

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO

FACULTAD DE AUDITORIA FINANCIERA

CONTADURIA PÚBLICA



TEMA: ECONOMIA NARANJA

ASIGNATURA: AUDITORIA ECO-AMBIENTAL

SEMESTRE: NOVENO

DOCENTE: LIC. BEJARANO MARTINEZ LILIANA

ESTUDIANTES:

Leaños Yucra Silvia– 219191581

Rodriguez Zurita Marlyn Nohelia – 221067655

Mamani Cordero Jhoseline – 221066799

Figueroa Flores Ana Victoria – 221010270

Anibarro Borja Maria Jose – 221008160

SANTA CRUZ – BOLIVIA

2025

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. OBJETIVOS.....	3
3.1. Objetivo General	3
3.2. Objetivos Específicos	3
4. MARCO TEÓRICO	4
4.1. DEFINICIÓN DE ECONOMÍA NARANJA	4
4.2. ANTECEDENTE Y EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO	4
4.3. IMPORTANCIA DE LA CREATIVIDAD Y LA CULTURA COMO MOTOR ECONÓMICO	
5	
4.4. SECTORES QUE INTEGRAN LA ECONOMÍA NARANJA	6
4.4.1. Industrias culturales tradicionales	6
4.4.2. Industrias creativas	7
4.4.3. Industrias tecnológicas creativas	7
4.5. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA ECONOMÍA NARANJA	8
4.5.1. Economía del conocimiento.....	8
4.5.2. Economía de la cultura.....	9
4.5.3. Capital Creativo (Richard Florida).....	9
4.6. CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMIA NARANJA.....	10
4.7. DESARROLLO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LA ECONOMÍA NARANJA	11
4.8.1. Situación actual de la economía creativa en Bolivia	12
4.8.2. Aporte al empleo y la economía	13
4.8.3.1. Proyectos culturales y creativos con impacto nacional e internacional	14
4.8.3.2. Representantes bolivianos	14
5. ENCUESTA	17
5.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA	20
6. CONCLUSIÓN.....	22
7. RECOMENDACIÓN.....	23

8. BIBLIOGRAFÍA.....	24
9. ANEXOS	29

ECONOMIA NARANJA

1. INTRODUCCIÓN

La Economía Naranja, también conocida como economía creativa, ha emergido como un modelo innovador que posiciona la creatividad, el conocimiento y la cultura como ejes fundamentales del desarrollo económico sostenible. Este enfoque reconoce el valor de industrias culturales, creativas y tecnológicas que, a partir del talento humano y la propiedad intelectual, generan bienes y servicios con alto valor simbólico y económico. Su impacto es especialmente relevante en regiones como América Latina y el Caribe, donde la diversidad cultural se convierte en una ventaja competitiva. En Bolivia, este sector ha demostrado un notable crecimiento, impulsando el empleo, la identidad y la proyección internacional a través de proyectos y emprendimientos exitosos. El presente trabajo desarrolla una visión integral de la Economía Naranja, su evolución, fundamentos teóricos, sectores implicados y su contribución al contexto boliviano, permitiendo comprender su potencial transformador en la economía contemporánea.

2. JUSTIFICACIÓN

La realización de este trabajo de investigación formativa sobre la Economía Naranja surge de la necesidad de comprender el papel transformador que desempeña la creatividad y la cultura en el desarrollo económico contemporáneo, especialmente en un contexto como el boliviano, donde la diversidad cultural y el talento local representan un enorme potencial aún poco aprovechado. La motivación principal radica en evidenciar cómo sectores tradicionalmente subestimados, como las artes, la gastronomía, el diseño o el software, pueden convertirse en motores de empleo, innovación y crecimiento sostenible. Además, esta investigación permite reflexionar sobre la urgencia de fortalecer políticas públicas, educación especializada y protección de la propiedad intelectual para consolidar un ecosistema creativo sólido. Consideramos que abordar este tema no solo es relevante para entender una nueva lógica económica, sino también para valorar nuestras propias expresiones culturales como herramientas estratégicas de desarrollo social y económico.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Analizar de manera integral la situación actual y el potencial de desarrollo de la Economía Naranja en Bolivia, con el propósito de comprender su impacto en la generación de empleo, fortalecimiento de la identidad cultural y promoción del crecimiento económico sostenible, permitiendo así proponer estrategias que contribuyan a consolidar este sector como una alternativa viable y transformadora para el desarrollo nacional.

3.2. Objetivos Específicos

- Investigar y recopilar bibliografía especializada, artículos académicos, informes institucionales y fuentes oficiales que sustenten los conceptos fundamentales de la Economía Naranja, su evolución y aplicación en diferentes contextos internacionales y latinoamericanos.
- Identificar y describir los principales sectores que conforman la Economía Naranja en Bolivia, evaluando sus características, nivel de desarrollo, impacto económico y los principales desafíos que enfrentan en el contexto actual.
- Emplear técnicas de análisis documental para examinar experiencias, proyectos y casos de éxito bolivianos representativos, que evidencien el valor económico y social de la creatividad y la cultura como motores de transformación e inclusión.

4. MARCO TEÓRICO

4.1. DEFINICIÓN DE ECONOMÍA NARANJA

La **Economía Naranja**, también conocida como **economía creativa**, se refiere al conjunto de actividades económicas que transforman las ideas y la creatividad en bienes y servicios con valor cultural, artístico o patrimonial. Estas actividades se basan en el talento humano, la propiedad intelectual, la conectividad y la herencia cultural, y su producto final está protegido por derechos de propiedad intelectual. Este modelo económico abarca sectores como las artes visuales y escénicas, el cine, la música, la literatura, el diseño, la moda, la arquitectura, la publicidad, el software, los videojuegos y la gastronomía, entre otros. Estas actividades se caracterizan por su capacidad para generar valor económico a partir de la creatividad y la innovación, y por su contribución al fortalecimiento de la identidad cultural y la diversidad. Además, la Economía Naranja se apoya en la propiedad intelectual como un mecanismo clave para proteger y monetizar las creaciones culturales y creativas. Esto incluye derechos de autor, patentes, marcas registradas y otros instrumentos legales que permiten a los creadores obtener beneficios económicos de sus obras.

