

ECONOMÍA NARANJA



Sebastián Gutiérrez Casas

**Trabajo de grado para optar el título de
Relaciones Internacionales y Estudios Políticos**

Director

Juan Manuel Silva

Universidad Militar Nueva Granada

Diplomado de Alta Gerencia

Facultad de ciencias económicas

2019

Contenido	
Resumen	3
Introducción	4
1. Objetivos	6
1.1 Objetivo general	6
1.2 Objetivos específicos	6
2.Marco referencial	7
3.Conclusiones	20
Referencias Bibliográficas	22

Resumen

El presente documento aborda la economía naranja desde su origen con el estudio del actual presidente en Colombia, y expone la importancia de esta; en relación con el trabajo de los empresarios en términos de responsabilidad social, finalmente expone casos donde está convergencia entre la economía y la RES dan como resultado proyectos en beneficio de la comunidad trabajadora y común además del punto de vista frente a lo que queda por avanzar desde este modelo económico.

Palabras Clave: Economía naranja, economía creativa, responsabilidad social, industria cultural.

Introducción

La sociedad se enfrenta con retos muy complejos que en los últimos años han sido trascendentales, por ejemplo, el desarrollo tecnológico, las crisis políticas y económicas, el cambio climático, las guerras comerciales y desafíos globales han provocado inevitablemente cambios a todo nivel. Bien lo afirmaba Thomas Homer-Dixon “la complejidad y el ritmo de los acontecimientos en nuestro mundo, la dureza del estrés ambiental a escala mundial se ha venido disparando. Si nuestras sociedades quieren gestionar sus recursos y mejorar su bienestar necesitan nuevas tendencias o ideas, es decir, más ideas para la solución de problemas” (Rodríguez Blanco, Carreras, & Sureda 2012, p. 9).

En un mundo sostenible se espera que las actuales generaciones tengan la forma de disfrutar la globalización con equidad y que pre existan oportunidades para todos. Es por eso que, con un modelo de progreso y un sistema económico fallido, se hace necesario un cambio de enfoque que permita un crecimiento sostenible, donde las personas puedan explotar el potencial que tienen en cuanto a conocimiento y capacidad creadora aportando nuevas y mejores ideas.

Un camino de nuevas oportunidades que abrirá dimensiones de desarrollo, dará paso a la nueva economía; a la economía naranja. Definida por Felipe Buitrago e Iván Duque (2013) como “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.” (p, 15)

Este universo, compuesto por áreas relacionadas con la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y las áreas de soporte para la creatividad, incluyendo la tecnología e innovación está brindando un nuevo horizonte práctico y enriquecedor para todo el país.

Solo basta con observar el compromiso empresarial por la innovación que surge a partir del buen uso y la apropiación de nuevas tecnologías enmarcadas en el contexto de la

Economía Naranja y que demanda un compromiso del empresario con el desarrollo de los temas sociales donde los experimentos sociales y pioneros en diferentes áreas problemáticas marcan la pauta que ha llevado a su posterior adopción como importantes políticas nacionales implementadas en toda Colombia (Gutiérrez, Avella, Felipe & Villar, 2006, p.7).

Por consiguiente, al evidenciar la importancia de este tema para los colombianos con el presente ensayo se expone una breve muestra de lo que la economía naranja ha logrado en Colombia, además de analizar la relación existente entre dicho cambio económico y la responsabilidad social empresarial (RSE). Previendo que es un asunto crucial para las empresas públicas, privadas, semi privadas o semipúblicas, porque se propone llegar a consolidar esta economía como una realidad necesaria para la innovación social, que desde el trabajo conjunto con el estado generaría un impacto positivo y nuevos proyectos que alimenten al modelo económico, hasta alcanzar la sostenibilidad.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Determinar el papel de la responsabilidad social empresarial en economía naranja en Colombia.

1.2 Objetivos específicos

Identificar las características de la economía naranja y su relación con la responsabilidad social empresarial.

