



SIECA
SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN
ECONÓMICA CENTROAMERICANA



LA ECONOMÍA NARANJA EN CENTROAMÉRICA

DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA ECONÓMICA

AGOSTO 2015, CENTROAMÉRICA



Mensaje de la Secretaria Carmen Gisela Vergara

Visite el sitio web de la SIECA:
www.sieca.int

Síguenos en redes sociales:



/SIECA



@sg_sieca



/SGSIECA

Este documento fue realizado por la **Dirección de Inteligencia Económica de la SIECA**.

Coordinación:

Eduardo Espinoza Valverde.

Funcionarios encargados:

Nelson Salazar
Rodrigo Báez
Ilsy Hernández
Tito Ramírez.

Diseño y Diagramación:

Ana Gabriela Reyes Ovando

Imágenes Portada con licencia  **creativecommons**
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/>

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS POR LA SECRETARÍA
DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA CENTROAMERICANA,
2015

El contexto global en el cual se encuentra inmersa la región centroamericana presenta el desafío histórico de consolidar la transición hacia estadios de desarrollo humano superiores, sobre la base del progreso social y la transformación productiva. En dicho entorno, las economías en desarrollo y mercados emergentes continúan reduciendo sus brechas respecto a las economías avanzadas, y según el Fondo Monetario Internacional (FMI) mientras en 1980 las economías avanzadas concentraban el 64% de la producción mundial, hacia el 2014 su contribución fue del 43% dejando el remanente 57% de la producción global en los mercados emergentes.

Esta coyuntura eleva la reflexión en torno al futuro de la región y el marco de condiciones que deben empezar a sembrarse hoy para cosechar los frutos en las sociedades venideras. La transformación productiva en Centroamérica requiere la identificación de nuevos motores de crecimiento económico que brinden espacios de diversificación a los engranajes productivos de la región; fomenten la inversión en capital humano; propicien la innovación y el uso de tecnologías; generen nuevos espacios dentro de los mercados laborales y brinden oportunidades efectivas para los sectores vulnerables de la región entre ellos la población joven y demás personas ligadas a la economía informal.

La Economía Naranja, término acuñado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), corresponde al sector del ámbito cultural y creativo que puede brindar amplias oportunidades a Centroamérica para impulsar el crecimiento e inserción en el mercado internacional aprovechando el amplísimo potencial en el ámbito creativo y el rico patrimonio cultural de los países que le conforman.

El presente informe, desarrollado en el contexto del Foro Regional Esquipulas, da continuidad al esfuerzo de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) de visibilizar la importancia de la Economía Naranja en el futuro de la región y a su vez poner en la mesa de los hacedores de política pública elementos de reflexión a futuro, que inicia con el desarrollo del I Foro Regional de Integración Económica, cuyo tema fue precisamente sobre los nuevos motores de desarrollo de la región, haciendo énfasis en la Economía del Conocimiento y las Industrias Creativas, realizado en junio de este año en Guatemala y cuya reproducción está disponible en el canal de Youtube de la SIECA.

Este trabajo fue realizado por la Dirección de Inteligencia Económica de la SIECA, con una fuerte inspiración en los trabajos realizados por el BID en esta materia, y corresponde al primer borrador de una investigación próxima a publicarse como elemento dinamizador del tema en los foros políticos y académicos de Centroamérica.

1. ¿Qué es la Economía Naranja?

Existe una amplia gama de conceptos y terminología alrededor de las economías culturales o del conocimiento y las industrias creativas; a pesar de ello, a efectos del presente abordaje se ha optado por tomar como marco de referencia el enfoque realizado por el BID y expresado en los trabajos de Buitrago y Duque (2013) en donde se define la Economía Naranja como: "el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes

y servicios creativos, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual".

Este concepto, sin ser exhaustivo, recoge las múltiples definiciones establecidas por diversos actores a nivel internacional¹.

Figura 1: Definición Conceptual de la Economía Naranja



Fuente: Adaptado de Buitrago y Duque (2013).

2.



¿Por qué hablar de la **Economía Naranja** en Centroamérica?

Los aspectos culturales de una sociedad son una parte fundamental de su identidad, pero también de su desempeño económico. La cultura condiciona las jornadas laborales, los días festivos, la productividad y está presente en un sin número de actividades que brindan empleo y aportan a la economía nacional, pero que erróneamente son desatendidas y relegadas a un plano secundario. Si bien podría considerarse como un bien público, la cultura es la expresión misma de cada sociedad en la región y su enorme complejidad le convierte en un fenómeno de difícil medición a través de los sistemas de contabilización tradicionales. El acceso libre a la cultura se confunde con la idea de que la cultura es gratis.