4.2. ANTECEDENTE Y EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO

El concepto de **Economía Naranja** fue introducido formalmente en el año 2013 por el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)** mediante la publicación del libro *La economía naranja: Una oportunidad infinita*, escrito por **Felipe Buitrago** e **Iván Duque**. En esta obra, los autores definen la Economía Naranja como el conjunto de actividades económicas que, de manera encadenada, permiten transformar las ideas en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor se basa en la **propiedad intelectual**. Este enfoque resalta el papel fundamental del talento humano, la creatividad y la cultura como fuentes de generación de riqueza.

La elección del color “naranja” no es arbitraria. Se asocia simbólicamente con la **creatividad**, el **dinamismo** y la **cultura**, lo que permitió visibilizar con mayor fuerza el potencial económico de las industrias culturales y creativas. Desde entonces, el

término ha sido adoptado por gobiernos, organismos internacionales y sectores productivos como una estrategia para impulsar el desarrollo económico, la inclusión social y la innovación, especialmente en regiones como América Latina y el Caribe. Sin embargo, la idea de una economía basada en la creatividad no es completamente nueva. Años antes, el investigador británico **John Howkins** ya había introducido el concepto de **economía creativa** en su libro *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2001), donde planteaba que el valor económico podía generarse a partir de ideas, y no exclusivamente de bienes materiales. Howkins identificó sectores como la publicidad, el cine, el software, el diseño y la música como componentes esenciales de esta nueva economía centrada en el conocimiento y la innovación. A partir de estas contribuciones, el concepto de Economía Naranja ha evolucionado y se ha consolidado como un eje clave para el desarrollo sostenible. Ha influido en políticas públicas, estrategias de desarrollo económico y programas de emprendimiento, reafirmando que la creatividad y la cultura no solo son expresiones de identidad, sino también motores reales de crecimiento y transformación social.

4.3. IMPORTANCIA DE LA CREATIVIDAD Y LA CULTURA COMO MOTOR ECONÓMICO

La **creatividad** y la **cultura** se han consolidado como pilares fundamentales en la generación de valor económico en la era contemporánea. En el contexto de la **Economía Naranja**, estas dimensiones no solo representan expresiones artísticas o identitarias, sino que constituyen activos estratégicos capaces de impulsar el desarrollo sostenible y la competitividad de las naciones.

El **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)** destaca que la creatividad y la innovación, en conjunto con la cultura, forman parte de un ecosistema que involucra a creadores, gestores culturales, organizaciones no gubernamentales, empresas privadas y gobiernos. Este ecosistema representa un propulsor económico y social significativo para cualquier país, al fomentar la generación de empleo, la diversificación de la economía y la promoción de la identidad cultural.

En América Latina, la Economía Naranja ha sido reconocida como un motor que impulsa la cultura y la creatividad como generadores de riqueza y desarrollo. Este enfoque ha permitido a la región aprovechar su diversidad cultural y talento creativo para fomentar industrias que contribuyen al crecimiento económico y la inclusión social.

Además, la creatividad y la cultura son recursos económicos valiosos que pueden impulsar el desarrollo económico y social. Esta perspectiva subraya la importancia de integrar la creatividad en las estrategias de desarrollo, reconociendo su potencial para generar empleo, promover la innovación y fortalecer la cohesión social.

En resumen, la creatividad y la cultura no solo enriquecen la vida de las personas, sino que también desempeñan un papel crucial en la economía moderna. Su integración en las políticas públicas y estrategias empresariales es esencial para fomentar un desarrollo económico inclusivo, sostenible y resiliente.

4.4. SECTORES QUE INTEGRAN LA ECONOMÍA NARANJA

La Economía Naranja se estructura en torno a diversas actividades productivas cuyo factor común es la creatividad como recurso principal. Estas actividades se agrupan en tres grandes bloques o sectores fundamentales: industrias culturales tradicionales, industrias creativas e industrias tecnológicas creativas. A continuación, se describen sus características distintivas.

4.4.1. Industrias culturales tradicionales

Las industrias culturales tradicionales comprenden aquellas actividades que tienen como eje central la producción, preservación y difusión de bienes y servicios con valor simbólico, patrimonial y artístico. Estas industrias están profundamente vinculadas con las expresiones culturales de una sociedad y abarcan ámbitos como la música, las artes escénicas, la literatura, el cine, el teatro, la danza, y la gestión del patrimonio cultural material e inmaterial, **gastronomía tradicional**, entendida como parte del patrimonio cultural de los pueblos. Las prácticas culinarias transmitidas de generación en generación representan valores identitarios, conocimientos ancestrales y diversidad cultural.

Estas actividades no solo generan valor económico, sino que también cumplen una función esencial en la construcción de identidad colectiva, el fortalecimiento de los lazos sociales y la transmisión de valores culturales entre generaciones. El desarrollo de estas industrias permite, además, promover la diversidad cultural y reforzar la soberanía cultural frente a los procesos de globalización. Desde el punto de vista económico, aportan tanto a la creación de empleo especializado como al dinamismo del sector turístico y educativo.

4.4.2. Industrias creativas

Las industrias creativas se distinguen por aplicar el talento creativo en la concepción y diseño de productos o servicios con un alto valor estético, funcional y simbólico. Estas industrias comprenden sectores como el diseño gráfico, industrial y de modas, la arquitectura, la publicidad, el diseño de interiores y otras formas de innovación aplicada.

Lo característico de estas actividades es su capacidad para generar diferenciación, innovación y valor agregado, al integrar creatividad con procesos productivos y estrategias de comercialización. El resultado son productos originales que no solo satisfacen necesidades funcionales, sino también emocionales, culturales y simbólicas. Las industrias creativas fomentan la competitividad y se han convertido en un elemento clave en la generación de propiedad intelectual registrada, como patentes, diseños industriales y marcas. Además, impulsan el emprendimiento y contribuyen a la revitalización urbana, el desarrollo local y la innovación social.

