

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(60)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	MAYERLY JHOANA GUERRERO VERGEL FREDDY AUGUSTO PACHECO CLARO		
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
DIRECTOR	OSCAR ORLANDO HORMAZA FAJARDO		
TÍTULO DE LA TESIS	ANALISIS DEL ENTORNO DE LA ECONOMIA NARANJA DESDE LA DINAMICA DE LAS EMPRESAS AUDIOVISUALES EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.		
RESUMEN			
(70 palabras aproximadamente)			
<p>EN EL SIGUIENTE PROYECTO DE INVESTIGACION DAREMOS A CONOCER EL ANALISIS DEL ENTORNO DE LA ECONOMIA NARANJA DESDE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AUDIOVISUAL EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER. ESTE TRABAJO SE REALIZO CON EL FIN DE RESALTAR EL DIAGNOSTICO DE SU SITUACION ACTUAL Y LOS APORTES QUE ESTE MODELO ECONOMICO HA HECHO A ESTAS ORGANIZACIONES.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 57	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 15	CD-ROM: 1



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA ECONOMÍA NARANJA DESDE LA DINÁMICA
DE LAS EMPRESAS AUDIOVISUALES EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE
SANTANDER**

AUTORES

MAYERLY JHOANA GUERRERO VERGEL

FREDDY AUGUSTO PACHECO CLARO

Trabajo de grado para optar al título de administradores de empresas

DIRECTOR

OSCAR ORLANDO HORMAZA FAJARDO

Administrador de Empresas

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Ocaña, Colombia

Septiembre de 2020

Agradecimientos

Primeramente, doy gracias a Dios porque sin su bendición nada hubiera sido posible, a mi madre por ser mi guía y apoyo incondicional, a mi esposa por ser mi compañera fiel, por siempre confiar en mí; y a mi hijo por ser mi principal motivación e inspiración en cada proceso de este proyecto.

Agradezco a cada docente que hizo parte de este proceso integral de formación, sin duda alguna, dejaron una gran enseñanza en mi vida.

Finalmente doy gracias a la universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, por permitirme cumplir una de mis metas, que con su excelencia académica me ayudaron a convirtiéndome en un gran profesional. ¡Gracias mi alma mater!

- Freddy Augusto Pacheco Claro

Ha sido un camino largo, lleno de sacrificios, de altibajos, pero también de éxitos. Por todo esto agradezco inmensamente a mis padres que con su inconmensurable apoyo he sacado adelante esta carrera donde nunca me faltó algo.

A la universidad Francisco de Paula Santander, Ocaña, por el soporte, la educación y la familia de docentes que me acompañaron en este especial y trabajado camino, a mis compañeros los cuales fueron vitales en ese trasegar que es una carrera universitaria. A todos ellos, mis más grandes agradecimientos.

- Mayerly Johana Guerrero Vergel

Índice

Introducción	ix
Capítulo 1. Análisis del entorno de la economía naranja desde la dinámica de las empresas audiovisuales en el municipio de Ocaña, Norte de Santander	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Objetivos.....	3
1.3.1 Objetivo general.....	3
1.3.2 Objetivos específicos.	3
1.4 Justificación	3
1.5 Delimitaciones	5
1.5.1 Delimitación geográfica.....	5
1.5.2 Delimitación temporal.	5
1.5.3 Delimitación conceptual.	5
1.5.4 Delimitación operativa.....	5
Capítulo 2. Marco referencial.....	6
2.1 Marco histórico	6

2.1.1 A nivel internacional.....	6
2.1.2 A nivel nacional.....	7
2.1.3 A nivel local.....	9
2.2 Marco teórico.....	9
2.2.1 Modelo de Economía Naranja.....	9
2.2.2 Teoría de la propiedad intelectual.....	12
2.2.3 Teoría de la economía.....	12
2.3 Marco conceptual.....	13
2.4 Marco legal.....	14
Capítulo 3. Diseño metodológico.....	17
3.1 Tipo de investigación.....	17
3.2 Población.....	17
3.3 Muestra.....	17
3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	18
3.5 Procesamiento y análisis de la información.....	18
Capítulo 4. Presentación de resultados.....	19
4.1 Diagnostico de la situación actual de las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	19

4.1.1 Análisis general.....	25
4.2 Aportes de las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander a la economía naranja	26
4.2.1 Análisis general.....	31
4.3 Evaluación de los estímulos sociales, financieros y de participación para el fomento de la economía naranja en las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander, por parte del estado	32
4.3.1 Análisis general.....	37
Capítulo 5. Conclusiones	38
Capítulo 6. Recomendaciones	40
Referencias.....	41

Lista de tablas

Tabla 1 Estímulos para el fomento de la economía naranja	11
Tabla 2 Características	19
Tabla 3 Aportes que generan las empresas a la economía naranja	26
Tabla 4 Apoyo institucional.....	30
Tabla 5 Estímulos e incentivos	32

Lista de figuras

Figura 1. Estructura de la economía naranja según sus líneas estratégicas y objetivos.....	10
Figura 2. Actividades que rigen la economía naranja.....	11
Figura 3. Actividad económica.....	20
Figura 4. Años de funcionamiento.....	21
Figura 5. Número de colaboradores.....	22
Figura 6. Localización.	23
Figura 7. Cobertura geográfica..	23
Figura 8. Servicios ofertados..	24
Figura 9. Aportes de la empresa a la economía naranja.	28
Figura 10. Apoyo institucional al sector audiovisual.....	30
Figura 11. Estímulos sociales..	33
Figura 12. Estímulos financieros.	34
Figura 13. Estímulos tecnológicos.....	35
Figura 14. Estímulos académicos.	35
Figura 15. Regulación y competencia.....	36

Lista de apéndices

Apéndice A. Modelo instrumento.....	47
-------------------------------------	----

Introducción

En la actualidad ha surgido un nuevo modelo económico “economía naranja” cuyo fin es posicionar la industria creativa y cultural como motores de desarrollo socioeconómicos, en donde el sector audiovisual se forja como una de las tantas actividades que cobran una gran relevancia no solo porque es un clúster del futuro con un dinámico crecimiento de la demanda, sino también por su impacto en otras industrias.

Partiendo de lo descrito, el estudio pretende analizar el entorno de la economía naranja desde el ejercicio empresarial del sector audiovisual en el municipio de Ocaña, Norte de Santander, diagnosticando la situación actual de las empresas de este sector, conociendo a su vez, los aportes que generan estas organizaciones a dicho modelo económico y el apoyo institucional por parte del estado mediante la evaluación de los estímulos sociales, financieros y de participación para el fomento de la economía naranja.

Finalmente, el trabajo propone un marco de referencia en el que se expresan las premisas, teorías, conceptos y leyes y reglamentos relacionados con el tema de la investigación. Exhibiendo la metodología empleada para su alcance, y posteriormente, la presentación de los resultados del proyecto, logrando así el cumplimiento de los objetivos. Por último, se conciben las respectivas conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos adquiridos.

Capítulo 1. Análisis del entorno de la economía naranja desde la dinámica de las empresas audiovisuales en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del problema

Hoy día la economía naranja, ha concebido un notable crecimiento en el desarrollo de los países, aportando un sistema económico que coadyuva a la realización de la transformación de ideas en bienes y servicios, que como aluden Ramírez y Rodríguez (2018):

Colombia es uno de los países en el cual esta economía comienza a generar un aporte en el PIB, ha venido representando más del 3% del PIB en actividades directas e indirectas. Sin embargo, se busca demostrar que el aporte de esta economía funciona para el desarrollo de la misma como avance económico y social en el país. (p. 3)

Por tanto, se reconoce a la economía naranja como un factor que impulsa el progreso económico y contribuyen de forma directa al desarrollo de los territorios en términos de valoración, visibilización en el exterior, incremento de empleo, inversiones y aumento de la productividad, tan así que, en Colombia las industrias creativas representan el 3,4% del PIB, y se estima que este continúe en condiciones de crecimiento (Benavente y Grazzi, 2017).

Ahora bien, yendo al contexto local, en Ocaña, Norte de Santander, según manifiestan (Arévalo y Pacheco, 2013), en su artículo “caracterización de la actividad económica empresarial de la ciudad de Ocaña”, se observa la conformación de tres sectores económicos: El comercial

con una representación de 252 empresas, que generan una participación económica del 71%, seguidamente, el manufacturero ostenta un total de 9 empresas y una participación del 3% y por último, el de servicios con un equivalente a 92 empresas, que representa el 26%. No obstante, se desconoce cuál es la incidencia de la de la economía naranja y su relación con el desarrollo de las empresas ocañeras, siendo algo desfavorable en la medida en que no hay claridad sobre la evolución del ecosistema de emprendimiento en el municipio y la contribución que pueda aportar la inserción de un nuevo modelo económico como lo es la “la economía creativa”.

Por otra parte, es nula la información que demuestre el comportamiento de las empresas audiovisuales y su dinámica productiva como contribuyente a la economía de Ocaña, pues este tipo de empresas han sido muy poco exploradas y no se conoce el manejo de su entorno, pues hasta la fecha no hay un diagnóstico que evidencie la situación actual que presentan estas organizaciones y su proyección económica desde el sistema de la economía naranja. Este hecho hace fundamental abordar los aportes de la industria audiovisual en Ocaña, en su economía y cuáles son los estímulos sociales, financieros y de participación que brinda el estado para el fomento de la economía naranja en el municipio.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo se promueve la economía naranja en las empresas audiovisuales en el municipio de Ocaña, Norte de Santander?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general. Analizar el entorno de la economía naranja desde la dinámica de las empresas audiovisuales en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos específicos. Diagnosticar la situación actual de las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Conocer los aportes de las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander a la economía naranja.

Evaluar los estímulos sociales, financieros y de participación para el fomento de la economía naranja en las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander, por parte del estado.

1.4 Justificación

La economía naranja es definida por Buitrago y duque (2013) “como el cumulo de acciones que de manera encadenada posibilitan que las ideas se conviertan en productos y servicios, cuyo valor se adjudica por su contenido de propiedad intelectual” (citado por Cortés, 2019, párrafo 6).