Centroamérica tiene una ventaja frente a otras economías del mundo al disponer de un amplio y joven capital humano. En la región, entendida por los Estados que conforman el proceso de integración económica², actualmente la población se ubica alrededor de los 45 millones de habitantes con un 61% en el rango de edad de 15-64 años. Según proyecciones de CELADE, hacia el 2045 se experimentará

una transición demográfica en la cual dicho segmento poblacional aumentará hasta el 67%, aumentando casi en 15 millones de personas.

La región puede emplear sus masivos recursos de talento creativo y su patrimonio cultural para generar una potencial ventaja comparativa. Aprovechar el bono demográfico en la región requerirá el desarrollo de capacidades basadas en el conocimiento y mediante participación activa en la Revolución Digital (Buitrago & Duque, 2013), a través de inversiones en materia de educación, innovación, investigación y desarrollo (I+D).

El estancamiento económico observado desde la crisis de 2008-09 supone, entre una de sus razones principales, el descenso en las ideas poderosas que lideren el progreso de nuevos sectores emergentes, para lo cual se requiere de altas tasas de innovación y progreso tecnológico que impulsen a las economías hacia mejores estadios (Brynjolfsson & McAfee, 2012).

Esto implica que las industrias transitan por una especie de gran reestructuración (*great*

restructuring) en la cual nuevos sectores aliados a las nuevas tecnologías podrían surgir como los más dinámicos dentro de los sistemas económicos (Brynjolfsson & McAfee, 2012), producto de la incursión de tecnologías con potencial de cambiar dramáticamente el status quo, teniendo un impacto disruptivo en la economía (McKinsey Global Institute, 2013).

Según el McKinsey Global Institute (2013) hacia el 2015 al menos unas 12 tecnologías disruptivas habrán generado grandes cambios en los patrones de uso, producción y consumo de los bienes y servicios hoy en día habituales.

Los principales impactos económicos se concentran en el desarrollo de la internet móvil, la automatización del trabajo del conocimiento y los productos relacionados a la internet (*internet things*). Sin lugar a dudas, estas tecnologías se caracterizan por tener la capacidad de ampliar los márgenes de difusión de los contenidos culturales y aumentar el impacto que la creatividad tiene en las industrias y la vida diaria.

¹ Un antecedente conceptual igualmente liderado por el BID en 2007 definía las industrias culturales como aquellos sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor. Ver Quartesan, Romis, y Lanzafame (2007).

Para el caso de Centroamérica, si bien de manera incipiente, se detectan algunos indicios interesantes que permiten inferir el potencial de la región para apoyarse en el uso de estas tecnologías e incursionar de manera más agresiva en las industrias creativas y la economía cultural.

En el ámbito del internet móvil por ejemplo, según el Banco Mundial las suscripciones de telefonía celular en Centroamérica pasaron de 2.5 millones en 2000 hasta los 54.2 millones en 2014, poniendo en dimensión la penetración de este tipo de tecnologías disruptivas en el contexto regional. En cuanto al

acceso a internet en general, la región centroamericana en 2014 reportó un total de 1.8 millones de abonados a internet de banda ancha fija, habiendo aumentado la penetración en cerca de 365,000 usuarios respecto de 2012. Igualmente, en el sector de tecnologías de nube (*cloud technology*) estimaciones de impacto para América Latina y el Caribe indican que entre 2009 y 2013 se crearían un total de 6000 nuevas empresas relacionadas a la industria, mismas que resultarían en cerca de 700,000 nuevos empleos (Rincón, 2011).

