

Economía Naranja: Un enfoque al desarrollo tecnológico de los emprendimientos de arte y cultura de Portoviejo

Orange Economy: An approach to the technological development of Portoviejo's arts and cultural enterprises

María Gema Rodríguez-Zambrano¹

**Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macias - Ecuador
mariagemarodriguez@hotmail.com**

Elvis Elías Rodríguez-Bravo²

**Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macias - Ecuador
yoseliasroba@hotmail.com**

Carmen Liliana Mera-Plaza³

**Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macias - Ecuador
carmen.mera@itspem.edu.ec**

doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1833

V8-N3 (may-jun) 2023, pp. 817-830 | Recibido: 17 de marzo de 2023 - Aceptado: 25 de marzo de 2023 (2 ronda rev.)

1 Estudiante de la carrera Tecnología Superior en Tributación, Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macías

2 Estudiante de la carrera Tecnología Superior en Tributación, Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macías

3 Docente de la carrera Tecnología Superior en Tributación, Instituto Superior Tecnológico Paulo Emilio Macías

Cómo citar este artículo en norma APA:

Rodríguez-Zambrano, M., Rodríguez-Bravo, E., & Mera-Plaza, C., (2023). Economía Naranja: Un enfoque al desarrollo tecnológico de los emprendimientos de arte y cultura de Portoviejo. 593 Digital Publisher CEIT, 8(3), 817-830 <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1833>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

La economía naranja, creativa está liderando lo que tradicionalmente implicaba la economía, siendo uno de los factores relevantes, las áreas artísticas y culturales que comprende, los recursos y materiales que requiere, así como los talentos de artistas, profesionales, expertos o sencillamente, emprendedores culturales que se han forjado en estas áreas con conocimiento empírico.

En tal contexto, el objetivo del presente involucró la relación entre la economía naranja con el desarrollo tecnológico de los emprendimientos de arte y cultura en Portoviejo, ciudad capital de la provincia de Manabí, Ecuador; para lo cual se hizo uso del enfoque mixto de investigación, mediante la aplicación de 4 entrevistas a artistas, gestores culturales, expertos y profesionales en estas áreas; así como de un cuestionario de encuesta a 30 emprendedores en arte y cultura de la ciudad.

Los resultados implicaron un mediano uso de la tecnología para el desarrollo tecnológico de sus emprendimientos, siendo que emplean mayoritariamente herramientas tecnológicas como servicios en línea, aplicaciones móviles y redes sociales; y como equipos tecnológicos usan la laptop y el teléfono móvil, aunque otros emplean maquinarias y equipos convencionales para apoyar sus creaciones, sin tener planes de incorporar nuevas tecnologías a sus emprendimientos, siendo una tercera parte, apenas la que está en proceso de adquirirlas. A modo de conclusión, el enfoque de la economía naranja en los emprendimientos creativos de Portoviejo va más allá de la incorporación de tecnologías para promover su desarrollo tecnológico, pues esto depende únicamente del tipo de creaciones que producen.

Palabras clave: artes; creatividad; economía naranja; emprendimientos culturales; tecnología

ABSTRACT

The orange, creative economy is leading what traditionally implied economy, being one of the relevant factors, the artistic and cultural areas it comprises, the resources and materials it requires, as well as the talents of artists, professionals, experts or simply, cultural entrepreneurs who have been forged in these areas with empirical knowledge.

In this context, the objective of the present study involved the relationship between the orange economy and the technological development of art and culture enterprises in Portoviejo, capital city of the province of Manabí, Ecuador; for which a mixed research approach was used, through the application of 4 interviews to artists, cultural managers, experts and professionals in these areas; as well as a questionnaire survey to 30 entrepreneurs in art and culture in the city.

The results implied a medium use of technology for the technological development of their ventures, being that they mostly use technological tools such as online services, mobile applications and social networks; and as technological equipment they use the laptop and the cell phone, although others use conventional machinery and equipment to support their creations, without having plans to incorporate new technologies to their ventures, being a third part, just the one that is in the process of acquiring them. In conclusion, the focus of the orange economy in the creative enterprises of Portoviejo goes beyond the incorporation of technologies to promote their technological development, as this depends solely on the type of creations they produce.

Key words: arts; creativity; orange economy; cultural entrepreneurship; technology

Introducción

La economía naranja es una terminología innovadora que reúne las principales características de la economía para destacar sectores productivos que no han sobresalido lo suficiente, pero que sin embargo, actualmente han recobrado su importancia para el desarrollo económico de los pueblos (Hernández et al., 2018), en tal contexto, el Banco Interamericano de desarrollo la define como el “conjunto de actividades que permite que las ideas se conviertan en bienes y/o servicios culturales e innovadores, cuyo valor económico puede estar basado y protegido en la propiedad intelectual, derecho de autor” (Finlev et al., 2017).

Dentro de estos sectores productivos o categorías principales destacan las artes, la música, la moda, la arquitectura, el diseño, los servicios creativos, las plataformas digitales y softwares; y como categorías secundarias se cuenta a la cultura y el patrimonio cultural, la educación, vivienda, desarrollo urbano, salud, bienestar, impacto social y medio ambiente y otros relacionados con el propósito de mejorar la calidad de vida de las personas (González, 2020), lo que sustenta que a nivel mundial, la industria de la creatividad, cultura y cinematografía se haya convertido en un referente económico, cuyas ganancias generan millones de dólares anuales, tanto por producciones de tipo películas, cortometrajes y series que son verdaderos éxitos de taquilla, cuanto por obras de artes clásicas y modernas subastadas en diversos centros culturales; descargas de hits y canciones de moda juveniles y contemporáneos (Alarcón y Jiménez, 2021).