En muchos sentidos, la economía naranja implica la producción de contenidos vinculados a las nuevas tecnologías, tanto en su instauración como en su expansión. En Colombia del 93,4% de empleos del sector cultural se agrupan de la siguiente manera: 36,3% son de actividades afines al diseño, la cual concibe 90.054 empleos; el 19,2% en educación cultural (47.599 empleos), el 16,7% en artes visuales, artes escénicas y música (41.501 empleos), el 10,7% segmento audiovisual (26.550 empleos) y 10,4% libros y publicaciones (25.810 empleos) (Ministerio de Cultura [MINCULTURA], 2019).

Las investigaciones destinadas a valorar la importancia que presenta la economía creativa, son escasas, por ello con la presente investigación busca explorar los posibles escenarios que puede presentar Colombia al momento de tener un mayor reconocimiento de este sector en el desarrollo económico y social del país. Y, en este caso puntual tomar las empresas audiovisuales como objeto de análisis a fin de percibir su valor, considerándosele como un motor de desarrollo económico para el municipio de Ocaña.

Aunado a lo anterior, es importante conocer los aportes que genera este sector de la economía, que estímulos o recursos destina el estado para crear e impulsar la innovación y competitividad de las empresas creativas y los beneficios que se reflejan en el progreso del municipio. Finalmente, con la ejecución del estudio es posible poner en práctica los conocimientos arraigados de la academia, implementando de manera pragmática las aptitudes adquiridas en la carrera.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación geográfica. La investigación se llevó a cabo en el Municipio de Ocaña Norte de Santander, tomando como población las empresas que se dedican al desarrollo de actividades audiovisuales.

1.5.2 Delimitación temporal. El tiempo estipulado para la realización del proyecto fue de 2 meses, luego de ser aprobado el anteproyecto por parte de los jurados.

1.5.3 Delimitación conceptual. El presente trabajo presenta los siguientes conceptos: Economía naranja, análisis de entorno, empresas audiovisuales, dinámica empresarial, actividades culturales y diagnóstico.

1.5.4 Delimitación operativa. En el desarrollo de la investigación se presentaron múltiples inconvenientes con la recolección de la información, pues la mayoría de los directivos o gerentes de las empresas no pudieron ser partícipes o generar el espacio para la aplicación del instrumento dado al aislamiento y restricciones como métodos de prevención ante el COVID-19, aun así, pese a los diferentes medios que se propusieron para implementar las encuestas (teléfono y reuniones virtuales) no hubo respuesta por parte de los empresarios; se recurrió al director para continuar con el proceder del estudio y se concluyó seguir el proyecto con las cuatro (4) personas que brindaron su colaboración.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 A nivel internacional. El modelo de economía naranja tiene sus indicios desde mediados del siglo XX, sin embargo, su auge empieza a emerger a partir de los años 90's, específicamente para 1994, dándose por vez primera la introducción del concepto de “economía creativa”, donde los pioneros en fortalecer y dar a conocer la estructura a través de las políticas de su gobierno fueron los australianos, con el fin de generar una identidad cultural del país (Cepeda, 2018).

Ahora bien, el reconocimiento del término de economía creativa no se da hasta el 2001, popularizado por el señor John Howkins, escritor y gestor de medios de comunicación, nacido en Gran Bretaña y autor del libro -La economía creativa: Transformar una idea en beneficios-, quien llevó a cabo un estudio en el que analizó el comportamiento de 15 industrias que figuraban de actividades que van desde el arte hasta la ciencia y la tecnología, hallando que este modelo económico generaba más de 2.2 billones de dólares a escala mundial y obtenía un crecimiento de tasa anual equivalente al 5%, aclarando que el espectro de dicho modelo no sólo se limita a la instauración de bienes y servicios netamente culturales, sino que, abarca a toda la industria creativa relacionada al ámbito de la investigación y el desarrollo (I+D) (Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PENUUD], 2013).

Entonces, para lograr entender lo que comprende y conlleva la economía creativa, es posible aducir que esta presenta un aspecto económico en el que produce ingresos mediante la realización de actividades basadas en la generación de conocimientos, las cuales tienen una alta influencia en el desarrollo sociocultural, investigativo y tecnológico (Rosas, 2012). Y resulta tan sólido su marco económico, que conforme a cifras emitidas por el portal web de la revista P&M produce a nivel mundial 4.293.000 dólares al año, de los cuales 175.000 son generados por América Latina y el Caribe (Ignacio, 2015).

En palabras de Coke Hamilton, la economía naranja además de su valor cultural, presenta un valor comercial, factor que ha hecho que los gobiernos alrededor del mundo estén enfocados en extenderse y encaminar su desarrollo económico a este modelo creativo, como estrategia de diversificación para la creación de alternativas que permitan la sostenibilidad y sustentabilidad de las PyMES en sus territorios (Citado por Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo [UNCTAD], 2019).

2.1.2 A nivel nacional. En Colombia, el origen de la economía creativa no tiene en concreto una fecha de su inserción, no obstante, se conoce que desde el 2005 el Ministerio de Cultura venía implementando una serie de políticas para impulsar el emprendimiento y fortalecer las industrias creativas, incentivando la generación de contenidos propios a través de la valoración de los activos culturales, promoviendo el desarrollo creativo, la identidad cultural e incluso el impacto e integración social (Ministerio de Cultura [MINCULTURA], 2010).

Ya para 2013, el apogeo de la economía naranja en el país remonta con los nuevos lineamientos que se establecen en el libro -La Economía Naranja: una oportunidad infinita- a cargo de los señores Felipe Buitrago e Ivan Duque, en esa época consultores de las divisiones de asuntos culturales del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), quienes propiciaban con la implantación de la economía naranja nuevas condiciones para la generación de empleo en el sector cultura, beneficiando de esta manera el desarrollo económico creativo además de servir como respaldo al conocimiento y prácticas del patrimonio cultural inmaterial (Cable News Network [CNN], 2018).

Tomando en cuenta el tema de investigación, a continuación, se presentan algunos antecedentes de trabajos relacionados con la economía naranja en Colombia:

Para el 2017, Sebastián Garay publica el artículo denominado “Economía naranja colombiana en tiempos modernos” en el que describe un amplio espectro de lo que significa la economía creativa y abarca la identificación de las posibles transformaciones que deben plantearse en el país para su implementación, además de conocer los beneficios e incentivos para su promoción (Garay, 2017).

Seguidamente, en el 2018 Carlos Blanco, Cesar Bernal, Fernando Camacho y Miguel Díaz en su artículo “Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el enfoque de la gestión del conocimiento” realizan un análisis de agregación y desagregación al sector de dichas industrias, concluyendo que estas empresas reconocen que la gestión de conocimiento genera

competitividad y mayor acercamiento a las realidades que vivencian este sector (Blanco, Bernal, Camacho y Miguel, 2018).

Finalmente, para el año pasado (2019) Laura González y Rey Ruiz en su tesis “Economía naranja en Colombia el desafío de la propiedad intelectual” llevaron a cabo una revisión sistemática de la conceptualización de la economía naranja, otorgando un análisis de su alcance y los desafíos que afrontan para su inserción (González y Ruiz, 2019).

2.1.3 A nivel local. En Ocaña, Norte de Santander, a la fecha no existen registros ni estudios que indiquen la implantación y evolución de la economía naranja en el municipio, siendo este proyecto una de las primeras contribuciones en esta temática, por tanto, la importancia de llevarlo a cabo, dado que no sólo será posible conocer su dinámica en las empresas audiovisuales, sino que servirá de antecedente para la derivación de otras investigaciones sobre economía creativa.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Modelo de Economía Naranja. Como se ha mencionado en otros apartados, la economía naranja, es un modelo cuyo propósito recae en la gestión del desarrollo económico, social y cultural, haciendo énfasis en la protección de los derechos de propiedad intelectual y sirviendo como apoyo al fomento de la creación de contenido propio, generando a su vez respaldo a la producción y distribución de los bienes y servicios de las empresas culturales y creativas (Buitrago y Duque, 2013).

Este modelo económico se estructura bajo dos líneas bases, de las cuales se derivan siete objetivos que fundamentan el propósito de su gestión, a fin de consolidar la creación de mecanismos que posibiliten el progreso y sostenibilidad de las industrias culturales y creativas.

LÍNEA	OBJETIVO
LÍNEA A Todos somos cultura: la esencia de un país que se transforma desde los territorios	1. Generar condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios.
	2. Proteger y salvaguardar la memoria y el patrimonio cultural de la Nación.
LÍNEA B Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de las nuevas industrias	1. Información efectiva.
	2. Fortalecer entorno institucional.
	3. Potencializar oferta pública.
	4. Impulsar agendas creativas y ADN
	5. Integración con mercado internacionales y otros sectores productivos.
	6. Condiciones habilitantes para capital humano.
	7. Promoción de la propiedad intelectual.

Figura 1. Estructura de la economía naranja según sus líneas estratégicas y objetivos.

Fuente: Información obtenida de (Ministerio de Cultura [MINCULTURA], 2019).

A continuación, se ilustra a través de la figura 2. Las actividades que rigen la economía naranja:

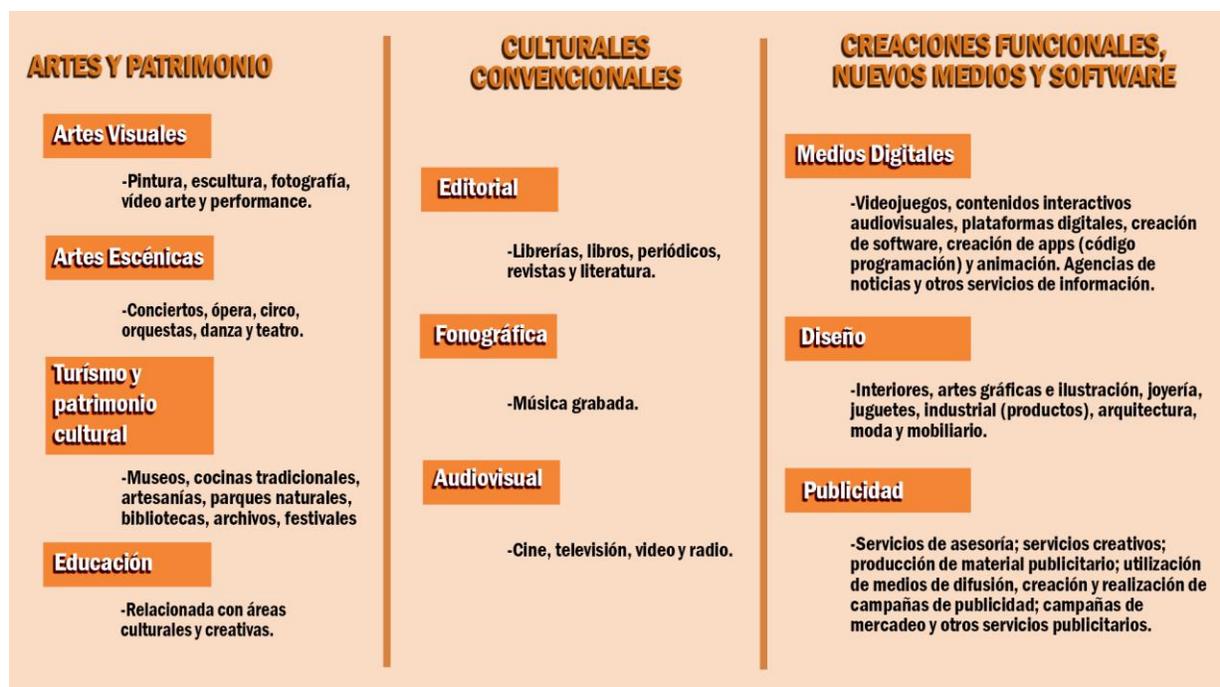


Figura 2. Actividades que rigen la economía naranja. Fuente: Elaboración propia con base a los datos emitidos por (Buitrago y Duque, 2013).