Analizar la implementación de la economía naranja en Colombia y la normatividad que la regula.

Evidenciar en dos casos exitosos de economía naranja colombianos la relación con la responsabilidad social empresarial.

Las características de la economía naranja y su relación con la RSE

La economía naranja también conocida como economía creativa es entendida para Medrano (2014) Citando a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, La Ciencia y la Cultura (UNESCO) como: “Las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluye además toda la producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.”(p. 37)

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) las industrias de contenidos son la editorial, cine, televisión, radio, discografía, contenidos para celulares, producción audiovisual independiente, contenidos para Web, juegos electrónicos y contenidos producidos para la convergencia digital. Y por último, para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual define a la economía creativa como las industrias protegidas por el derecho de autor son aquellas que se dedican, son interdependientes o que se relacionen directa o indirectamente con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor. Medrano (2014)

De las tres definiciones se rescata que hay cierto consenso alrededor de los conceptos de creatividad, artes y cultura como materia prima y la presencia de una cadena de valor creativa; también hay consenso de la relación con los derechos de propiedad intelectual, en particular los derechos de autor. El Banco Interamericano de Desarrollo, destaca que la región de Latinoamérica y el Caribe es creativa y hay bastante talento e imaginación por eso afirma que estos pueden ser los activos más valiosos.

Partiendo de este concepto, se entiende que la principal característica de la economía naranja es la diversidad de agentes del sector creativo que participan para hacer sostenible este modelo; pues las industrias creativas y culturales ya son capaces de competir en el mercado global, generando empleo, resaltando el patrimonio y la identidad cultural de su pueblo y mejorando la calidad de vida de su población.

Por ejemplo, en Colombia tenemos algunos emprendimientos como Torre que se basa en una plataforma de *crowdsourcing* que cuenta con una base de datos de 135.000 actores de doblaje y narración. Su algoritmo identifica al mejor talento para cada proyecto entre cientos de miles de voces en menos de 10 minutos. Otro ejemplo conocido como Popular de Lujo es una plataforma digital que promueve la investigación y la divulgación de la gráfica popular latinoamericana como cultura visual (avisos, carteles, letreros, murales, entre otro).

Otra característica, es que todas las ideas, creaciones intangibles y creativas se transforman en bienes o servicios culturales y/o creativos puestos al servicio de la comunidad. Además del uso de tecnologías de la información y las comunicaciones que han abierto nuevas perspectivas, avances para la humanidad y formas de ver el mundo y de actuar en él.

Más importante aún, está el poder del talento humano ya que para que se pueda desarrollar dicha economía es primordial el uso y la apropiación de las personas, combinado con la capacidad de crear y emprender, lo que permitirá una nueva apertura de mercados que no solo prometen mejorar la calidad de vida de cada empresario sino también del entorno o comunidad. Medrano (2014)

Ahora bien, ¿qué relación tiene todo lo anterior con la nombrada responsabilidad social empresarial (RSE)? Pues se ha identificado a través de la revisión bibliográfica que, de alguna forma, la RSE promueve iniciativas que permiten la generación de innovaciones sociales en Colombia, adicionalmente brinda mejores condiciones al interior de las industrias culturales lo que está enmarcado en la novedosa Economía Naranja. Pero antes

de mostrar los casos exitosos con respecto a esta relación es meritorio aclarar el concepto de responsabilidad social empresarial.

La RSE es la necesidad de las organizaciones empresariales de sistematizar las relaciones con los grupos de interés que van más allá de las obligaciones contractuales, jurídicas y comerciales. No basta con integrar las preocupaciones sociales y medioambientales, sino que es imprescindible interactuar con el entorno a partir de convicciones, valores y conductas (Velasco, 2006, p. 23).

La responsabilidad social empresarial es:

“El compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa. Tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.” (Cajica, s. f.)