Gráfico 1: Impacto económico potencial de las tecnologías disruptivas hacia 2025

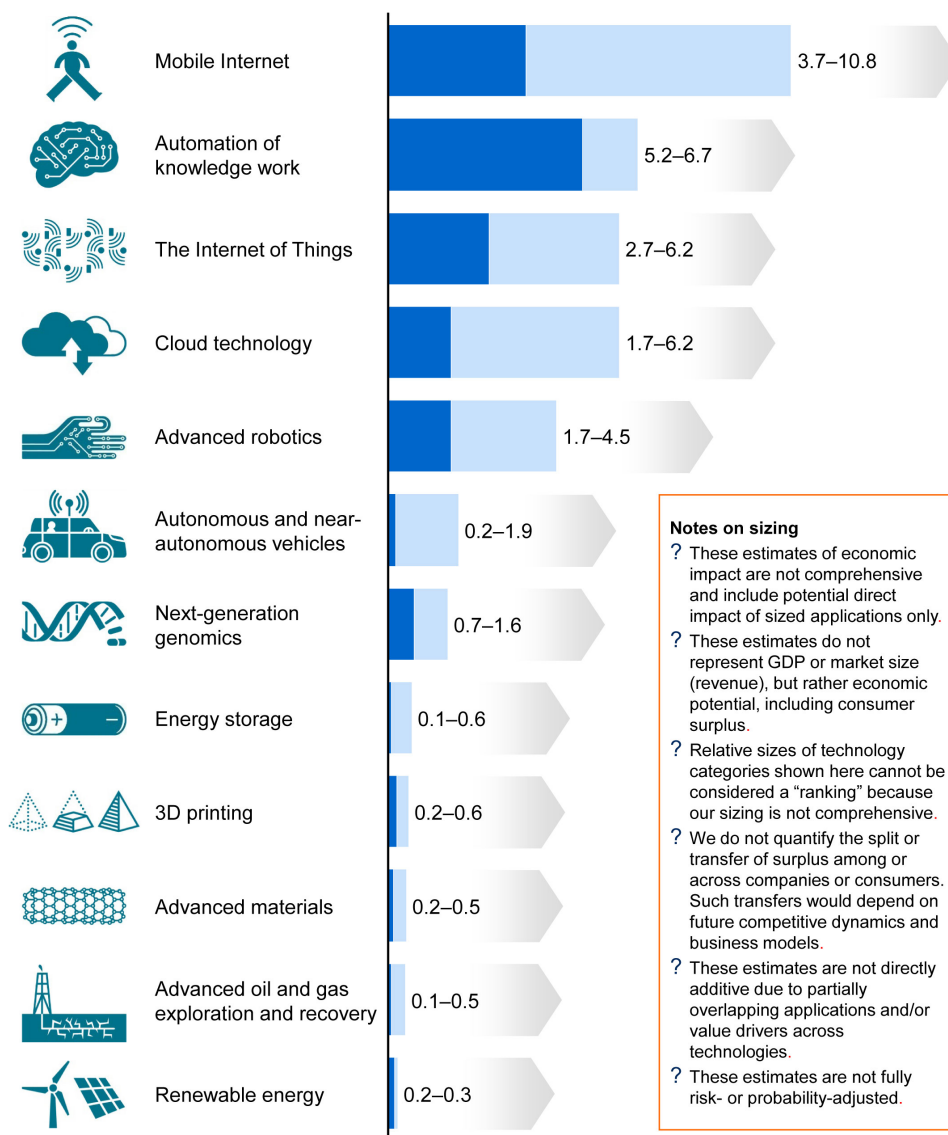
Exhibit E3

Estimated potential economic impact of technologies from sized applications in 2025, including consumer surplus

\$ trillion, annual

Range of sized potential economic impacts
Low High
X-Y

Impact from other potential applications (not sized)



Fuente: tomado de McKinsey Global Institute (2013).

Cápsula Informativa

- **Ecología Naranja:**

Es la relación entre la oferta y la demanda de contenidos y de éstas con el Estado. Se compone de tres dimensiones: Creación (Oferta), goce (Demanda) y entorno (Instituciones), unidas por los derechos de propiedad intelectual y la participación del consumidor en la producción (Prosumidores).

- **Cadena de Valor Naranja:**

Es una aproximación al proceso cíclico de la creación al consumo de contenidos y viceversa, siendo la secuencia mediante la cual las ideas se transforman en bienes y servicios creativos hasta su consumo.

- **Agentes principales de la Economía Naranja:**

Artistas conceptuales, músicos, escritores, actores, consumidores, prosumidores, fans, emprendedores, inversionistas, galeristas, empresas, ministerios, agencias, fundaciones, etc.

La Economía Naranja representa una oportunidad importante para Centroamérica, al brindar opciones para las nuevas generaciones a través del desarrollo del pensamiento creativo ligado a la incorporación en los sistemas productivos locales y aprovechando el potencial del talento joven existente.

En este sentido, la promoción del desarrollo de nuevos modelos de negocio en la industria a través de un marco sólido de políticas públicas de apoyo, así como la formalización tanto legal como estadística del sector cultural serían herramientas vitales para fomentar la inversión y el desarrollo productivo que generen nuevas cadenas de valor regionales en esta área.

Es importante diversificar la oferta productiva regional, con el fin de reducir la dependencia económica respecto a las industrias tradicionales; generalmente relacionadas al uso y consumo intensivo de recursos naturales y a los bajos costos de la mano de obra.