Entonces, para lograr el cometido que describe la economía naranja, esta oferta un número de programas o herramientas que actúan como políticas de intervención para llevar a cabo su avance y ejecución.

Tabla 1
Estímulos para el fomento de la economía naranja

Recursos de financiación para la creación de propuestas.	Recursos de tecnología e infraestructura.	Formación en Economía Naranja.
Asistencia técnica.	Asesorías para procesos de comercialización	Seguimientos y motivación de la cultura de emprendimiento.

Nota: La tabla anterior agrupa datos sobre los estímulos que oferta el estado para fomentar la economía naranja.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información expuesta por (Ministerio de Cultura [MINCULTURA], 2019).

2.2.2 Teoría de la propiedad intelectual. Esta teoría se abarca desde el foco económico y la relación que implica la propiedad intelectual en el desarrollo empresarial, es decir, el compromiso que deben adquirir las personas comerciantes y las industrias en el manejo de su marca, las actividades que ejercen, sus creaciones, sus servicios, los medios y formas de divulgación, la apropiación cultural, entre otros factores que deben ser rigurosamente inspeccionados para no incurrir en la violación de los derechos de invención o autoría que puedan acarrear problemas que estanque o cohíban su progreso, o desde otra óptica, que va ligada al fin que plantea la economía naranja, resulta ser un medio que conduce a la visibilización de las industrias creativas, su protección y posicionamiento en el mercado laboral (Álvarez, Salazar y Padilla, 2015).

A partir de lo descrito, la teoría se constituye como un panorama de conceptualización en el que se relata las múltiples variables que corresponde a la aplicación de la propiedad intelectual, donde esta, actualmente refleja un sistema basado en el equilibrio que representan según la (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 2019)“los intereses de los innovadores y el interés público, creando un entorno en el que la creatividad y la invención puedan florecer en beneficio de todos” (p.3). Estimulando de esta manera el desarrollo social, económico y cultural.

2.2.3 Teoría de la economía. Esta teoría explica la funcionalidad que tienen la economía en un territorio para su crecimiento y desarrollo, es decir, la manera en cómo interviene el sistema económico para garantizar y mejorar las condiciones sociales de sus habitantes por medio de modelos que tienen el objetivo de administrar y optimizar los recursos de forma

progresiva, entonces, la teoría busca explicar la realidad que presenta un país y a partir de allí diseñar una estructura normativa capaz de generar un equilibrio de los factores socioeconómicos, que en efecto, ayudarán a alcanzar la sustentabilidad y perdurabilidad en el tiempo (Muñoz, 2017).

La teoría de la economía se compone de dos partes: Una primera, es la denominada “microeconomía”, la cual expone la dinámica que ejecutan los mercados individuales y, la segunda es la “macroeconomía”, cuyo cometido es explicar las acciones de la economía a nivel nacional. No obstante, ambas partes se complementan para evidenciar el comportamiento, el desempeño y la evolución económica en todo el territorio a través del estudio de las estructuras comerciales o de mercado, oferta y producción de las industrias, demanda del consumidor, políticas gubernamentales, financiamiento público y demás aspectos que conglomeran el flujo social (Resico, 2011).

2.3 Marco conceptual

Como bien se sabe, la economía naranja hace referencia a un modelo económico donde la propiedad intelectual es el eje principal que rige su estructura, otorgando valor a la transformación de las ideas que producen las industrias que desarrollan bienes y servicios culturales y creativos (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2019). Donde el foco de la investigación se centra en la realización de un análisis de entorno que no es más que una herramienta de gerencia social que permite la evaluación del contexto, identificando oportunidades y riesgos del mismo (Licha, 2000), que para el caso del estudio, mediante este

análisis se pretende conocer la situación actual de las empresas audiovisuales y su relación con la economía naranja, entendiéndose como industria audiovisual todas aquellas organizaciones que crean contenido en el que se vislumbra de forma simultánea la imagen y el sonido, destacándose en ellas: El cine, la televisión y la radio (Ortiz, 2013).

De manera análoga, se desconoce la dinámica empresarial que ostenta la economía creativa en las empresas audiovisuales de Ocaña, Norte de Santander, refiriéndonos a la dinámica como los fenómenos o hechos que inciden en los procesos y comportamientos organizativos de una empresa y que afecta las decisiones y acciones de las que propende su crecimiento y sostenibilidad (Levy, 2017), de allí que, el proyecto presente un diagnóstico que como manifiesta (Díaz, 2013), es un instrumento de apoyo con el cual es posible identificar los factores internos y externos que influyen en las actividades y operaciones que ejecutan las organizaciones, entonces, a través de este se pretende determinar el avance de la industria audiovisual en dicho municipio, desde la perspectiva que brinda la economía naranja, visibilizando a su vez los aportes que esta ha interferido con su aplicación.

2.4 Marco legal

En el siguiente apartado, se hace registro de las distintas leyes y normatividad legal que respaldan la economía naranja.

Constitución política de Colombia. Artículos 61. “El estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley” (República de Colombia, 1991).

Artículo 70. El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional. (República de Colombia, 1991)

Artículo 71. “La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura” (República de Colombia, 1991).

Ley 397 de 1997. “Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás concordantes de la Constitución y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos a la cultura, se crea el Ministerio de Cultura y se trasladan algunas dependencias” (Congreso de Colombia, 1997).

Ley 1185 de 2008. “Por la cual se modifica y adiciona la ley 397 de 1997 –Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones (Congreso de Colombia, 2008).

Ley 1834 de 2017. Mediante la cual se promueve la economía creativa, también conocida como ley naranja. **Artículo 1. Objeto.** “La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual” (Congreso de Colombia, 2017).

Decreto 1935 de 2018. “Por el cual se crea y reglamenta el funcionamiento del Consejo Nacional de la Economía Naranja” (Presidente de la república, 2018).

Capítulo 3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

El presente proyecto exhibe un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, que acorde a lo que alude (Niño, 2011), mediante este es posible describir las realidades del objeto de estudio, además de relatar las características de hechos o situaciones en un contexto que posteriormente son analizados, por consiguiente, permite respaldar el propósito de la investigación, cuyo fin está orientado a la realización de un análisis de entorno de la economía naranja desde la dinámica de las empresas audiovisuales en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

3.2 Población

La población objeto de estudio estuvo conformada por todos los directivos pertenecientes a las empresas audiovisuales legal y formalmente constituidas en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

3.3 Muestra

Según información emitida por Cámara de Comercio Ocaña (2020), se halló la existencia de 10 empresas que se dedican a actividades afines al tema audiovisual y que son formalmente constituidas, de las cuales solo cuatro (4) de ellas respondieron el instrumento y a partir de allí se construye los resultados que exhibe el estudio.

3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

El proyecto tomó como técnica la encuesta, la cual fue dirigida a los directivos de las empresas audiovisuales de Ocaña, Norte de Santander; como instrumento se usó el cuestionario, el cual dispone de una serie de preguntas orientadas a analizar el entorno de la economía naranja desde la dinámica de dichas empresas, diagnosticando a su vez la situación actual que estas presentan y los estímulos que reciben por parte del estado para fomentar la economía creativa.

3.5 Procesamiento y análisis de la información

Tras recolectar la información, a través de las técnicas e instrumentos empleados (encuesta y cuestionario), se procedió a la tabulación de los datos adquiridos, seguidamente se elaboraron las gráficas correspondientes a las preguntas estipuladas en el cuestionario, realizando un respectivo análisis descriptivo de cada una de ellas, dando así, cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación.

Capítulo 4. Presentación de resultados

A continuación, se develan los resultados alcanzados con la aplicación del instrumento para la recolección de información (encuesta), obteniéndose un análisis del entorno de la economía naranja desde la dinámica de las empresas audiovisuales en el municipio de Ocaña, Norte de Santander

4.1 Diagnostico de la situación actual de las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander

Tabla 2
Características

1. Indique con una **X** las características que representan o identifican su empresa.

Actividad económica	Cine ___ Televisión ___ Video ___ Radio ___
Años de funcionamiento	De 1 a 3 años___ De 4 a 7 años___ Más de 8 años___
Número de colaboradores	De 1 a 5 colaboradores___ De 6 a 9 colaboradores___ Más de 10 colaboradores___
Localización	Infraestructura física propia___ Instalaciones por arrendamientos___ Escenario netamente digital___
Cobertura geográfica	Local___ Nacional___ Internacional___
Servicios ofertados (Por favor describa los servicios que brinda su empresa)	

En este apartado, se vislumbra algunas características que posibilitan diagnosticar y contextualizar la situación actual de las empresas audiovisuales concerniente a la actividad

económica a la que se dedican, años de funcionamiento en el mercado, número de colaboradores que manejan, su localización, cobertura geográfica y los servicios ofertados.