Se entiende entonces que la RSE no es algo ajeno o añadido a la función original de la empresa. En realidad, implica cumplir conscientemente con acciones que impacten de forma positiva, directa o indirectamente, en grupos y comunidades vinculadas con su operación. Por lo tanto, lo que se busca es responder a estos desafíos buscando maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos, haciendo mejores negocios al atender estas expectativas. (Cajicá; s. f.)

En el mismo sentido, Cajicá (s. f.) indica que para Forum Empresa la responsabilidad social empresarial es una nueva forma de hacer negocios en la que la empresa gestiona sus operaciones de forma sustentable en lo económico, lo social y lo ambiental, allí debe relacionarse tanto a los (accionistas, empleados, comunidad, proveedores, cliente) reconociendo los intereses de los distintos públicos y aunando esfuerzos para la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Por lo tanto, la responsabilidad social empresarial debe enfocar sus esfuerzos en todas las áreas de influencia organizacional: 1) Medio ambiente, 2) prácticas operacionales justas, 3) prácticas laborales, 4) derechos humanos, 5) asuntos de los consumidores, 6) desarrollo de la comunidad y 7) gobernanza de la organización. Así al relacionarse esta práctica con la economía creativa, o la industria cultural el impacto que se genera será en dos vías, por un lado en términos económicos, pues las actividades de esta industria cultural son generadoras de empleo; y por otro en un impacto social que nace de uno económico y posteriormente tiene efectos sociales a través labores que benefician a la comunidad. (Ospina y Tello, 2019, p, 128)

Entre estas labores se destacan la formación, sensibilización y creación de arte; el trabajo comunitario y la participación social. Adelantadas a través de acciones colectivas beneficiosas para la sociedad como el desarrollo de proyectos sociales, articulación entre diferentes organizaciones; desarrollo de proyectos ambientales; aprovechamiento del tiempo libre y generación de escenarios de paz. (Ospina y Tello, 2019, p. 128)

Así es que la responsabilidad social empresarial y la economía naranja tienen una relación estrecha porque las empresas deben apostar a la innovación y los cambios en beneficio de la comunidad general y de su población trabajadora, promoviendo, como lo dice Ospina y Tello, que se desarrollen actividades desde la articulación de los empresarios con las ideas artísticas y culturales.

A su vez, para el empresario el estar inmerso en esa nueva economía posibilita la generación de nuevos modelos de responsabilidad social empresarial, donde no solo se habla de mantener en condiciones adecuadas a la población trabajadora, si no también se apuesta por crear programas de bienestar enfocados, como en la economía naranja, en la expresión creativa integral y en el interés por las artes, además de los ya necesarios desarrollos desde la tecnología, la innovación.

Este panorama indica cómo la economía naranja se convierte en una respuesta activa a las exigencias del mundo actual, ya que se encuentra en un momento de grandes transformaciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas donde se ve a la

globalización como una amenaza a la humanidad, por ejemplo: seguridad-terrorismo, medio ambiente, políticas económicas, fenómenos migratorios. Las empresas como instituciones sociales influyen en la vida de las sociedades en las que a través de sus actividades ofrecen valor económico que genera de sus operaciones a través de sus prácticas empresariales.

Pero como ha pasado en gran parte del mundo, Colombia se entiende que la responsabilidad social empresarial, ha tenido un proceso de evolución y un compromiso que implica a todos los actores de la sociedad y no solo a un sector o a unas pocas organizaciones, en América Latina, tal vez por la historia y el contexto cultural que se acepta como el paternalismo como una práctica adecuada, el peso de la iglesia, las empresas familiares y el dominio de las creencias religiosas entienden la RSE como una estrategia de gestión empresarial, plasman su compromiso a través de acciones caritativas que buscan aliviar los problemas sociales. Las donaciones a fundaciones, apoyos a la cultura, al deporte lo hacen más por un ego empresarial pero no por una construcción de sociedad.