El movimiento de la economía naranja se ha esparcido en todo el mundo, y Latinoamérica no ha sido la excepción, por la cual, países como Colombia, Brasil, Chile, Ecuador han promulgado leyes que promueven la creatividad, la identidad cultural y artística para generar ingresos, y que están siendo implementados mediante un cambio en las políticas públicas y la formulación de planes y proyectos nacionales, como un mecanismo de desarrollo social (Macías et al., 2021). En el caso de Ecuador, se

han dado varios pasos, desde la promulgación del Plan Nacional del Buen Vivir en 2013 hasta el presente año en que rige el Plan Integral de Incentivos y fomento a la economía naranja Ecuador Creativo, Plan Ecuador Creativo, cuyo objeto es impulsar las iniciativas creativas de bienes y servicios culturales mediante incentivos para incrementar la producción cultural ecuatoriana, y que busca ser parte de una política económica nacional (Cardoso et al., 2019).

Además de los incentivos, entre los mecanismos de protección promulgados por el Estado ecuatoriano a través del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), están los derechos intelectuales que se refieren a “las creaciones de la mente, tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio” (SENADI, 2023), aunque considerando el enfoque de la economía naranja, estos derechos comprenden a una de 3 áreas establecidas que son los derecho de autor y conexos, los cuales se encargan de proteger los derechos de “los creadores sobre las obras, sean estas literarias o artísticas, esto incluye: libros, textos de investigación, software, folletos, discursos, conferencias, composiciones musicales, coreografías, obras de teatro, obras audiovisuales, esculturas, dibujos, grabados, litografías, historietas, comics, planos, maquetas, mapas, fotografías y videojuegos” (SENADI, 2023).

Este impulso a las producciones artísticas culturales ha promovido el surgimiento de nuevos emprendimientos y a motivar a los existentes en estos campos (Macías y Rodríguez, 2021), siendo que los incentivos en materia financiera y tributaria, tales como líneas de crédito en la banca pública, e IVA 0% (Peña y Forero, 2018) han logrado captar la atención de los emprendedores creativos para incorporar mecanismos tecnológicos que faciliten la materialización de sus creaciones y a su vez les proporcionen un valor agregado que también les contribuye a una valoración superior del producto final que ofrecen (Mera et al., 2021); de tal manera que, esta conducta emprendedora se ha convertido a nivel mundial en una herramienta generadora de

mejores condiciones de empleo, mejoramiento de ingresos y generación de riqueza.

Pese a que, la comprensión de la relación entre cultura y economía parecía lejana y desajustada, aún existen amplias discusiones sobre las interacciones entre ambos factores de la sociedad (Solórzano, 2019); empero, se ha logrado demostrar por expertos el potencial de la cultura como motor para el desarrollo sostenible, en que las ideas se reconocen como la principal fuente de éxito y satisfacción personal y las políticas, programas y proyectos de desarrollo sostenible incorporan cada vez más la noción de la cultura como un elemento fundamental (Luzardo, 2020).

Sin embargo, una de las problemáticas actuales que afectan estos logros, es el tratamiento de la cultura como un bien público, situación que afecta negativamente a los artistas y creativos, pues les niega al menos dos derechos fundamentales: a los artistas, el reconocimiento de su actividad como un trabajo legítimo y una remuneración adecuada; y a la sociedad, el progreso que artistas, creativos y toda su cadena de valor pueden aportarle (Zanela et al., 2020). En tal sentido, el propósito de la presente investigación se centró en determinar la relación de la economía naranja con el desarrollo tecnológico de los emprendimientos de arte y cultura del cantón Portoviejo.

Revisión de literatura

Economía naranja

Hace un poco más de dos décadas, en el año 2001, el trabajo del reconocido escritor, John Howkins sobre *The Creative Economy*, economía creativa, también denominada economía naranja, constituye actualmente un referente para el mundo entero, y es definida como “las operaciones que generan los productos creativos (resultantes). Cada operación puede comportar dos valores complementarios: el valor de la propiedad intelectual intangible y el valor de la plataforma física (de haberla)” (Howkins, 2001); esto significa además que en algunos sectores como el de los programas informáticos digitales sea mayor el valor de la propiedad intelectual,

mientras que, en las artes, el valor unitario del objeto físico es más elevado (Solórzano, 2019).

Años más tarde, en 2013, un estudio promovido por el Banco Interamericano de Desarrollo, la define 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” (Buitrago y Duque, 2013, p. 40); ya, para 2017, el Fondo Internacional para la diversidad cultural, (FIDC), mediante el informe denominado “Invirtiendo en creatividad, transformando sociedades” publica una entrevista a Forest Whitaker, embajador de la UNESCO para la paz y la reconciliación, quien refiere que la economía creativa es “Una economía en la que la imaginación es la materia prima y las habilidades la principal infraestructura” (Whitaker, 2017, pág. 11).

A raíz de estos trabajos, organismos oficiales como el Ministerio de Cultura de Colombia la caracterizan como “Una herramienta de desarrollo cultural, social y económico, que se diferencia de otras economías por el hecho de fundamentarse en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, cuyo contenido es de carácter cultural y creativo” (Mincultura, 2020, pág. 6), que tiene además la particularidad de proteger sus producciones mediante los derechos de propiedad intelectual.

Este concepto agrupa dos importantes áreas que son la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y las áreas de soporte para la creatividad; e incluye a las industrias culturales y creativas como parte del crecimiento económico; es decir, todo lo que tiene que ver con arte, cultura y patrimonio puede constituirse como una empresa generadora de bienes y servicios (Betancur, 2017). Así, la empresa estaría dotada de todas las características comerciales para aportar en este sentido, y que comprende diversos factores en los que los valores de bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual, tales como la arquitectura, las artes visuales y escénicas, las artesanías, el cine, el diseño, la editorial, la investigación

y desarrollo (I+D), los videojuegos, la moda, la música, la publicidad, los softwares, la televisión y la radio (Alarcón y Jiménez, 2021).

Autores como Hernández et al., (2018) sostienen que la economía naranja se encarga de amparar todos los negocios relacionados con las artes, cultura y el talento del hombre, es decir donde se explota la propiedad intelectual, pues el término economía naranja es sinónimo de creatividad, por tal razón su precursor John Howkins le dio tal denominación. Mientras que Benavente y Grazzi (2017) indican que ésta, abarca un conjunto de actividades por medio del cual las ideas se transforman en bienes y servicios, los cuales se encontrarían amparados por el derecho de autor considerando que los mismos son producto del ingenio y talento del hombre, con un valor incalculable e incluso llegando a convertirse en una industria fructífera con un amplio crecimiento.

