

ECOSISTEMA NARANJA.

ARTICULACIÓN DE
LAS INDUSTRIAS
CREATIVAS
A INTERESES
TERRITORIALES
SOSTENIBLES

*CULTURAL AND CREATIVE ECOSYSTEM.
ARTICULATION OF CREATIVE INDUSTRIES
TO SUSTAINABLE TERRITORIAL INTERESTS*



[Redacted]

[Redacted]

Juan-Diego López-Medina

[Redacted]

Docente Corporación Universitaria Remington
y Universidad Católica Luis Amigó

Publicista Universidad Pontificia Bolivariana,
Magíster en Administración de Negocios con
especialidad en gestión integrada de la calidad,
seguridad y medio ambiente – Universidad Viña
del Mar, Doctor degree in Visual Communication –
Presley University.

Correo electrónico:

juan.lopez@uniremington.edu.co

Fecha recepción: 08-11-2021

Fecha de aprobación: 18-11-2021

Resumen

El propósito es indagar entre marcas o compañías que, por asuntos de la pandemia, tuvieron que reformularse o nacieron a partir del desempleo resultante por la suspensión comercial y económica. La indagación busca identificar en la realidad de las empresas del ecosistema naranja (básicamente en artes y diseño), qué elementos de la economía circular (Las 9 R, se agrega una décima) aplican y en qué medida aportan al cumplimiento de 3 Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS - establecidos por las Naciones Unidas (8. Trabajo decente y crecimiento económico; 9. Industria, innovación e infraestructura; 12. Producción y consumo responsables).

Aunque son ampliamente conocidos los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, el proyecto se limita a los 3 mencionados anteriormente, dado que la indagación preliminar da cuenta de un desconocimiento al respecto del tema por parte de los emprendimientos y se considera que los seleccionados, son con los que las organizaciones que participen voluntariamente estarán más familiarizadas. Además, se pretende identificar si existe alguna articulación con planes de desarrollo territoriales y a su vez, si dichos planes contemplan dentro de sus líneas de acción, el fomento a las industrias creativas.

El proceso de trabajo de campo, apunta a la producción de un capítulo de libro que evidencie el estado de acercamiento a los principios de economía circular de manera natural y empírica, es decir, sin intervenir ni informar previamente a las entidades en qué consiste la economía circular para no afectar el comportamiento de las categorías de análisis en una investigación cualitativa naturalista. Además, un libro que describe a partir del trabajo de campo las 10 R y 2 C de la economía circular aplicada en este caso a las industrias del ecosistema naranja.

Palabras clave:

Industrias Creativas, Ecosistema Naranja, Plan de Desarrollo, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Economía Circular.

Abstract

The purpose is to inquire between brands or companies that, due to the pandemic, had to be completely reformulated or were born from the unemployment resulting from commercial and economic suspension. The research seeks to identify in the creative and cultural ecosystem companies context (basically in arts and design), what elements of the circular economy (The 9 Rs, it adds a tenth) apply and how much they contribute to the fulfillment of 3 sustainable development goals (8. Decent work and economic growth; 9. Industry, innovation and infrastructure; 12. Responsible consumption and production).

Although 17 Sustainable Development Goals are widely known, the project is limited to the 3 mentioned above, since the preliminary investigation reveals a lack of knowledge about the subject by the enterprises and it is considered that the selected are the ones with which organizations that participate voluntarily will be more familiar. In addition, it is intended to identify if there is any articulation with territorial development plans and at the same time, if said plans include within their lines of action, the promotion of creative industries.

The fieldwork process aims at the production of a book chapter that evidences the state of approach to the principles of circular economy in a natural and empirical way, that is, without intervening or previously informing the entities of what the economy consists of. circular so as not to affect the behavior of the analysis categories in a qualitative naturalistic research. In addition, a book that describes from field work the 10 Rs and 2 Cs of the circular economy applied in this case to the industries of the creative and cultural ecosystem.