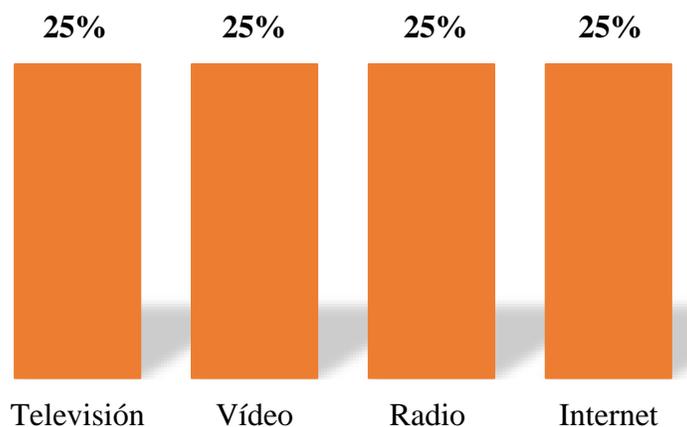


Figura 3. Actividad económica. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

Como es posible visualizar en la figura 3., partiendo de la información emitida por los empresarios del sector audiovisual, bajo una misma ponderación del 25% son variadas las actividades que presenta el mismo, las cuales se clasifican en televisión, vídeo, radio e internet, empresas que cumplen un rol muy relevante y que conforme a lo manifestado por el (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2019), es un sector de naturaleza soporte y transversal que desarrolla y presta servicios en otros sectores de la economía e incluso bajo el concepto amplio de las (TIC) Tecnologías de la Información y la Comunicación, es el productor de los elementos de inclusión digital y reducción de brechas sociales.

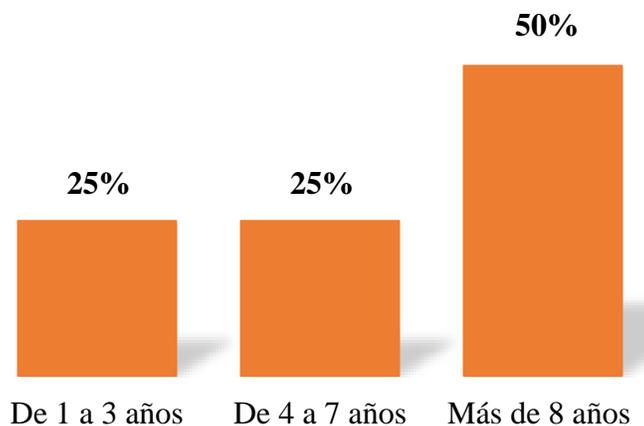


Figura 4. Años de funcionamiento. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

De acuerdo a los compendios estadísticos, se visibiliza que las empresas del sector audiovisual en el municipio de Ocaña son organizaciones con bastante trayectoria, pues el 50% de ellas tienen más de 8 años de estar vigentes en el mercado brindando excelentes servicios que han permitido generar grandes avances no solo desde de la comunicación e interconexión para con el resto de la población, sino también a través del dinamismo del clúster empresarial por medio de las herramientas digitales, facilitando los procesos de comercialización y promoción de sus actividades económicas, al igual que las empresas más recientes conglomeradas en una ponderación del 25% que oscilan entre 1 a 7 años y que inciden grandemente en el desarrollo y progreso regional.

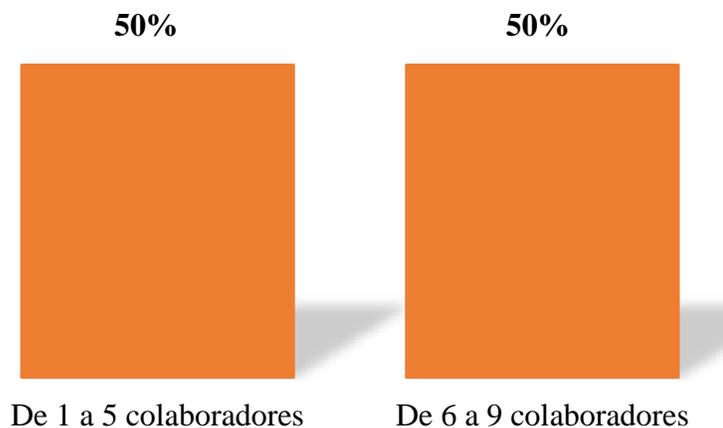


Figura 5. Número de colaboradores. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

En consonancia a los datos arrojados por la encuesta, se observa que las empresas del sector audiovisual generan un porcentaje significativo de empleo, pues un 50% maneja entre 6 a 9 colaboradores y el otro 50% de 1 a 5 colaboradores, cargos que proporcionan anualmente y que posiblemente aumente conforme haya crecimiento en dichas organizaciones, ayudando con el acceso al empleo a mejorar la calidad de vida de muchos ocañeros.

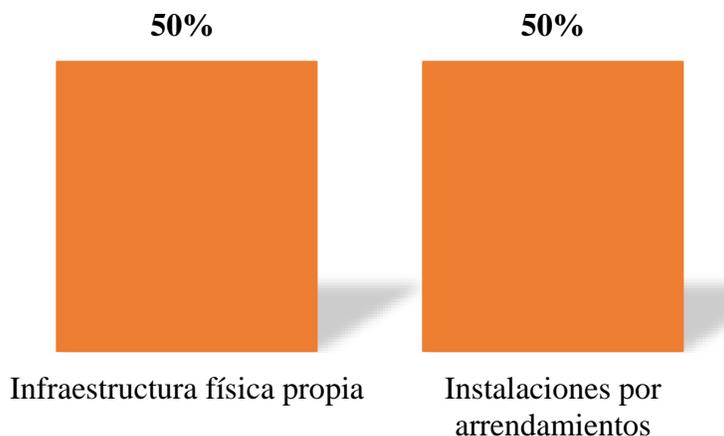


Figura 6. Localización. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

Partiendo de la información obtenida con el instrumento, se determina que un 50% de las empresas del sector audiovisual posee infraestructura propia, factor que resulta muy positivo dado a que puede haber mayor optimización de sus costos, contrario al otro 50% que se ven en la obligación de incurrir en pagos por arrendamiento de sus instalaciones.

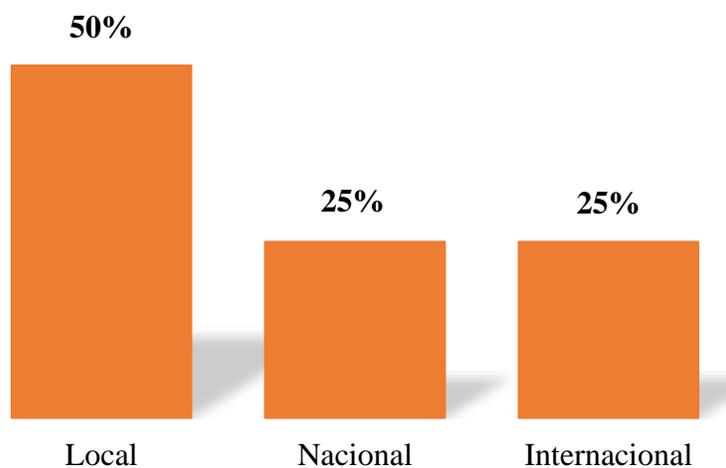


Figura 7. Cobertura geográfica. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

Como se evidencia en la figura 7., el sector audiovisual en un 50% mantiene una cobertura local siendo conformado por las empresas más recientes en el mercado y que hasta le fecha su portafolio se centra en un posicionamiento regional, por otro lado, el 50% restante se divide en un 25% con alcance a nivel nacional y otro 25% con cobertura a nivel internacional, equivalente a las organizaciones que ya cuentan con más de 8 años de funcionamiento y que gracias a esa trayectoria han tenido la experticia de propiciar acciones y estrategias que les han posibilitado tener un mayor impacto y exposición en otros escenarios.

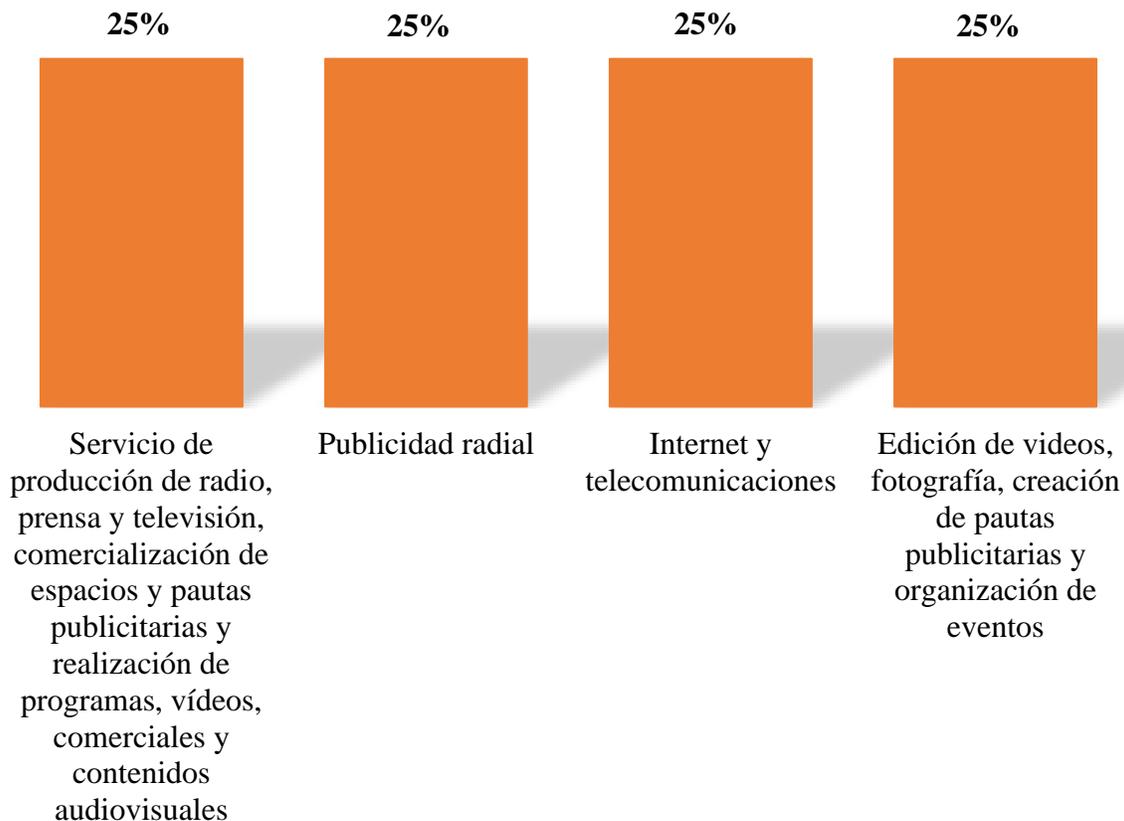


Figura 8. Servicios ofertados. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

Conforme a los datos expuestos en la figura 8., y a partir del distintivo que convergen las empresas del sector audiovisual, las cuales se caracterizan por la producción y distribución de contenido, programación y transmisión de difusión televisiva y radial, creación y promoción publicitaria, etc., bajo un mismo porcentaje del 25% las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, ofertan servicios que van desde la producción y publicidad de radio, prensa y televisión, comercialización y creación de espacios y pautas publicitarias, realización y edición de vídeos y fotografía, además de la facilitación y gestión de internet e implementación de sistemas de telecomunicaciones. Siendo todo lo anterior un motor de crecimiento dado a los cambios que se están presentando con los avances digitales y la virtualización de las cosas, donde este sector es el único capaz de articular los demás sectores económicos forjándose como un soporte y trampolín de apoyo para el desarrollo socioeconómico de un territorio.