La economía naranja establece cambios en los paradigmas y modificaciones al sistema educativo dando paso a la diversidad, puesto que existen patrones que condicionan el éxito, como es el caso de los deportistas... como resultado de las oportunidades que se les ofrece al realizar las divisiones de las actividades donde a los mayores del salón se les asignan los cargos con mayor responsabilidad o importancia, logrando que ellos resalten más y tengan más opciones para demostrar sus habilidades (Jacobo y Sala, 2016).

Desarrollo tecnológico

La tecnología se ha convertido en una importante herramienta que no solo facilita el manejo de la información, sino que ha revolucionado completamente la forma en que operativizan los diferentes sectores de la producción en las naciones, contribuyendo al alcance de los objetivos trazados, y en concordancia con los desafíos cambiantes de la globalización y la competitividad local e internacional, tanto así, que a nivel de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, negocios o emprendimientos “la tecnología a través de la digitalización y una mejora de procesos, permite tener ahorros en costos y tiempo” (Fonseca, 2018).

Algunos objetivos del desarrollo tecnológico implican contribuir con el desarrollo del aparato económico; crear competencia de productos en tanto en el mercado nacional como internacional; desarrollar el talento humano y; promover la creatividad de manera individual o colectiva (Pijal, 2017), empero, el desarrollo tecnológico atraviesa por varias etapas que comprenden la promoción, surgimiento, formalidad, establecimiento, integración, entendidas como:

Promoción: la valoración de la actividad científica realizada por dos o más personas, generando en la sociedad cultura, actitudes y valores.

Surgimiento: Es el desarrollo de ideas creadas por los diversos participantes que hacen vida en el proceso científico.

Formalidad: Es la creación de diversos grupos que tienen como tarea realizar o canalizar las ideas en resultados.

Establecimiento: Es la búsqueda de apoyos financieros por parte de ONG, empresa privada y el estado.

Integración: Es el producto final instalado en una región para poder saber que receptividad por parte del público (Euroinnova, 2022).

Teniendo en cuenta que por desarrollo tecnológico puede entenderse a “la explotación de una invención o innovación tecnológica que conlleve la asunción de riesgos tecnológicos sustanciales”; o una mejora en la forma como se utilizan los factores productivos en la producción de bienes y servicios. Constituye también “un avance en la eficiencia técnica con la que los recursos son usados en la producción, es decir, permite producir una mayor cantidad de bienes y servicios con los mismos recursos o seguir produciendo lo mismo con menos factores” (Montoya, 2018).

El desarrollo tecnológico es el sustento último del crecimiento económico en el largo plazo. En la doble dimensión de la productividad y la incorporación de progreso técnico, los

países de la región han estado y siguen estando estructuralmente rezagados. Las políticas de innovación, articuladas con las de ciencia y tecnología, son necesarias para vincular de manera eficiente los esfuerzos de empresas, gobiernos y sectores académicos. Esto permitirá fortalecer los sistemas nacionales de innovación y articularlos con las principales tendencias que operan en la economía mundial (CEPAL, 2023).

Tales afirmaciones se corresponden con la realidad de diversas empresas que han experimentado los cambios positivos de la incorporación de la tecnología a sus procesos, proveyendo innovación y calidad que le han hecho mucho más competitivas y rentables; por lo cual el desarrollo tecnológico es evidente, que inclusive pueden generar su propia tecnología para ofrecer productos y servicios para consumo intermedio, el valor agregado al producto por el contenido tecnológico es muy elevado, por lo cual pueden manejar más ágilmente la tecnología y monitorear mejor al cliente (Gómez, 2019).

Otra de las formas en que las empresas están trabajando para alcanzar el desarrollo tecnológico es mediante la aplicación sistemática de conocimientos científicos y tecnológicos, con la utilización de técnicas modernas y sofisticadas, o también como aquellas que operan con procesos, productos y servicios donde la tecnología se considera nueva o innovadora (Tartabull et al., 2018).

Para el emprendedor en artes y cultura, las tecnologías que pueda implementar surgirán en función a las necesidades de su emprendimiento, por ejemplo, cuando se requiere del diseño gráfico sus habilidades deberían incluir el manejo de herramientas de manipulación fotográfica y de diseño electrónico de publicaciones, entre otras, que le ayuden a producir un mejor servicio o producto (Roque et al., 2017).

Emprendimientos

Un emprendimiento es un negocio iniciado y desarrollado de manera independiente, una nueva empresa o proyecto que lo inicia una o varias personas por cuenta

propia (Azkue, 2023). Para autores como Lasio et al., (2020), el emprendimiento es un proceso continuo que implica varias fases como la potencial, intencional, naciente, nuevo, establecido, y salida de negocios, así:

Potencial: Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses

Intencional: Espera iniciar un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años.

Naciente: Realizó acciones durante el último año que contribuyen a la creación de un negocio, o es actualmente propietario de uno, pero ha operado durante menos de 3 meses.

Nuevo: Es actualmente propietario de un negocio que ha operado por más de 3 y menos de 42 meses.

Establecido: Es actualmente propietario de un negocio que ha operado durante más de 42 meses.

Salida de negocios: Dejó la gestión de un negocio durante el último año, por cualquier motivo (p.19).

La palabra *emprendimiento* proviene del francés *entrepreneur* que, a su vez, deriva del latín *prenderé* y significa “intentar” y hace referencia a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta (Garzozzi, 2017), siendo esta perseguida por los agentes claves de la economía actual, más conocidos como emprendedores, y símbolos de la economía creativa (Oliva, 2018).