El surgimiento de organizaciones de carácter global para impulsar la RSE en Latinoamérica como la World Business Council for Sustainable Development y la Business for Social Responsibility, donde están presentes casi todos los países de Latinoamérica, ha hecho que las prácticas se han consolidado y se han venido reestructurando de acuerdo a las necesidades de la región. Iniciativas como el subsidio familiar operado por las cajas de compensación familia o la vinculación a seguridad social de la población trabajadora de estas industrias culturales como garantía de un trabajo decente para salir de la informalidad son propuestas que hoy permanecen contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los trabajadores y que son ejemplo en el ámbito internacional (Gutiérrez, Avella, Felipe y Villar, 2006).

Otro punto importante al hablar de la relación entre la economía y RSE es la visión que día a día tiene el consumidor de los productos, beneficios o servicios que prestan las organizaciones, los análisis desde diversos estudios apuntan a que el consumidor prefiera

adquirir los productos de empresas que generan sus ganancias responsablemente, que no tengan actividades económicas que contaminen el ambiente, ni tengan trabajo infantil entre otros Vargas (2006).

Igualmente, se observa que el comportamiento de los consumidores jóvenes frente al RSE es un 90% más comprometido con la adquisición de productos o servicios que se destinen para un proyecto social, y que manifiestan un mayor interés por el marketing social corporativo (Vargas, 2006). Lo que quiere decir que si las empresas colombianas apuestan por generar proyectos socialmente responsables y divulgan de alguna manera estas prácticas que benefician a un grupo de personas, este gesto influirá definitivamente en la decisión de compra del consumidor, por tanto la empresa no solo tendrá mayores ganancias; si no también aportará desde la nueva economía en relación con la RSE a un cambio cultural donde el ser humano, la calidad de vida y bienestar sea la principal fortaleza de las organizaciones en el nuevo milenio.

Implementación en Colombia de la economía naranja, leyes y políticas públicas

Colombia, un país de contrastes biodiverso y multicultural, con algunos graves conflictos por solucionar del que están al tanto sus gobernantes, gremios y ciudadanos que trabajando en conjunto crean iniciativas que buscan diferentes frentes para impulsar la innovación como base para el desarrollo. Como lo fue el plan nacional de Desarrollo 2010 – 2014, “Prosperidad para Todos”, dónde la innovación se establece como uno de los pilares fundamentales para el desarrollo, no solo de actividades productivas, sino también el progreso social, el buen gobierno, la consolidación de la paz, la sostenibilidad ambiental y la adaptación al cambio climático. Se dejó en claro que para lograrlo era necesario consolidar una cultura de innovación que abarque y esté comprometida con la sociedad. (Plan Nacional de Desarrollo, 2010, p 54).

La innovación es el mecanismo óptimo para garantizar la sostenibilidad del crecimiento y la competitividad, innovar no es solo desarrollar nuevos productos y transformar productos existentes. También es crear nuevas formas de organizar, gestionar,

producir, entregar, comercializar, vender y relacionamiento de clientes y proveedores. Para lograr un valor agregado a toda la cadena de producción. Es por eso que la innovación y la inversión en investigación y desarrollo no son solo del sector de alta tecnología, sino que debe ser vital para que todos los sectores económicos puedan extenderse y tengan mayor productividad.

Consecuentemente, ha existido un gran interés desde el gobierno anterior y ahora con el actual gobierno a nombre del presidente Iván Duque por impulsar la innovación, porque aporta al desarrollo económico del país y también es un factor que ayuda a impulsar el sector social y ambiental, siendo un país más sostenible que contribuye y ayuda al mundo en su lucha contra la globalización. Los retos sociales que enfrenta el país, y la separación cada vez mayor entre crecimiento económico y bienestar social, la investigación y la innovación, como motores de crecimiento crean la necesidad de diseñar una política pública de innovación social, en el marco de la política nacional de ciencia, tecnología e innovación.

