

# ECONOMÍA NARANJA

POR DR. FRANCISCO SUÁREZ HERNÁNDEZ



Director de Asuntos Corporativos de FEMSA  
Negocios Estratégicos y Ex  
Presidente del Consejo del  
World Environment Center.  
[francisco.suarez@femsa.com](mailto:francisco.suarez@femsa.com)

En los últimos meses, participé en diferentes foros con líderes de la industria creativa, y gracias a ello fue que recibí muchos comentarios y excelentes proyectos que me hicieron conocer más un concepto similar a esta misma industria, este es: “Economía Naranja” (EN), y digo similar porque esta se conoce como el conjunto de actividades que consisten en la transformación de ideas en bienes y servicios de carácter cultural, es decir, es una estrecha relación entre cultura-industria creativa-creación de contenido, dándole todo el sentido a lo que representa dicho color pues este se asocia no solo a la cultura y creatividad sino también a una identidad, a ese sello que nos hace únicos. Así que, si nos preguntan ¿Qué es la Economía Naranja? Simple y sencillamente podemos decir que se refiere a la combinación de la creatividad con la producción y comercialización de contenidos creativos, según la

definición de la Organización para las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Ahora bien, si hablamos de un Universo Naranja nos referimos a todas aquellas actividades que transforman el conocimiento en un bien o un servicio que trate de fomentar, además del beneficio económico, el desarrollo de la cultura y la creatividad. Es decir, actividades que, al igual que el cine, se encuentran dentro del mundo cultural.

Existe una norma en la que se basa el desarrollo de la EN que engloba cultura, emprendimiento, propiedad cultural y patrimonio, en la cual se apoya la EN y esta a su vez posibilita el desarrollo de lo que ahora llaman las siete ideas o **las 7i**: Información, instituciones, industria, infraestructura, integración, inclusión e inspiración, dando sentido y mayor claridad a todo lo que puede llevarse a cabo.

Si reconocemos a la EN como un transformador de realidades, esta, por lo tanto, es un motor determinante para el crecimiento de cualquier economía, por lo que en este sentido el valor máspreciado está sujeto al contenido de propiedad intelectual y no me dejarán mentir, pero México no es la excepción, pues nuestro país es cuna de potencialidad y a consecuencia de ello es que tenemos la mayor demanda en servicios de entretenimiento y cultura.

Ejemplo de ello puede ser visto desde los años 90, en donde la filmación de una de las películas más emblemáticas del género romántico se dio lugar en las playas y costas de Rosarito, municipio de Baja California, conocido por sus paisajes marinos y oleaje, así es, *Titanic*, siendo también el destino del filme *Pearl Harbor*, que no solo trajeron reconocimiento al lugar, sino que generó una derrama económica muy interesante, pues el empleo local, turismo y el desarrollo de PYMES el cual tuvo un disparo extraordinario.

De acuerdo con estudios de años recientes de ProMéxico, en coordinación con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la firma consultora PwC, dos terceras partes de la producción creativa nacional se concentran en Ciudad de México, sin duda es un gran indicador de que se puede hacer, pero puede hacerse más, pues se tiene la ventana de oportunidad y un gran potencial en frontera, para que de esa forma se pueda detonar más a la industria creativa, no solo en cine sino también en la música, estudios para grabar, etc.

La integración de la Economía Naranja en nuestro país está constituida por ya miles de empresas, las cuales se distribuyen en los siguientes sectores y actividades desde arte y patrimonio: artes escénicas y espectáculos, turismo, industrias culturales convencionales como editorial (libros, periódicos), audiovisual con el cine, televisión, radio, TV, diseño de interiores, ilustración, joyería, juguetes, software de contenidos, publicidad dentro de muchas más.

México por sus raíces e historia es muy característico por sus vestimentas tradicionales, y desde esos puntos la creatividad sale a relucir, pero ahora depende de nosotros evolucionar esa creatividad, pues si se tienen prácticas tan bellas y especiales como estas artesanías que inclusive sobrepasan los

textiles para tomar forma en cualquier otro objeto también podrían tenerse grandes ideas de desarrollo local + exportación. Como un país que derrocha cultura, confiamos con gran arte mexicano pero muchas veces se malbarata, la mano de obra aquí es muy mal pagada, cuando la realidad es que en otros lugares esas obras de arte son más apreciadas muchas veces no solo en su precio sino en su esencia, pues se reconoce el esfuerzo de la persona, pero también su historia implicada.

El World Economic Forum, en solo 7 años, ya se ubicó del lugar #10 al #3 como la creatividad como habilidad más importante, después de la capacidad para resolver problemas y de pensamiento crítico, también según estudio reciente de McKinsey menciona que el 67 % de las empresas que fomentan la creatividad de manera formal en sus procesos de negocio, son más gracias al ciclo de investigación, pruebas y cada vez más sostenibilidad. A pesar de todo, debemos llevar más allá esta Economía Naranja, ¡¡que si bien en México es otra gran práctica que podríamos capitalizar mucho más, también debe buscarse llevar de la mano la generación de valor económico, valor social y valor ambiental... eso sería realmente Economía Naranja Sostenible!!

Las industrias creativas son un gran motor de innovación e impacto social, pues como dijo alguna vez Einstein: *La creatividad es la inteligencia divirtiéndose.* ●