En el ámbito cultural el emprendedor se erige como una figura capaz de conciliar a la cultura con la economía, a través de la planeación y creación de productos innovadores que se cotizan tanto como mercancía pero que, a la vez, representan valores culturales. Aún más, siendo un sujeto al que se le atribuye una notable capacidad creativa y un deseo constante por innovar, el emprendedor logra posicionarse como uno de los personajes más importantes de la economía creativa, sistema económico que funciona a partir de la generación de ideas y de novedades (Howkins, 2013).

“La búsqueda de soluciones creativas, el afán de innovación y la adaptabilidad son cualidades que hacen de los emprendedores agentes clave de las llamadas industrias culturales y creativas” (Hartley, 2013), pues, tanto el artista como el emprendedor son sujetos creativos e innovadores que representan un modelo de trabajo más flexible y basado principalmente en el esfuerzo intelectual y creativo, requerimiento esencial en las industrias culturales y creativas (Davies y Sigthorsson, 2013).

Y, aunque pareciera no haberse consensuado sobre las características de los emprendedores creativos o emprendimientos en arte y cultura los términos de emprendedor y emprendimiento cultural usualmente engloban toda actividad económica referida a las artes y la cultura en general (Hausmann y Heinze, 2018); ya que, al igual que el emprendedor como agente económico, el emprendedor cultural se enfoca en la innovación y en la creación de oportunidades (Quartesan et al., 2017), pero sus acciones no están motivadas únicamente por fines comerciales; sin embargo, su propósito es doble: por una parte, producir y difundir valores culturales y, por otra parte, obtener ganancias financieras y reconocimiento por sus actividades.

Con fundamento en el contexto expuesto, el emprendedor cultural y creativo es “quien crea o innova un producto o servicio cultural o creativo y que emplea principios empresariales para organizar y administrar su actividad creativa de forma comercial (HKU, 2010); cuya forma de operación habitual es bajo un régimen laboral informal o de trabajos múltiples, cuyas ganancias se destinan posteriormente a sus proyectos personales (Davies y Sigthorsson, 2013), puesto que las condiciones laborales no siempre son las mejores, lo que ha hecho que para preservar la libertad creativa se mantengan como trabajadores autónomos o por proyectos de negocios con costos mínimos. (Albinsson, 2017).

Metodología

Se aplicó el enfoque cuantitativo de la investigación (Arispe et al., 2020), un diseño no experimental, de tipo descriptivo

y explicativo para la caracterización de las variables objeto de estudio (Domínguez, 2015),

La aplicación de las técnicas de la encuesta y la entrevista a los emprendedores de arte y cultura, así como a expertos en esta materia, respectivamente, permitió la recolección de datos de la fuente primaria, así como la información necesaria para argumentar fundamentadamente en la discusión de los resultados (Feria et al., 2020), en función de la experticia y conocimiento de los artistas y profesionales, que fue consecuentemente contrastada con la experiencia de los emprendedores creativos.

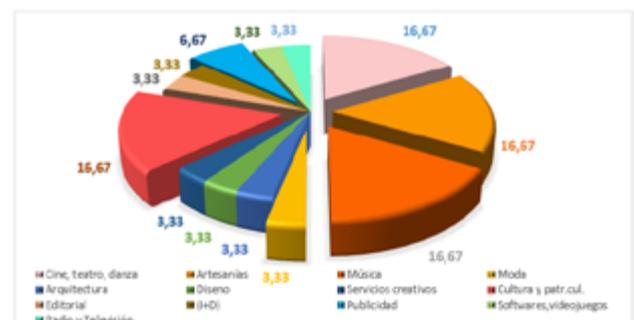
Se trabajó con una muestra poblacional de 30 emprendimientos en arte y cultura domiciliados en el cantón Portoviejo, de un total poblacional de 39 emprendimientos o total de unidades de análisis del objeto en estudio (Baena, 2017) que se encuentran registrados en el departamento de Cultura del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Portoviejo, teniendo en consideración el muestreo no probabilístico de tipo intencional, a criterio de los autores, por razones de accesibilidad a la información de quienes estuvieron prestos a colaborar con el cuestionario diseñado para el propósito (Otzen & y Manterola, 2017).

Resultados y discusión

En función al cuestionario de encuesta aplicado a los emprendedores en arte y cultura del cantón Portoviejo, se muestran los resultados siguientes:

Figura 1

Tipos de emprendimientos artísticos y culturales

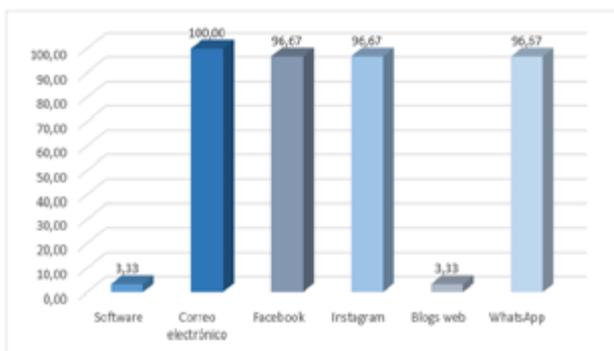


Según se observa en la figura 1, los emprendimientos mayoritarios dentro de las artes y la cultura corresponden a las artes visuales y escénicas como el cine, teatro y danza, la música, artesanías, cultura y patrimonio cultural, que representan el 68% del total encuestado.

En la figura 2 se muestra el uso de herramientas tecnológicas que hacen estos emprendimientos.

Figura 2

Herramientas tecnológicas empleadas

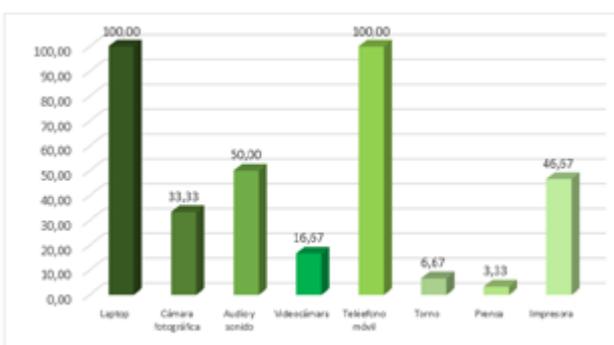


Como puede observarse en la figura 2, el correo electrónico es la herramienta más utilizada por la totalidad de los emprendedores en arte y cultura, sin embargo, se utilizan también las redes sociales como Facebook e Instagram, además de la aplicación móvil WhatsApp.