Igualmente, los avances en el sector de tecnología, han generado actividades productivas, colaborando con la transformación de diferentes sectores, aparición de nuevas tecnologías y modelos de negocio, ha impulsado la consolidación de una nueva economía como es llamada la industria cultural, industria creativa, economía creativa o economía del conocimiento o Economía Naranja como lo llama de acuerdo al estudio presentado por el exsenador Iván Duque Márquez de la mano de Felipe Buitrago Restrepo en el 2013 ,para el Banco Interamericano de Desarrollo en el ámbito de Latinoamérica y el Caribe.

Este estudio marco la vía para que el actual Gobierno encabezado por el presidente Iván Duque implemente un avance enmarcado en la innovación, la cultura y la creatividad mediante la puesta en marcha de la economía naranja contemplada en el plan de desarrollo 2018-2022 “pacto por Colombia, pacto por la equidad” ;con lo que se pretende abrir una oportunidad a la diversificación y las exportaciones, posicionándose como el principal generador de valor agregado creativo de América Latina; Con mayor empleo formal ,

equidad y bienestar social; según lo explicó la directora del PND . (Departamento nacional de planeación, 2019)

Adicionalmente, el ministerio de cultura ha desarrollado cinco líneas de política de emprendimiento e industrias culturales como: formación, articulación, investigación, conocimiento y circulación. Si relacionamos esto con el modelo propuesto por Graham Wallas, un pionero de la creatividad, habla de cuatro etapas en el proceso creativa: preparación (investigar el problema en todas las direcciones), incubación (interiorizar que si se puede salir del problema), iluminación (la idea creativa surge relevando la solución) y verificación (se valida la idea y se procede con su ampliación).

Esta política surge en 2010 amparada en el documento CONPES 3659. 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 labores de actualización y formulación de una política integral de economía creativa, la ampliación de la medición economía de la misma, la búsqueda y el establecimiento de nuevas fuentes de Economía Creativa; la ampliación de la medición economía de la misma y a búsqueda y el establecimiento de nuevas fuentes de financiación y el fortalecimiento de las capacidades para los emprendimientos y empresas de este sector.

Las principales oportunidades para la sostenibilidad y crecimiento del sector están en articular incentivos, para favorecer al empresario cultural y creativo, es importante revisar las leyes vigentes para un mejoramiento normativo en beneficio de los diferentes actores del sector y sus cadenas de valor. Esto no significa más leyes y normas, pero sí un mejor provecho al marco normativo existente.

Es importante incentivar la valoración, el acceso y las distintas formas de consumo de la producción cultural y creativa del país. Disfrutar de nuestra cultura es un derecho, pero además un valor agregado que se reconoce. El poder y la originalidad de las creaciones que se enmarcan en esta política, es parte fundamental de aquello que nos hace únicos a los colombianos. Los productos colombianos se implantan en un mundo masivo de

ellos, esto es gracias a la creatividad y al patrimonio cultural que tienen relevancia para nosotros como sociedad y para los creadores.

Según la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) creado por el ministerio de cultura de la mano con el DANE en el año 2002. Podemos conocer el impacto de las industrias culturales dentro de la economía colombiana. Este sistema de información permite la medición económica de las diversas actividades y productos culturales. Esta iniciativa se ha convertido en un referente para los Países de América Latina. Mincultura (S.f)

“En Colombia en el año 2017 de acuerdo con la CSC, el total del valor agregado del campo cultural fue de \$8.2 billones frente a \$6.2 billones en 2010, los sectores con mayor participación en el valor agregado del campo cultural fueron: audiovisual 43,2%, libros y publicaciones 21,9%, la educación cultural con 19,3% y el diseño publicitario con 8,7%. la participación promedio del valor agregado del campo cultural frente al valor agregado total de la economía desde el año 2005 hasta el 2017 se ubica en 1.1%. el crecimiento promedio del campo cultural desde el año 2005 hasta 2017 fue de 5.5% anual”. Mincultura (s. f)

Según lo indicado por Mincultura (s. f) en 2017 el sector generó 247.849 empleos, una cifra que supera el 23% a los generados en el mismo periodo por el sector de explotación en el campo minero energético que generó 191.157 empleos en 2017 es decir que si se implementan mejor el sector cultural se hablaría de un país más sostenible y en un desarrollo positivo.