Keywords:

Creative Industries, Creative and cultural Ecosystem, Development Plan, Sustainable Development Goals, Circular Economy

Introducción

A partir de las preocupaciones de la UNESCO, se definen en el marco del denominado Pacto Global los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Martínez-Leucona et al., 2020; Lopera Quiroz, 2020; Pacto Global Red Colombia, 2018), que definidos en 17 frentes, aspiran que para 2030, la existencia en el planeta sea adecuada a la producción de recursos y sostenimiento de la civilización como se conoce. En el caso del presente proyecto, se pretende abordar la observación de los siguientes:

- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 9. Industria, innovación e infraestructura
- 12. Producción y consumo responsables

Se seleccionan los objetivos anteriores, debido a que son los que mayor relación tienen con el emprendimiento de nuevas empresas. En este caso, producto de la contingencia sanitaria que vive el planeta por la pandemia de COVID-19 (Chaccour, 2020; OECD, 2021). Las empresas a considerar serán aquellas que nacieron gracias a factores previos como desempleo o iliquidez financiera de empresas, independientes y empleados, como ejemplos hipotéticos: un piloto de avión es despedido de la empresa y recurre al rediseño de su casa para ofrecerla como es-

pacio de *coworking*; o un abogado litigante, al ver suspendidas las actividades judiciales, funda una empresa de fabricación y venta de tapetes para desinfección de accesos; se considerarán también compañías que se vieron en la necesidad de hacer reingeniería a sus procesos para sostener actividades bajo la misma categoría comercial, o generando producción en nuevas categorías dentro del concepto de ecosistema naranja (Katz, 2015).

Indagando sobre los conceptos de economía circular (Engelage et al., 2016; Esposito et al., 2018; Isabel Lamonedá, 2016) en el contexto particular de emprendimientos emergentes, se busca identificar qué claridad y aplicación tienen dichos conceptos en su quehacer. De manera naturalista y sin advertir a las personas participantes, se procurará establecer un grado de acercamiento a las prácticas de la economía circular, que favorecen el cumplimiento de los ODS seleccionados.

Posiblemente muchos de estos emprendimientos emergentes (no planeados, resultado de la emergencia económica) no fueron pensados desde la sostenibilidad (García Navarro y Granda Revilla, 2020; López-Medina y París Restrepo, 2017; Uribe-Macías et al., 2017), impacto ambiental (Kok y See, 2014; Mingorance Jiménez, 1995; Rendón López et al., 2018) y desarrollo social (Casani et al., 2012; Max-Neef, 2006; Mira-

bal González, 2019), sin embargo, con el acompañamiento en el trabajo de campo, se podrán identificar tácticas dentro de la cadena de valor (Bedoya Jiménez et al., 2019; Casani et al., 2012; Kotler, 2001), que ayuden a entender mejor sus propios procesos y optimizar los recursos que, además, bajo el concepto de la economía circular, pueden generar redes de cooperación y alianzas estratégicas entre las nuevas organizaciones que faciliten gestar otras dinámicas productivas más responsables y acordes a los lineamientos de sostenibilidad y bienestar social que plantea el Pacto Global.

El acercamiento a estos emprendimientos emergentes, busca, además, que se conviertan en evangelizadores (Fetherstonhaugh, 2009; Mulla, 2015) de las prácticas de economía circular y así, favorezcan su difusión y aplicación en diferentes contextos productivos y de servicios. Por ende, se propuso establecer la relación entre las prácticas de economía circular y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible por parte de emprendimientos emergentes en el contexto del ecosistema naranja.

Metodología

El presente proyecto de investigación es cualitativo de corte naturalista, cuyo alcance es descriptivo. Mediante las técnicas de investigación

social de interaccionismo simbólico, pretende indagar en la práctica de la economía circular, aplicando instrumentos cuantitativos como la encuesta y cualitativos como la entrevista y acción participativa (Álvarez-Gayou, 2003; Hernández Sampieri et al., 2010; Vasilachis de Gialdino, 2006).

El desarrollo del trabajo de campo se realizó con participantes voluntarios que previamente conocieron los propósitos y filiaciones del proyecto de investigación. En el trabajo de campo no participan menores de edad. Para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos se contará con el consentimiento informado incorporado en los cuestionarios respectivos.

Descripción de la unidad de análisis

Emprendimientos emergentes por efecto de la crisis económica durante la pandemia de COVID-19 (2020-2021) que ofrecen productos o servicios en el contexto del ecosistema naranja.