4.1.1 Análisis general. A partir de los resultados obtenidos con la caracterización de las empresas audiovisuales en Ocaña, Norte de Santander, se demuestra que tienen una alta representatividad en el desarrollo económico del municipio, abarcando variadas actividades que se clasifican en televisión, vídeo, radio e internet siendo las responsables de generar un amplio proceso de comunicación e innovación en el territorio, sobre todo por su gran trayectoria en la que se contempla que el 50% de estas empresas tiene hasta 8 años de estar vigentes en el mercado, mientras el otro restante varía entre 1 y 7 años brindando excelentes servicios a través del dinamismo del clúster empresarial por medio de las herramientas digitales, facilitando los procesos de comercialización y promoción no solo de sus actividades económicas, sino también las del resto de sectores que componen el renglón económico de la región.

Por otra parte, se determina que el sector audiovisual de Ocaña, genera de 1 a 9 empleos anuales, que la mitad de estas empresas cuentan con infraestructura propia y el 50% restante mantienen instalaciones por arrendamiento, así mismo, la mayor parte comprende una cobertura local y en un porcentaje más bajo logran acaparar mercado nacional e incluso internacional, ofertando servicios como: Producción y publicidad de radio, prensa y televisión, comercialización y creación de espacios y pautas publicitarias, realización y edición de vídeos y fotografía, además de la facilitación y gestión de internet e implementación de sistemas de telecomunicaciones.

4.2 Aportes de las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander a la economía naranja

Tabla 3

Aportes que generan las empresas a la economía naranja

2. Señale con una **X** según su enunciación (SI o NO) y, conforme a sus actividades, los aportes que genera su empresa a la economía naranja.

Aportes	SI	NO	Ns/Nr
Generar condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios.			
Proteger y salvaguardar la memoria y el patrimonio cultural de la Nación.			
Generación de empleo.			
Cerrar brechas sociales			
Superación de la barrera sociológica del proteccionismo cultural.			
Regenerar el tejido social.			
Brindar información efectiva.			
Fortalecer entorno institucional.			
Potencializar oferta pública.			
Impulsar agendas creativas y Áreas de Desarrollo Naranja (ADN).			
Integración con mercado internacionales.			
Condiciones habilitantes para capital humano.			
Promoción de la propiedad intelectual.			

En este objetivo se exterioriza los aportes que hasta la fecha gestan las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander, a la economía naranja con el desarrollo de sus actividades económicas, como así también, el apoyo institucional que brinda el estado a través de entidades públicas para el fortalecimiento de dicha economía en el sector audiovisual del municipio.

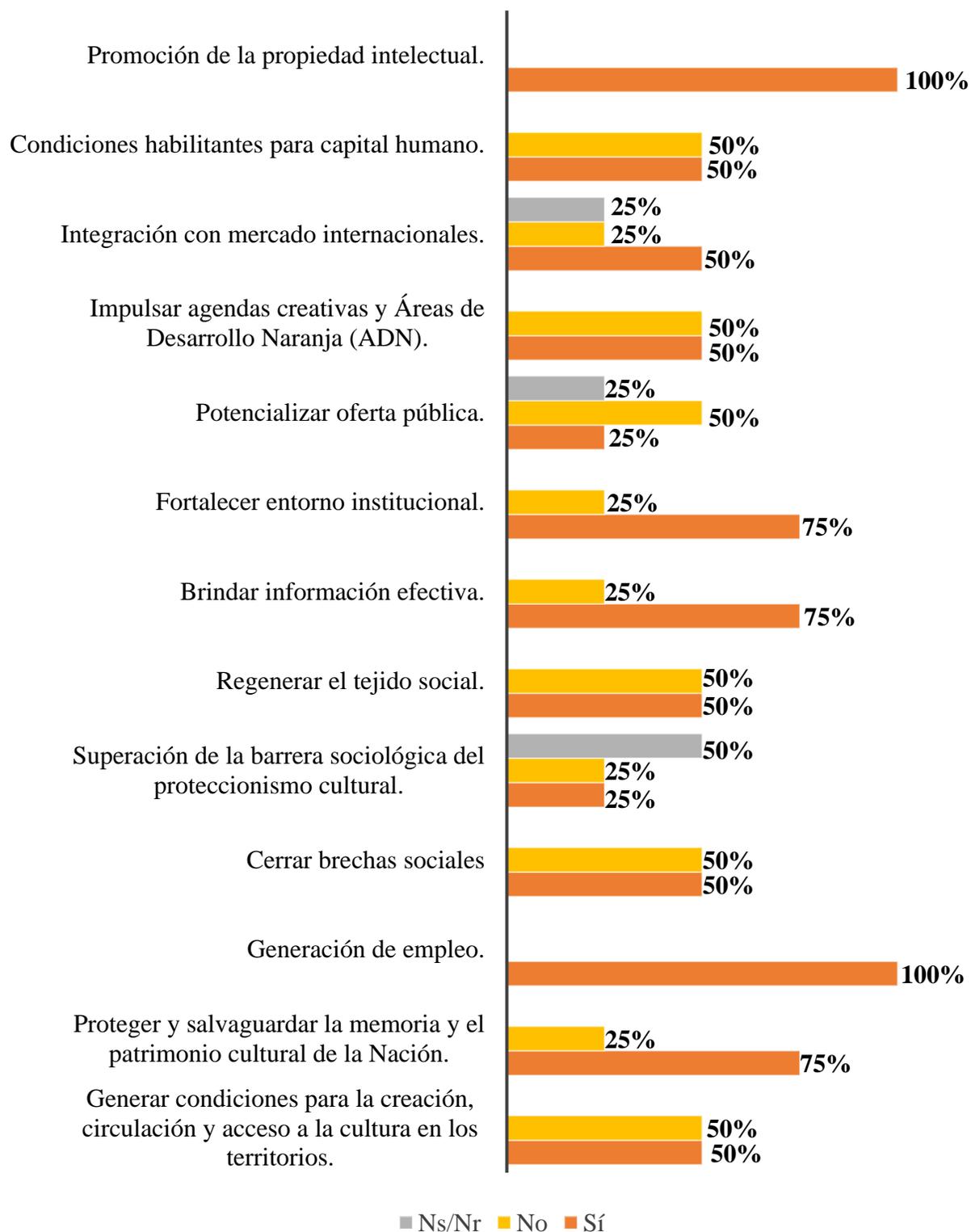


Figura 9. Aportes de la empresa a la economía naranja. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

A partir de la información adquirida con la encuesta, en la figura 9., se observa que el sector audiovisual en un 100% garantiza la generación de empleo y la promoción de la propiedad intelectual, es decir, a través de sus actividades económicas permiten el acceso al trabajo, además de respetar y valorar la creación de contenido mediante la protección de derechos de autor, seguidamente un 75% alude que gran parte de sus procesos han ayudado a fortalecer el entorno institucional gracias a la transición que pueden generar de lo tradicional a lo digital, a su vez, manifestaron que brindan una información efectiva dado a los canales comunicativos que redireccionan aprovechando los mismos para proteger y salvaguardar la memoria y el patrimonio cultural mediante la divulgación y exposición de la cultura regional, no obstante, un 25% no lo considera así.

Ahora bien, un 50% mencionaron que generan condiciones habilitantes para capital humano e integración con mercados internacionales por medio del alcance que pueden ofrecer las TIC, gestando así condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios, cerrando brechas sociales, regeneración del tejido social y el impulso de agendas creativas y áreas de desarrollo naranja, en contraste a un 50% que indican no tener incidencia o concebir aportes que posibiliten la consolidación de cada uno de los factores mencionados, además de la no potenciación de la oferta pública y en otro caso la manifestación del desconocimiento (Ns/Nr) sobre la superación de la barrera sociológica del proteccionismo cultural.