El término de industrias creativas ya había sido tratado en políticas públicas de cultura y tecnología de otros países como Austria en 1994 donde también surge como una herramienta para el desarrollo económico .Posteriormente se conoce a gran escala por John Howkins quien indica que la economía creativa abarca los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual como la arquitectura, artes visuales y escénicas artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juego y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos como lo nombran Buitrago y Duque(2013). Para esto ellos tienen una definición de Economía Naranja “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: La economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentra las industrias culturales convencionales y segundo las áreas de soporte para la creatividad (Buitrago & Duque, 2013, p40).

Según Jacquelin Medrano (2014), si la Economía Naranja de Latinoamérica fuera un país de la región, tendría la economía de Perú con 177 miles de millones de dólares. Las exportaciones de Panamá con 21,6 miles de millones de dólares. La fuerza laboral de El Salvador, Guatemala y Honduras juntas con 11,5 millones de trabajadores. Es decir, que este concepto es de gran importancia si se aplicara, porque ofrece desarrollo de los países que decidan apostar por ella y para que esto sea una realidad se requiere que las intenciones se conviertan en hechos, a través de políticas públicas que regulen e incentiven este tipo de economía y genere o traigan personas y empresas talentosas además de inversión en el desarrollo de proyectos. Igualmente es necesario que haya un trabajo conjunto entre las instituciones y las empresas que a través de su gestión impulsen proyectos y apoyen a los emprendedores, donde se incentive la creatividad y se premie la innovación.

La economía naranja se ve como una oportunidad de desarrollo y competitividad, donde las nuevas tecnologías tienen un papel fundamental para la producción, el intercambio, la conexión y comercialización de las propuestas que surgen de la creatividad. El camino apenas comienza y son los desafíos que esta propuesta. Enfrenta, su éxito dependerá del compromiso y la rigurosidad asumida por todos los actores implicados en la revolución naranja.

En síntesis, para Colombia la economía naranja ha generado tal impacto que se ha creado y divulgado la Ley Naranja a través de plataformas virtuales, como la patrocinada por el Ministerio de Cultura, donde se encuentra información de libre acceso sobre los beneficios tributarios que ofrece esta economía y los lineamientos de la política de economía naranja, este gesto es un modo de llamar la atención a los empresarios y

emprendedores para que sean partícipes de los grandes cambios que promete este sistema creativo en el país.

Tal será el interés del presente gobierno en empoderar a los nuevos emprendedores colombianos que establece una ruta del emprendedor de la economía naranja en esta misma página identificada Como crea Talento, Crea Colombia. Allí se invita al emprendedor a identificar si desarrolla alguna actividad naranja y determinar cuál es su ubicación en el ecosistema de valor. Entendiéndose que la idea de negocio va enfatizada en la creación, distribución, circulación de productos y proyectos alternativos que involucran y que persiguen el beneficio y la inclusión organizaciones sin ánimo de lucro, informales comunitarias.

Para terminar con esa ruta que aporta el Ministerio de Cultura, se divulga a los empresarios y emprendedores los instrumentos y mecanismos enfocados en facilitar el acceso a los recursos que permitan generar valor agregado a las propuestas, haciendo una intervención en cuatro fases básicas, dependiendo de las necesidades del consumidor primario del producto que serían las empresas; estas se definen como recursos para la operación, asistencia para el negocio, regulación y competencia y mentalidad y cultura. Todas estas enfocadas en acciones que permitan la prosperidad de los emprendimientos culturales y creativos.

Casos exitosos de economía naranja en relación con la responsabilidad social empresarial en Colombia.

