



**SUPERINTENDENCIA
DE SOCIEDADES**



Guía Jurídica y Societaria para Sociedades de Economía Naranja

SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES
Delegatura de Asuntos Económicos y Contables
Grupo de Estudios Económicos y Financieros

Bogotá D.C. - 2019



TABLA DE CONTENIDO

1. Marco conceptual y normativo	5
1.1. Hitos en la evolución del término Economía Naranja	5
1.2. Derechos de propiedad intelectual	9
1.3. Antecedentes institucionales y de política pública: Una oportunidad de país	10
2. Actividades económicas de economía naranja y ecosistemas creativos	16
3. Régimen societario	21
3.1. De la diferencia entre empresa y sociedad	21
3.2. De los elementos para la conformación de una sociedad	22
3.3. Principales beneficios de la sociedad	22
3.4. Aportes a la sociedad	23
3.5. Tipos societarios	24
4. Instrumentos de fomento, financiación y beneficios fiscales de las empresas de economía naranja	28
4.1. Ruta de emprendimiento de la economía naranja	28
4.2. Ejes de intervención de la política naranja	30
5. Otros temas relevantes	34

Agradecimientos por los aportes del Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja del Ministerio de Cultura.

PRESENTACIÓN

El *Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022 Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad* proporciona un conjunto de lineamientos, estrategias, instrumentos y recursos para llevar a cabo la Política Pública de Economía Naranja. Se busca de esta forma generar las condiciones para que la cultura y el talento creativo e innovador que caracterizan a nuestro país se constituyan en factores claves para el desarrollo social, cultural y económico de las comunidades, las personas y las regiones de la nación.

Atendiendo a esta hoja de ruta, la acción de las diferentes entidades públicas se pone al servicio de los actores culturales y de las industrias creativas para que continúen desplegando sus propuestas de emprendimiento o puedan escalar las empresas que recurren a la creatividad, la innovación y la riqueza de nuestro patrimonio cultural (material e inmaterial) como materias primas. Todo ello contribuirá también a lograr mayores oportunidades de empleo.

Las sociedad comercial es una de las diversas formas organizativas al alcance de los distintos actores sociales, económicos y comunitarios que encuentran en la cultura y las industrias creativas, opciones válidas para la generación de valor, no solo simbólico y estético, sino también económico, para procurar por esta vía cambios significativos en la calidad de vida de las personas, los grupos sociales y el país.

La Superintendencia de Sociedades en esta Guía pone a disposición de los diferentes agentes creativos, culturales, los emprendedores, empresarios e inversionistas de sectores afines a las actividades económicas naranja, una base conceptual, jurídica y de política pública que les permita conocer y acceder a las bondades que ofrece la normatividad vigente tanto en los beneficios de financiamiento, fiscales y de oferta institucional, como en las formas asociativas a disposición para hacer empresa, entre estas las sociedades comerciales. Se busca contribuir a que las distintas actividades desarrolladas puedan generar valor y les permita a las empresas ser competitivas, productivas y perdurables.

ADVERTENCIA

Este documento corresponde a una opinión general y abstracta sobre materias de política pública nacional en el tema de economía naranja, la cual no tiene carácter vinculante ni compromete la responsabilidad de esta Entidad, como quiera que se trata de una labor eminentemente pedagógica que busca proporcionar una ilustración general.

SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES

Guía jurídica y societaria para sociedades de la economía naranja

1. MARCO CONCEPTUAL Y NORMATIVO

1.1. Hitos en la evolución del término Economía Naranja

El término fue mencionado por primera vez por Felipe Buitrago e Iván Duque Márquez, actual Presidente de la República, en el libro “*Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*”¹, publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 2013. Allí recrearon la propuesta del BID para que los países de la región aprovechen los talentos, la diversidad y potencial cultural que los caracteriza, de manera que mediante políticas públicas propicien condiciones para aumentar la contribución de las industrias culturales y creativas en la generación de riqueza, empleo, crecimiento económico y mejoramiento de la calidad de vida. Por su parte, Colombia fundamenta hoy esta política tanto en la Ley 1834 de 2017 o Ley Naranja (aprobada a iniciativa del entonces senador Iván Duque), como en el Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022, Ley 1955 de 2019.

