una herramienta de desarrollo cultural, social y económico que fortalece la economía regional o sectorial de un país o fe un territorio. Se diferencia de otras economías por el hecho de fundamentarse en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, cuyo contenido de carácter cultural y creativo se puede proteger por los derechos de propiedad intelectual.

El intercambio cultural constituye una parte importante para el proceso de adopción de la Economía Naranja como también los procesos económicos que estén alineados con este enfoque que, de cierta forma, están en constante evolución, así como las tecnologías digitales que día a día imparten en el mercado alternativas de solución a problemas de contexto, y que gracias a ello se puede lograr el intercambio de conocimiento, cultura, estrategias económicas, etc., que a la postre son las rutas de aplicación que cada país puede adoptar en relación a la economía Naranja, buscando siempre mitigar las necesidades de la comunidad y ampliando estrategias de aplicación para fortalecer este tipo de mercados.

Haciendo mención a la forma en la que cada gobierno puede optar o no por darle más participación a los procesos económicos que vinculen la Economía Naranja, Pineda (2018) menciona que las decisiones gubernamentales van acompañadas de la información que se tenga en el contexto, pero también de toda una estructura económica que va detrás de ello y de las acciones a realizar. Dicho esto, muchas de las elecciones individuales como también grupales o corporativas de estrategia en cualquier situación particular, depende de cómo los individuos o grupos corporativos perciban y sopesen los costos y beneficios de varias estrategias expuestas y de sus resultados posibles” (como se cita en Ostrom 2007, pág. 30).

De esta manera, una relación particular de lo descrito por Pineda (2018), está en la que dichas decisiones pueden favorecer a un colectivo según las características propias con las que cuanta una región para la toma de decisiones o de las dotaciones iniciales

con las que se cuente en su momento para la generación de una política pública que induzca al favorecimiento de este tipo de economías, es decir, que en realidad coadyuve al crecimiento económico a partir de la Economía Naranja. Der allí, que la iniciativa a seguir políticas públicas, está en la forma en la que los agentes siendo racionales, generan de forma secuencial decisiones en virtud de lo que haga el otro agente. En este sentido y como lo comenta Romero (2013), llevaría esto a un Equilibrio, donde los actores obtienen los mejores beneficios en virtud de sus políticas e intenciones.

La Economía Naranja a nivel mundial ha hecho aportes significativos al PIB, lo cual muestra que es una buena política para generar reactivación en algunos sectores que estén vinculados con este fenómeno. Un ejemplo de ello es el informe de *Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries* de la UNESCO, donde la cultura y servicios relacionados de forma directa con la creatividad representan un 3% del PIB mundial, y generan empleo en aproximadamente a 29,5 millones de personas en el mundo, más que lo que aportan sectores como el de las telecomunicaciones. Por otro lado, y según informe de Banco Interamericano de Desarrollo (2016) los ingresos de las industrias culturales y creativas que se dinamizan en el mundo representan unos US\$2,25 billones, más que toda la industria automovilística de Europa, Japón y Estados Unidos juntos.

Así mismo, el informe del Banco Interamericano Desarrollo (2016) indica en una publicación realizada por dicha entidad sumada con la Organización de los Estados Americanos (OEA), y el Consejo Británico (British Council), sostiene que la contribución de las industrias creativas al PIB en los diferentes países del continente americano, indica que la Economía Naranja aporta en aproximadamente 2 % al PIB de Chile y a más de 10 % en países como Brasil y Estados Unidos. Además, dicho informe menciona que las tasas de crecimiento en el sector relacionado con las industrias creativas son de forma consistente y más altas que el promedio de los otros sectores económicos (Banco Interamericano de Desarrollo, 2016)

Por otro lado, la Cámara de Comercio de Bogotá, indica que la “llamada Economía Naranja le piden aterrizaje con cifras y fronteras, y estas se resumen en que puede dinamizar el Producto Interno Bruto (PIB) de un aporte de 3,3 por ciento a 6 por ciento del PIB en 4 años” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019, pág. 1). Así mismo, el informe indica que las industrias creativas generan empleo a casi 29.5 millones de personas, lo cual hace que el ingreso bruto sea un poco más de US\$2 billones anuales

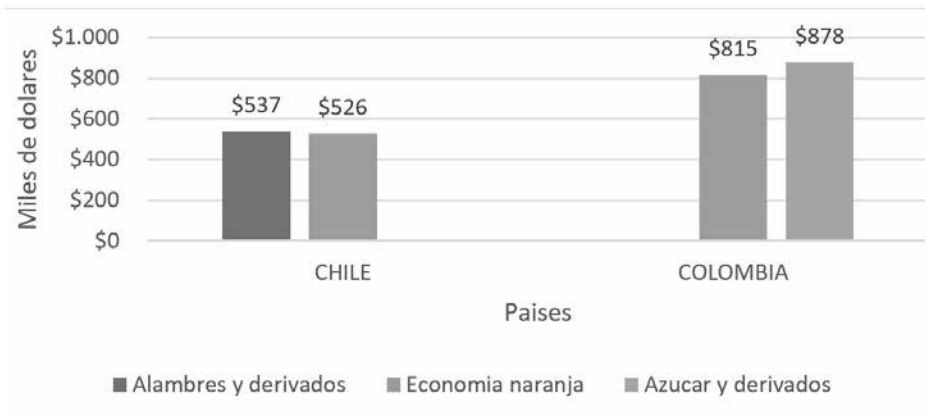
Considerando que existen varios países como se indicó con anterioridad, en los que la Economía Naranja es muy importante en el crecimiento económico, a continuación, se mostrará en el tabla 1 un vistazo de algunas regiones latinoamericanas sobre este fenómeno y la forma en la que aporta al PIB en los últimos 5 años.