Esta transición demanda convertir a las industrias creativas en un nuevo motor de la economía regional, haciendo del sector una parte importante en la canalización de recursos de inversión pública y privada en aras de generar las condiciones y clima de negocios adecuado para su correcto funcionamiento como nuevo nicho de oportunidades de ascenso a grupos sociales de toda índole en Centroamérica.

3.



La Economía Naranja en cifras

Según las estimaciones de Buitrago y Duque (2013), la Economía Naranja representa alrededor del 6.1% de la economía mundial, de hecho si fuese un país, sería la cuarta economía mundial con dimensiones similares a la de Japón. En materia de exportaciones mundiales, los bienes y servicios creativos corresponden

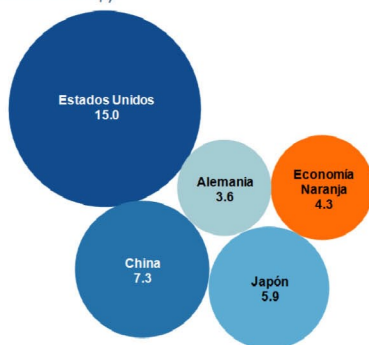
al quinto rubro de mayor relevancia en el comercio global, mostrando un dinamismo mayor en comparación a otras exportaciones tradicionales.

%

² El subsistema de integración económica está integrado por las Repúblicas de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

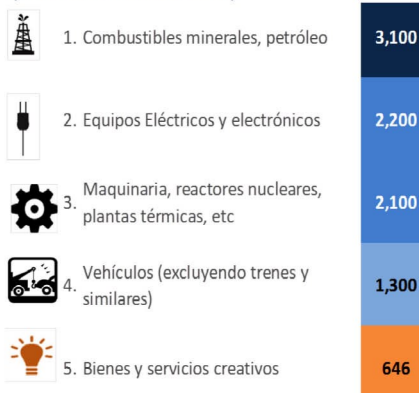
Figura 2: Información general de la Economía Naranja.

Si la **economía naranja** fuese un país, tendría un tamaño equivalente a la cuarta economía más grande del mundo (Billones de US\$)



Las exportaciones de la **economía naranja** son el quinto rubro por flujo de exportaciones a nivel mundial

(Miles de millones de US\$)



La **economía naranja** en América Latina:

Representa la séptima economía más grande de la región, con un tamaño cercano al PIB de Centroamérica

(Miles de millones de US\$)



Fuente: Dirección de Inteligencia Económica (SIECA), con datos de Buitrago y Duque (2013).

En términos absolutos la producción total asociada a la Economía Naranja ronda los US\$ 4.3 billones, mientras las exportaciones corresponden a cerca de US\$ 646,000 millones. En el ámbito del mercado laboral, la generación de empleos asociados al sector ronda los 144 millones de personas a nivel mundial, al menos 3.2 veces mayor a la población total de Centroamérica.

En América Latina y el Caribe, la Economía Naranja representa en términos relativos un tamaño similar al de la economía de Perú, con un valor de exportaciones similar al realizado por Panamá y con una masa laboral equivalente a la de Guatemala, Honduras y Nicaragua en su conjunto.

Un elemento relevante es que la dimensión de la Economía Naranja en la región latinoamericana supera los flujos de otros importantes canales de generación de recursos como las remesas y las exportaciones de industrias extractivas, calculándose un valor agregado por trabajador de US\$ 17,000 al año (Buitrago & Duque, 2013).

Figura 3: La economía Naranja en América Latina y el Caribe.

Fuente: Dirección de Inteligencia Económica (SIECA), con datos de Buitrago y Duque (2013).

4. Exportaciones de bienes creativos en Centroamérica

La oferta exportable en Centroamérica ha experimentado un proceso de diversificación en su estructura de productos de manera más acentuada principalmente en el periodo 1995-2005 (SIECA, 2014), a pesar de ello los esfuerzos de transformación productiva siguen inconclusos y resulta necesario ampliar el alcance geográfico del comercio con terceros socios.

