

Informe sobre Economía naranja

Introducción

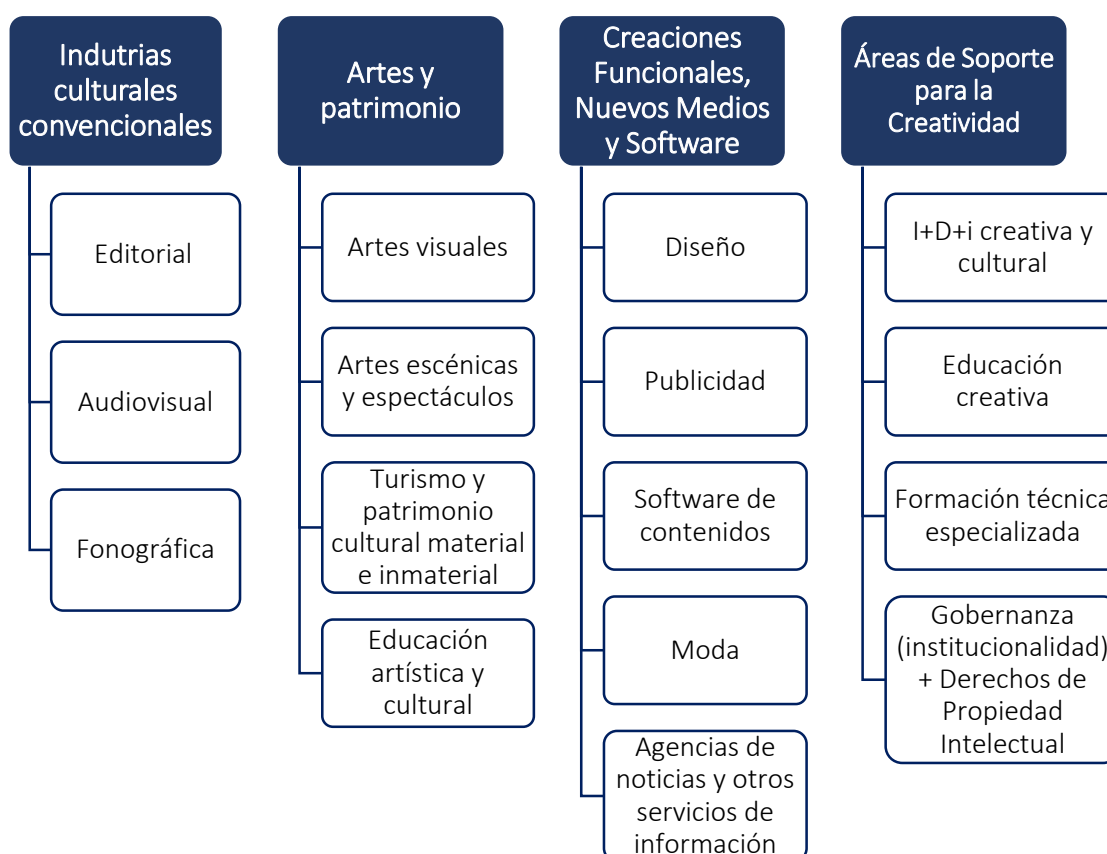
Las **actividades creativas y culturales** suelen ser pasadas por alto cuando se piensa en la actividad económica. Sin embargo, movilizan una significativa proporción de la economía mundial. En 2013, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) realizó un informe¹ relevando las principales características de la denominada *Economía naranja* y su impacto a nivel mundial.

¿Qué entendemos por Economía naranja?

Encontrar una definición para la Economía naranja resulta complejo por la multiplicidad de actividades que pueden agruparse en ella. Sin embargo, en la búsqueda de establecer límites más precisos el BID la determinó 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. El universo naranja está compuesto por:

- a) La Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales;
- b) Las áreas de soporte para la creatividad”.