Categorías de análisis

Como se expresan en la tabla 1:

Bajo el concepto de la economía circular, pueden generar redes de cooperación y alianzas estratégicas entre las nuevas organizaciones que faciliten gestar otras dinámicas productivas más responsables.

Tabla 1.

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO	CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE - ODS
Nombre	Comunicación	8. Trabajo decente y crecimiento económico
Tamaño de la empresa	Cooperación	9. Industria, innovación e infraestructura
Tiempo de existencia	Repensar	12. Producción y consumo responsables
Categoría dentro de las industrias creativas, deportivas y culturales	Rediseñar	
Servicio/producto que ofrece	Refabricar	
	Reparar	
	Redistribuir	
	Reducir	
	Reutilizar	
	Reciclar	
	Recuperar	
	Reclasificar	

Población y muestra

La población se constituye por emprendimientos locales (que pueden tener alcance regional, nacional o internacional) que por efecto de la crisis económica, ofrecen productos o servicios en el contexto del ecosistema naranja (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013; CNN Español, 2018; Mincultura, n.d.). La muestra es no probabilística seleccionada a conveniencia mediante la técnica de bola de nieve (Álvarez-Gayou, 2003; Gordo López & Serrano Pascual, 2008; Martínez Miguélez, 2004). Se espera contar con la participación de al menos 9 emprendimientos que permitan procesar datos en un estudio de caso comparado.

Resultados

Desde que la UNESCO decidió formalizar su preocupación por el desarrollo social y la sostenibilidad, materializando los intereses globales en los 17 ODS, la investigación académica se ha sintonizado con dichos Objetivos para apoyar las iniciativas de los diversos sectores económicos para minimizar el impacto ambiental.

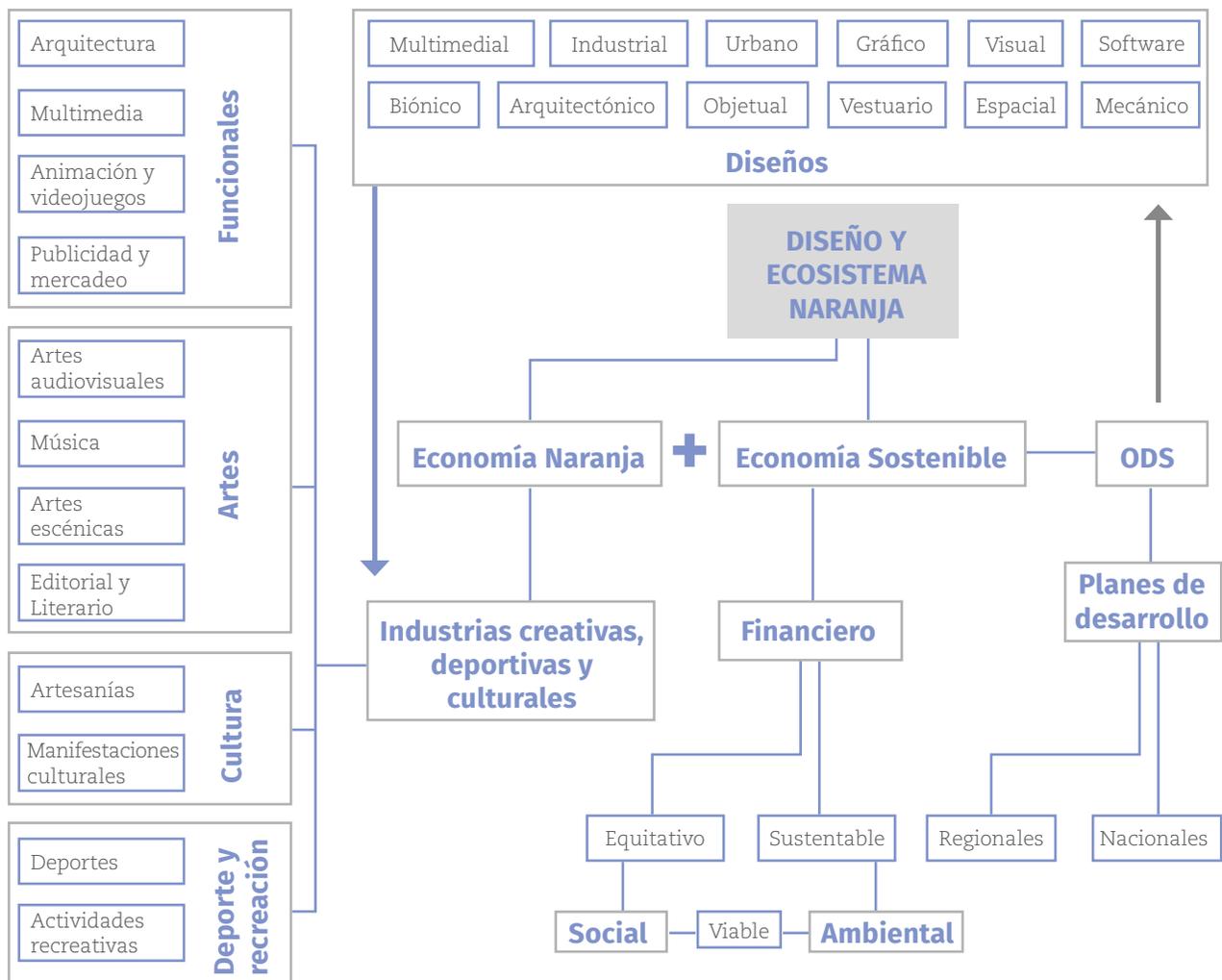
Por otra parte, y como derivación de las preocupaciones anteriores, se fomentan en diferentes lugares del mundo, prácticas económicas que, si bien no son nuevas, lo novedoso es estructurarlas y contextualizarlas en las dinámicas contemporáneas y tecnológicas propias de nuestras generaciones.