1.1.1. Industrias culturales

En 1947 Theodor Adorno y Max Horkheimer usaron esta noción en su análisis crítico de la cultura, para referirse al proceso que permitía obtener productos culturales a escala industrial, en serie, cuya circulación se lograba masificar gracias al auge y desarrollo de los medios de comunicación. Si bien inicialmente dichas producciones culturales son el fruto de una labor creativa, su comercialización se basa en la difusión de innumerables copias de la producción original, como sucede en el caso de la industria cinematográfica.

La globalización, el progreso tecnológico, de las telecomunicaciones y la informática han favorecido el auge de estas industrias, lo que posibilita además que se multipliquen “en proporciones antes inimaginables la gama de mensajes culturales que se ponen a la disposición de la humanidad”². Ante esta creciente internacionalización surge el interés de la UNESCO por analizar de un modo científico las industrias culturales, no solo desde una aproximación crítica, sino de considerar también cómo pueden generar oportunidades de desarrollo en los países. Fue así como la UNESCO desde su XX reunión (París, 1978) aprobó la realización de investigaciones comparadas acerca de la “función y el lugar de las industrias culturales en el desarrollo cultural de las sociedades”³.

Conforme a lo anterior, para referirse a las industrias culturales se suele acudir a la definición propuesta por la UNESCO en 1978:

“Todas las definiciones coinciden en considerar que las industrias culturales representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor.”⁴

¹ Buitrago R., Felipe y Duque M., Iván. “*Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*” Banco Interamericano de Desarrollo, Agosto de 2017, Washington, D.C.

² Amberes, A. y otros. “Industrias Culturales: El Futuro de la Cultura en Juego.” UNESCO, Fondo de Cultura Económica, México, 1982. Pág. 11.

³ *Ibíd.* Pág. 7.

⁴ MINISTERIO DE CULTURA. “Compendio de Políticas Culturales” Pág. 554. Consultado en: http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopolicas_artefinalbaja.pdf

1.1.2. Economía creativa

A comienzos de la década de los noventa no existía la noción de economía creativa. Sin embargo, en menos de tres décadas ha pasado a ocupar un lugar destacado en la dinámica económica mundial y en la agenda política de los países. Hoy día, la noción se refiere a los nuevos y cada vez más complejos procesos de creación – producción – circulación – acceso a los bienes y servicios culturales y creativos, como sucede en: los diferentes campos de las artes (visuales, escénicas y literarias); el patrimonio cultural; los sectores audiovisual, editorial y fonográfico; el diseño, la publicidad y el software de contenidos. Los nuevos productos y servicios fusionan valores culturales y estéticos con valores económicos, al ser resultado de actos creativos y expresivos que permiten, además del intercambio simbólico, un intercambio económico⁵.

El ejemplo de Nueva Zelanda. Este país implementó en los años ochenta cambios drásticos en su política económica para fomentar el espíritu empresarial, la mentalidad creativa e innovadora y dejar de depender de las actividades agropecuarias. Son conocidos los aportes de la industria creativa neozelandesa a producciones cinematográficas como *Avatar* y *El Señor de los Anillos*. La estrategia contempló: i) incluir en su modelo educativo el desarrollo de los talentos individuales; ii) alianza entre academia, industria y gobierno para atender las demandas del aparato económico, mediante la investigación científica y sus aplicaciones prácticas; y iii) apoyo financiero a las iniciativas empresariales, a condición de convertirse en autosostenibles.

Reino Unido: fomento de la industria creativa. En los noventa el gobierno británico redimensionó el rol de la cultura y las artes en la sociedad y la economía, especialmente a través del diseño, la publicidad y el fortalecimiento de las marcas. A su vez, reconoció sus nuevos desempeños sociales y económicos, así como también su aporte en la generación de empleo y riqueza. En 1998 utilizó metodologías de mapeo para obtener la primera lista de actividades creativas y medir su impacto en el PIB de ese país (4%). Además, promovió las zonas o nodos de desarrollo en aquellas localidades o regiones donde se situaban las industrias creativas, para proporcionarles infraestructura y servicios tecnológicos, incentivos tributarios o administrativos. En 2006, adoptó formalmente el término Economía Creativa.