Clasificación de actividades de la Economía naranja

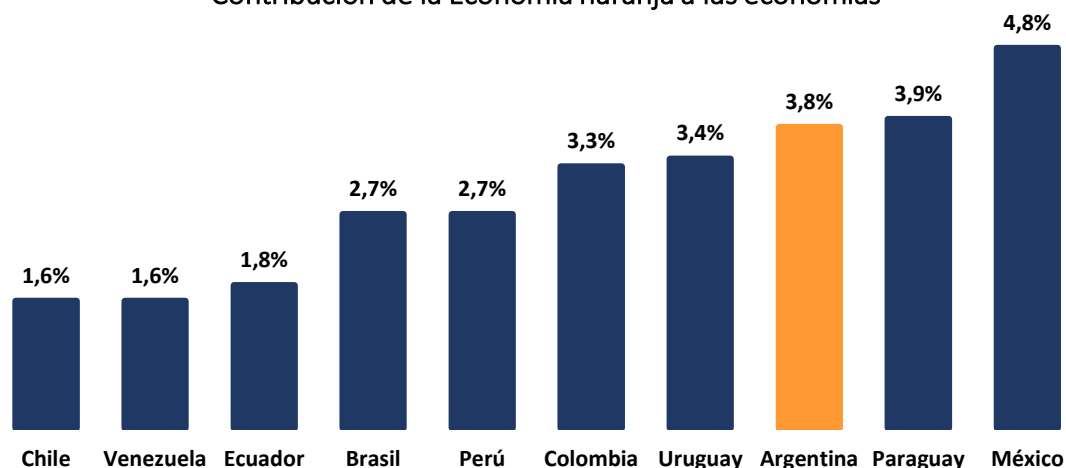


¹ Buitrago Restrepo, Felipe; Duque Márquez, Iván: “La economía naranja, una oportunidad infinita”. Banco Interamericano de Desarrollo. 2013.

El color naranja utilizado para caracterizar esta economía fue elegido por que se lo suele asociar con la cultura, la creatividad y la identidad.

En 2011 la Economía naranja a nivel mundial alcanzó los 4,3 billones de dólares², es decir, el equivalente al 6,1% de la economía global. Estados Unidos se destaca por ser el país con mayor presencia de actividades creativas, alcanzando el 39% del total a nivel global. China, en tanto, representa el 11%, mientras que Latinoamérica y el Caribe significa el 4% del total. A nivel regional, México se destaca como uno de los países con mayor presencia de la Economía naranja, mientras que Argentina se encuentra en la tercera posición de los países seleccionados.

Contribución de la Economía naranja a las economías



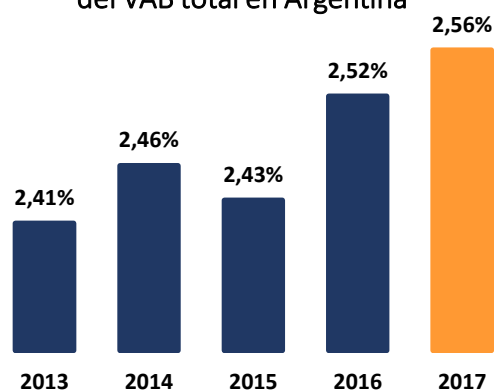
Fuente: UEPE CAC en base a BID.

En términos de exportaciones de bienes y servicios creativos, en el año 2011 alcanzaron los 646 mil millones de dólares. Entre los años 2002 y 2011 estas exportaciones se expandieron un 134%. En América Latina y el Caribe se estima que la Economía naranja generó 1,9 millones de puestos de trabajo durante 2013.

La Economía naranja en Argentina

Según el SINCA (Sistema de Información Cultural Argentino), las actividades creativas representarían una porción significativa de la economía argentina. Una de las maneras de aproximarnos a ese valor es a través del Valor Agregado Bruto Cultural, un agregado económico que nos permite visualizar la evolución del sector durante los últimos años. En 2017 el VAB Cultural se expandió 4,2% respecto al año previo, alcanzado una representatividad del 2,56% del Valor Agregado Bruto nacional. Este incremento confirma la tendencia alcista de esta incidencia durante los últimos años.