Tabla 1. Aportes de la Economía Naranja al PIB y al empleo

País	Aportes en miles de millones de dolares	Generación de empleo en miles de pesos
Argentina	17,08	550
México	55,01	5.280
Chile	3,98	170
Brasil	66,87	1.730
Colombia	11	1.160
Perú	4,72	660

Fuente: (Duque Marquéz, Buitrago Restrepo, & Banco interamericano de Desarrollo, 2013)

Los países mencionados en el cuadro 1 a excepción de Colombia, las exportaciones de bienes y servicios de la Economía Naranja son mayores frente a las exportaciones tradicionales como lo es Alambre de cobre en Chile, Carne de res en Argentina, Hierro y acero en México y café en Brasil, (Duque Marquéz, Buitrago Restrepo, & Banco interamericano de Desarrollo, 2013) Para el caso de Colombia, esta comparación se hace referente al azúcar y sus derivados. Así mismo y como lo comenta el texto *La Economía Naranja, una oportunidad infinita*, el déficit comercial de la Economía Naranja es bastante grande en relación con sus exportaciones de bienes y servicios creativos como lo comenta Duque, Buitrago & Banco Interamericano de Desarrollo (2013). Además, los pagos netos por regalías y licencias de propiedad intelectual, puede generar que el déficit pueda casi duplicar debido a que este en los gobiernos de todos los niveles genera, a través de diferentes modalidades de financiamiento, inestabilidad macroeconómica que puede verse reflejada en elevada inflación y desequilibrios en las cuentas con el exterior, en particular

**Gráfico 1. Bienes y servicios frente a la economía naranja.**

Fuente: (Duque Marquéz, Buitrago Restrepo, & Banco interamericano de Desarrollo, 2013, pág. 126).

Analizando la siguiente grafica 2 se puede diferir como la Economía Naranja ha contribuido a lo largo de los países de Latinoamérica, así mismo, se observa más relevancia en México, así como en Paraguay y Argentina, por otro lado, no ha sido muy relevante en países como lo son Chile, Venezuela y Ecuador, todo esto hablando de una contribución porcentual en cada Economía de su respectivo país.

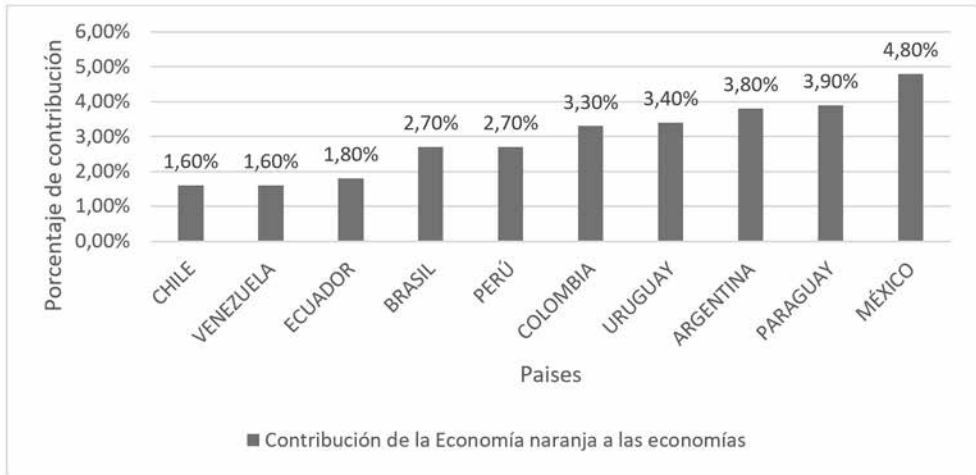


Gráfico 2. Contribución de la Economía naranja a las economías.

Fuente: Cámara Argentina de Comercio y Servicios, 2018, pág. 2.

De acuerdo al gráfico 2, las actividades creativas en la mayoría de los países latinoamericanos, tienen un peso considerable en el PIB a veces mayor que la generada en el gasto a la educación en estos países. Esto permite indicar, por ejemplo, que los aportes de estas industrias creativas al PIB de Colombia son importantes y representan un nuevo escenario en la que la dinámica económica, junto con la participación ciudadana favorecen el desarrollo local de la mayoría de los territorios. Esto teniendo en cuenta, que la biodiversidad, la cultura, el patrimonio entre otros, son aspectos que ya se cuentan en el territorio y que son muy aprovechables al momento de darlos a conocer al exterior. En este sentido, El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en su plan sectorial de turismo 2018–2022, menciona que con una adecuada organización territorial y aprovechando las ventajas competitivas del sector, Colombia puede ofrecer una diversidad de servicios turísticos dados en las siguientes tipologías: *Turismo de Naturaleza*, *Turismo Cultural*, *Turismo*, *Turismo de Salud y Bienestar* y *Turismo de Reuniones*. Esto permite fortalecer la Economía Naranja en uno de sus componentes y generar mayor participación en el PIB como se indica en el gráfico 2.

A su vez, el gráfico 3, indica para el caso argentino una de las mayores participaciones del PIB después de México, dónde la evolución del sector durante los últimos años ha sido el motor de crecimiento regional en este tipo de economías. Según la Cámara Argentina de Comercio y Servicios, las actividades culturales generaron casi 310 mil puestos de

trabajo en 2017 representado por el 1,5% del total de la economía. A su vez el sector audiovisual ha sido el principal creador de empleo, generando más de 100 mil puestos laborales, mientras que Publicidad y Diseño han puesto en la economía cerca de 48,6 y 47,5 mil puestos respectivamente.