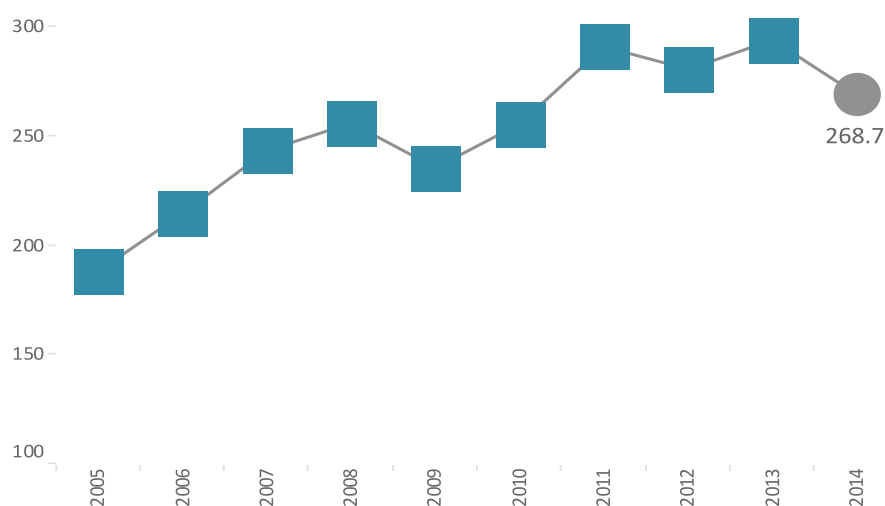
En materia de comercio de productos

creativos³, las exportaciones relativas a Centroamérica exhiben una tendencia creciente durante las dos últimas décadas, pasando de registrar un valor de exportación en 2005 de US\$ 187.9 millones a US\$ 268.7 millones en 2014, con un crecimiento anual promedio del 4.1%.

En 2014 las exportaciones de bienes de industrias creativas representaron el 0.9% de las exportaciones totales regionales y a un 0.1% del PIB regional.

Esto pone en evidencia el potencial aún existente de ampliar las condiciones de este mercado, constituyéndose en un espacio de comercio por explorar en el afán de diversificar la oferta regional de exportaciones y por supuesto un desafío en materia de políticas públicas con el objetivo de promover integralmente el desarrollo de nuevos sectores con potencial como el estudiado.

Gráfico 2: Exportaciones de bienes creativos en Centroamérica (millones de US\$)

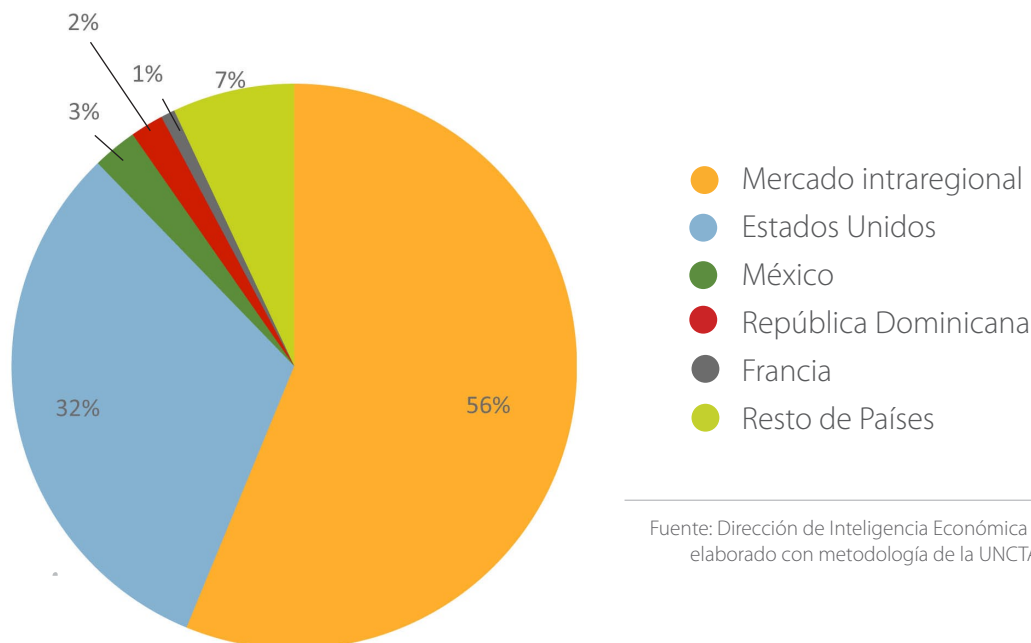


Fuente: Dirección de Inteligencia Económica (SIECA), elaborado con metodología de la UNCTAD.

Respecto a la distribución geográfica de estas exportaciones el 56.2% tienen como destino el mercado intrarregional, mientras el 31.5% se dirige a Estados Unidos, el 2.5% a México y el 1.9% a República Dominicana. Es importante destacar que en el caso de las exportaciones de bienes creativos el mercado centroamericano representa el nicho de comercio por excelencia, situación poco usual en el caso de los productos de exportación tradicional, usualmente concentrados en los mercados extrarregionales.