En la figura 3 se aprecia la utilización de equipos y/o maquinarias para el desarrollo de los productos o servicios.

Figura 3

Equipo o maquinaria empleada

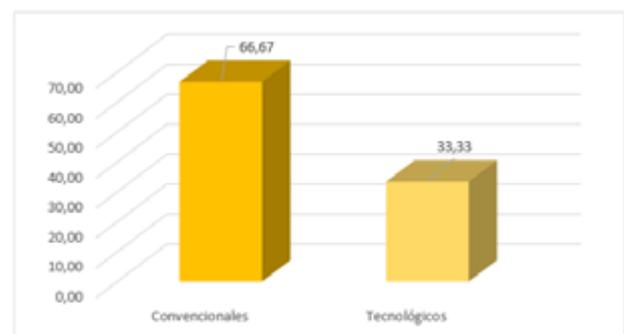


Tal como se visualiza en la figura 3, los equipos tecnológicos más empleado por el total de los emprendedores en arte y cultura corresponde a la laptop y al teléfono móvil, como un hardware fundamental en el trabajo que realizan, siendo utilizado para hacer diseños y otras actividades inherentes a sus negocios.

En la figura 4 puede apreciarse el tipo de equipos y/o maquinarias que se emplean en la producción.

Figura 4

Tipos de equipos / maquinarias utilizadas

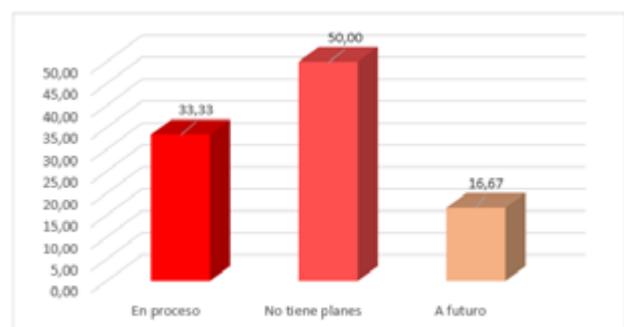


En cuanto al tipo de maquinarias o equipos empleados en la producción artística cultural, como se observa en la figura 4, corresponde a equipamiento convencional en su mayor parte.

En la figura 5 se puede visualizar los planes de incorporación de nuevas tecnologías a los emprendimientos.

Figura 5

Incorporación de nuevas tecnologías



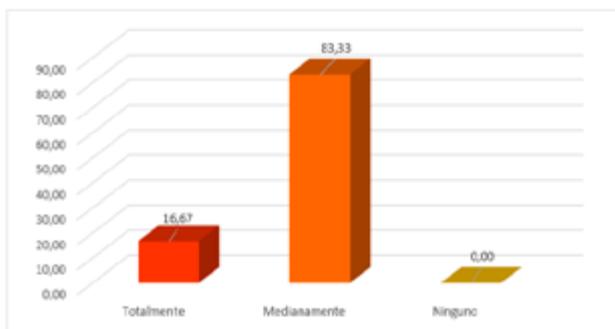
Apreciando la figura 5 puede verse que el 50% de los emprendedores artísticos

culturales no tiene planes de incorporar nuevas tecnologías a sus emprendimientos, empero un 33% está en proceso de adquirirlas.

En la figura 6 puede notarse la apreciación de los emprendedores acerca de la implementación a futuro de nuevas tecnologías en su negocio equivale a su desarrollo tecnológico.

Figura 6

Desarrollo tecnológico empleando nuevas tecnologías



De acuerdo a lo mostrado en la figura 6, la concepción que tiene el 83.3% de los emprendedores en arte y cultura es que la implementación a futuro de nuevas tecnologías en su negocio equivale medianamente a su desarrollo tecnológico.

En función a los resultados expuestos, y considerando que la economía naranja (o creativa) agrupa una serie de actividades que promueven que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales y creativos, y que además pueden protegerse por derechos de propiedad intelectual (Benavente y Grazzi, 2017); esta es practicada directamente por quienes están inmersos en las áreas artísticas y culturales, y cuyo tiempo dedicado a estas prácticas, los ha convertido en verdaderos emprendedores que emplean además de sus artes manuales, las herramientas tecnológicas que facilitan la materialización de sus creaciones.

Al respecto, Tony Touma, escritor y gestor cultural, manifiesta que los bienes y servicios culturales y creativos abarcan diversidad de expresiones que van en función de los talentos e inspiraciones de cada artista en cualquier rama en la que se destaque, sin embargo, uno de los

obstáculos más comunes a los que se enfrentan tiene que ver con el escaso apoyo que se da a estas manifestaciones artísticas y culturales, aunque, a nivel local ya se está trabajando en una propuesta de ordenanza municipal para promover la cultura como eje central que involucra las expresiones artísticas, no obstante aquellos artistas que vienen realizando sus creaciones y producciones por varias décadas, aún no logran relacionar cómo una nueva concepción denominada economía creativa o naranja se pueda relacionar con lo que hacen, y esto es una cuestión de generar conciencia, no de un cambio en lo que hacen, sino de cómo una corriente nueva ha venido a influir en una actividad ancestral, en todo el mundo, para potenciarla a través de varios mecanismos de fomento, pero que sobre todo, ha venido a reconocerla, a darle el lugar que se merece, el que ha perseguido por tanto tiempo (Touma, 2023).