Otras preocupaciones, devienen de sectores del conocimiento y productivos que tradicionalmente han sido de alguna manera menospreciados, por no hacer parte de las popularmente conocidas como ciencias duras o exactas (Consejo Nacional de Ciencia, 2015); el arte y manifestaciones afines como la cultura, recreación y deporte, toman fuerza (cultural, económica, comercial y académica) y empiezan a ser llamadas industrias creativas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017; Castro-Higueras, 2018; Red

de Industrias Creativas, 2017), nombre que aflora desde las industrias del entretenimiento que cobijan básicamente la producción audiovisual, multimedial, interactiva y lúdica, pero que se extiende a otras áreas.

El siguiente mapa conceptual (Figura 1), ilustra la relación entre cada uno de los asuntos descritos anteriormente y que se convierten en el foco de este proyecto de investigación.

Figura 1.
ECOSISTEMA NARANJA



El concepto de Ecosistema Naranja, que parte de la idea de Economía Naranja, busca incorporar en las dinámicas de las actividades que se desarrollan en las industrias creativas, aspectos de gestión empresarial que faciliten a las organizaciones, alinearse con los procesos de planeación (Departamento Nacional de Planeación, 2018; Gaviria Correa, 2020) y desarrollo territorial (Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, 2010) a través de la incorporación en sus propios planes de acción, de líneas de trabajo expresadas en los planes de desarrollo de entidades de administración pública como alcaldías o gobernaciones, pues el desarrollo social (más que desarrollo económico) (Barrero y Baquero, 2020; Mirabal González, 2019) busca integrar acciones estratégicas rumbo a la sostenibilidad, y por ello, las líneas de acción de dichos planes territoriales involucran aspectos financieros, ambientales y sociales (López-Medina, 2020; Orozco y Muñoz, 2019).

Para las industrias creativas, se ofrecen oportunidades de consolidación, crecimiento y expansión, cuando evidencian propuestas de impacto positivo en lo ambiental y social, pues lo financiero, deberá estar asentado de manera *a priori* para la viabilidad de productos, servicios y proyectos emanados de las artes, diseños, manifestaciones culturales, deportivas y de entretenimiento.

La persistencia y fortalecimiento de las industrias creativas, deberá considerar que estas, son también organizaciones que se ven afectadas y afectan a otros sectores económicos. Es decir, por ejemplo una empresa de logística y producción de espectáculos, depende e impacta al sector turístico y a otros del sector secundario en categorías como licores, alimentos, vestuario; o el terciario como transporte, servicios públicos y tributación (Leal & Quero, 2011).