Estos elementos permiten nuevamente descubrir una interesante variante de la Economía Naranja para Centroamérica: representa no sólo una oportunidad por excelencia para diversificar la estructura productiva, sino que también se convierte en un mecanismo natural para profundizar las relaciones de comercio a nivel intrarregional y fortalecer los niveles de complementariedad e integración entre países e industrias.

³ El presente ejercicio de cuantificación utiliza como fuente primaria de información la contenida en el Sistema de Estadísticas de Comercio de Centroamérica (SEC/ SIECA), basándose en sistemas de clasificación propuestos por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

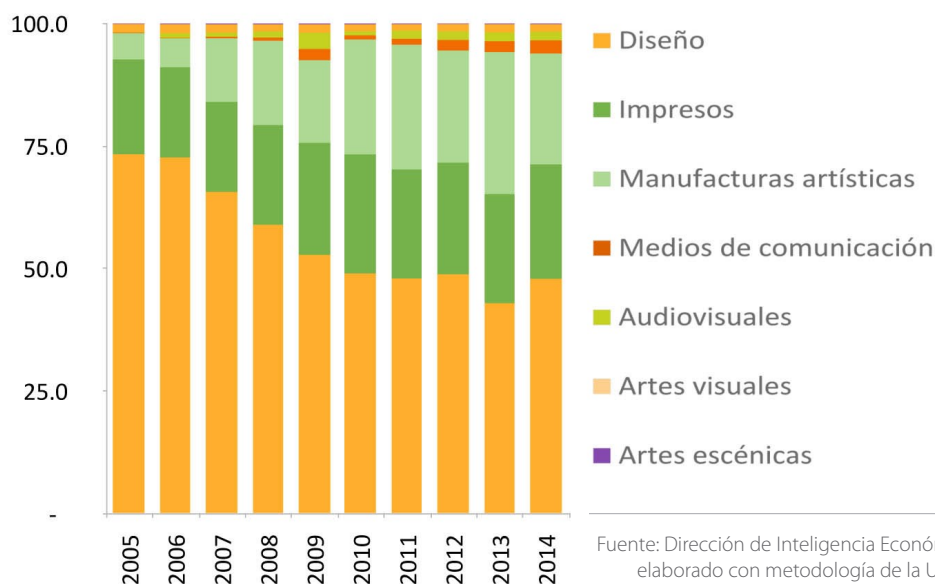
Gráfico 2: Exportaciones de bienes creativos en Centroamérica por socio (% del total)

Fuente: Dirección de Inteligencia Económica (SIECA), elaborado con metodología de la UNCTAD.

Dentro de los principales productos de exportación ligados a industrias creativas sobresale el área de diseño que concentra el 47.9% del total, a pesar de perder importancia relativa por el surgimiento de exportaciones ligadas a impresos y manufacturas artísticas. Dentro del conjunto de exportaciones asociadas a diseño destacan las relacionadas a moda (10.0% del total de exportaciones creativas), artículos para la decoración de interiores (22.0%) y joyería (12.4%).

En el comercio de impresos la mayoría se concentra en la exportación de libros (8.1% del total de exportaciones creativas) así como otras versiones de impresos (13.2%). En el área de manufacturas artísticas lo concerniente a hilos (21.2% del total de exportaciones creativas) corresponde al componente de mayor peso y dinamismo de las últimas dos décadas, asociado a la especialización de la región en la industria textil y de confección.

Algunos productos del comercio creativo en la región no tienen en la actualidad una cuota de participación mayoritaria, sin embargo han mostrado amplio dinamismo en las últimas dos décadas, y específicamente corresponden a exportaciones de audiovisuales (crecimiento anual promedio del 46.6%) y medios de comunicación (42.8%)⁴.

Gráfico 4: Exportaciones de bienes creativos en Centroamérica según industria (% del total)

Fuente: Dirección de Inteligencia Económica (SIECA), elaborado con metodología de la UNCTAD.

⁴ En el caso de las exportaciones de audiovisuales el mayor componente se concentra en CD, DVD y cintas. En las exportaciones de medios de comunicación la mayor parte corresponde a medios de grabación.

5.

Propuestas de política asociadas a la Economía Naranja en Centroamérica

Las ventajas que Centroamérica puede potenciar para concatenar a la Economía Naranja con su modelo de desarrollo, requieren de una agenda ambiciosa de políticas públicas en la cual todos los actores de las industrias creativas deben aportar desde sus distintas áreas de impacto.