Tabla 4*Apoyo institucional*

4. Designe con una **x** ¿cuáles de las siguientes instituciones apoyan sus procesos y fortalecen la economía naranja?

Instituciones	SI	NO	Ns/Nr
SENA			
MINTIC			
iNNpuls Colombia			
Colombia productiva			
Bancoldex			
Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA)			
ProColombia			
DIAN			
MINCULTURA			
Fondo Nacional de Garantías (FNG)			

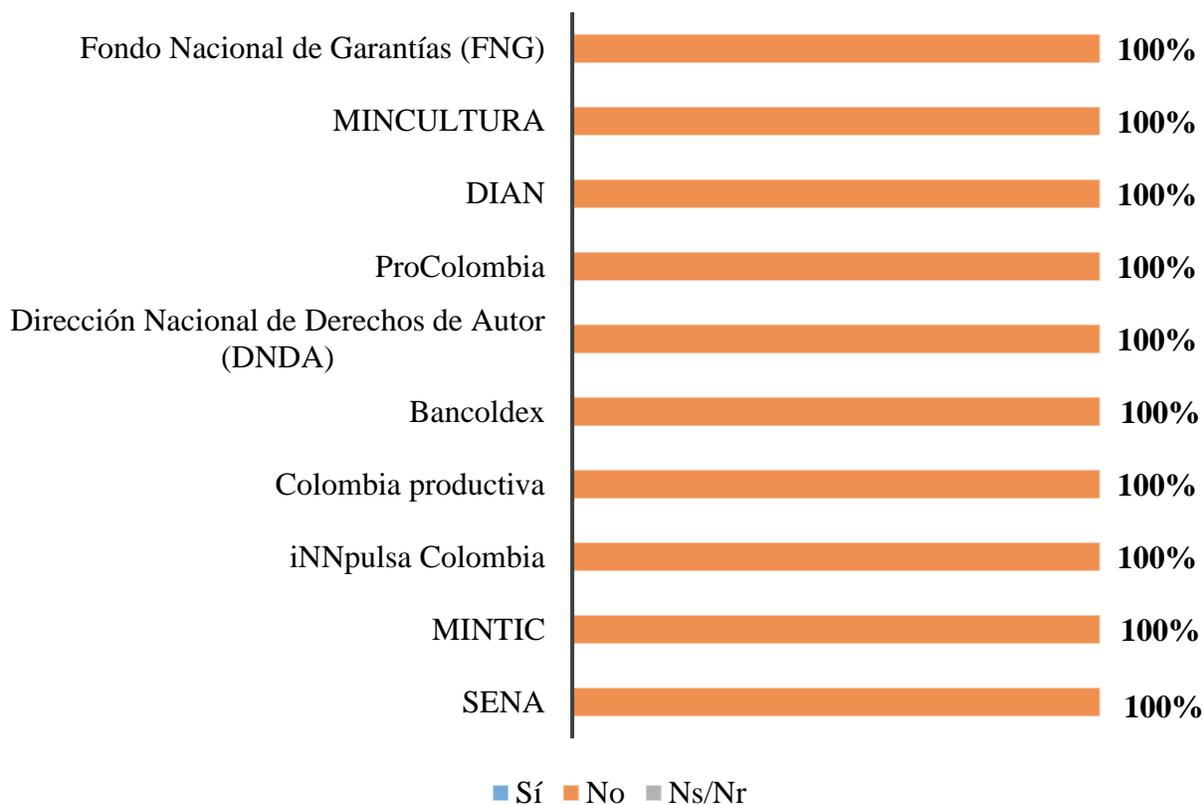


Figura 10. Apoyo institucional al sector audiovisual. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

Tomando en cuenta la información adquirida con la aplicación del instrumento, se determina que hasta la fecha el sector audiovisual de Ocaña, en un 100% exponen no contar con algún tipo de apoyo institucional, desconociendo totalmente la dinámica que propone el modelo de “economía naranja” y los posibles beneficios que pueda significar para la consecución de sus procesos.

4.2.1 Análisis general. Tomando en cuenta los resultados, se visualiza que las empresas audiovisuales de Ocaña, han logrado aportar desde sus actividades a la economía naranja múltiples aspectos relevantes tales como: La generación de empleo y la promoción de la propiedad intelectual, fortalecimiento del entorno institucional, robustecimiento de los canales comunicativos e información efectiva, mejorando las condiciones habilitantes para capital humano e integración con mercados internacionales dado a la trazabilidad que se gesta con la digitalización de las cosas.

No obstante, el apoyo que han recibido por parte de órganos institucionales de orden público y/o privado ha sido nulo, por consiguiente, se evidencia que no han tenido beneficios o acercamiento con el modelo de economía naranja, desconociendo el propósito de dicho modelo, dejando entre ver que es imprescindible que el gobierno fortifique la promoción y divulgación de la dinámica que propone la economía naranja para que esta logre su cometido y se convierta en una herramienta que fomente el desarrollo y progreso de este sector.

4.3 Evaluación de los estímulos sociales, financieros y de participación para el fomento de la economía naranja en las empresas audiovisuales del municipio de Ocaña, Norte de Santander, por parte del estado

Tabla 5
Estímulos e incentivos

3. Marque con una **X** según los niveles (Alto, Medio, Bajo o nulo) que corresponda a los estímulos o incentivos que recibe la empresa por parte del estado para la promoción de la economía naranja.

Estímulos Financieros	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
Programa Nacional de Estímulos					
Programa Nacional de Concertación					
Mi Negocio e IRAKA					
Línea "Exprimiendo la Naranja"					
Fondo de fondos naranja					
Estímulos sociales	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
Escuelas taller					
Talleres Escuela					
Programa Nacional de Estímulos					
Caja de Herramientas					
Estímulos tecnológico	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
Laboratorios de innovación y diseño					
Tecnoparques					
Crea Digital					
Bootcamps - Apps.co					
Académicos (programas)	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
SENA Emprende Rural					
Emprendetón 4.0					
Escala Futuro					
Red Naranja					
Cursos virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos					
Regulación y competencia	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
Descuento del 25% por donaciones a ESAL de régimen tributario especial					
Ciencia, Tecnología e Innovación: Descuento 25% por inversión					
Cine —Leyes 814 de 2003 y 1556 de 2012					
Espectáculos públicos de las artes escénicas —Ley 1493 de 2011					

A continuación, se presenta la evaluación de los estímulos sociales, financieros, tecnológicos, académicos, regulación y competencia para el fomento de la economía naranja en el sector audiovisual del municipio de Ocaña.

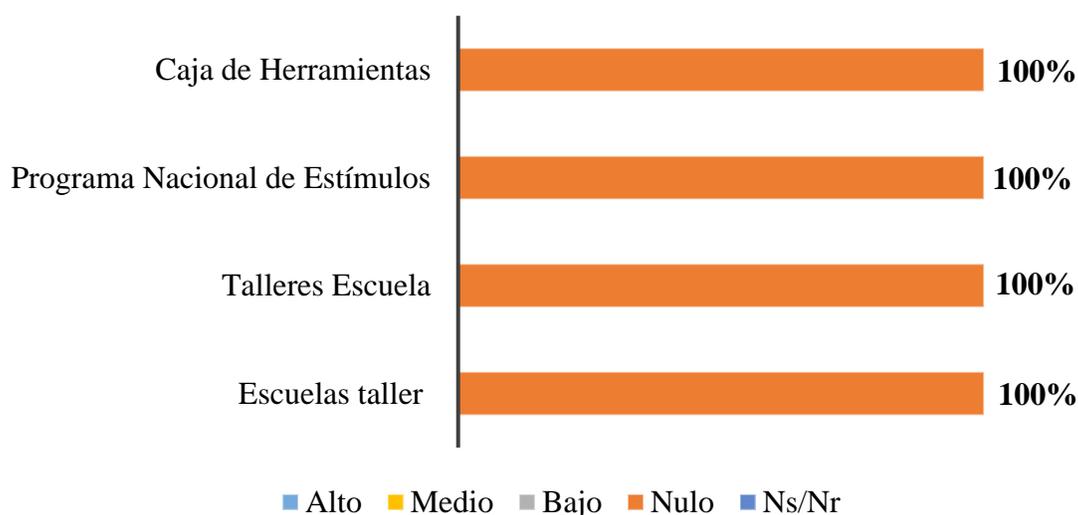


Figura 11. Estímulos sociales. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

De los resultados obtenidos con la encuesta, se infiere que las empresas del sector audiovisual en Ocaña, no han recibido incentivos o estímulos de orden social por parte del estado, pues el 100% de la población afirmó que son nulos los programas adquiridos desde los entes públicos, aludiendo que es imprescindible para el fortalecimiento del talento humano y el mejoramiento de las condiciones laborales.

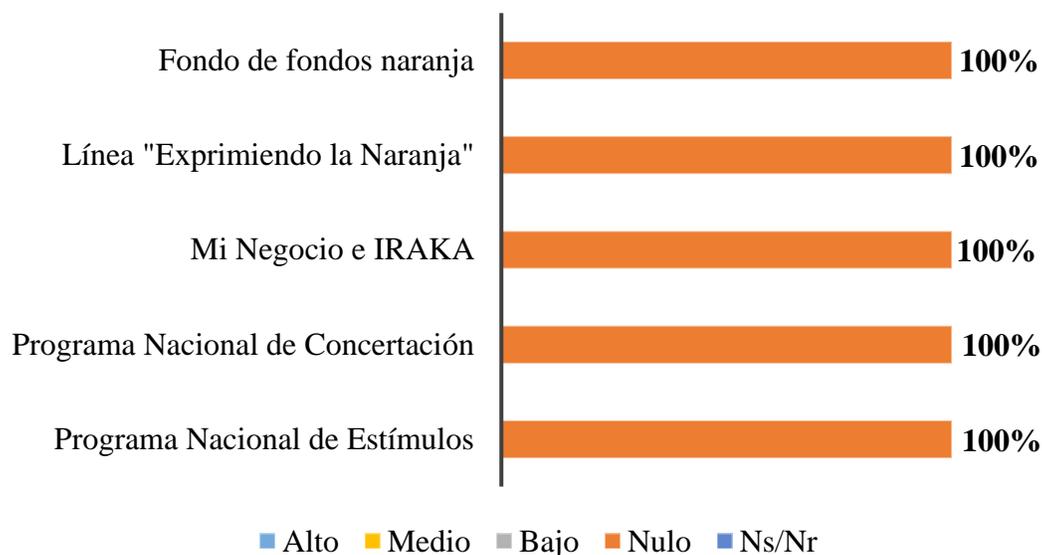


Figura 12. Estímulos financieros. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

De acuerdo con los datos derivados del instrumento, el sector audiovisual del municipio de Ocaña, en un 100% adjudican una evaluación nula de los estímulos financieros indicando que hasta la fecha su solvencia económica es asumida por los mismos empresarios, pues según manifiestan, el gobierno no ha propiciado ningún beneficio de esta índole, ante lo cual expresan que si es necesario un apoyo financiero que permita el surgimiento de nuevos emprendimientos creativos e incentiven la continuidad de los ya establecidos.