Otras preocupaciones, devienen de sectores del conocimiento y productivos que tradicionalmente han sido de alguna manera menospreciados, por no hacer parte de las popularmente conocidas como ciencias duras o exactas (Consejo Nacional de Ciencia, 2015); el arte y manifestaciones afines como la cultura, recreación y deporte, toman fuerza (cultural, económica, comercial y académica) y empiezan a ser llamadas industrias creativas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017; Castro-Higueras, 2018; Red de Industrias Creativas, 2017),

Esta codependencia, muchas veces, no es prevista por emprendimientos que aún siendo buenas ideas, se lanzan al mercado sin asidero en el ecosistema propuesto. Es decir, no consideran en su propia cadena de valor, aspectos tendientes a evidenciar responsabilidad social empresarial en su quehacer; mucho menos, la incorporación de prácticas productivas inmersas en la economía social con miras a la sostenibilidad (Bedoya Jiménez et al., 2019; Casani et al., 2012). Este “descuido” implica que si la industria creativa pretende superar su alcance territorial y aumentar su impacto social, la comunidad internacional revisará si las actividades creativas logran indicadores positivos con respecto a la responsabilidad social empresarial, valor compartido (Bedoya et al., 2020; López-Medina et al., 2019; Muñoz-Martín, 2013) y prácticas de economía circular, orientados – tal vez no al cumplimiento, pero sí al ejercicio misional – de algunos Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por otro lado, los desarrollos tecnológicos inmersos en la revolución industrial 4.0 (Cala López, 2019; González-Páramo, 2017; Schwab, 2017), que globalmente impulsan y presionan al rediseño de procesos y productos en función de la optimización, inmediatez, usabilidad y pertinencia de servicios y productos creativos de alcance internacional, abren oportunidades a emprendimientos que pueden lograr impactar públicos de cualquier otro lugar del mundo; las industrias creativas ahora, no tienen límites territoriales, sin embargo, en sus territorios de operación, deberán procurar relaciones y alianzas con otras industrias creativas, que les faciliten competir con organizaciones a nivel internacional. Así por ejemplo, desde Colombia se logra participar de proyectos colaborativos en los que se contribuye con la producción de animaciones, programación de videojuegos

y aplicaciones móviles, posproducción audiovisual e incontables aportes en procesos intermedios en el mundo del entretenimiento (Rodríguez Acevedo, 2019).

También, en los sectores relativos a lo cultural como las manifestaciones artísticas y artesanales, es fundamental establecer un esquema de producción cuya trazabilidad evidencie prácticas sostenibles que generen valor agregado al producto (López-Medina, 2017). Por ejemplo, no basta con fabricar mochilas wayú (Sistema de Información para la Artesanía Siart, 2014), estas deberán respetar las tradiciones, ser fabricadas por auténticas comunidades amerindias propias del territorio, con materiales preferiblemente orgánicos y locales y cuya comercialización redunde también en generar valor compartido. No es bien visto (y puede llegar a ser ilegal) que alguien ajeno a la comunidad Wayú fabrique, comercialice y genere ganancias con las mochilas, sin tener en cuenta el arraigo y tradición propios de los pueblos guajiros. El respeto y fomento de las tradiciones culturales, son un aspecto altamente relevante en el fortalecimiento del ecosistema naranja.

Finalmente, y como factor destacable dentro del ecosistema naranja, se cuenta con personalidades cuyo impacto mediático es altísimo, como artistas y deportistas que por su desempeño, conquistan espacios internacionales, son patrocinados por marcas de alto posicionamiento y son legitimadores, no solamente de marcas de su uso regular, sino, de las expresiones sociales, económicas, comerciales y culturales de su arraigo particular. Cantantes, actores y deportistas colombianos reconocidos dentro y fuera del país, favorecen comunidades vulnerables a través de fundaciones sociales y actividades que propenden por la equidad y sustentabilidad.

Cada una de estas personalidades se constituye en sí misma (como marca) en una gran empresa que genera empleo, que afianza nexos entre diferentes industrias creativas y que abren camino a otros talentos para hacer lo propio con respecto a su reconocimiento nacional o internacional y generar acciones de RSE, economía social y sostenibilidad (La Nota Positiva, 2021).

Consideración final

El ecosistema naranja durante diferentes momentos ha sido considerado accesorio en términos económicos, dado que su producto final no resulta necesario desde la mirada de otros sectores productivos. Sin embargo, con los cambios sufridos durante la pandemia (que aún no termina) se hizo evidente cómo la suspensión de actividades turísticas, culturales, recreativas y deportivas, afectó a otros sectores.