John Howkins, utilizó por primera vez el término en su libro *“La Economía Creativa: Cómo las personas hacen dinero de las ideas” (2001)*. Este autor le suma a la noción que se venía forjando en el Reino Unido, una visión empresarial basada en los conceptos de propiedad intelectual. En este sentido, las marcas, patentes y derechos de autor conforman los principios para transformar la creatividad en producto. Es así como las industrias creativas potencian las nuevas posibilidades de crear, producir y distribuir bienes y servicios culturales, al tiempo que las innovaciones tecnológicas abre caminos alternativos para que el consumidor final pueda recibir el producto cultural. La creatividad

⁵ Newbiggin, John. British Council. *“La Economía Creativa: Una Guía Introductoria”*, Londres, 2010. En cuanto a los valores económicos: *“Además de su valor de cambio (que es el paso final para que los bienes y servicios encuentren su nivel de precio óptimo en el mercado) y de su valor funcional (determinado por la manera como se usa en la vida diaria), la mayoría de los productos de las industrias creativas poseen un valor expresivo, un significado cultural que poco o nada tiene que ver con sus costos de producción o con su utilidad (...) Este valor agregado puede carecer de significado a largo plazo (...) o puede constituir una expresión de gran peso cultural, como un libro o una obra de arte. Éste es uno de los elementos que diferencian a las industrias creativas de todas las demás.” Pág. 13*

y la innovación pasan a ser las palabras claves de la llamada economía creativa al agregar valor económico a los diferentes contenidos culturales⁶.

La Economía Creativa en los organismos multilaterales. La Organización de las Naciones Unidas ONU y su organismo para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, entre otros, han contribuido en la diseminación y promoción de la economía creativa. Según el informe elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) en 2013, el comercio mundial de bienes y servicios creativos en 2011 fue de 624 mil millones de dólares estadounidenses. A nivel latinoamericano, el BID y el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe SELA han promovido la economía creativa como factor de desarrollo y la conservación del patrimonio cultural inmaterial como eje para generar convivencia pacífica en los países.

El concepto de Economía Creativa. Como se puede apreciar, este concepto es relativamente reciente y su definición sigue en construcción. Los sectores creativos tienen profundos significados sociales y culturales, pero también conllevan un apreciado valor económico. Se han constituido en un conjunto de actividades económicas que impactan múltiples áreas de la economía y el desarrollo de los países, tanto a nivel macro como micro. Por ello, respecto de este concepto, diferentes autores y organismos multilaterales comparten una serie de consideraciones en la relación cultura, creatividad y economía:

- (i) el reconocimiento de la creatividad, artes y cultura como materia prima⁷;
- (ii) *“la relación con la generación y aprovechamiento de los Derechos de Propiedad Industrial, en especial de los derechos de autor; (...)*
- (iii) *el papel directo de estas actividades en la cadena de valor que transforma ideas en productos⁸ y servicios.*

De ahí que, con relación a la economía creativa, la participación de las políticas públicas sea no solo deseable, sino necesaria.

El ecosistema creativo. Debido a que en la mayoría de las empresas creativas el concepto de cadena lineal de valor no refleja correctamente cómo se genera éste, se ha propuesto la visión de ecosistema de valor. A diferencia de la cadena de valor, que presenta una visión lineal de los procesos de creación, producción, circulación y apropiación de los bienes de servicios culturales, el concepto de red o ecosistema permite reconocer y entender flujos que no van en una sola vía, incluye agentes que participan en más de un sector, y evidencia la importancia de reconocer nuevos tipos de agentes que participan en la producción de valor de los productos culturales⁹. Ello se evidencia especialmente en los emprendimientos sociales y los independientes, cuya sostenibilidad depende en buena parte de redes de intercambio descentralizadas y de transacciones no monetarias.