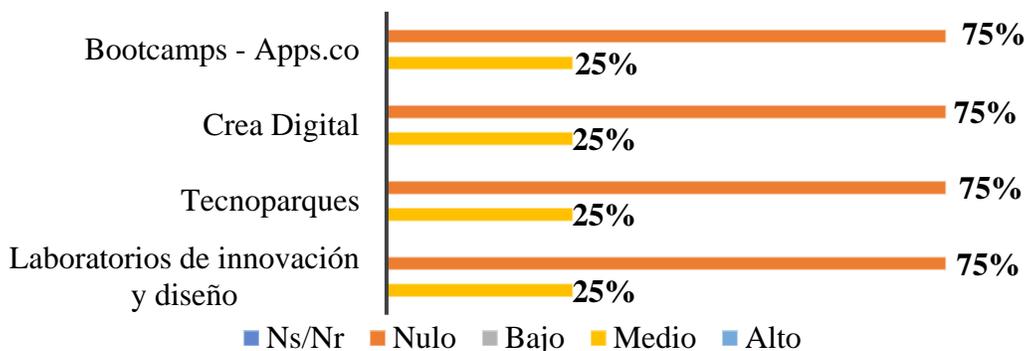


Figura 13. Estímulos tecnológicos. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

En consonancia a los resultados alcanzados, un 75% del sector audiovisual del municipio de Ocaña, ostentan que son nulos los estímulos tecnológicos, contrario a un 25% que consideran una evaluación media y afirman haber recibido alguna vez incentivos a través de Apps, laboratorios de innovación y diseño, tecnoparques y espacios digitales enfocados a la creación de estrategias que agilicen sus procesos y operaciones.

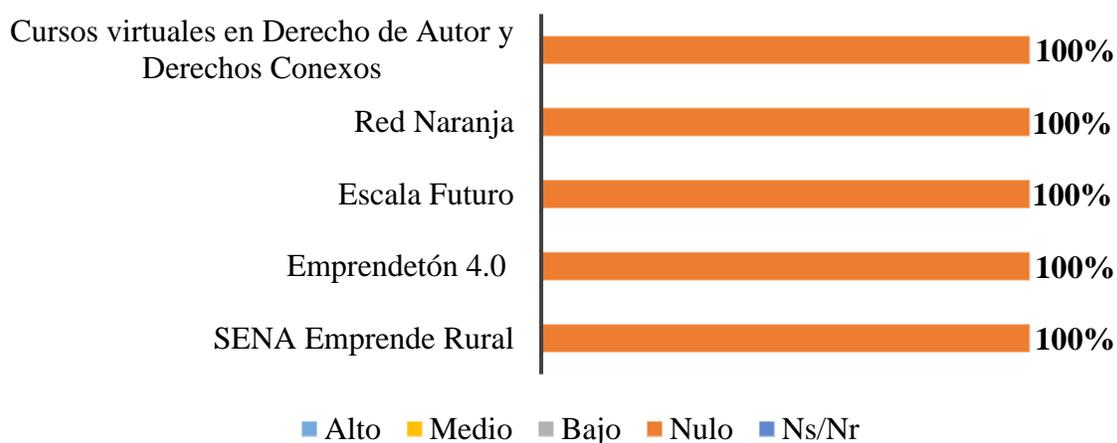


Figura 14. Estímulos académicos. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

Partiendo de los datos evidenciados en la figura 14., las empresas del sector audiovisual en Ocaña, en un 100% evalúan nulo los estímulos académicos, expresando que es de suma importancia que el estado geste, promueva y socialice espacios de investigación y ejemplos de generación de nuevos conocimientos relacionados con el sector audiovisual.

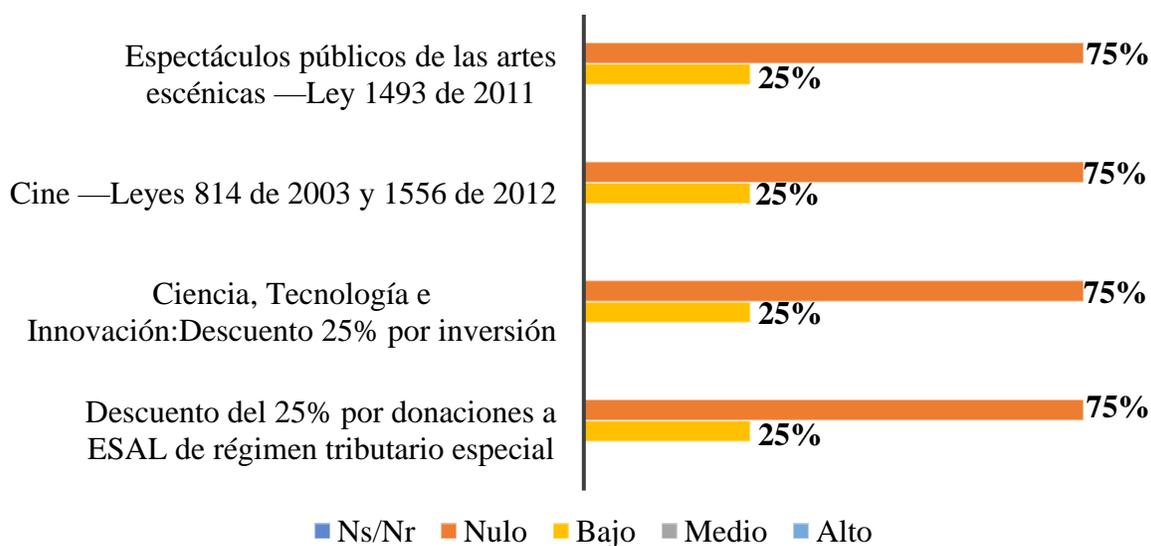


Figura 15. Regulación y competencia. Fuente: Autores del proyecto con base a información emitida por los empresarios del sector audiovisual.

Con base a la información suministrada por la encuesta, en un 75% el sector audiovisual evalúa nulo el incentivo de regulación y competencia mencionando que son muy pocos los descuentos que genera el estado para los emprendimientos creativos, sin embargo, un 25% considera que los estímulos son bajos, que si bien son muy mínimos si han sido favorecidos mediante descuentos a donaciones a ESALES, por inversión en ciencia, tecnología e innovación y de conformidad a las leyes 1493 de 2011, 814 de 2003 y 1556 de 2012.

4.3.1 Análisis general. Aun cuando la inserción de programas e incentivos son ineludibles para el desarrollo socioeconómico de los clústeres empresariales, el sector audiovisual de Ocaña, manifiesta que los estímulos por parte del gobierno han sido nulos en su totalidad, haciendo énfasis en que son necesarios y que desde el aspecto social resultan imprescindibles para el fortalecimiento del talento humano y el mejoramiento de las condiciones laborales, a su vez, financieramente sería un apoyo económico para la consecución de nuevos emprendimientos creativos e incentivación de la continuidad de los ya establecidos, e incluso a través del fortalecimiento financiero es posible el aumento de la capacidad tecnológica que aunado a un estímulo académico facilitarían la promoción y socialización de espacios de investigación y ejemplos de generación de nuevos conocimientos relacionados con el sector audiovisual, acrecentando su competitividad.

Capítulo 5. Conclusiones

Una vez culminado los resultados y a partir de los hallazgos develados, se concluye que el sector audiovisual del municipio de Ocaña, Norte de Santander, presenta actividades económicas variadas clasificadas en televisión, vídeo, radio e internet; que si bien hay organizaciones recientes que oscilan entre 1 a 7 años de funcionamiento, el 50% de estas tienen más de 8 años de permanecer en el mercado, así mismo, anualmente generan de 1 a 9 empleos y en un promedio de 50% la mitad poseen infraestructura propia, mientras que el otro 50% incurre en gastos de pago de instalaciones por arrendamiento; su cobertura geográfica en un 50% se concentra a nivel local, un 25% tiene un alcance a nivel nacional y otro 25% han logrado una trascendencia a nivel internacional; sus servicios son enfocados en la producción y publicidad de radio, prensa y televisión, comercialización y creación de espacios y pautas publicitarias, realización y edición de vídeos y fotografía, además de la facilitación y gestión de internet e implementación de sistemas de telecomunicaciones.

Ahora bien, desde los procesos que realiza este sector se determina que generan aportes en la generación de empleo, protección de derechos de autor, fortalecimiento del entorno institucional y resguardo de la memoria y el patrimonio cultural, todo lo anterior por medio del soporte que representan las empresas audiovisuales en el desarrollo de las TIC, no solo como avance de la inserción digital, sino también a través de la reducción de las brechas sociales. Por otro lado, se identificó que el sector audiovisual en Ocaña, no cuenta con apoyo institucional, de hecho, no tienen conocimiento de cómo funciona la dinámica que propone el modelo de “economía naranja” ¿cuáles son los beneficios que les brinda? y ¿cómo pueden acceder a ellos?

Finalmente, acorde a lo descrito respecto a la carencia de ayuda institucional, con la evaluación de los estímulos para el fomento de la economía naranja en el sector audiovisual del municipio de Ocaña, se evidencia que los incentivos sociales, financieros, académicos, tecnológicos y de regulación y competencia son nulos y desconocidos a excepción de los dos últimos que presentan un nivel medio y bajo representados por un 25% de la población, lo cual no es muy incidente, y connota la falta de socialización por parte del estado en la promoción, divulgación y vinculación de este nuevo modelo económico que posibilite la competitividad y progreso de este sector en auge.

Capítulo 6. Recomendaciones

La economía naranja en el municipio de Ocaña requiere de la intervención del gobierno para promover y aplicar el direccionamiento de las políticas que converge este modelo económico, siendo importante generar espacios de sensibilización, rutas y acompañamiento a las organizaciones que entran dentro de este marco creativo, para el caso específico las empresas audiovisuales; desde otra mirada es necesario estimular e incentivar estos emprendimientos mediante inversiones que permitan fomentar e impulsar dicha economía.

Ahora bien, también se recomienda al sector audiovisual del municipio de Ocaña, la proposición de acciones que vinculen la participación de actores públicos y privados (apoyo institucional) en el fortalecimiento y desarrollo de esta economía, a través de los estímulos sociales, financieros, académicos, tecnológicos, de regulación y de competencia con el fin de direccionar los servicios que ofertan estas empresas (televisión, radio, vídeo e internet) generando así un mayor reconocimiento de sus actividades.

Finalmente, se sugiere crear una matriz de involucrados por convocatorias con el propósito de participar en los diferentes procesos que actualmente oferta el gobierno tales como: Línea “exprimiendo naranja”, fondo de fondos naranja, programa nacional de estímulos, escala futuro, entre otros; o por el contrario estructurar una estrategia que consolide la interacción del estado con los distintos sectores de la economía creativa en el municipio.