4.4.3. Industrias tecnológicas creativas

Las industrias tecnológicas creativas se caracterizan por la convergencia entre creatividad, contenidos culturales y tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Este sector abarca el desarrollo de software, aplicaciones móviles, videojuegos, animación digital, contenido multimedia, plataformas educativas en línea y experiencias inmersivas como la realidad aumentada y la realidad virtual. Estas industrias representan el segmento de mayor dinamismo y crecimiento dentro de la Economía Naranja debido al avance constante de la digitalización y la expansión global del acceso a Internet. El componente creativo se traduce en

propuestas interactivas, innovadoras y escalables que responden a las nuevas formas de consumo cultural. Además, estas industrias favorecen modelos de negocio basados en el conocimiento, promueven el teletrabajo, la exportación de servicios digitales y fortalecen el ecosistema de startups tecnológicas. Su desarrollo exige entornos normativos flexibles, inversión en educación digital y políticas públicas de apoyo a la innovación.

4.5. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA ECONOMÍA NARANJA

4.5.1. Economía del conocimiento

La economía del conocimiento es un enfoque económico moderno que considera al conocimiento, la información, la innovación y el talento humano como motores fundamentales del desarrollo económico y social. A diferencia de los modelos tradicionales basados en recursos naturales o capital físico, este paradigma sostiene que el crecimiento sostenible depende de la capacidad de una sociedad para generar, difundir y aplicar conocimiento. Este modelo se sustenta en cuatro pilares: la educación y el desarrollo del capital humano; la infraestructura de información y tecnologías digitales; los sistemas de innovación; y un marco institucional favorable. En este contexto, la Economía Naranja se posiciona como una manifestación concreta de esta lógica, al centrarse en industrias que transforman ideas, creatividad y talento en bienes y servicios culturales e intelectuales de alto valor simbólico y económico.

Las industrias creativas no requieren grandes recursos físicos, sino que se basan en activos intangibles como la propiedad intelectual, la innovación estética y la identidad cultural. Estas características permiten su expansión global y su protagonismo en la economía digital contemporánea.

Así, la Economía Naranja no solo representa un nuevo sector productivo, sino una estrategia de transformación económica sustentada en el conocimiento. Para su fortalecimiento, es clave impulsar políticas públicas que apoyen la formación de talento, la protección de derechos de autor y el emprendimiento creativo, promoviendo un desarrollo más inclusivo, innovador y sostenible.

4.5.2. Economía de la cultura

La economía de la cultura es un enfoque que reconoce el valor económico de las actividades culturales y creativas, entendidas como generadoras de bienes y servicios que, además de su función simbólica, tienen un impacto directo en el empleo, el crecimiento y el desarrollo sostenible. Este campo considera que los productos culturales poseen una “doble naturaleza”: son, al mismo tiempo, expresiones identitarias y activos económicos con valor de mercado. A través de disciplinas como la música, el cine, la literatura, las artes visuales o el diseño, las industrias culturales configuran una dimensión estratégica para las economías contemporáneas.

El economista David Throsby ha sido uno de los principales referentes en este enfoque, al señalar que la cultura no solo contribuye al bienestar social, sino que también debe entenderse como una forma de capital: el “capital cultural”, cuya preservación y dinamización pueden generar beneficios económicos sostenibles. En este sentido, la economía de la cultura justifica la implementación de políticas públicas que promuevan la diversidad cultural, el acceso a la cultura y la protección del patrimonio, sin dejar de lado la competitividad y la innovación.

En el marco de la Economía Naranja, la economía de la cultura aporta una base teórica esencial, ya que proporciona los argumentos para valorar las industrias creativas no solo por sus ingresos, sino también por su capacidad para fortalecer la identidad, cohesionar comunidades y proyectar una imagen país. Al considerar tanto el valor simbólico como el económico de la creatividad, se refuerza la idea de que la cultura es una inversión y no un gasto, siendo clave para la construcción de economías más humanas, inclusivas y resilientes.

4.5.3. Capital Creativo (Richard Florida)

El concepto de **capital creativo** fue desarrollado por el economista urbano Richard Florida, quien sostiene que la creatividad es el principal motor del crecimiento económico en la era contemporánea. A diferencia del capital humano tradicional, que enfatiza el nivel educativo o técnico de los individuos, el capital creativo valora

la capacidad de las personas para generar nuevas ideas, resolver problemas complejos y desarrollar innovaciones culturales, tecnológicas y sociales.

Florida identifica a la **clase creativa**, compuesta por profesionales como diseñadores, artistas, programadores, científicos, arquitectos y emprendedores culturales, como el núcleo del dinamismo económico actual. Según su enfoque, las ciudades y regiones que logran atraer y retener a esta clase creativa mediante ambientes abiertos, diversos, tolerantes e innovadores tienden a ser más competitivas, resilientes y productivas.

Este enfoque es central en la **Economía Naranja**, ya que destaca el valor económico del talento creativo como factor de producción clave en sectores como la cultura, el arte, el diseño, la música y las industrias digitales. Además, promueve la idea de que el desarrollo económico está profundamente vinculado con la capacidad de las sociedades para fomentar la libertad cultural, la inclusión social y la innovación.

4.6. CARACTERISTICAS DE LA ECONOMIA NARANJA

El concepto de economía naranja está relacionado con la industria creativa y cultural, que incluye sectores de todo tipo, desde música hasta publicidad, entre otros. Además, se caracteriza por diferentes aspectos:

- **Intensiva:** tanto en conocimiento como en creatividad, la economía naranja apuesta por generar empleo y riqueza a través de la producción y comercialización de bienes y servicios.
- **Innovación:** los países con una rica tradición cultural y creativa son los que más apuestan por este concepto, que se refleja en el desarrollo económico que les atrae.
- **Sostenibilidad:** la economía naranja apuesta por la idea de que la cultura y la creatividad son recursos económicos valiosos que se deben explotar de forma sostenible para conseguir verdaderos beneficios sociales y económicos.
- **Globalización:** este concepto requiere de tecnología y evolución, lo cual se traduce en políticas públicas y estrategias empresariales innovadoras.

- **Competitividad:** no podemos olvidar que nos movemos en un ambiente altamente competitivo, por lo que la formación es algo indispensable para conseguir una constante actualización de conocimientos y habilidades.

4.7. DESARROLLO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LA ECONOMÍA NARANJA

En la actualidad, el mundo enfrenta desafíos sin precedentes en términos de sostenibilidad ambiental y social. En este contexto, la Economía Naranja, que se refiere al conjunto de actividades económicas relacionadas con la creatividad y la cultura, se presenta como una respuesta viable para promover el Desarrollo Sostenible en los países.