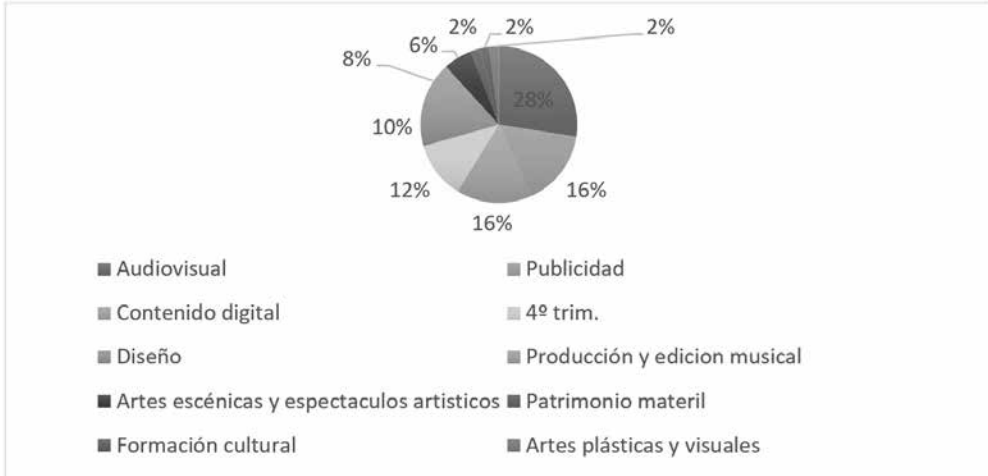


Gráfico 3. Participación de sectores culturales en el VAB cultural; año 2017.

Fuente: Cámara Argentina de Comercio y Servicios, 2018, pág. 3

En este sentido y haciendo mención con el caso argentino, Colombia dentro de su biodiversidad natural, también tiene una biodiversidad cultural, la cual está muy relacionada con las costumbres regionales y otras que nacen de la cultura urbana, las artes escénicas etc. Según el Ministerio de Cultura en su documento de “*política de fortalecimiento de los oficios del sector de la cultura en Colombia*”, desde el año 2000 se creó el Sistema Nacional de Formación Artística y Cultural (Sinfac) cuyo propósito está vinculado a “fortalecer la formación en las diversas áreas del quehacer cultural a través de la creación y puesta en marcha de los sistemas locales de formación artística y cultural en las diferentes regiones y localidad” (Ministerio de Cultura, 2018, pág. 28). De allí que la participación de la ciudadanía y el acompañamiento del gobierno nacional colombiano son la puesta más importante en este cuatrienio, indicando que el valor agregado de este sector para el año 2016 ascendió a 6239 millones de pesos con un crecimiento del 0.3%. Así mismo, el segmento audiovisual creció un 0.2 y la educación cultural un 11.6% generando así según fuentes del DANE (2017) y reportado en el Ministerio de Cultura un crecimiento en estas actividades culturales en un 5.8% entre 2005 al 2016.

Lo anterior permite establecer la forma en la que la Economía Naranja genera alternativas económicas para Colombia en virtud de estos dos escenarios como lo son las artes y el turismo y la manera en la que las inversiones o aportes a estos escenarios conducen a un crecimiento sectorial, tomando como base las premisas gubernamentales para este último cuatrienio en base a los cimientos teóricos y empíricos generados desde el año de 2016.

La apuesta por parte del gobierno actual y en cabeza del presidente es tan firme, que Iván Duque confía en que al finalizar su cuatrienio en 2022 la Economía Naranja crezca en términos porcentuales más del 6 %, casi el doble de la participación actual en el producto interno bruto del país. Esta cifra representa más de tres veces lo que aporta el café a la economía colombiana y casi 1,5 veces de lo que contribuye la minería. Además, emplearía a más de 600.000 o 700.000 personas de forma directa e indirecta, cuenta con un potencial enorme para las exportaciones y es un gran generador de valor agregado. De allí que, “nos la vamos a jugar por las industrias creativas, nos la vamos a jugar por la economía naranja” (Agencia EFE, 2019, pág. 3), dijo Duque en el discurso que pronunció el pasado 7 de agosto del 2018, cuando asumió como presidente y en el que dejó claro el compromiso indeclinable con esta estrategia, bandera de su Gobierno.

La Economía Naranja hace alusión a las industrias creativas, donde se encuentran la cultura, el emprendimiento, la propiedad intelectual y el patrimonio. En la actualidad, Colombia tiene un sector cultural y creativo que representa más del 3,4 % del PIB, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual. En relación a ello, la Economía Naranja en Colombia se desarrolla a través de una política pública que reúne alrededor de 7 líneas estratégicas, que cuenta también con la participación de 21 entidades del gobierno nacional y más de 70 programas todos relacionados y convergentes en generar proyectos creativos en cualquier parte del territorio y que a su vez sean sostenibles en el tiempo. De allí que “esta iniciativa representa una articulación sin precedentes para trabajar por la cultura y la creatividad del país “ (Ministerio de Cultura, 2018, pág. 21)

Según el Ministerio de Cultura lo que se busca con la política de Economía Naranja es fortalecer y crear mecanismos que permitan desarrollar el potencial económico de la cultura y generar condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se pretende proporcionar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la trasmisión de conocimientos tradicionales.

Bajo esta inspección, existen diferentes categorías sectoriales que pueden considerarse como parte de la Economía Naranja que dan un aire de organización y planificación que pueden mostrar las inversiones realizadas y la manera en la que el impacto ocasionado por dicha inversión fortalece el sector generando así el desarrollo y crecimiento como lo anuncio el presidente al momento de su posesión. A continuación, se muestra la categorización que se tiene respecto a cada sector dada por el Ministerio de Cultura⁶.