Referencias

- Álvarez, D., Salazar, O., & Padilla, J. (2015). Teoría de la propiedad intelectual. Fundamentos en la filosofía, el derecho y la economía. *Revista Civilizar*, 61-76. Recuperado el 2020, de <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v15n28/v15n28a06.pdf>
- Arévalo, J., & Pacheco, M. (2013). Caracterización de la actividad económica empresarial de la ciudad de Ocaña. *Revista de Investigaciones*, 6-19. Recuperado el 2020, de https://www.researchgate.net/publication/330840229_Caracterizacion_de_la_actividad_economica_empresarial_de_la_ciudad_de_Ocana
- Benavente, J., & Grazi, M. (2017). *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulso de la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Sarah Schineller (A&S Information Specialists, LLC). Recuperado el 2020, de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%ABlicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Blanco, C., Bernal, C., Camacho, F., & Miguel, d. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el enfoque de la gestión del conocimiento. *Revista Información Tecnológica*, 15-28. Recuperado el 2020, de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v29n3/0718-0764-infotec-29-03-00015.pdf>
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. Puntoaparte Bookvertising. Recuperado el 2020, de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>

Cepeda, D. (2018). *La economía naranja*. Recuperado el 2020, de elheraldo.co:

<https://www.elheraldo.co/columnas-de-opinion/la-economia-naranja-529035>

CNN. (2018). *¿Qué es la Economía Naranja que promueve el gobierno de Iván Duque en*

Colombia? Recuperado el 2020, de cnespanol.cnn.com:

<https://cnespanol.cnn.com/2018/10/25/que-es-la-economia-naranja-que-promueve-el-gobierno-de-ivan-duque-en-colombia/>

Congreso de Colombia. (1997). *Ley 397*. Recuperado el 2020, de funcionpublica.gov.co:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337>

Congreso de Colombia. (2008). *Ley 1185*. Recuperado el 2020, de funcionpublica.gov.co:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=29324>

Congreso de Colombia. (2017). *Ley 1834 de 2017*. Recuperado el 2020, de

dapre.presidencia.gov.co:

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

Cortés, I. (2019). *La publicidad fue, es y será naranja*. Recuperado el 2020, de icesi.edu.co:

<http://www.icesi.edu.co/marketingzone/la-publicidad-fue-es-y-sera-naranja/>

DANE. (2019). *Economía naranja*. Recuperado el 2020, de dane.gov.co:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1er-reporte-economia-naranja-2014-2018.pdf

Díaz, J. (2013). *¿Qué es un diagnóstico empresarial?* Recuperado el 2020, de emprendices.co:

<https://www.emprendices.co/que-es-un-diagnostico-empresarial/>

DNP. (2019). *El futuro del sector audiovisual en Colombia: Necesidad de política pública y reformas normativas en el marco de la convergencia tecnológica y las tendencias del*

- mercado*. Recuperado el 2020, de colaboracion.dnp.gov.co:
https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/Informe%20convergencia%20dyd%20rev_STEL%2018-01-2017CEVC.pdf
- Garay, S. (2017). Economía naranja colombiana en tiempos modernos. *Revista Ploutos*, 34-41.
Recuperado el 2020, de
<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1873>
- González, L., & Ruiz, R. (2019). *Economía naranja en Colombia el desafío de la propiedad intelectual*. Tesis. Recuperado el 2020, de
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/20151/GonzalezSierra-LauraCatalina-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ignacio, A. (2015). *Economía Naranja: ¿En qué consiste?* Recuperado el 2020, de revistapym.com.co: <https://revistapym.com.co/destacados/creatividad-qu-consiste-econom-naranja>
- Levy, A. (2017). *¿Qué es Dinámica empresarial?* Recuperado el 2020, de es.slideshare.net:
<https://es.slideshare.net/AlbertoLevy5/qu-es-dinamica-empresarial>
- Licha, I. (2000). *El análisis del entorno: Herramienta de la gerencial social*. Recuperado el 2020, de [actiweb.es](http://www.actiweb.es): <http://www.actiweb.es/taller-uno/archivo1.pdf>
- MINCULTURA. (2010). *Políticas para el emprendimiento y las industrias culturales*.
Recuperado el 2020, de mincultura.gov.co:
https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Documents/13_politica_emprendimiento_industrias_culturales.pdf

- MINCULTURA. (2019). *ABC Economía Naranja*. Recuperado el 2020, de [mincultura.gov.co:
https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf](https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf)
- Muñoz, M. (2017). *Economía y empresa*. Recuperado el 2020, de [uco.es:
http://www.uco.es/economia-aplicada/profesor/enlaces/151/UNIDAD_1_CONCEPTOS_Y_PROBLEMAS_FUNDAMENTALES_ESQUEMA_CLASES.pdf](http://www.uco.es/economia-aplicada/profesor/enlaces/151/UNIDAD_1_CONCEPTOS_Y_PROBLEMAS_FUNDAMENTALES_ESQUEMA_CLASES.pdf)
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación*. Ediciones de la U.
- OMPI. (2019). *¿qué es la propiedad intelectual?* Recuperado el 2020, de [wipo.int:
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf)
- Ortiz, M. (2013). *Industrias audiovisuales*. Recuperado el 2020, de [rua.ua.es:
https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27972/1/industria_audiovisual_01.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27972/1/industria_audiovisual_01.pdf)
- Presidente de la república. (2018). *Decreto 1935*. Recuperado el 2020, de [dapre.presidencia.gov.co:
https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201935%20DEL%2018%20DE%20OCTUBRE%20DE%202018.pdf](https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201935%20DEL%2018%20DE%20OCTUBRE%20DE%202018.pdf)
- Ramírez, H., & Rodríguez, L. (2018). *Desarrollo de la propiedad intelectual como pilar de la economía creativa en la economía colombiana*. Tesis. Recuperado el 2020, de [repository.ucatolica.edu.co:
https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15979/1/Econom%20C3%ADa%20Creativa%20-%202018.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15979/1/Econom%20C3%ADa%20Creativa%20-%202018.pdf)
- República de Colombia. (1991). *Constitución política de Colombia*. Bogotá: Cupido.
Recuperado el 2020

Resico, M. (2011). *Teoría económica*. Recuperado el 2020, de kas.de:

https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=b6d96aa0-0ce8-1e43-c3c6-e6f596019a49&groupId=252038

Rosas, M. (2012). *Una economía creativa*. Recuperado el 2020, de alainet.org:

<https://www.alainet.org/es/active/52124>

UNCTAD. (2019). *La economía creativa global muestra resiliencia y crecimiento*. Informe técnico. Recuperado el 2020, de

<https://unctad.org/es/paginas/PressRelease.aspx?OriginalVersionID=499>

UNESCO, & PENUD. (2013). *Informe sobre la economía creativa*. Informe de divulgación.

Recuperado el 2020, de unesco.org: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>

Apéndices

Apéndice A. Modelo instrumento



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los gerentes y/o directivos de las empresas audiovisuales de Ocaña, Norte de Santander.

Objetivo: Analizar el entorno de la economía naranja desde la dinámica de las empresas audiovisuales en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1. Indique con una **X** las características que representan o identifican su empresa.

Actividad económica	Cine ___ Televisión ___ Video ___ Radio ___
Años de funcionamiento	De 1 a 3 años___ De 4 a 7 años___ Más de 8 años___
Número de colaboradores	De 1 a 5 colaboradores___ De 6 a 9 colaboradores___ Más de 10 colaboradores___
Localización	Infraestructura física propia___ Instalaciones por arrendamientos___ Escenario netamente digital___
Cobertura geográfica	Local___ Nacional___ Internacional___
Servicios ofertados (Por favor describa los servicios que brinda su empresa)	

2. Señale con una **X** según su enunciación (SI o NO) y, conforme a sus actividades, los aportes que genera su empresa a la economía naranja.

Aportes	SI	NO	Ns/Nr
Generar condiciones para la creación, circulación y acceso a la cultura en los territorios.			
Proteger y salvaguardar la memoria y el patrimonio cultural de la Nación.			
Generación de empleo.			
Cerrar brechas sociales			
Superación de la barrera sociológica del proteccionismo cultural.			
Regenerar el tejido social.			
Brindar información efectiva.			
Fortalecer entorno institucional.			
Potencializar oferta pública.			
Impulsar agendas creativas y Áreas de Desarrollo Naranja (ADN).			
Integración con mercado internacionales.			
Condiciones habilitantes para capital humano.			
Promoción de la propiedad intelectual.			

3. Marque con una **X** según los niveles (Alto, Medio, Bajo o nulo) que corresponda a los estímulos o incentivos que recibe la empresa por parte del estado para la promoción de la economía naranja.

Estímulos Financieros	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
Programa Nacional de Estímulos					
Programa Nacional de Concertación					
Mi Negocio e IRAKA					
Línea "Exprimiendo la Naranja"					
Fondo de fondos naranja					
Estímulos sociales	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
Escuelas taller					
Talleres Escuela					
Programa Nacional de Estímulos					
Caja de Herramientas					
Estímulos tecnológico	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
Laboratorios de innovación y diseño					
Tecnoparques					
Crea Digital					
Bootcamps - Apps.co					
Académicos (programas)	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
SENA Emprende Rural					
Emprendetón 4.0					
Escala Futuro					
Red Naranja					
Cursos virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos					
Regulación y competencia	Alto	Medio	Bajo	Nulo	Ns/Nr
Descuento del 25% por donaciones a ESAL de régimen tributario especial					
Ciencia, Tecnología e Innovación: Descuento 25% por inversión					
Cine —Leyes 814 de 2003 y 1556 de 2012					
Espectáculos públicos de las artes escénicas —Ley 1493 de 2011					

4. Designe con una **x** ¿cuáles de las siguientes instituciones apoyan sus procesos y fortalecen la economía naranja?

Instituciones	SI	NO	Ns/Nr
SENA			
MINTIC			
iNNpalsa Colombia			
Colombia productiva			
Bancoldex			
Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA)			
ProColombia			
DIAN			
MINCULTURA			
Fondo Nacional de Garantías (FNG)			

Fuente: Elaboración de las variables con base a información de (MINCULTURA, 2019).

¡Gracias por su colaboración!