A continuación se comparten algunas ideas introductorias sobre cómo impulsar a la Economía Naranja en Centroamérica. Para ello, se tomó como marco de referencia las 7i de Buitrago y Dique (2013) que corresponden a un set de 7 ejes sobre los cuales deben girar iniciativas para el desarrollo de este sector.

Gráfico 5: Recomendaciones de política pública para apoyar la Economía Naranja en Centroamérica



INFORMACIÓN

1. Fortalecer los ejercicios de construcción de Cuentas Satélite de Cultura (CSC), a través de la coordinación interinstitucional en los países.
2. Promover programas de cooperación entre los países de la región para armonizar y estandarizar las CSC y demás estadísticas ligadas a la Economía Naranja y compartir mejores prácticas y lecciones aprendidas.



INSTITUCIONES

1. Establecer fondos de investigación e innovación para el desarrollo de cadenas de valor de las industrias culturales y creativas.
2. Desarrollar los marcos jurídicos locales que aporten seguridad jurídica a las inversiones en estas industrias.
3. Establecer mecanismos de apoyo para la gestión de patentes, marcas colectivas y derechos de autor para los actores ligados a la industria.



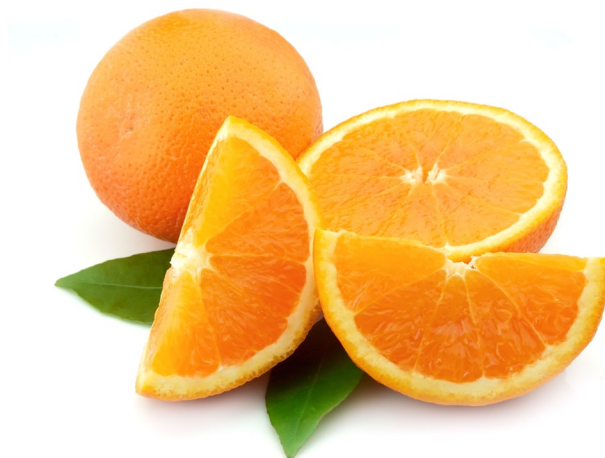
INDUSTRIA

1. Desarrollar programas de asistencia técnica a emprendedores de las industrias creativas, a través de incubadoras o centros de desarrollo en las Universidades de la región.
2. Mejorar el acceso a recursos de financiamiento para el impulso de emprendimientos en la industria creativa, con mecanismos como fondos de capital de riesgo, capital semilla o redes de ángeles inversionistas.
3. Promover programas asociativos y cadenas de proveedores.



INFRAESTRUCTURA

1. Aumentar la inversión en infraestructura de apoyo a la cultura y mejorar el nivel de acceso a las misma.
2. Incentivar, a través de los programas educativos, el desarrollo de capacidades artísticas desde temprana edad.
3. Implementar mecanismos de incentivo a la formalización del sector, a través de apoyo en el desarrollo de los modelos de negocios y pequeños emprendimientos.



Políticas Públicas en Centroamérica orientadas a la **Economía Naranja**



INTEGRACIÓN

1. Impulsar la creación de "clusters creativos" tendientes a la consolidación de un mercado regional centroamericano de bienes y servicios creativos.
2. Desarrollar actividades de carácter cultural (festivales, galerías, conciertos, etc.) a nivel regional.
3. Desarrollar programas de certificación regional para productos y servicios ligados a industrias creativas.



INCLUSIÓN

1. Establecer proyectos de desarrollo rural sostenible, ligados al patrimonio cultural de las localidades socialmente vulnerables.
2. Desarrollar centros de capacitación a nivel regional para el aumento de capacidades técnicas en las industrias creativas y acceso a tecnología aplicada, con énfasis en zonas socialmente vulnerables.



INSPIRACIÓN

1. Establecer mesas de diálogo con los actores (formales e informales) de las cadenas creativas, con el fin de desarrollar políticas públicas en apoyo al sector.
2. Organizar regionalmente mesas de cooperantes para el fondeo de proyectos culturales y asociados a industrias creativas.

Bibliografía

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2012). Race Against The Machine: How The Digital Revolution Is Accelerating Innovation, Driving Productivity, and Irreversibly Transforming Employment and The Economy. Massachusetts: MIT Center for Digital Business .

Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La Economía Naranja: una oportunidad infinita. Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

McKinsey Global Institute. (2013). Disruptive technologies: Advances that will transform life, business, and the global economy. McKinsey & Company.