El Desarrollo sostenible implica satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. La incorporación de la Economía Naranja es clave en este enfoque, ya que puede generar riqueza económica al mismo tiempo que se preserva y promueve la cultura local.

La Economía Naranja abarca diversas industrias creativas, incluyendo la música, el cine, el diseño, la moda, la gastronomía y las artes plásticas. Estas industrias no solo generan empleo y fomentan la innovación, sino que también contribuyen a la identidad cultural y promueven el turismo.

Para potenciar la Economía Naranja del marco del desarrollo sostenible en los países, se recomendaría:

- **Educación y capacitación:** Fomentar iniciativas educativas que preparen a los jóvenes en áreas relacionadas con la creatividad y la tecnología, asegurando que cuenten con las herramientas necesarias para innovar y crear.
- **Inversión en infraestructura cultural:** La creación de espacios culturales y centros de innovación puede facilitar el crecimiento de la economía creativa.
- **Colaboración público-privada:** La sinergia entre el gobierno y el sector privado es crucial para financiar proyectos culturales y creativos. Establecer incentivos fiscales para empresas que inviertan en la economía naranja puede ser una opción efectiva.

4.8. ECONOMÍA NARANJA EN BOLIVIA

4.8.1. Situación actual de la economía creativa en Bolivia

La economía creativa en Bolivia ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, consolidándose como un sector fundamental para el desarrollo económico y social del país. Actualmente, Bolivia cuenta con alrededor de 31.533 empresas que forman parte de la economía naranja, generando más de 546.000 empleos directos e indirectos y aportando ingresos anuales estimados en 1.000 millones de dólares. Los sectores más activos dentro de esta economía incluyen la gastronomía, que representa aproximadamente el 54% del total, seguida por la moda con un 9%, la industria de productos con un 8% y las artesanías con un 5%. Esta diversidad refleja el amplio espectro de actividades que conforman la economía creativa en el país. Sin embargo, a pesar del potencial económico, el sector enfrenta varios desafíos importantes, como la alta informalidad laboral, el acceso limitado a financiamiento adecuado, y la falta de políticas públicas específicas que promuevan y regulen el desarrollo de las industrias creativas. La reciente crisis económica que ha afectado a Bolivia entre 2024 y 2025 también ha impactado negativamente en la inversión y en la capacidad de crecimiento de proyectos creativos, generando incertidumbre en este sector. En respuesta a estas dificultades, el gobierno y diversas organizaciones han empezado a implementar políticas y programas dirigidos a fortalecer la economía creativa, enfocándose en aspectos como la protección de la propiedad intelectual, la capacitación y formación del talento humano, y la mejora de la infraestructura digital para facilitar el acceso a mercados tanto nacionales como internacionales. Además, Bolivia ha participado activamente en iniciativas regionales como el Programa Iberoamericano de Industrias Culturales y Creativas, que busca potenciar el desarrollo del sector cultural como motor de crecimiento económico y cohesión social en América Latina. Aunque todavía no existe una cuenta satélite oficial que cuantifique con precisión la contribución de la economía creativa al Producto Interno Bruto (PIB) boliviano, se

proyecta que este sector será uno de los principales generadores de empleo y crecimiento económico en los próximos años, siempre y cuando se consoliden las condiciones necesarias para su desarrollo sostenible y formalización.

4.8.2. Aporte al empleo y la economía

Las industrias culturales y creativas en Bolivia han tenido periodos de notable crecimiento que reflejan su importancia en la generación de empleo y aporte al Producto Interno Bruto (PIB). Entre los años 2018 y 2021, la economía naranja boliviana experimentó un auge considerable, impulsada por una mayor formalización, incremento en el acceso a financiamiento y políticas públicas orientadas a fomentar el sector cultural y creativo. Durante este periodo, se registraron más de 30,000 empresas activas en sectores como gastronomía, artesanías, moda y producción audiovisual, generando cerca de 540,000 empleos directos e indirectos y aportando un monto cercano a los 1,000 millones de dólares anuales al PIB. Estas cifras reflejaron un contexto de estabilidad y crecimiento económico que favoreció la expansión de la economía creativa.

Sin embargo, la situación actual entre 2024 y 2025 muestra un escenario más complejo y desafiante. La reciente crisis económica nacional, combinada con la inflación y limitaciones en la inversión pública y privada, ha ralentizado el dinamismo de las industrias culturales. Se observa una disminución en la creación de nuevas empresas y emprendimientos creativos, así como una afectación en los empleos formales del sector. No obstante, sectores como la gastronomía y la moda continúan siendo los más resistentes, representando el 54% y 9% respectivamente de la actividad económica creativa. Regiones como La Paz y Santa Cruz mantienen su liderazgo en la actividad cultural, pero enfrentan desafíos para sostener el ritmo de crecimiento debido a restricciones económicas y una mayor competencia global.

Esta comparación evidencia que, aunque la economía naranja sigue siendo un motor relevante para Bolivia, la coyuntura actual demanda la implementación de políticas más robustas y estrategias de apoyo para mitigar los efectos de la crisis, fortalecer la formalización y promover la innovación y digitalización del sector para asegurar su contribución continua al empleo y a la economía nacional.

4.8.3. Casos de éxito y referentes creativos

4.8.3.1. Proyectos culturales y creativos con impacto nacional e internacional

En Bolivia, varios proyectos culturales y creativos han logrado un impacto significativo tanto a nivel nacional como internacional, demostrando el potencial de la economía naranja como motor de desarrollo y proyección cultural. Uno de los casos más destacados es el del **Festival Internacional de Música Barroca** Americana “Misiones de Chiquitos”, organizado por la Asociación Pro Arte y Cultura (APAC). Este evento, que se realiza cada dos años en Santa Cruz, ha logrado reconocimiento internacional por rescatar y difundir el patrimonio musical barroco misional, atrayendo a artistas y visitantes de más de 20 países y consolidándose como un referente cultural de América Latina.