Lograr reconocer que estas expresiones, manifestaciones, inspiraciones, creaciones intangibles son una de las principales fuentes de ingresos en los que se soporta la economía, de allí el término de economía creativa, sin duda, es un logro a nivel del mundo, pero que sin embargo a nivel local, de Ecuador, Manabí, Portoviejo, aún hay mucho por hacer, y no es solamente por elaborar propuestas como la citada, sino por su implementación, es allí donde radica el impulso que se necesita y que debe ir de la mano con que se ejecuten también los incentivos económicos a través de las instituciones financieras, mediante créditos blandos para los artistas emprendedores, que requieren capital de trabajo, instrumentos, herramientas, insumos para desarrollar sus creaciones, así es el arte invisible en las mentes de los artistas y que se materializa cuando se cuenta con los recursos necesarios; solo así, creería que puede haber un verdadero repunte de este importante sector de la economía en la Villa Nueva de San Gregorio de Portoviejo (Touma, 2023).

En contraste con lo citado, una entrevista realizada por el Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura de la Universidad de las Artes, a Fidel Intriago, Director de la Casa de la Cultura de Manabí, revela que dentro de las varias acciones con los actores culturales claves para el desarrollo del sector en la provincia, se

han realizado reuniones para conformar una mesa técnica y construir la ordenanza municipal denominada “Fomento de la economía creativa y conservación y salvaguardia del patrimonio cultural del cantón Portoviejo, como reformatoria a la **a ordenanza que regula el desarrollo sociocultural del cantón Portoviejo, y sustituye el capítulo VIII del título IV de la Cultura, que tiene como propósito** “fortalecer el desarrollo cultural a través de la articulación de diferentes actores sociales, y consolidar una instancia participativa permanente para generar un diagnóstico de la situación de la cultura en el territorio”, para de esta forma generar un plan de desarrollo cultural para Portoviejo que promueva la actualización periódica de la información cultural del territorio (Intriago, 2022).

Organismos como la Dirección de Cultura y Patrimonio del Municipio de Portoviejo, Dirección de Cultura y vinculación de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, Fundaciones Cultura Clave y Valle Sonoro, Casa de la Cultura Núcleo Manabí. Dirección de Turismo, Cultura y Patrimonio del GAD Provincial Manabí, Corporación Ciudad Alfaro, e Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Z4, formularon la propuesta que comprende un modelo de gobernanza cultural, presupuesto y planificación del sector cultura, uso del espacio público para actividades culturales, identificación y potenciamiento de zonas creativas del cantón, institucionalización de procesos culturales en territorio, y fondos concursables e incentivos a la creatividad local, tal como el Teatro del Barrio promovido por el Instituto de Fomento a la creatividad y la innovación (IFCI), del cual se obtuvo el 20% de fondos concursables, gracias a la gestión realizada por la dirección de la Casa de la Cultura Núcleo Manabí (Intriago, 2022).

En concordancia con lo expresado anteriormente, la profesional certificada por el BID en economía naranja, Telly Macías, refiere el que la economía naranja al abarcar los contenidos artísticos, culturales y creativos de personas o de una comunidad, la convierte en una oportunidad para un conglomerado que han venido trabajando en estos campos durante años e inclusive décadas, pues Manabí cuenta

con muchísimos talentos, de los cuales algunos han logrado sobresalir internacionalmente, otros localmente, pero que continúan aportando con sus producciones y creaciones al territorio. Sin embargo, es conocido que estos talentos artísticos y culturales escasamente están organizados a nivel de áreas o de artistas reconocidos, como por ejemplo la Asociación de artistas de Manabí, por lo cual no existe una base de datos de emprendedores artísticos, culturales y creativos en Portoviejo y en la provincia; pues, son los organismos gubernamentales y no gubernamentales locales que debieran propiciar un diagnóstico situacional de este amplio sector y generar tal información (Macías T. , 2023).

Estos datos junto con la implementación de las políticas públicas formuladas pueden beneficiar a un número mayor de emprendedores, considerando aquellos denominados nacientes, los establecidos que tienen mucho tiempo operando, y que también son sujetos de estos incentivos por ley; todos ellos aportan al desarrollo económico haciendo un trabajo poco visibilizado y reconocido, como los artistas locales del tipo tríos de guitarra, artistas de teatro, danza, pintura o música folclórica, el trabajo de los artesanos en su diversidad que corresponden a las artes visuales y escénicas; la cultura y el patrimonio cultural que incluye a la arquitectura como una expresión artística y cultural; pero también de aquellos que incorporan la tecnología a sus producciones como los diseñadores gráficos de publicidad, videojuegos y softwares, de modas, la radio, televisión y cine, las editoriales, e inclusive los componentes de I+D investigación y desarrollo; y saberes ancestrales, de conformidad con el Código orgánico de la economía social de los conocimientos, la creatividad e innovación (COESC) (Macías T. , 2023).

Y es que, en la opinión de Angelo Alessandro, socio fundador y consultor de la organización Identidad y Desarrollo, especialista en desarrollo sostenible, marketing digital y turismo, la importancia que ha adquirido la economía naranja y las industrias creativas o emprendimientos creativos que involucran las artes, cultura, diseño, entre otros, se evidencia por el reconocimiento cada vez

mayor de su rol en la producción de nuevas ideas, de nuevas tecnologías, por los beneficios sociales no monetizados que ocasiona y no únicamente por el valor económico que está generando en la sociedad, ya que “las ideas se reconocen como la principal fuente de éxito y satisfacción personal y las políticas, programas y proyectos de desarrollo sostenible incorporan cada vez más la noción de la cultura como un elemento fundamental” (Alessandro, 2019).

Actualmente, el potencial que tiene la cultura y las artes como motores para el desarrollo sostenible, demuestran que las actividades y recursos culturales y creativos constituyen un sector productivo valioso y considerable tanto en términos cualitativos como cuantitativos, en tal razón, la economía creativa o economía naranja se hace tangible mediante la generación de nuevas perspectivas para el desarrollo de negocios culturales, que se insertan de manera competitiva en los mercados emergentes y aprovechan las nuevas tendencias de digitalización y crecimiento exponencial de contenidos (Alessandro, 2019).