Si bien existen empresas y emprendimientos que utilizan las estrategias de la economía naranja, los llamados proyectos de responsabilidad social empresarial (RSE) pueden conectarse directamente con los principios y estrategias que regulan la economía naranja. Por ejemplo, en UNE EPM Telecomunicaciones, la política de RSE se evidencia un apoyo a la Economía Naranja de Colombia al reconocer la tecnología como fuente de desarrollo e impulsar su apropiación y uso adecuado en las economías impactadas, lo cual es indispensable para la consolidación de la economía. Al promover acceso, uso y

apropiación de la tecnología en la población, posibilita que esta acceda a herramientas y medios, que le permitan desarrollar diversos tipos de proyectos que podrían ser innovaciones sociales enmarcadas en la Economía Naranja. (Medrano, 2014)

Sin embargo, puede decirse que el primer caso de éxito es al interior de la empresa como un elemento de estrategia organizacional viéndose reflejada en marcos de actuación, políticas regulatorias y comportamientos éticos, de tal modo que involucre a todos los empleados de la empresa y que desde su accionar reflejan la filosofía empresarial, la política de RSE deben ser desarrolladas entre la empresa y sus grupos de interés, tanto internos como externos de tal forma que se dé un proceso participativo donde se intensifiquen expectativas e intereses y a partir de allí se dé una solución a sus necesidades.

Este es el caso del sector de la floricultura quien se considera buen ejemplo de la economía naranja por la constante innovación del producto en relación con la moda donde las variedades de sus productos deben estar en constante cambio de acuerdo a los colores y estilos que van saliendo en las distintas compañías y temporadas. El presidente de la empresa Asocolflores indica que compañías como la suya generan empleos formales alrededor de 14 empleos por hectárea, donde los trabajadores cuentan con vinculación a seguridad social, planes de bienestar a través de programas de vivienda, con programas educativos, programas de recreación entre otros, con lo que se genera mayor calidad de vida a la comunidad trabajadora desde la responsabilidad social para ese sector. (Vega, 2018)

Otro ejemplo de esta interesante relación son los grupos musicales con los que trabaja el Centro de Industrias Culturales en el Valle del Cauca, varios de ellos pertenecientes al distrito de Aguablanca, presentan un alto nivel de responsabilidad social empresarial gracias a los beneficios que le brindan a la comunidad. Beneficios que se representan en el mejoramiento de la calidad de vida de los jóvenes de alto riesgo, y por tanto la de sus grupos familiares, que conforman los grupos. Ospina, & Tello (2019).

Hay tres grandes razones que explican el mejoramiento para estas comunidades a través de la relación entre economía y RSE. Primero está que el arte genera ingresos a los

jóvenes. Segundo, los grupos generan espacios para que otros jóvenes realicen actividades diferentes al consumo de drogas o los delitos y Tercero, en consecuencia, se logra la reducción de la violencia en su zona (Álvarez, 2017).

Las empresas deben tener la responsabilidad de contribuir socialmente mediante diferentes actividades que deben venir desde el cargo más alto al menor cargo de la organización. Hay diferentes maneras de ayudar con la RSE, no solo se habla de fines lucrativos sino de la construcción de una sociedad sostenible. Vale aclarar que hay empresas que dicen ser responsables socialmente, porque tienen diferentes fundaciones, organizaciones, que no son más que para disminuir sus impuestos, pero no están aportando nada para una sociedad sostenible.

3. Conclusiones

Colombia, un país multicultural y rico en recursos naturales, ocupando el cuarto lugar en biodiversidad del mundo debe optar por las alternativas antes mencionadas, porque hay un contraste con las problemáticas del país como: Violencia, corrupción, desempleo, analfabetismo, pobreza, desigualdad etc. Y es necesario combatir estos fenómenos desde una iniciativa privada, a través de una buena gestión de RSE. Está en congruencia con la economía creativa ofrecer salidas exitosas a muchos problemas que originados por dichas situaciones de la población y puede también proyectarse como una base de nuevas ideas para aliviar las acciones que se llevan en el sector público.