Por ejemplo, la suspensión de espectáculos y actividades deportivas, significó también la reducción sustancial de captación de impuestos para el sector salud y educación, por lo tanto, la reducción en las actividades de las industrias creativas, indirectamente afectan otras instituciones que deberán garantizar el bienestar social (Corresponsalía de Buenos Aires, 2020; Marketing y Finanzas, 2017; Portafolio, 2018; Ramírez, 2020; Trapé, 2020).

Este ecosistema es entonces, un engranaje importante en las economías globales, no se puede prescindir de él ni pretender que funcione por sí mismo, la articulación entre industrias creativas y los diferentes contextos en que operan, enriquecen otros sectores económicos y dinamizan mercados.

También, en los sectores relativos a lo cultural como las manifestaciones artísticas y artesanales, es fundamental establecer un esquema de producción cuya trazabilidad evidencie prácticas sostenibles que generen valor agregado al producto (López-Medina, 2017).

Referencias

- » Álvarez-Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*. Paidós Educador
- » Banco Interamericano de Desarrollo (2017). *Industrias creativas y culturales para el desarrollo económico de América Latina y el Caribe* [vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=E8eo9nw0qPU>
- » Barrero, D., y Baquero, F. (2020). Objetivos de Desarrollo Sostenible: un contrato social posmoderno para la justicia, el desarrollo y la seguridad. *Revista Científica General José María Córdova*, 18(29), 113–137. <http://dx.doi.org/10.21830/19006586.562>
- » Bedoya Jiménez, M. A.; López-Medina, J.-D.; Quintero Arango, L. F., y Martínez Gómez, J. (2019). Diseño de una estrategia de valor compartido para el proyecto minero Danazul Gold [memorias]. En el XXII Encuentro Nacional de Investigación (p.20). Universidad Católica Luis Amigó y Universidad de Medellín.
- » Bedoya, M. A.; Martínez, J., López-Medina, J.-D., y Quintero, L. F. (2020). Valor compartido y planeación estratégica: factores de transformación empresarial en el sector minero. *Revista Espacios*, 41(45), 1–9. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n43p01>
- » Buitrago Restrepo, F., y Duque Márquez, I. (2013). La Economía Naranja. Una oportunidad infinita. *Puntoaparte Bookvertising*. http://boletines.prisadigital.com/La_economia_naranja_Una_oportunidad_infinita.pdf
- » Cala López, Ó. (2019). *El debate ético en torno a la cuarta revolución industrial* [Tesis inédita]. Programa de Derecho y Administración y Dirección de Empresas, Universidad Pontificia Comillas. <http://hdl.handle.net/11531/27785>
- » Casani, F., Rodríguez, J., & Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa : Emociones y redes sociales. *Universia Business Review*, 33, 48–69. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43323186003>
- » Castro-Higueras, A. (2018). *Industrias culturales vs industrias creativas: un análisis crítico*. Universidad de Málaga.
- » Chaccour, C. (2020). COVID-19: Cinco respuestas de salud pública diferentes ante la epidemia. ISGlobal. <https://www.isglobal.org/healthisglobal/-/custom-blog-portlet/covid-19-cinco-respuestas-de-salud-publica-diferentes-ante-la-epidemia/2877257/0>
- » CNN Español (octubre 25, 2018). ¿Qué es la Economía Naranja que promueve el gobierno de Iván Duque en Colombia? *CNN Español*, 1. <https://cnnespanol.cnn.com/2018/10/25/que-es-la-economia-naranja-que-promueve-el-gobierno-de-ivan-duque-en-colombia/>
- » Consejo Nacional de Ciencia, T. e Innovación T. (2015). *Campos de la Investigación y el Desarrollo* OCDE. Vocabularios. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239012-en>
- » Corresponsalía de Buenos Aires (2020). *Por la pandemia, reducen impuestos a los servicios de salud*. Los Andes. <https://www.losandes.com.ar/por-la-pandemia-reducen-impuestos-a-los-servicios-de-salud/>