Por otra parte, una de las limitaciones del trabajo estuvo en la accesibilidad a la información de una mayor parte de los emprendedores, aunque aquellos que estuvieron prestos a proporcionarla fueron muy abiertos y cordiales para expresar sus opiniones y apreciaciones sobre sus actividades y los mecanismos en los que se apoyan para desarrollarlas. Además de la notable contribución de autoridades y expertos artistas culturales locales y profesionales en materia de economía naranja, gracias a quienes se pudo argumentar con criterio fundado en la discusión de este documento.

Finalmente, en cuanto a la contribución principal de este estudio, implica un llamado a los organismos seccionales que en función a lo contemplado en la legislación cultural ecuatoriana y a las normativas locales, deben ser ejecutadas de tal forma que los emprendedores artísticos y culturales puedan comenzar a escalar motivados y firmes en un mercado altamente competitivo en el cual la oferta internacional de producciones de la economía creativa constituye un freno a su desarrollo; para lo cual las leyes e incentivos

establecidos deben difundirse y ponerse en práctica; lo cual si logrará visibilizar que estos tipos de emprendimientos están aportando a la economía local, ¿cuánto y cómo? Es a lo que tendrá que hacerse un seguimiento, pero que no podrá realizarse si no existe un punto de partida, y este es la recogida del número de emprendedores de la denominada industria creativa local.

Conclusiones

Muchos de los emprendedores culturales han persistido en la búsqueda de oportunidades, valiéndose de su capacidad creativa y emprendedora para obtener los recursos necesarios que le permitan ofrecer sus creaciones a un mercado en el que pueden transmitir sus expresiones de la cultura y el arte para fomentar valores en una sociedad dispersa e individualista, y como un buen intercambio poder obtener ingresos que dinamicen sus economías familiares,

Y, aunque la tecnología es parte de los muchos emprendimientos en arte y cultura que existen en la ciudad de Portoviejo, esto no implica que la utilicen directamente en la producción de sus creaciones, bienes o servicios tangibles, ya que esto depende precisamente del bien o servicio que producen, en este argumento, no podría relacionarse directamente que los emprendimientos artísticos y culturales cuentan o no con desarrollo tecnológico, sino que más bien, el enfoque de la economía naranja en este tipo de emprendimientos adquiere el carácter de diversidad e inclusión y va más allá de que si hayan logrado o no, incorporar las tecnologías y promover un desarrollo tecnológico que está acorde con sus producciones.

Referencias

Alarcón, G. y Jiménez, J. (2021). La creatividad y el emprendimiento como fundamento de la economía naranja en el análisis curricular del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia. *Revista GEON Gestión, Organizaciones y Negocios*, 8(1), 1-18. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/358/3582131013/html/>

- Albinsson, S. (2017). What is so “Cultural” about Cultural Entrepreneurship? *Essays in Economic & Business History*., 35(1), 365-390. https://www.researchgate.net/publication/329058378_What_is_so_'cultural'_about_cultural_entrepreneurship
- Alessandro, A. (03 de agosto de 2019). *¿Qué es la economía naranja? El valor de las ideas*. Identidad y desarrollo: <https://identidadydesarrollo.com/que-es-la-economia-naranja-el-valor-de-las-ideas/>
- Arispe, C., Yangall, J., Guerrero, M. L., Acuna, L., & Arellano, C. (2020). *Investigación científica, Una aproximación para los estudios de posgrado, Primera edición*. Universidad Internacional del Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Azkue, I. (23 de febrero de 2023). *Emprendimiento*. Editorial Etecé: <https://concepto.de/emprendimiento/>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación, Serie integral por competencias. Tercera edición ebook*. Grupo editorial Patria. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Benavente, J. y Grazi, M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y El Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo. División de Competitividad, Tecnología*, 1-16. <https://publications.iadb.org/es/publicacion/17293/politicas-publicas-para-la-creatividad-y-la-innovacion-impulsando-la-economia>
- Betancur, V. (2017). Las industrias culturales y la economía naranja: Modernidad/colonialidad, mercantilización de la cultura e individualismo. *Revista Resistencia*, 6(1), 20-23. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5910/1/06-T-C-Betancur.pdf>
- Buitrago, F., & y Duque, I. (2013). *La economía naranja: Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>
- Cardoso, P., Herrera, W., & Salas, C. (2019). Economía naranja a la ecuatoriana: pistas de lectura al Plan Ecuador Creativo. *Revista Comunicación, Cultura y Política*, 10(1), 102-141. <https://doi.org/10.21158/21451494.v10.n0.2019.2731>
- CEPAL. (4 de enero de 2023). *Innovación, Ciencia y Tecnología*. cepa.: <https://www.cepal.org/es/subtemas/innovacion-ciencia-tecnologia#>
- Davies, R. y Sigthorsson, G. (2013). *Introducing the Creative Industries. From Theory to Practice*. Sage Publications. https://www.academia.edu/9044416/Introducing_the_Creative_Industries_From_Theory_to_Practice
- Domínguez, J. (2015). *Manual de Metodología de la Investigación Científica, Tercera versión*. Universidad Católica Los Angeles Chimbote ULADECH. https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2016/01/Manual_metodologia_investigacion_ebevidencia.pdf
- Euroinnova. (05 de agosto de 2022). *Desarrollo tecnológico*. Euroinnova: <https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-significa-desarrollo-tecnico>
- Feria, H., Matilla, M. y Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: Métodos o técnicas de indagación empírica? *Revista Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(3), 62-80. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>
- Finlev, T., Maguire, R., Oppenheim, B. y Skvirsky, S. (2017). *El futuro de la economía naranja. Formulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/publicacion/17470/el-futuro-de-la-economia-naranja-formulas->