- 1. Artes y patrimonio Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial:** En esta se encuentran las Artesanías, antigüedades, lutería, productos típicos, gastronomía, museos, galerías, archivos, bibliotecas, restauración arquitectónica, parques naturales, ecoturismo, monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, conocimientos tradicionales, festivales, carnavales, educación en artes, cultura, economía creativa,

⁶ Puede referirse al documento titulado “ABC de la Economía Naranja” generado por el Ministerio de Cultura.

educación básica formal, no formal, educación superior, educación para el trabajo, no formal para adultos, cursos y talleres.

2. **Industrias culturales:** actividades que proveen bienes y servicios basándose en contenidos simbólicos artísticos y creativos que pueden ser reproducidos y/o difundidos de forma masiva. Dentro de estas se encuentran: literatura, edición: libros, periódicos y revistas, librerías, fonográfica, música grabada, contenido audiovisual, cine, televisión, video y radio, agencias de noticias y otros servicios de información.
3. **Creaciones funcionales, nuevos medios y software de contenidos:** son las actividades que por tradición no hacen parte de la cultura, pero definen su relación con el consumidor a partir de su valor simbólico en lugar de su valor de uso. Medios digitales y Software de contenidos. Dentro de estos se encuentran: video juegos, contenidos interactivos audiovisuales, plataformas digitales, creación de software, creación de apps, animación, diseño, interiores, joyería, artes gráficas e ilustración, juguetería.

Considerando que la inspección abordada en esta investigación radica en analizar las categorías 1 y 2 de la Economía Naranja, es importante resaltar que algunas etimologías alrededor del turismo y cultura.

La cultura definida por García (2011) citado por González & Ruiz (2018) indica que son “obras de los artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad del lugar, la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y bibliotecas” (González & Ruiz, 2018, págs. 26-27), el cual define de una manera precisa que se entiende por cultura llevado a un entorno económico.

Por otro lado, según la Organización Mundial del Turismo el turismo se define como “un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico” (Organización Mundial del Turismo, 2019). Otra definición derivada de este anterior concepto es aquella a la que se “refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones” (Organización Mundial del Turismo, 2019, pág. 31)

De lo anterior, se observa la manera como estas dos categorías se articulan y también la manera en la que la cultura complementa en gran medida al turismo dado por la diversidad que existe en cada región, evidenciándolo cuando los individuos toman decisiones en ir a conocer dichos territorios y culturas arraigadas a esas regiones. De esta manera las preferencias y necesidades de los colectivos son en si la manera de ver la forma en la que el gobierno aplica políticas para el fortalecimiento sectorial derivado de estos escenarios.

En Colombia lo que se ha hecho en términos de Economía Naranja desde algunas entidades como el Ministerio de Cultura, es el desarrollo y creación de cinco líneas de política de emprendimiento e industrias culturales – dadas por la formación, articulación, investigación, conocimiento y circulación –, las cuales se establecen en el Conpes 3659 del 2010.

Según el Ministerio de Cultura se han llevado a cabo diferentes estrategias y leyes que ayudan a fortalecer de una u otra manera a la economía. Si bien se venían llevando a cabo acciones para el fortalecimiento de las industrias culturales, en 2017 se aprueba la Ley 1834 de 2017 -también conocida como Ley Naranja-, que crea un instrumento de articulación intra-gobierno: el Consejo Nacional de Economía Naranja, al que se le asignan las labores de actualización y formulación de una política integral de Economía Creativa, la ampliación de la medición económica de la misma, la búsqueda y el establecimiento de nuevas fuentes de Economía Naranja, la ampliación de la medición económica de la misma, la búsqueda y el establecimiento de nuevas fuentes de financiación y el fortalecimiento de las capacidades para los emprendimientos y empresas de este sector.

Ahora bien, lo que se hace para poder medir el impacto de la Economía Naranja en Colombia y su impacto en el contexto, es unir entidades como Cuenta Satélite de Cultura (CSC), la cual trabaja en conjunto entre el Ministerio de Cultura y el DANE desde el año 2002 y con ello se analiza los avances generados en las tipologías antes mencionadas de dicha economía. Este sistema de información permite la medición económica de las diversas actividades y productos culturales elaborados o desarrollados en el territorio nacional. Por tanto, la información que se obtenga de estos procesos servirá como insumo de análisis sobre el trascender de las políticas relacionadas a la Economía Naranja.

Metodología

Los análisis derivados de los conceptos antes mencionados, muestran la forma en la que el turismo y las artes (componentes de la Economía Naranja) forjan una serie de estrategias que, para el gobierno nacional, así como también para el Congreso de la República son disyuntas al momento de definir presupuestos para el mismo. Ante ello, la metodología utilizada en esta investigación es descriptiva, dado que es “capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto.” (Bernal, pág. 115)

Bajo este parámetro y en concordancia con la pregunta problema establecida como ¿A cuál de los sectores de la economía naranja, cultura y turismo se le destina más inversión y aporta al crecimiento económico de Colombia para el periodo de 2016 al 2019?, se tomará la información de la base del DANE y del portal de Transparencia Económica de Colombia. Utilizando el método cualitativo, se pretende manejar en el contexto de la teoría de juegos⁷ un juego dinámico finito, con el cual se espera obtener un resultado claro

⁷ La teoría de juegos es una rama de la economía que estudia las decisiones en las que para que un individuo tenga éxito tiene que tener en cuenta las decisiones tomadas por el resto de los agentes que intervienen en la situación (Navarro, 2011).

sobre cuál es la mejor opción o decisión que se toma a la hora de fortalecer algunas líneas de la Economía Naranja tanto para el gobierno como para el Congreso de la República. Estos datos se manejan de forma porcentual acorde a las participaciones del gasto público en cuanto a las artes y el turismo se trata y se representaran en forma matricial y gráfica para una mejor interpretación de las cifras.