- » Departamento Nacional de Planeación (2018). *Plan nacional de Desarrollo. Pacto por Colombia, pacto por la equidad*. <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>
- » Engelage, E., Borgert, A., y Souza, M. A. de. (2016). Práticas de Green Logistic: uma abordagem teórica sobre o tema. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 5(3), 36–54. <https://doi.org/10.5585/geas.v5i3.446>
- » Esposito, M., Tse, T., & Soufani, K. (2018). Introducing a circular economy: new thinking with new managerial and policy implications. *California Management Review*, 60(3), 5–19. <https://doi.org/10.1177/0008125618764691>
- » Fetherstonhaugh, B. (2009). *The 4p's are out, the 4E's are in*. Ogilvy. <https://www.davidpaulcarter.com/2017/04/24/4ps-4es/>
- » García Navarro, V., y Granda Revilla, G. (2020). La incorporación de los objetivos de desarrollo sostenible como factor de competitividad empresarial. *Sostenibilidad para la Competitividad*, (912), 75–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.32796/ice.2020.912.6963>
- » Gaviria Correa, A. (2020). *Proyecto de ordenanza. Plan de desarrollo Unidos por la vida 2020 - 2023*. Asamblea Departamental de Antioquia. <https://plandesarrollo.antioquia.gov.co/wp-content/uploads/2017/01/22052020-Plan-desarrollo-UNIDOS-POR-LA-VIDA-2020-2023-min.pdf>
- » González-Páramo, J. M. (diciembre, 2017). *Cuarta Revolución Industrial, empleo y Estado del Bienestar* [conferencia]. Real Academia de las Ciencias Morales y Políticas, Madrid. https://www.boe.es/biblioteca_juridica/anuarios_derecho/abrir_pdf.php?id=ANU-M-2018-10008900113
- » Gordo López, Á. J., y Serrano Pascual, A. (2008). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*. Prentice Hall
- » Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5th ed.). McGraw-Hill.
- » Isabel Lamonedá, D. (2016). Economía del Bien Común y nuevas economías ¿una nueva escala de la RSC? *Tiempo de Paz*, 122, 61–68. http://revistatiempodepaz.org/revista-122/#dfli- df_1253/62/
- » Katz, R. (2015). *El ecosistema y la economía digital en América Latina*. Ariel. Cepal. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38916/ecosistema_digital_AL.pdf?sequence=1
- » Kok, G., y See, H. (2014). Harmonious society and corporate social responsibility: shaping the factors that drive environment-related. *CSR*, 7(1), 41–51.
- » Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Pearson Education
- » La Nota Positiva (consultado marzo 17, 2021). David Ospina está comprometido con los niños de Tumaco. *La Nota Positiva*. https://lanotapositiva.com/los-buenos-somos/de-esta-manera-david-ospina-esta-comprometido-con-los-ninos-de-tumaco_10557
- » Leal, A., y Quero, M. (2011). *Marketing Y Comunicación Cultural*, 44. Universidad de Cádiz, Servicio de Publicaciones.