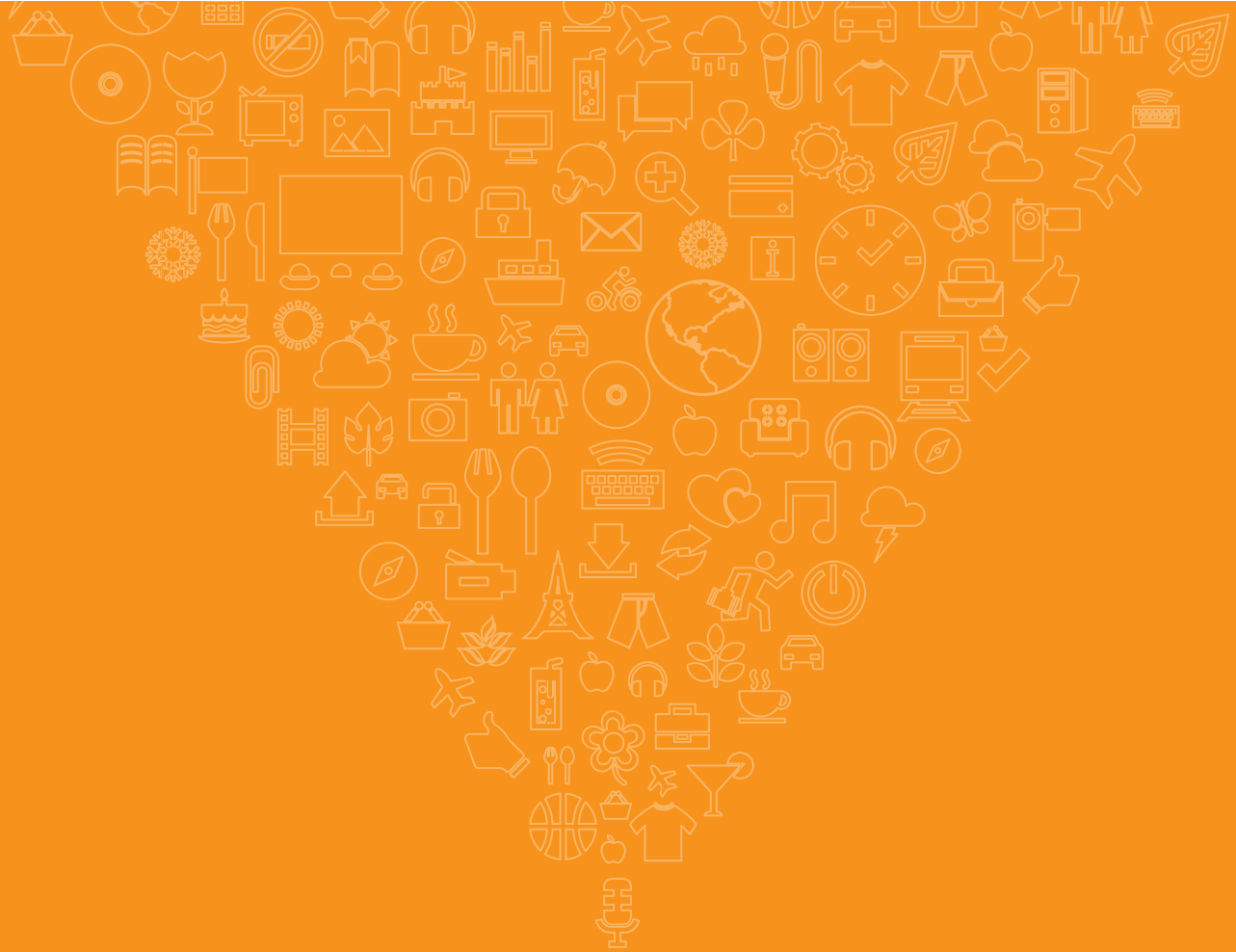
Quartesan, A., Romis, M., & Lanzafame, F. (2007). Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades. Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Rincón, H. (2011). This is Latin America's Decade: The Cloud Will Make it Possible. New York: Americas Quartely.

SIECA. (2014). Diversificación de la oferta exportable en Centroamérica. Policy Brief de Inteligencia Económica, N°7.

Imagen Bootcamp Business Model – 2nd image by Sebastiaan ter Burg
Imagen Base. by Instant Vantage
IMATS Vancouver 2011 - by vancouverfilmschool
(Todas bajo licencia <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/>)





LA ECONOMÍA NARANJA EN CENTROAMÉRICA