Es importante entender que un juego dinámico según (Zapardiel Quirós, 2014) es un juego en los que un jugador de forma secuencial toma una decisión tras conocer la decisión del otro jugador. Este tipo de juegos son considerados de forma extensiva (o de árbol) y son muy aplicados en contextos de juegos de mesa como el ajedrez, juego de cartas y en contextos más específicos como el de subastas o la puja por la adquisición de bienes o servicios. Con ello es importante mencionar lo siguiente como lo indica Zapardiel (2014):

- El orden en que los jugadores van tomando sus decisiones.
- La información que tienen en cada momento del juego.
- Las alternativas que tienen a su disposición.
- El resultado final de cada posible camino que se haya podido seguir.

Siguiendo la literatura referida a los juegos dinámicos y como lo argumenta Riascos (2013), los juegos dinámicos pueden tener dos formas: una con *información perfecta*, donde los jugadores están perfectamente informados de lo ocurrido hasta el momento en que juegan y la otra con *información imperfecta*, donde algún jugador no conoce el resultado de algún movimiento de azar o la acción que ha tomado otro que ha jugado antes.

En la tabla 2 se muestra el presupuesto aprobado para el gobierno, el cual se destina a los diferentes proyectos y gastos que se contemplan en el plan de desarrollo de cada gobierno para el año respectivo.

Tabla 2. Presupuesto aprobado del gobierno 2016-2019.

Años	Funcionamiento	Inversión	Servicio de la deuda pública	Total
2016	\$122.578.882.057.361	\$41.141.051.917.831	\$46.706.204.085.001	\$210.426.138.060.193
2017	\$138.890.600.119.115	\$40.418.517.539.097	\$50.006.964.751.298	\$229.316.082.409.510
2018	\$146.708.530.548.549	\$38.621.701.515.497	\$47.929.988.215.444	\$233.260.220.279.490
2019	\$156.668.883.270.732	\$41.797.831.084.842	\$51.934.813.661.444	\$250.401.528.017.018

Fuente: Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2020).

De esta manera, se presenta en la tabla 3 los dineros destinados al funcionamiento e inversión del turismo y la cultura por parte del gobierno nacional para su respectivo año.

Tabla 3. Dinero destinado por el gobierno a funcionamiento e inversión para el turismo y la cultura 2016-2019.

Años	Dinero destinado al turismo		Dinero destinado a la cultura	
	Funcionamiento	Inversión	Funcionamiento	Inversión
2016	\$563.890.997.796	\$289.564.906.559	\$209.312.406.401	\$171.694.409.885
2017	\$631.324.340.478	\$357.601.798.193	\$217.105.664.315	\$186.330.288.926
2018	\$591.964.505.489	\$252.099.449.243	\$261.090.605.027	\$143.328.659.438
2019	\$655.731.683.681	\$345.888.371.439	\$236.470.388.119	\$146.544.090.632

Fuente: Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2020).

Teniendo en cuenta los datos mostrados en el cuadro 3, se toman los valores y se generan las participaciones porcentuales del total del presupuesto aprobado por el Congreso de la República en cuanto a los dineros destinados a la inversión para el turismo y la cultura –aparte de su funcionamiento, los dineros que entran a estos conceptos para ampliar y mejorar todo lo relacionado a la cultura y el turismo - así como también, aquellos dineros que no se invierten a dichos rubros sino que son solo para el funcionamiento de la dependencias, es decir, el dinero que se necesita año a año para que las dependencias y demás relacionadas al a cultura y el turismo sigan funcionando. De esta manera en la tabla 4 se muestran dichas participaciones y el porcentaje de utilidades que le representa al gobierno nacional la cultura y el turismo.

Tabla 4. Porcentaje de participación de inversión y utilidad al turismo y a la cultura 2016-2019

Congreso				Gobierno			
Años	Cultura sin inversión	Cultura con inversión	Turismo sin inversión	Turismo con inversión	Años	Utilidad en la cultura	Utilidad en el turismo
2016	9,94%	18,10%	26,79%	40,55%	2016	2,44%	17,06%
2017	9,46%	17,59%	27,53%	43,12%	2017	2,45%	17,06%
2018	11,19%	17,33%	25,37%	36,18%	2018	2,45%	17,10%
2019	9,44%	15,29%	26,18%	40,00%	2019	2,43%	17,31%

Fuente: (DANE, 2020) y cálculos de los autores.

Es importante mencionar que la participación en inversión destinada al turismo es mayor con respecto a la cultura según las disposiciones presupuestales dadas. Esto permite evidenciar que las utilidades esperadas por parte del gobierno nacional son mayores en el turismo que en las artes ya que como menciona el gobierno que según el DANE la cultura aporta el 11% del total de la economía naranja mientras que el ministro de comercio industria y comercio José Manuel Restrepo y el director de Innpulsa, Ignacio Gaitán

conducen que el turismo ha crecido del 7 al 47% según el diario El tiempo (2018), De esta manera en los gráficos 4 y 5 muestran como la cultura y el turismo generan participaciones importantes en el PIB nacional y la manera en la que el Congreso aprueba rubros destinados a estos dos aspectos de la Economía Naranja:

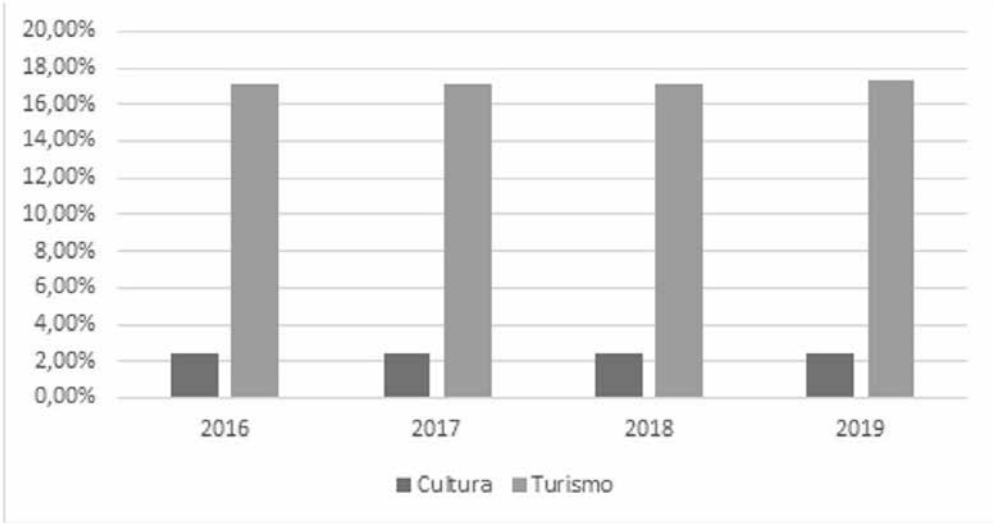


Gráfico 4: Participación del turismo y la cultura en el PIB de Colombia 2016 - 2019

Fuente: Elaboración propia.

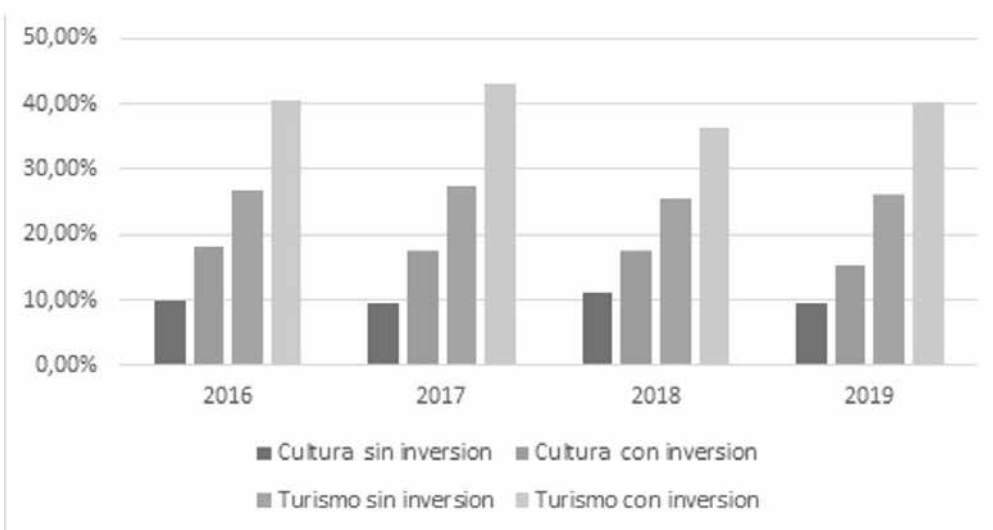


Gráfico 5: Inversión realizada por el Congreso de la República 2016 - 2019

Fuente: Elaboración propia.

Considerando las iniciativas derivadas de la teoría de juegos y como lo menciona Zapardiel (2014), respecto al juego dinámico, la figura 1 muestra de forma general la manera

en la que el Gobierno y Congreso son dos jugadores que toman decisiones racionales, que de forma disyuntiva reaccionan para obtener el mayor beneficio posible acorde a las necesidades y planes de gobierno que se establezcan en cada periodo (año presupuestal)

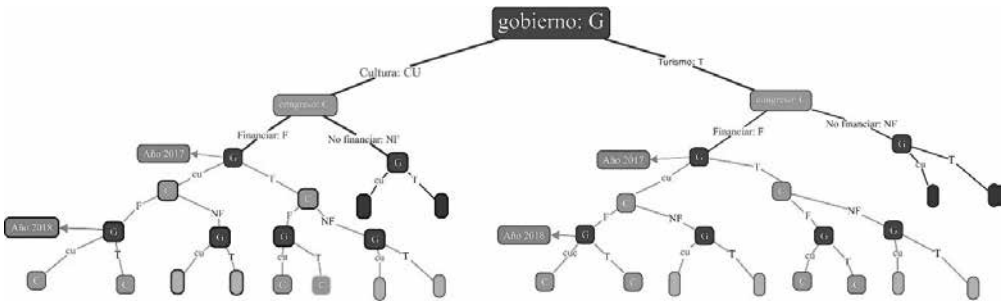


Figura 1. Árbol de explicación general del juego dinámico

Fuente: elaboración propia

La forma de entender el árbol mostrado en la figura 1 es la siguiente: primero se tienen señalados a los jugadores que este caso son el Gobierno (G) y el Congreso de la República (C), demarcados con color azul para el Gobierno y color naranja, para el Congreso. Las estrategias de cada jugador están denotadas en las artes y el turismo de forma tal que cada jugador puede optar por financiar o no cada componente de la Economía Naranja. Para finalizar, y de acuerdo a las decisiones realizadas por cada uno de los jugadores se encuentran los pagos que recibiría cada uno de los jugadores (puede referirse al anexo 1, donde se muestra el árbol general desde los años 2016 al 2019). No hay que olvidar que dichos pagos se obtuvieron mediante el promedio de los datos ya mencionados en la tabla 1, cuyos valores son el resultado del presupuesto total (como 100%) restado de lo que realmente se destina a cada aspecto de la Economía Naranja. Lo anterior debido a que se desea encontrar el valor que se le puede destinar tanto a las artes como al turismo y analizar cuál es su impacto en el PIB año tras año.