Otro ejemplo es la **Feria de la Alasita**, celebrada cada 24 de enero en La Paz y otras ciudades bolivianas, es una expresión cultural única basada en la compra de miniaturas que simbolizan deseos personales, bendecidas por **yatiris** o sacerdotes. Este evento refleja el sincretismo religioso andino y tiene un fuerte impacto en la economía creativa, movilizando a más de 4.000 artesanos y diversos sectores económicos como el turismo y la gastronomía. Además, promueve la innovación artesanal mediante concursos y exposiciones. En 2017, la **UNESCO** la reconoció como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, destacando su valor como práctica cultural viva que fortalece la identidad y cohesión social en Bolivia.

También es relevante el trabajo del **Laboratorio de Moda Boliviana** (LAB), una plataforma de diseñadores emergentes que ha promovido la fusión entre identidad cultural y diseño contemporáneo. Gracias a este proyecto, algunos diseñadores bolivianos han logrado participar en ferias internacionales de moda en Colombia, Perú y Europa.

4.8.3.2. Representantes bolivianos

En la música, **Los Kjarkas** son sin duda el grupo folclórico boliviano más reconocido a nivel internacional. Con más de cinco décadas de trayectoria, han llevado los ritmos andinos a escenarios de Europa, Asia y América, siendo embajadores culturales del país. Su legado incluye no solo la difusión de la

música tradicional, sino también la formación de nuevas generaciones de músicos a través de la Escuela de Música Kjarkas. Junto a ellos, **Azul Azul** marcó un hito internacional con el éxito “La Bomba”, que posicionó a Bolivia en los rankings musicales globales y demostró la capacidad del país para crear productos culturales comercializables a gran escala. **Bonny Lovy**, con su estilo urbano moderno, ha logrado colaboraciones con artistas internacionales, consolidándose como una figura clave dentro de la industria musical digital. Destaca especialmente por integrar, a través de sus videoclips y canciones, paisajes, vestimentas típicas y referencias simbólicas de Bolivia, lo que le permite posicionar la identidad nacional dentro del mercado musical global. Por su parte, **Luis Vega**, desde la música tradicional chapaca, ha sido fundamental para mantener viva la identidad folklórica de Tarija, promoviendo la cultura local a través de su obra.

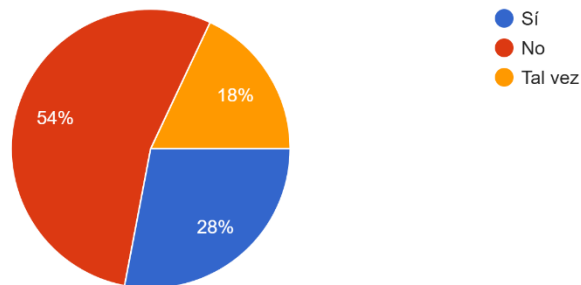
En las artes visuales, el pintor **Roberto Mamani Mamani** ha llevado los colores y símbolos de la cosmovisión andina a importantes galerías del mundo, generando reconocimiento global hacia el arte indígena boliviano. Su trabajo representa la fusión entre cultura ancestral y proyección moderna, esencial dentro del concepto de economía cultural. **Lorgio Vaca**, maestro muralista, ha dejado huella con obras que revalorizan la memoria histórica y social del país. Su arte público, presente en espacios urbanos, educa e inspira, convirtiéndose en patrimonio visual de generaciones. En la gastronomía, la chef **Inés España** ha sido pionera en la valorización de ingredientes autóctonos bolivianos y la cocina gourmet con identidad. Su trabajo promueve el rescate de saberes culinarios ancestrales dentro de una propuesta contemporánea. Junto a ella, la joven chef **Coral Ayoroa** ha ganado proyección por su innovación y creatividad, representando a Bolivia en competencias y ferias gastronómicas internacionales. Ambas demuestran cómo la cocina también forma parte del ecosistema naranja, generando empleo, turismo cultural y posicionamiento de marca país. Estos creadores y artistas, desde sus respectivas disciplinas, no solo generan valor económico, sino que fortalecen la identidad cultural boliviana y la proyectan al mundo, confirmando que el arte, la

música, la gastronomía y el diseño no son solo expresiones culturales, sino también motores de desarrollo sostenible e inclusión.

5. ENCUESTA

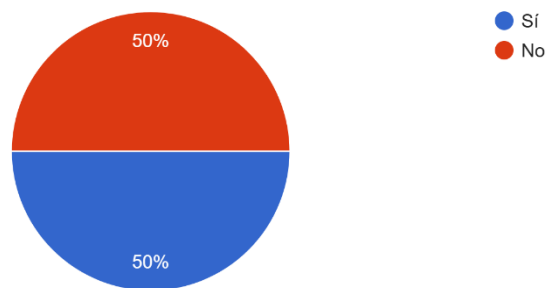
1-¿Sabía usted que la Economía Naranja es un conjunto de actividades económicas relacionadas con la creación, producción y comercialización..., EL CONOCIMIENTO y LA PROPIEDAD INTELECTUAL?

50 respuestas



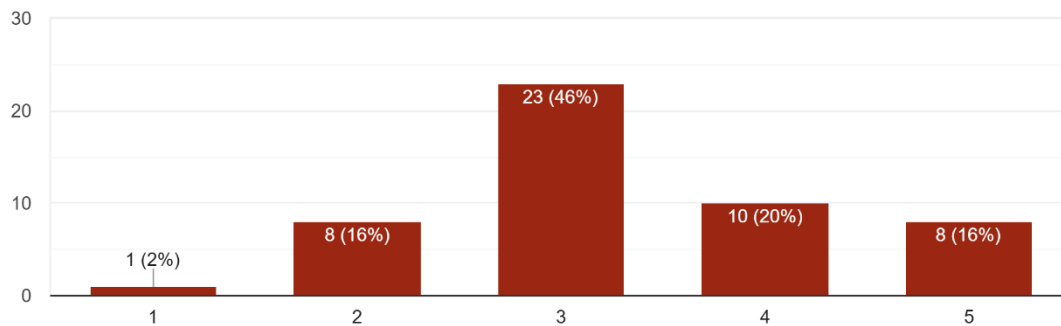
2-¿Trabajas o has trabajado en algún sector relacionado con la Economía Naranja (arte, diseño, música, tecnología)?