⁶ Gomes, Christiane. *“La economía creativa y las industrias culturales y creativas: ¿una alternativa postcapitalista?”* Mayo de 2018. Consultado en Universidad de Barcelona en <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>

⁷ Buitrago y Duque. Op. Cit. Pág. 36

⁸ Benavente, José Miguel y Grazzi Matteo. *“Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la Economía Naranja en América Latina y el Caribe”*. Banco Interamericano de Desarrollo, Ago. de 2017, Washington D.C.

⁹ Este concepto y lo que representa en la Política Pública de Economía Naranja en Colombia se amplía en el Capítulo 2 de esta guía.

1.1.3. Aspectos distintivos de la Economía Naranja

Sobre esta concepción de economía creativa se estructura la noción y el sentido de la economía naranja, en tanto expresión de las aspiraciones válidas de las personas, las comunidades, los territorios y los países, a tener una vida mejor, con mayores oportunidades de desarrollo personal, colectivo, social y económico. Por ello, el concepto de economía naranja reconoce el valor de la diversidad y conlleva que los países propicien la infraestructura para permitir que su patrimonio y diversidad cultural se manifiesten, animen la vida social y entren a impulsar a las industrias culturales y creativas como motor de desarrollo económico, generación de riqueza y empleo, además de mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y territorios.

Para el BID, economía naranja es “*el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales (y creativos), cuyo valor está determinado (y protegido) por su contenido de propiedad intelectual*”¹⁰ (los paréntesis están fuera del texto original y refieren lo anotado por Benavente y Grazi).

Tal como lo presenta el Ministerio de Cultura (gráfico 1), dichas actividades se agrupan en tres grandes áreas: i) artes y patrimonio cultural (material e inmaterial), ii) industrias culturales, y iii) creaciones funcionales o industrias creativas. En este modelo de clasificación de las actividades económicas se sintetiza lo que se entiende por economía naranja.

Gráfico 1: Clasificación de las Actividades de economía naranja



Fuente: Ministerio de Cultura, 2019¹¹.

¹⁰ Buitrago y Duque. Op. Cit. Pág. 40

¹¹ Ministerio de Cultura. ABC Economía Naranja. 2019. Disponible en: https://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/assets/files/ABC_ECONOMÍA_NARANJA_V2.pdf

1.2. Derechos de Propiedad Intelectual (DPI)

Los DPI caracterizan y definen a la economía naranja, por lo que reciben especial atención. Colombia ha desarrollado e implementado un régimen legal para la protección y gestión de la propiedad intelectual que se ajusta a los estándares internacionales en el reconocimiento y protección de este tipo de derechos¹².

Los derechos de propiedad intelectual se dividen en tres grandes grupos:

- i) propiedad industrial (marcas, lemas comerciales, patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y esquemas de trazado de circuitos integrados);
- ii) derechos de autor y derechos conexos (recaen sobre obras literarias o artísticas);
- iii) otros derechos sui generis tales como derechos de obtentor de variedades vegetales.

La mayor parte de la reglamentación aplicable en Colombia a la propiedad intelectual y su protección es expedida por la Comunidad Andina (CAN). Si bien la CAN configura un régimen común, único y preferente de propiedad intelectual (Decisión: 486 de 2000 (propiedad industrial); Decisión 351 de 1993 (derechos de autor y derechos conexos); y Decisión 345 de 1994 (derechos de obtentor de variedades vegetales), deja a la legislación interna de los países miembros algunos aspectos procedimentales y de reglamentación. De ahí que, no existe un registro único comunitario de estas creaciones y cada país tiene autoridades y procedimientos de registro autónomos e independientes.

En consecuencia, para contar con la protección en cada uno de los países de la CAN, las solicitudes de registro deben presentarse en cada país de la forma que corresponda (salvo en el caso de los derechos de autor y conexos). Los derechos de propiedad industrial son de índole temporal y territorial, por lo tanto, para que en Colombia obtengan la protección correspondiente, debe ser solicitado su registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Por su parte, los derechos de autor y conexos son protegidos desde el momento de la creación sin necesidad de un registro. En Colombia la Dirección Nacional de Derecho de Autor (ANDA) es el organismo del Estado Colombiano, que se encarga del diseño, dirección, administración y ejecución de las políticas gubernamentales en materia de derecho de autor y derechos conexos.

