

ECONOMÍA NARANJA PARA TODO EL PAÍS

De una alianza público-privada nace el Fondo de Fortalecimiento Naranja para las Regiones, que busca ampliar e impulsar el espectro cultural más allá de la capital.

La creatividad como valor central para el desarrollo sirve de punto de partida a la economía naranja, bandera del gobierno de Iván Duque. Particularmente, se trata de la relación entre la economía y tres grupos diferentes: las artes y el patrimonio, las industrias culturales y las creaciones funcionales. Una propuesta para hacer del talento, el ingenio y la tradición un buen negocio.

En términos económicos este es el proyecto más ambicioso en 20 años de existencia del Ministerio de Cultura. El presupuesto total para este año aumentó 125% y llegó a \$355.205 millones. De esta cifra, \$209.457 millones irán para funcionamiento y \$145.748 para inversión.

Como explica la ministra de cultura, Carmen Vásquez, la agenda de trabajo incluye 25 agencias y más de 70 programas enfocados en que los proyectos creativos, en cualquier territorio, sean sostenibles. Y este punto, precisamente, resulta fundamental para lograr que las industrias creativas en Colombia pasen de representar 3,4% del PIB nacional a 6,8% en 2022.

En este sentido, la economía naranja debe inundar los territorios, las regiones más alejadas e ir más allá de la capital. Porque hasta ahora, 92% de las industrias creativas permanece concentrada en Bogotá.

La ciudad alberga un promedio de 10 festivales de cine al año, tiene más de 600 lugares para eventos musicales, y



Marcela Bejarano
Directora del Fondo de Fortalecimiento Naranja para las regiones

El Ministerio de Cultura entregará este año más de \$21.000 millones en 221 becas, pasantías, residencias artísticas y premios.



según cifras de la Alcaldía Mayor, deja \$4 billones anuales. Sin duda, la capital tiene una oferta creativa y cultural, pero queda de lado la mirada regional que concentra una herencia cultural invaluable.

El profesor, investigador social y escritor Germán Rey, autor, entre otros libros, de *Industrias culturales, creatividad y desarrollo*, asegura que “se debe recordar que las industrias creativas son patrimoniales y participan de la construcción de la memoria cultural de la sociedad. Promoverlas es, entonces, estimular la conservación y proyección de la memoria de una sociedad”.

Rey cree que estas industrias en Colombia son asimétricas, concentradas y frágiles. Lo son tanto por sus diferentes desarrollos históricos como por el relativo avance de sus políticas, las diferencias en la consolidación de sus infraestructuras empresariales, las posibilidades de distribución y la distinta incidencia en sus audiencias.

En un intento por impulsar esta política pública a nivel nacional, nace en el país el Fondo de Fortalecimiento Naranja para las Regiones (FFNAR) en alianza con Fiduagraria, el Grupo de Energía de Bogotá, la Asociación Colombiana de Minería, la Asociación Colombiana de Generadores de Energía Eléctrica y la Agencia Nacional de Hidrocarburos.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Impulsa la iniciativa por medio de Fiducoldex, con el respaldo de la Consejería Presidencial para la Competitividad y la Gestión Pública-Privada.

El Fondo tiene el objetivo de promover el desarrollo regional y conectar las necesidades y oportunidades entre el sector público y privado y la cooperación. Se centrará en las comunidades para impactar la calidad de vida mediante un patrimonio autónomo que actúa como articulador para gestionar políticas, programas y proyectos de inversión en las regiones.

“Con el apoyo del gobierno nacional, esta nueva estrategia país actuará como estructurador, inversionista y coordinador de vehículos de inversión y de administración de recursos públicos, privados y de cooperación.

La meta es hacer realidad para todo el país el Plan Nacional de Desarrollo, Pacto por Colombia, pacto por la equidad. En este sentido, y basados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, este fondo llega como la oportunidad para crear y apostarle a un desarrollo regional sostenible y de largo plazo, donde cada vez sean mayores y más justas las oportunidades para los colombianos”, explica Marcela Bejarano, directora del FFNAR.

Aún no hay un estimado claro sobre cuántos nuevos empleos surgirán en las regiones. Una nueva alianza con la Universidad Industrial de Santander permitirá desarrollar programas de formación y facilitar el escalamiento regional, con el fin de generar innovación y mejora en productos, servicios y procesos en los municipios.

Hasta ahora, de las tres

En esta área, la conectividad plantea el mayor desafío para tener en cuenta. Según Santiago Pinzón, vicepresidente de transformación digital de la Andi, gracias a internet, las industrias creativas y las soluciones digitales pueden disparar la capacidad de acceso y de desarrollo en forma exponencial. Pero hoy en Colombia 20 millones de personas aún no tienen acceso a internet.

Para la ministra Vásquez, entre los avances en el desarrollo de la política de Economía Naranja se destaca que 10 departamentos ya tienen nodos de emprendimiento creativo y trabajan en 14 mapeos regionales.

De esta forma, explica Bejarano, por medio del apoyo a los emprendimientos autosostenibles, estos pueden constituirse en empresas medianas y grandes que aporten a las finanzas públicas y generen empleo formal en Colombia.

Esta proyección va de la mano del incentivo fiscal más amplio otorgado a la economía creativa en toda su historia. Se trata de la deducción de 165% en el impuesto de renta aplicable a las inversiones y donaciones en proyectos culturales creativos.

Según Bejarano, el FFNAR invertirá en un proyecto según su potencial, los beneficios que presente para la población, el impacto social y económico y la etapa en que se encuentre: en una fase inicial de estructuración o en una de factibilidad y ejecución. Este hecho será determinante para la asignación de los recursos. **ID**

EN 2018, LA ECONOMÍA NARANJA APORTÓ \$15,64 BILLONES EN VALOR AGREGADO A LA ECONOMÍA Y EMPLEÓ A 282.566 PERSONAS.

áreas, artes y patrimonio, industrias culturales convencionales y creaciones funcionales, las regiones tienen su fuerte en nuevos medios y software.

Esto se debe a que el Fondo, en conjunto con el Ministerio de las TIC, trabaja en generar instrumentos de apoyo que permitan a las empresas o emprendimientos adecuarse y sofisticarse tecnológicamente en concordancia con las necesidades del mercado.