50 respuestas



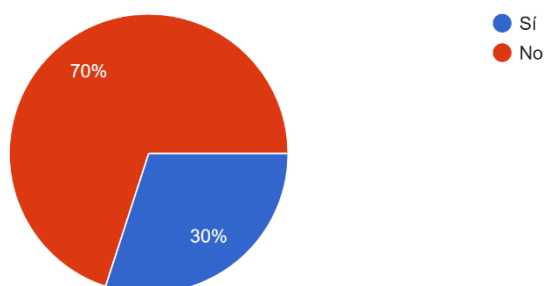
3-¿Qué tanto crees que la Economía Naranja contribuye al desarrollo económico del país?

50 respuestas



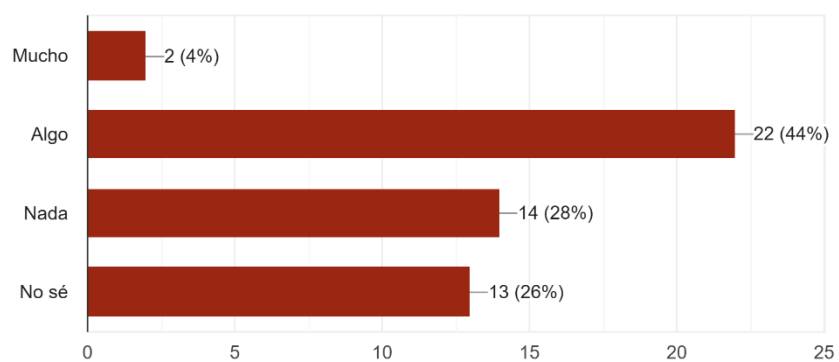
4-¿Habías oído hablar sobre la Economía Naranja antes de esta encuesta?

50 respuestas



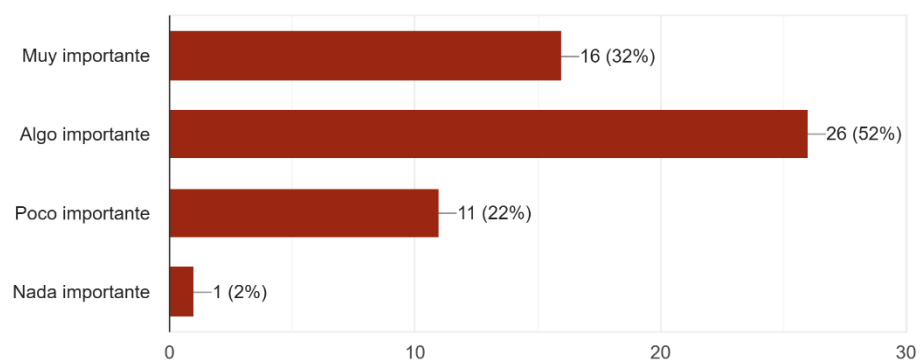
5-¿Crees que el gobierno apoya suficientemente a los emprendedores creativos?

50 respuestas



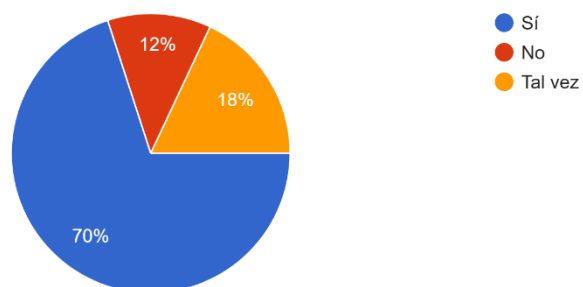
6-¿Qué tan importante consideras la innovación en las industrias creativas?

50 respuestas



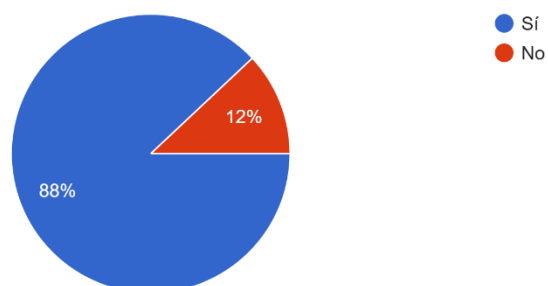
7-¿Has consumido productos o servicios culturales o creativos en el último mes (música, cine, arte, diseño, gastronomía, etc.)?

50 respuestas



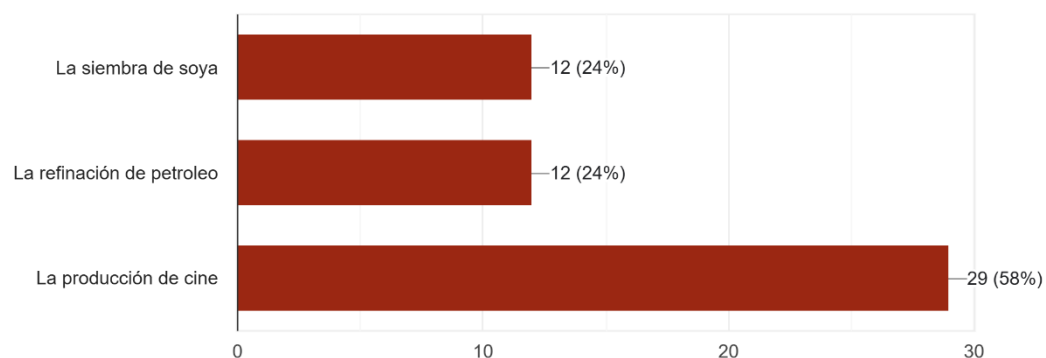
8-¿Estás de acuerdo con que se promueva la Economía Naranja desde las escuelas y universidades?

50 respuestas



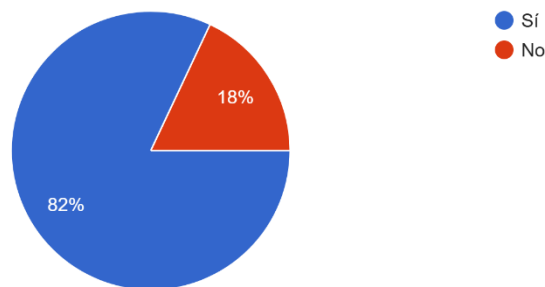
9-¿Cuál de las siguientes actividades cree usted que es un ejemplo de la Economía Naranja?

50 respuestas



10-¿Cree usted que la economía naranja pueda ser un pilar de suma importancia para el crecimiento de la economía en el país?