Colombia ha constituido un sistema de propiedad industrial administrado por el Estado, a través de la Superintendencia de Industria y Comercio, cuyo fin es la concesión de derechos sobre nuevas creaciones (patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y esquemas de trazados de circuitos integrados) y a los comerciantes sobre los signos que utilizan para distinguir sus productos y servicios en el mercado (marcas, lemas, nombres y enseñas comerciales). Asimismo, dicha entidad conoce y decide sobre la declaración de protección de una denominación de origen (Decreto 3081 de 2005).

Mediante la protección de las nuevas creaciones se logra incentivar el desarrollo tecnológico y en general la innovación a través de la investigación, otorgándole al inventor un monopolio temporal que le permite recuperar económicamente la inversión realizada al tiempo que emprende un avance tecnológico nacional.

¹² PROCOLOMBIA. *Invierta En Colombia*. Capítulo 9 “Régimen de Propiedad Intelectual.” Pág. 124 -125. Consultado en https://www.inviertaencolombia.com.co/CAP9-Regimen_la_Propiedad_Intelectual.pdf

1.3. Antecedentes institucionales y de política pública: Una oportunidad de país¹³

En Colombia, el reconocimiento de la contribución de las industrias culturales y creativas a las cadenas de valor de los diferentes sectores económicos va ligado al desarrollo legislativo, institucional y de política pública del sector cultura en las últimas décadas:

Tabla 1. Economía Naranja: Antecedentes legales, regulatorios y de política pública en el sector cultura							
ANTECEDENTE	LOGROS Y ASPECTOS DESARROLLADOS						
Constitución Política de Colombia de 1991	<ul style="list-style-type: none"> • Erige la cultura “como uno de los elementos centrales del concepto de Nación y diversidad”¹⁴. • El Estado debe “fomentar e incentivar las manifestaciones culturales y (...) ofrecer estímulos especiales a quienes ejerzan actividades relacionadas.”¹⁵ • Se le asigna competencia para intervenir, regular y decidir sobre el gasto público. • Posibilita la participación de la cultura en las políticas públicas, para armonizar un conjunto de derechos respecto a la creación, la expresión, el acceso y el consumo cultural. 						
Ley 397 de 1997 o Ley General de Cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Crea el Ministerio de Cultura, en reemplazo de Colcultura. • Establece el Sistema Nacional de Cultura que dio lugar al Plan Nacional de Cultura 2001-2010. 						
Plan Nacional de Cultura 2001-2010.	<ul style="list-style-type: none"> • Resultado de un proceso de consulta ciudadana. Reconoció el papel de la cultura y de la multiculturalidad en la construcción social, política y económica del país. • Propósito: Construir una ciudadanía democrática cultural, desde las especificidades culturales. • Instó la expedición de herramientas de tipo normativo, fiscal, estratégico y administrativo. 						
Documento CONPES ¹⁶ 3162 “Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001-2010”	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento del Ministerio de Cultura como ente coordinador y líder del sector cultural. • Cuatro frentes de acción para reorganizarlo: i) Información; ii) financiación (siendo una prioridad el fomento de las industrias culturales); iii) legislación; y iv) mejoramiento de la gestión. • Recomienda seis frentes de fomento de las industrias culturales,¹⁷: <table border="0" style="width: 100%; margin-left: 20px;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. Incentivos fiscales y tributarios.</td> <td style="width: 50%;">4. Formación artística y técnica de los actores del sector.</td> </tr> <tr> <td>2. Líneas de fomento financiero.</td> <td>5. La protección de los derechos de autor.</td> </tr> <tr> <td>3. El fortalecimiento de las asociaciones de creadores, productores y distribuidores.</td> <td>6. Búsqueda y apertura de mercados internacionales.</td> </tr> </table> 	1. Incentivos fiscales y tributarios.	4. Formación artística y técnica de los actores del sector.	2. Líneas de fomento financiero.	5. La protección de los derechos de autor.	3. El fortalecimiento de las asociaciones de creadores, productores y distribuidores.	6. Búsqueda y apertura de mercados internacionales.
1. Incentivos fiscales y tributarios.	4. Formación artística y técnica de los actores del sector.						
2. Líneas de fomento financiero.	5. La protección de los derechos de autor.						
3. El fortalecimiento de las asociaciones de creadores, productores y distribuidores.	6. Búsqueda y apertura de mercados internacionales.						
Convención de 2005 de la UNESCO	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio de la cual se aprueba la "Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales", firmada en París el 20 de octubre de 2005. 						
El plan de gestión del Ministerio de Cultura 2007 - 2010	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilización de las industrias culturales y sus retos: acceso a financiación, circulación de los productos culturales, derechos de autor, acceso a conectividad y nuevas tecnologías. • Creó el Programa para el emprendimiento y las Industrias Culturales y el Grupo de Emprendimiento de Cultural. • Amplia participación para construir el <i>Compendio de Políticas Culturales</i>. Incluyó: “Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales” (acoge el concepto de la UNESCO ya referido). • “Política de Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial”: señala la necesidad de contemplar lo establecido sobre derechos de autoría colectiva de los grupos étnicos¹⁸. 						