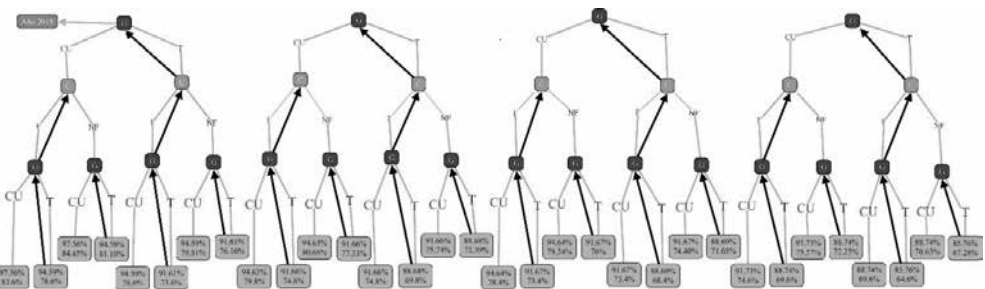


Figura 2. Árbol de explicación de inducción hacia atrás para la cultura.

Fuente: elaboración propia.

Para explicar la solución del árbol dado en la figura 2 y teniendo en cuenta los parámetros que se tienen para analizar la solución de este juego, es importante resaltar que en dicha la figura, contiene los datos de los años 2019 debido a que de forma secuencial y hacia atrás, los valores para los años 2016 al 2018 tienen aproximadamente estos pesos o pagos que se evidencian en dicha figura, lo cual conduce la forma de dar una respuesta general acerca de las intenciones que tiene el Gobierno y el Congreso de la República. Así mismo y considerando que las estrategias (Cultura y Turismo) establecidas anteriormente son las iniciativas de cada jugador, se hace mención de la forma en la que se juega en virtud de la cultura:

1. El jugador 1 es el Gobierno quien toma la iniciativa de generar el presupuesto que se vinculará a la cultura y al turismo. El jugador 2 será el Congreso de la Republica que de acuerdo a lo presentado por el Gobierno Nacional toma la decisión de aprobar o no dichos presupuestos.
2. Los pagos como se evidencian en la última parte del árbol y obtenidos de la tabla 4, serán los beneficios que optan los jugadores por conseguir, acorde a las estrategias establecidas (turismo o cultura).
3. El juego por inducción hacia atrás comienza con el jugador C, en la estrategia de cultura (donde se toman los segundos pagos) de allí hay que entender que se toman los pagos o porcentajes más bajos, ya que como se indicó en la tabla 4, es lo que el congreso le invierte al tema de la cultura y que restando del ciento por ciento representa el valor más bajo en el árbol. Tomando el primer subjuego de la figura 2 en representado en la parte izquierda (el primer subjuego) se evidencian que los pagos para el Congreso son 83.6% y 78.6% respectivamente, lo cual y según lo mencionado se toma el valor de 78.6% que representa para el congreso el mejor pago posible.
4. La figura 2, muestra los caminos -por flechas- de las decisiones de cada uno de los jugadores (Congreso y Gobierno), por lo que el resultado final que se tiene en relación a la cultura es 85.76% para el Gobierno y 64.6% para el congreso representado en el penúltimo subjuego (es decir, los pagos que están en la posición 2 de derecha a izquierda)

En la misma línea con la que se analiza la cultura, la figura 3, muestra los subjuegos representados para el turismo:

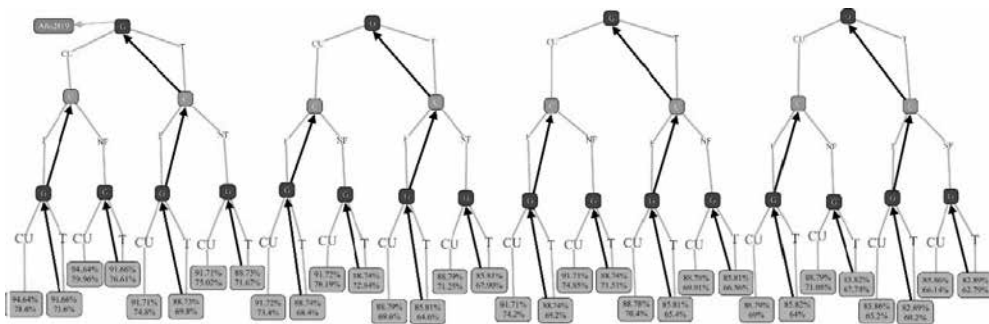


Figura 3. Árbol de explicación de inducción hacia atrás para el turismo.

Fuente: elaboración propia (2020).

De acuerdo a la figura 3, y analizando la inducción hacia atrás como se examinó en el apartado anterior, es claro evidenciar que el Gobierno Nacional y el Congreso, permiten establecer una inversión al turismo representada en los pagos 82.89% y 60.2% respectivamente como se evidencia en la figura. De allí que tomando los valores obtenidos en la cultura los cuales fueron 85.76% para el Gobierno y 64.6% para el Congreso y analizando la inducción hacia atrás, es evidente que se le da más prioridad al turismo que a la cultura dado por los pagos 82.89% y 60.2%.

Este método demuestra que el turismo es el motor de crecimiento dentro de la Economía Naranja más que cualquier otro componente del mismo. Esto refleja la importancia para el gobierno nacional como para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que dicha actividad genera mayor movilidad social y por ende explota más las ventajas competitivas que se tienen en cada una de las regiones. A su vez y como se enmarco en la hipótesis, las intenciones sectoriales y nacionales van más allá de la cultura, que a pesar de complementar el turismo, está en un segundo plano lo cual sus inversiones no son tan altas como las que se han dado para el turismo.

Conclusiones

En primera instancia se puede indicar que la Economía Naranja definida desde los diferentes autores abarcados en la investigación se entiende como ese 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, de igual se evidencia que este modelo realiza aportes importantes al producto interno bruto como fuente de generación de empleo y valor agregado, y por la posibilidad de contribuir con la transformación productiva y competitiva del país esto gracias a las diferentes normas y leyes que se han generado a raíz del modelo.