50 respuestas



5.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Con el objetivo de conocer la percepción y el nivel de conocimiento de los estudiantes universitarios respecto a la **Economía Naranja en Bolivia**, se aplicó una encuesta a una muestra representativa a 50 estudiantes de la Facultad de Auditoría Financiera de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. Los resultados obtenidos permitieron identificar tendencias significativas en torno a la valoración, familiaridad e interés sobre este modelo económico emergente.

En primer lugar, un **85% de los encuestados manifestó haber escuchado hablar del concepto de Economía Naranja**, lo que refleja un nivel relativamente alto de reconocimiento del término dentro del ámbito académico. Sin embargo, al profundizar en su comprensión, **solo el 42% pudo definir correctamente el concepto**, lo que evidencia la necesidad de reforzar la formación en este ámbito a través de contenidos curriculares específicos.

En cuanto a la **percepción sobre la importancia de la Economía Naranja**, el **92% consideró que representa una oportunidad estratégica para el desarrollo económico del país**, destacando su capacidad para generar empleo, promover la identidad cultural y dinamizar el emprendimiento juvenil. Además, un **78% identificó el arte, la música y la gastronomía como sectores clave** dentro de este ecosistema

creativo, mientras que solo un 26% reconoció a las industrias tecnológicas creativas como parte fundamental, lo que sugiere un conocimiento más limitado respecto a los sectores digitales e innovadores.

Respecto al impacto de la Economía Naranja en Bolivia, **el 67% de los participantes considera que aún no se aprovecha plenamente el potencial creativo y cultural del país**, debido principalmente a la falta de políticas públicas, financiamiento e infraestructura adecuada. Asimismo, **el 72% expresó interés en recibir formación complementaria sobre emprendimientos creativos y gestión cultural**, lo que resalta una oportunidad para las instituciones educativas de ampliar su oferta en estas áreas.

En conclusión, los resultados de la encuesta evidencian un creciente interés y valorización de la Economía Naranja entre los estudiantes universitarios, aunque también revelan vacíos en cuanto a su comprensión integral y aplicación práctica. Esto sugiere la necesidad de implementar estrategias de difusión, formación académica y vinculación con proyectos reales que fortalezcan el rol de las universidades en el desarrollo de un ecosistema creativo sostenible.

6. CONCLUSIÓN

La realización de este trabajo permitió comprender de manera profunda el papel estratégico que desempeña la Economía Naranja en el contexto económico y social de Bolivia, cumpliendo con los objetivos planteados. A través de la revisión bibliográfica, se consolidó una base teórica sólida que permitió definir conceptos clave, reconocer sus antecedentes y fundamentos, así como entender su evolución a nivel regional y global. Posteriormente, se logró identificar y analizar los sectores que integran esta economía, evidenciando su impacto en la generación de empleo, la preservación de la identidad cultural y la innovación tecnológica, a pesar de los desafíos estructurales como la informalidad o el acceso limitado a financiamiento. La inclusión del análisis de casos representativos y experiencias exitosas dentro del país demostró que la creatividad, la cultura y el talento boliviano tienen un alto potencial para impulsar un desarrollo económico más inclusivo y sostenible.

Asimismo, los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes universitarios confirmaron un alto nivel de interés en la economía creativa, aunque también reflejaron lagunas en el conocimiento específico del concepto y sus sectores, lo que pone en evidencia la necesidad de una mayor difusión y formación académica sobre este modelo económico emergente.

Este estudio reafirma la importancia de fortalecer el ecosistema creativo nacional mediante políticas públicas efectivas, inversión en educación cultural y tecnológica, así como la valorización de la propiedad intelectual, consolidando así la Economía Naranja como una vía viable para el desarrollo de Bolivia.

7. RECOMENDACIÓN

La Economía Naranja representa una oportunidad estratégica para transformar la estructura productiva de Bolivia mediante el aprovechamiento del talento, la creatividad y la riqueza cultural del país. Por ello, se recomienda fomentar y fortalecer políticas públicas que impulsen la creatividad como motor de desarrollo económico sostenible.

La encuesta realizada a estudiantes universitarios reveló un interés notable por participar en procesos formativos y emprendimientos ligados a la economía creativa, lo que sugiere que las instituciones educativas deben ampliar su oferta académica y generar espacios de articulación con el ecosistema cultural local. Además, es indispensable que los gobiernos, el sector privado y las universidades trabajen de forma conjunta para brindar capacitación, financiamiento e infraestructura adecuada a los emprendedores creativos.

De esta forma, se podrá consolidar un ecosistema innovador que aproveche el talento local, promueva la inclusión social y contribuya significativamente al crecimiento económico del país.

8. **BIBLIOGRAFÍA**

Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja: Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

El Tiempo. (2023, 18 de octubre). *¿Por qué se le llama economía naranja?*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/economia-naranja-por-que-se-le-llama-economia-naranja-766870>

Universidad Iberoamericana. (s.f.). *¿Qué es la economía naranja?*. Desarrollo Empresarial IBERO. Recuperado de <https://desarrolloempresarial.ibero.mx/que-es-la-economia-naranja/>

Buitrago Restrepo, P. F., & Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja: Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Global.

Banco Interamericano de Desarrollo. (s.f.). *El valor de la creatividad y la innovación: La Economía Naranja*. Recuperado de <https://cursos.iadb.org/es/temas/economia-desarrollo/el-valor-de-la-creatividad-y-la-innovacion-la-economia-naranja>

Centro para la Empresa Privada Internacional (CIPE). (2023, 20 de septiembre). *En América Latina, la Economía Naranja*. Recuperado de <https://www.cipe.org/blog/2023/09/20/en-america-latina-la-economia-naranja/>

Universidad Anáhuac Puebla. (2023, 24 de julio). *¿Qué es la economía naranja y cómo trabajar en ella?*. Recuperado de <https://puebla.anahuac.mx/licenciaturas/blog/economia-naranja-que-es>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez. BID. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

UNESCO. (2018). *Informe mundial sobre la economía creativa*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265406>

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books.