¹³ Duque Márquez, Iván. Informe al Congreso 2019. Pág. 35 Se refiere de esta manera a la economía naranja. Consultado en: https://dapre.presidencia.gov.co/oci/DocumentosOCI/Informe_congreso_2019-IDM.pdf

¹⁴ Consejo Nacional de Política Económica y Social. Documento CONPES 3659: “Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia”. 26 de abril de 2010. Pág. 4. Consultado en <http://acpi.org.co/wp-content/uploads/2013/09/CONPES-INDUSTRIAS-CULTURALES.pdf>

¹⁵ *Ibidem*. Hace referencia a los artículos 8, 70 y 71 de la C.P.C.

¹⁶ Los documentos CONPES son elaborados por el Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, organismo técnico asesor del gobierno colombiano y máxima autoridad en planeación económica y social, con el objetivo de formular y fijar las políticas públicas a ejecutarse en estas materias en el país.

¹⁷ CONPES. Documento CONPES 3162: “Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001- 2010”. 10 de mayo de 2002. Pág. 25. Consultado en http://www.nuevalegislacion.com/files/susc/cdj/conc/conpes_3162.pdf

**Tabla 1. Economía Naranja:
Antecedentes legales, regulatorios y de política pública en el sector cultura**

ANTECEDENTE	LOGROS Y ASPECTOS DESARROLLADOS
Documento CONPES 3533 (Julio de 2008)	<ul style="list-style-type: none"> • “Bases de un Plan de Acción para la Adecuación del Sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad y Productividad Nacional 2008-2010” • Objetivo: Desarrollar el sistema de propiedad intelectual que articule la protección de los derechos de propiedad intelectual y de autor, con la promoción y utilización del conocimiento y la creación artística, científica, cultural y tecnológica, para la generación de activos intangibles que contribuyan al crecimiento y desarrollo productivo del país y las iniciativas empresariales. • Realiza un diagnóstico del sistema de propiedad intelectual. • Dispone 6 estrategias para estimular la creación y producción intelectual.
Documento CONPES 3659 (Abril de 2010) “Promoción de las Industrias Culturales”	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo de la Política: Aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar el nivel de productividad y su participación nacional en el ingreso y el empleo. • Describió cuantitativamente la situación de estas industrias en el país. • Actualizó el diagnóstico del bajo impulso de las industrias creativas y así las estrategias. • Estableció una agenda para las diferentes entidades públicas involucradas.
Leyes de desarrollo y estímulo a los sectores culturales y de la economía naranja	<ul style="list-style-type: none"> • Ley 98 de 1933 “Por medio de la cual se dictan normas sobre democratización y fomento del libro colombiano”. • Ley 814 de 2003 “Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia”. • Ley 1379 de 2010 “Por la cual se organiza la red nacional de bibliotecas públicas y se dictan otras disposiciones”. • Ley 1493 de 2011 “Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones”. • Ley 1556 de 2012 “Por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas”.
Ley 1915 de 2018	Actualiza el régimen de derechos de autor y derechos conexos.