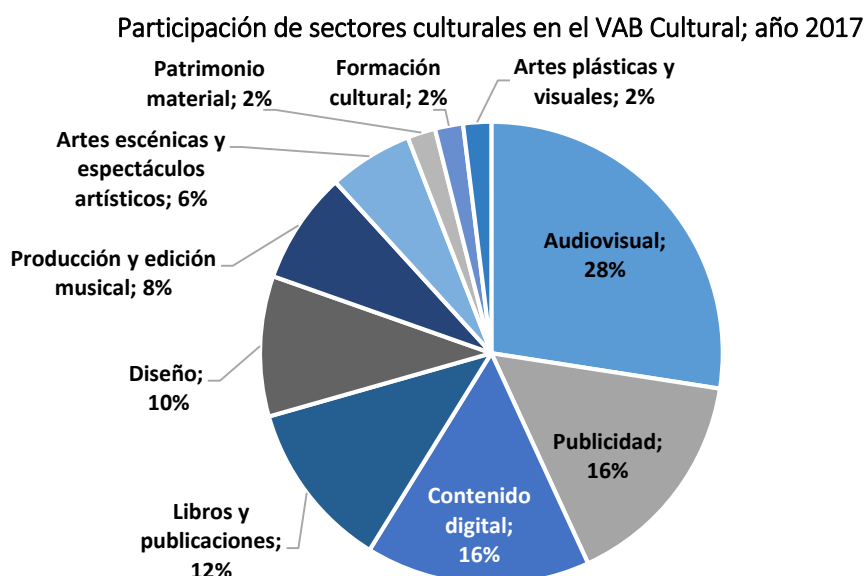
VAB Cultural como porcentaje del VAB total en Argentina



Fuente: UEPE CAC en base a Secretaría de Cultura de la Nación.

² Dólares nominales de 2011.

Los principales sectores que componen el VAB Cultural argentino son el audiovisual (28%), la publicidad (16%) y los contenidos digitales (16%).



Fuente: UEPE CAC en base a Secretaría de Cultura de la Nación.

En términos de empleo, las actividades culturales generaron casi 310 mil puestos de trabajo en 2017, es decir, el 1,5% del total de la economía. El sector audiovisual fue el principal creador de empleo, con más de 100 mil puestos laborales generados, mientras que Publicidad y Diseño generaron 48,6 y 47,5 mil puestos respectivamente.

En la Ciudad de Buenos Aires (CABA) se estima que uno de cada diez empleos depende de la Economía naranja, generando nueve de cada cien pesos de los ingresos de la economía porteña.

Consideraciones finales

La Economía naranja se presenta como una actividad de gran potencial de crecimiento, a la vez que se destaca por su importancia en la generación de empleo y en su contribución a las exportaciones mundiales.

Pero la importancia de la Economía naranja no reside únicamente en su impacto económico. La generación de cultura es un bien público que enriquece a la sociedad toda.

Latinoamérica tiene la oportunidad de tomar el riesgo de innovar y adoptar tempranamente, para situarse como un actor principal dentro de la economía creativa. Por todo ello, resulta fundamental promover el desarrollo de la Economía naranja en Argentina y en la región.

Es en este contexto que la CAC, institución líder en la representación del Comercio y los Servicios de la Argentina, se interesa por la Economía naranja, consciente del relevante papel que ésta tiene, no solo para el sector representado sino para el conjunto del país.

Vale recordar que la Entidad tuvo desde su nacimiento en 1924 (cuando fue bautizada como Cámara Argentina de Cultura, Comercio, Industria y Producción) una marcada inclinación por los asuntos culturales, algo que actualmente se refleja tanto en la labor de su Comisión Asesora Interna de Empresarios de Actividades Culturales como en diversas acciones llevadas a cabo por otras áreas de la Institución.