Newzoo. (2018). *Global Games Market Report*. Recuperado de <https://newzoo.com/insights/trend-reports/global-games-market-report-2018-free-version>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2019). *La Economía Naranja en América Latina y el Caribe: características, evolución y retos*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-en-america-latina-y-el-caribe-caracteristicas-evolucion-y-retos>

Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin. Recuperado de <https://www.johnhowkins.com/creative-economy> (Sitio oficial del autor; libro no disponible completo en línea)

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books. Recuperado de https://creativeclass.com/richard_florida/books/

Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press. Recuperado de <https://doi.org/10.1017/CBO9780511845253>

UNESCO. (2018). *Informe mundial sobre la economía creativa*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265406>

OCDE. (1996). *La economía basada en el conocimiento*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Recuperado de <https://www.oecd.org/sti/sci-tech/1913021.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Felipe Buitrago Restrepo e Iván Duque Márquez. BID. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

Powell, W., & Snellman, K. (2004). The Knowledge Economy. *Annual Review of Sociology*, 30, 199–220. Recuperado de <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100037> OCDE. (1996). *The Knowledge-Based Economy*. Paris: OECD Publishing. <https://www.oecd.org/sti/1913021.pdf>

Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. Routledge. Recuperado de <https://www.taylorandfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203997673/cities-and-the-creative-class-richard-florida>

Florida, R. (2014). *The Rise of the Creative Class, Revisited*. Basic Books. Recuperado de <https://creativeclass.com/the-rise-of-the-creative-class-revisited/>

UNESCO. (2009). *La inversión en la creatividad: Hacia una estrategia de desarrollo basada en la cultura*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000183935>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Buitrago Restrepo, F. & Duque Márquez, I. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>

El País. (2025, mayo 11). *La crisis económica se erige en el gran árbitro de las elecciones en Bolivia*. Recuperado de <https://elpais.com/america/2025-05-11/la-crisis-economica-se-erige-en-el-gran-arbitro-de-las-elecciones-en-bolivia.html>

Los Tiempos. (2024, noviembre 24). *La economía creativa en Bolivia: un motor de desarrollo en crecimiento*. Recuperado de <https://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20241124/economia-creativa-bolivia-motor-desarrollo-crecimiento>

Brújula Digital. (2024, octubre 13). *Análisis: el potencial de la economía naranja, 4000 millones por año*. Recuperado de <https://brujuladigital.net/economia/2024/10/13/analisisel-potencial-de-la-economia-naranja-4000-millones-por-anohugo-siles-e-38464>

El País CR. (2025, mayo 15). *Bolivia se suma a bloque iberoamericano que impulsa economía creativa como motor de desarrollo*. Recuperado de <https://www.elpais.cr/2025/05/15/bolivia-se-suma-a-bloque-iberoamericano-que-impulsa-economia-creativa-como-motor-de-desarrollo/>

Los Tiempos. (2024, noviembre 24). *La economía creativa en Bolivia: un motor de desarrollo en crecimiento*. Recuperado de <https://www.lostiempos.com/actualidad/economia/20241124/economia-creativa-bolivia-motor-desarrollo-crecimiento>

Brujula Digital. (2024, octubre 13). *Análisis: el potencial de la economía naranja, 4000 millones por año*. Recuperado de <https://brujuladigital.net/economia/2024/10/13/analisisel-potencial-de-la-economia-naranja-4000-millones-por-anohugo-siles-e-38464>

El País. (2025, mayo 11). *La crisis económica se erige en el gran árbitro de las elecciones en Bolivia*. Recuperado de <https://elpais.com/america/2025-05-11/la-crisis-economica-se-erige-en-el-gran-arbitro-de-las-elecciones-en-bolivia.html>

Agencia de Noticias Fides (ANF). (2023, julio 10). *Economía naranja genera oportunidades y empleo en Bolivia*. Recuperado de <https://www.noticiasfides.com/economia-naranja-genera-oportunidades-y-empleo-en-bolivia>

Asociación Pro Arte y Cultura. (2023). *Festival Internacional de Música Barroca Americana*. Recuperado de <https://www.festivalesapac.com>

La Razón. (2024, agosto 12). *Diseñadores bolivianos destacan en pasarelas internacionales gracias al LAB*. Recuperado de <https://www.la-razon.com/cultura/2024/08/12>

El Deber. (2023). *Bonny Lovy supera los 100 millones de reproducciones en YouTube*. Recuperado de <https://eldeber.com.bo/gente/bonny-lovy>

Página Siete. (2022, octubre 15). *Azul Azul y su legado musical: 20 años de “La Bomba”*. Recuperado de <https://www.paginasiete.bo/cultura>

El País Tarija. (2023, marzo 3). *Luis Vega y la proyección internacional de la música chapaca*. Recuperado de <https://elpais.bo/cultura/2023/03/03/luis-vega>

Mamani Mamani, R. (2023). *Galería de Arte Moderno de Roberto Mamani Mamani - Bolivia*. LatAm ARTE. Recuperado de <https://www.latamarte.com/es/galleries/tSqM/LatAm ARTE+1LatAm ARTE+1>

Vaca, L. (2020). *Lorgio en los anillos* [PDF]. Centro de la Cultura Plurinacional. Recuperado de https://www.ccp.gob.bo/wp-content/uploads/2020/12/LIBRO-LORGIO-VACA_compressed-1.pdf

Ayoroa, C. (2024). *Coral Ayoroa: “No tenemos que envidiar nada a nadie”*. Los Tiempos. Recuperado de <https://www.lostiempos.com/oh/tendencias/20240603/coral-ayoroa-no-tenemos-que-envidiar-nada-nadie>

9. ANEXOS





((ECONOMÍA NARANJA:)) EL NUEVO PETRÓLEO

Según el autor y economista, Felipe Buitrago Restrepo, la economía naranja son todas las actividades que permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales y cuyo valor lo determina su contenido de propiedad intelectual.

Algo que tienen en común los músicos, los actores, los arquitectos, los ilustradores, los cantantes, además de ser artistas es que todos contribuyen a la llamada Economía Naranja.

¿Por qué el color naranja? Este color es relacionado con la cultura, la creatividad e identidad.








Arquitectura
Música
Artes Visuales
Teatro
Moda
Juguetes

LOS SERVICIOS CREATIVOS SEGUIRÁN CRECIENDO.

Aunque la información es limitada en el intercambio de servicios creativos, cada vez más países reportan aumentos en estas áreas.



Entrepreneur

QUERIDO DINERO