El gobierno debe empezar por liderar las iniciativas impulsando todas las acciones que tengan un verdadero impacto y puedan cambiar la realidad del país. Generando una agenda donde se establezcan propósitos comunes y de interacción entre el sector público y privado para identificar el progreso de la economía que suena tan prometedora.

Adicionalmente, cabe mencionar que en Colombia ya hay un camino, que incluso es reconocido a nivel internacional como uno de los primeros países en Latinoamérica en implementar políticas relacionadas con la RSE, sin desconocer los logros alcanzados aún queda mucho por hacer y por corregir, porque si no estaríamos hablando de las

problemáticas que hoy tiene el país. Ya que estas políticas aportan a disminuir los índices que le hacen daño a la sociedad.

Sin embargo, falta mucho camino por recorrer, han habido avances importantes por parte del Estado y las empresas por alcanzar un desarrollo económico, ambiental y social que impacte a la sociedad que cuente con iniciativas enfocadas en ello, pero los logros no han sido suficientes; se debe trabajar más para que los índices de desigualdad bajen y tengamos un país más equitativo, se solucionen los problemas de Estado y haya un desarrollo en las comunidades a través de las propuestas que tengan los empresarios, el gobierno, la población afectada y en general todo el Estado.

Finalmente, es un asunto para considerar la divulgación a los empresarios de la ley naranja y todos sus beneficios, pues existen muchas empresas que se están acabando porque no se atreven a innovar, y aún no han comprendido que la conexión digital y expresiones digitales pueden ser un vehículo para conectar con la sociedad, este peso de quedarse en el pasado pensando que los cambios de los que habla este escrito no sirven para el desarrollo de alguna forma los saca del mercado, y aunque existe un sinnúmero de formas de cumplir con la responsabilidad social empresarial el poder acercarse al mundo digital y cultural podría hacer la diferencia para aquellos empresarios que aún no saben cómo pueden incursionar en este asunto tan esencial para el país.

Referencias

- Buitrago, R. F. y Duque, M. I. (2013) *The Orange economy An infinite opportunity* .
Bogota, Colombia, Puntoaparte Bookvertising Recuperado de:
<https://publications.iadb.org/publications/english/document/The-Orange-Economy-An-Infinite-Opportunity.pdf>
- Cajica, C. J. F. (s. f.), El concepto de responsabilidad social empresarial. Recuperado de:
https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Departamento Nacional de Planeación. (2019, Julio, 4) Recuperado de:
<https://www.dnp.gov.co/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo-le-apuesta-a-la-econom%C3%ADa-naranja.aspx>
- Gutierrez, R; Avella, L, F, & Villar, R. (2006). Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11520/20960>
- 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>
- Mincultura. Gobierno de Colombia (S.F) Abc de la economía naranja .Recuperado de:
<http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NARANJA.pdf>
- Ley N° 1834 Por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja, Colombia,
23 de mayo de 2017
- Ospina, D, L y Tello, C, C. (2019) . Acciones de responsabilidad social organizacional:
Una mirada a la industria cultural en Santiago de Cali. Revista Logos Ciencia y

Tecnología .11- p, 128 Recuperado de:

<http://revistalogos.policia.edu.co/index.php/rlct/article/view/547/pdf>

Vega, J, P. (2018) Un buen ejemplo de la economía naranja es la floricultura; Asocoflores

.La república. Recuperado de:

<https://www.larepublica.co/economia/un-buen-ejemplo-de-la-economia-naranja-es-la-floricultura-asocolflores-2781728>

Ministerio de cultura. Recuperado de:

<https://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/economianaranja.html>

Vargas, N,J (2006) RSE desde la perspectiva de los consumidores Recuperado de:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3543/1/S2006312_es.pdf