En segunda instancia se menciona que para Colombia el sector que genera un mejor aporte es el turismo y el apoyo a la Economía Naranja, ya que, se puede evidenciar que en el mundo esta economía a generado un gran impacto desde su implementación y a través de los años, y ha venido tomada cada vez más fuerza para la economía mundial, por lo que también se evidencia que esta economía ha ido ganando terreno en el PIB nacional a través de los años.

Una tercera observación radica en que se puede inferir que tanto para Colombia como para los países de Latinoamérica como lo son, México, Chile, Perú y Argentina la Economía Naranja ha tenido un impacto significativo en cada uno de estos países, esto se llegó a evidenciar en Argentina en el sector cultural, así mismo, en el resto por medio de bienes y servicios, aportando miles de dólares, además de importantes cifras de empleo dado para cada una de las economías.

Bibliografía

- Agencia EFE. (28 de Junio de 2019). Economía naranja, la apuesta del Gobierno para el crecimiento del país. *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/naranja-la-apuesta-del-gobierno-para-el-crecimiento-del-pais-531085>
- Amieva Huerta, J. (Septiembre de 2003). *Deficit fiscal, deuda y estabilidad macroeconomica: el caso de Mexico*. Obtenido de <https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/6/13526/juanamieva.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (18 de Enero de 2016). 'Economía naranja' genera 3% del PIB mundial (y 29,5 millones de empleos). Obtenido de E&N: <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/920947-330/econom%C3%ADa-naranja-genera-3-del-pib-mundial-y-295-millones-de-empleos>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Cámara Argentina de comercio y servicios. (2018). *Informe sobre economía naranja*. Argentina. Obtenido de https://www.cac.com.ar/data/documentos/21_Econom%C3%ADa%20Naranja.pdf
- Cámara de Comercio de Bogotá. (Abril de 2019). *Economía naranja, mucho más que un mercado de las ideas*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2019/Abril-2019/Economia-naranja-mucho-mas-que-un-mercado-de-las-ideas>
- DANE. (2020). *Producto Interno Bruto (PIB) Históricos*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib#base-2015>
- Duque Marqéz, I., Buitrago Restrepo, F., & Banco interamericano de Desarrollo. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. Bogotá, Colombia. Obtenido de [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=I9N2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=\(Buitrago+%26+Duque,2013,+p%C3%A1g.+3\)+Economía+naranja&ots=kadTTioIjL&sig=ADyoyojaJ5BtAsi5AhRPQ3dLkgI4#v=onepage&q=\(Buitrago%20%26%20Duque%2C2013%2C%20p%C3%A1g.%203\)%20Economía%](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=I9N2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=(Buitrago+%26+Duque,2013,+p%C3%A1g.+3)+Economía+naranja&ots=kadTTioIjL&sig=ADyoyojaJ5BtAsi5AhRPQ3dLkgI4#v=onepage&q=(Buitrago%20%26%20Duque%2C2013%2C%20p%C3%A1g.%203)%20Economía%20)
- Gonzalez Sierra, L. C., & Ruiz Quiroga, R. D. (2018). *Economía naranja en Colombia el desafío de la propiedad intelectual*. Obtenido de Universidad del Rosario: <https://repository.urosario.edu.co/flexpaper/handle/10336/20151/GonzalezSierra-LauraCatalina-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Cultura. (24 de Octubre de 2018). *ABC de la economía naranja*. Obtenido de https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/Paginas/ABC-DE-LA-ECONOM%C3%8DA-NARANJA/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NARANJA%20_.pdf

- Ministerio de Cultura. (2018). *ABC Economía naranja*. Obtenido de https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (23 de Abril de 2020). *Portal de transparencia económica*. Obtenido de <http://www.pte.gov.co/WebsitePTE/>
- Navarro, J. (11 de Mayo de 2011). ¿Que es la teoria de juego? *El blog Salmon*, 1. Obtenido de El blog Salmon: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-teoria-de-juegos#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20de%20juegos%20es,que%20intervienen%20en%20la%20situaci%C3%B3n.>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Peralta Quesada, L., & de Groot, O. J. (2020). *Fortalecimiento de la cadena de valor de la imaginación digital en Costa Rica*. Obtenido de CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45396/1/S2000161_es.pdf
- Riascos Villegas, A. (Septiembre de 2013). *Juegos dinámicos*. Obtenido de Universidad de los Andes: <http://www.alvaroriascos.com/teoriajuegos/Notas%203%20Juegos%20Dinamicos%20Teoria.pdf>
- Rojas, J. S. (04 de Mayo de 2015). ¿Qué es la ‘economía naranja’? *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/economia-naranja-36832>
- Sen, A. (2004). *How Does Culture Matter?* California. Obtenido de <http://documents.worldbank.org/curated/en/243991468762305188/pdf/298160018047141re0and0Public0Action.pdf>
- Superintendencia de sociedades. (2019). *Guía jurídica y societaria para sociedades de economía naranja*. Obtenido de https://www.mincultura.gov.co/areas/artes/preguntas-frecuentes/Documents/Guia_Sociedades_Economia_Naranja_Supersociedades_2019.pdf
- UNCTAD. (2008). *Informe sobre la economía creativa*. Naciones Unidas. Obtenido de https://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf
- UNESCO. (2014). *Indicadores de cultura para el desarrollo: Manual metodológico*. Francia: UNESCO. Obtenido de https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- Zapardiel Quirós, C. (Abril de 2014). *La teoría de los juegos y sus aplicaciones en la economía actual*. Obtenido de ICADE: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/1184/retrieve>

ANEXO 1