- creativas-para-mejorar-vidas-en-america
- Fonseca, M. (7 de agosto de 2018). *Innovación y Tecnología en el emprendimiento*. Obtenido de INCAE: <https://www.incae.edu/es/blog/2018/08/07/innovacion-y-tecnologia-en-el-emprendimiento.html>
- Garzozzi, R. (2017). <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14349/1/Cap.4-Entendiendo%20a%20em%20emp%20de%20la%20econ%20c%20ada%20naranja%20una.pdf>
- Gómez, M. (2019). Technology-Based entrepreneurship: A challenge to meet. *Tec Empresarial*, 13(2), 33-44. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v13n2/1659-3359-tec-13-02-33.pdf>
- González, A. (2020). Economía del siglo XXI: Economíanaranja. *RCS Revistadeciencias sociales (Ve)*, XXVI(4), 450-464. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34673>
- Hartley, J. (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. Sage Publications. <https://sk.sagepub.com/books/key-concepts-in-creative-industries>
- Hausmann, A., & y Heinze, A. (2018). Entrepreneurship in the Cultural and Creative Industries: Insights from an Emergent Field. *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts* 5 (2), 7-22. <http://artivate.hida.asu.edu/index.php/artivate/article/view/121/54>
- Hernández, I. O., Londoño, J. y Tello, C. (2018). *Economía naranja o economía creativa*. Universidad Externado de Colombia, Colombia. Encuentro Internacional de Investigadores en administración.
- HKU. (2010). *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*. Utrecht.: Hogeschool vor de Kunsten Utrecht. http://kultur.creative-europedesk.de/fileadmin/user_upload/The_Entrepreneurial_Dimension_of_the_Cultural_and_Creative_Industries.pdf
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy*. Peguin Books. https://books.google.com.ec/books/about/The_Creative_Economy.html?id=hPLsAAAAMAAJ&redir_esc=y
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books Ltd. .
- Intriago, F. (17 de febrero de 2022). La Nueva Ola De La Gestión Cultural En Manabí, Una Joya Por Descubrir. (O. Uniartes, Entrevistador) <https://observatorio.uartes.edu.ec/2022/03/21/manabi-un-referente-en-gestion-cultural-una-joya-por-descubrir/>
- Jacobo, A., & y Sala, M. (2016). Economía en colores. Conecta [en línea]. *Ensayos de Política Económica*, 2(4), 159-161. <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/economia-en-colores-sala-i-martin.pdf>
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J. y Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020, versión 2*. ESPAE, Escuela de Negocios de la ESPOL https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf
- Luzardo, A. (08 de febrero de 2020). *LA ECONOMÍA NARANJA: Una herramientadedesarrollocultural,socialy económico*. LinkedIn: <https://es.linkedin.com/pulse/la-econom%C3%ADa-naranja-una-herramienta-de-desarrollo-cultural-luzardo>
- Macías, T. (21 de febrero de 2023). La Economía Naranja y su relación con los emprendimientos de arte y cultura de Portoviejo. (E. Rodríguez, & M. y Rodríguez, Entrevistadores)
- Macías, T. y Rodríguez, E. (2021). Ancestral knowledge of the clay oven in the traditional bakery as a contribution to the family economy of the Río Chico parish. *International Research Journal of Engineering, IT and Scientific Research*, 7(5), 185-192. <https://doi.org/10.21744/irjeis.v7n5.1902>
- Macías, T., Rodríguez, M.,y Mera, C. (2021). Loom & Barter in the Production and

- Trade of Hammocks and Saddlebags: an Ancestral Approach. *International Research Journal of Engineering, IT and Scientific Research*, 7(5), 176-184. <https://doi.org/10.21744/irjeis.v7n5.1901>
- Mera, R., Macías, T., Vélez, A., Cedeno, L. y Zambrano, V. (2021). Current overview of the Ecuadorian cultural wealth: a seed of talents and traditions. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(1), 4433-4441. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6622>
- Mincultura. (2020). *ABC Economía Naranja, volumen 2*. Ministerio de Cultura de Colombia. https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMIA%CC%81A_NARANJA_.pdf
- Montoya, J. (12 de diciembre de 2018). *Desarrollo tecnológico*. Actividades Económicas: <https://www.actividadeseconomicas.org/2013/07/desarrollo-tecnologico.html>
- Oliva, J. (2018). Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural. *Nova Scientia*, 10(1), 442 - 464. <https://www.scielo.org.mx/pdf/ns/v10n20/2007-0705-ns-10-20-442.pdf>
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pena, Y. y Forero, M. (2018). La era de la economía naranja. *Perspectivas* 3(9), 10-15. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/Pers/article/view/1701>
- Pijal, M. (2017). *El desarrollo tecnológico y su incidencia en la evolución económica del país. [Tesis de Maestría]*. Universidad de Posgrado del Estado IAEN. <https://repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/3928>
- Quartesan, A., Romis, M., & Lanzafame, F. (2017). *Las industrias culturales en América Latina y El Caribe: Desafíos y oportunidades*. Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15194/las-industrias-culturales-en-america-latina-y-el-caribe-desafios-y-oportunidades>
- Roque, R., Salinas, J., López, A. y Herrera, J. (2017). La tecnología: una herramienta de apoyo para pymes y emprendedores desde el entorno universitario. *Ciencia Ergo Sum*, 24(1), 75-85. <https://www.redalyc.org/ournal/104/10449880008/10449880008.pdf>
- SENADI. (11 de enero de 2023). *Derechos intelectuales*. [derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/](https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/)
- Solórzano, R. (2019). *Análisis de la Economía Naranja en el Ecuador y su contribución a la producción nacional*. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1069>
- Tartabull, Y., Rivero, C., y Briones, V. (2018). El desarrollo tecnológico, la sostenibilidad, la gestión del conocimiento y el desarrollo social. *Universidad y Sociedad [seriada en línea]*, 7(3), 74-78. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000300011
- Touma, T. (10 de febrero de 2023). Economía naranja y relación con el desarrollo tecnológico de emprendimientos de arte y cultura de Portoviejo. (E. Rodríguez, & M. y Rodríguez, Entrevistadores)
- Whitaker, F. (2017). *La Economía creativa*. Fondo Internacional para la diversidad cultural FIDC. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/ifcd_2017_sp_final_web_es.pdf
- Zanela, L., Macías, L., & Chiriboga, F. (2020). Economía naranja y habilidades digitales. *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*. 4(7), 86-91. <https://doi.org/10.46296/rc.v4i7.0035>