- » Lopera Quiroz, C., (comp.), (2020). *Sostenibilidad, cultura y sociedad*. Fondo Editorial Pascual Bravo. <https://pascualbravo.edu.co/wp-content/uploads/2020/03/libro-sostenibilidad-cultura-sociedad.pdf>
- » López-Medina, J.-D. (2017). Trazabilidad sostenible de las confecciones; Actuar para ellos es ganar valor de marca para nosotros [memorias]. VI Simposio Internacional de Diseño Sostenible (pp. 13, 16). Institución Universitaria Pascual Bravo. http://simposio.pascualbravo.edu.co/?page_id=2290
- » López-Medina, J.-D. (2020). *Mapa Línea Comunicación y Organizaciones*. Universidad Católica Luis Amigó
- » López-Medina, J.-D., Martínez Gómez, J., Bedoya Jiménez, M., y Quintero Arango, L. F. (2019). *Diseño de una estrategia de valor compartido*. Instituto Tecnológico Metropolitano. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27509.52961>
- » López-Medina, J.-D., y París Restrepo, R. M. (2017). Brecha entre la realidad y la sostenibilidad en los procesos de producción de confecciones colombianas [memorias]. XX Encuentro Nacional de Investigación Funlam, (p. 150–154). <https://doi.org/https://doi.org/10.21501/2463-0004.2017>
- » Marketing y Finanzas (2017). *¿Qué es la economía naranja?* [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=paQ9uimI22Q>
- » Martínez Miguélez, M. (2004). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. Trillas
- » Martínez Lecuona, A., Flores Jiménez, I., Flores Jiménez, R., & Badillo Maldonado, M. (2020). Mecanismos de gestión para la inserción de la sostenibilidad en las empresas. *Exploratoris: Revista de La Realidad Global*, 9(1), 8–15.
- » Max-Neef, M. (2006). El poder en la globalización. *Revista Futuros*, 24, 23-29. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/fnsp/article/view/26459>
- » Mincultura Colombia (2018). *ABC de la economía naranja*. Mincultura. <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/SiteAssets/ABC DE LA ECONOMÍA NARANJA.pdf>
- » Mingorance Jiménez, A. (1995). Viabilidad del desarrollo sostenible en un mundo insolidario: consumo energético e impacto ambiental. *Espacio, Tiempo y Forma, Serie 6*(8), 229–241. <http://revistas.uned.es/index.php/ETFVI/article/viewFile/2531/2404>
- » Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial (2010). Decreto 3930, por el cual se reglamenta parcialmente el Título I de la Ley 9ª de 1979, así como el Capítulo II del Título VI -Parte III- Libro II del Decreto-ley 2811 de 1974 en cuanto a usos del agua y residuos líquidos y se dictan otras disposiciones. http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/decretos/2010/dec_3930_2010.pdf
- » Mirabal González, Y. (2019). La Economía Social y Solidaria y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(3), 286–289. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7122044.pdf>

- » Mulla, T. (2015). Paradigm shift in the Marketing Mix - 4P's out 4E's in. In *Scrooge Marketer* [Blog]. <https://www.linkedin.com/pulse/paradigm-shift-marketing-mix-4ps-out-4es-tausif-mulla/>
- » Muñoz-Martín, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 7(3). <https://doi.org/10.3232/GCG.2013.V7.N3.05>
- » OECD (2021). *OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2020*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/75f79015-en>
- » Orozco, J. A., & Muñoz, O. (2019). *Publicidad con sentido social*. Editorial UPB
- » Pacto Global - Red Colombia. (2018). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.pactoglobal-colombia.org/ods/los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-ods.html>
- » Portafolio (diciembre 5, 2018). Economía naranja superará el 7% del total del PIB en diez años. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/economia-naranja-superara-el-7-del-total-del-pib-en-diez-anos-524115>
- » Ramírez, V. H. (2020). *Los impactos de la pandemia en la economía colombiana*. Agencia de Información Laboral. <https://ail.ens.org.co/opinion/los-impactos-de-la-pandemia-en-la-economia-colombiana/>
- » Red de Industrias Creativas (2017). *¿Cuáles son las industrias creativas?* Red de Industrias Creativas. <https://reddeindustriascreativas.com/>
- » Rendón López, L. M., Londoño, J. V. E., Ruiz, Á. D. J. A., Benítez, J. A. M., Parodi, T. V., y Montaña, D. F. V. (2018). Educación para el desarrollo sostenible: acercamientos desde una perspectiva colombiana. *Producción + Limpia*, 13(2), 133–149. <https://doi.org/10.22507/pml.v13n2a7>
- » Rodríguez Acevedo, J. A. (2019). *Esquema de producción de animación, videojuegos y su perspectiva comercial en el contexto actual de Medellín*. Universidad Pontificia Bolivariana.
- » Schwab, K. (2017). *La cuarta revolución industrial*. Penguin Random House
- » Sistema de Información para la Artesanía- Siart. (2014). *La mochila Wayúu, parte de la tradición de Colombia - Artesanías de Colombia*. Artesanías de Colombia. http://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/la-mochila-wayu-parte-de-la-tradicion-de-colombia_5070
- » Trapé, A. (2020). *Economía y pandemia. Efectos económicos de la pandemia, políticas económicas, resultados y perspectivas*. Instituto de Competitividad ADEN International Business School. <https://www.aden.org/files/Covid19-InformeEcuador.pdf>
- » Uribe-Macías, M. E., Vargas-Moreno, Ó. A., y Merchán-Paredes, L. (2017). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos. *Entramado*, 14(1), 52–63. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.27107>
- » Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa Editorial