Fuente: Elaboración Grupo de Estudios Económicos y Financieros, 2019

1.3.1. Ley Naranja: Ley 1834 de 2017 y sus decretos reglamentarios

La economía creativa cuenta en Colombia con la ley 1834 de 2017 o Ley Naranja, cuyo objeto es fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, las cuales describe como “que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual” (artículo 1°). Precisa que las industrias creativas comprenden “los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor” (artículo 2°).

¹⁸ Ministerio de Cultura de Colombia. “Compendio de Políticas Culturales”. Enero de 2010. Págs. 254-257. http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/compendio-politicas-culturales/Documents/compendiopoliticas_artefinalbaja.pdf “El tema de los derechos de propiedad intelectual (DPI) es una cuestión crucial en los debates sobre el PCI (Patrimonio Cultural Inmaterial). Las manifestaciones son fundamentalmente de naturaleza colectiva y se considera que están por fuera del sistema de derechos de propiedad intelectual, concebidos para la propiedad y autoría individual. Se piensa también que los DPI serían insuficientes para proteger estos derechos, por no poder cumplir con los requisitos que exigen muchos de los sistemas existentes. En este sentido, el mayor obstáculo está en la dificultad para determinar la titularidad del derecho sobre las manifestaciones de PCI, por ser éstas de carácter colectivo. Además, el problema se complejiza cuando se considera que muchas manifestaciones son compartidas por grupos locales o étnicos diferentes e, incluso, entre grupos de varios países. (...) la OMPI (Organización Mundial de Propiedad Intelectual) está examinando la posibilidad de adoptar un régimen sui generis de propiedad para comunidades tradicionales”.

Con respecto a estas industrias, la ley dispone que el Gobierno nacional debe:

- Tomar las medidas necesarias para que “sean exaltadas, promocionadas, incentivadas, protegidas y reconocidas” y, por tanto, debe articular y coordinar los esfuerzos para identificar y visibilizar dicho sector de la economía como *“generador de empleo de calidad, motor de desarrollo, y que fomenta el tejido social y humano, así como la identidad y equidad”* (Artículo 3°).
- Formular una Política Naranja que desarrolle la ley, ejecute sus objetivos, formule los lineamientos pertinentes para identificar los sectores objeto de la política pública y procurar desarrollarlos, fortalecerlos, posicionarlos, protegerlos y acompañarlos, en cuanto creadores de valor agregado de la economía (Artículo 4°).
- Identificar acciones e incentivos para su desarrollo y crecimiento¹⁹ (Artículo 8°).
- Crear líneas de crédito y cooperación técnica a través de la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter) para la construcción de infraestructura cultural y creativa en los entes territoriales; construir con el Ministerio de Cultura las agendas de *“municipios, ciudades y regiones creativas”* para impulsar la cultura y la economía creativa en los entes territoriales (Artículo 9°).
- Realizar a través del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y la Dirección Nacional de Derecho de Autor DNDA jornadas periódicas de capacitación en Economía Creativa (Artículo 10°).
- Incluir como parte integral de la política en educación, componentes en el ámbito de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones como herramienta para el desarrollo de innovaciones y aplicaciones (Artículo 10°, parágrafo).
- Promover la financiación a través de mecanismos, instrumentos y vehículos de financiación para emprendimientos creativos, a cargo del Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior - Bancóldex. Así mismo, incrementar *“la disponibilidad de capital semilla y capital emprendedor para emprendimientos creativos mediante procesos concursales rigurosos”* (Artículo 11).
- Determinar y reglamentar otros mecanismos alternativos de apalancamiento, comercialización y apoyo para promover los emprendimientos creativos (Artículo 11).
- Promover, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la consolidación de Mercados Integrados de Contenidos Originales (MICOS) en los sectores culturales y creativos, abriendo oportunidades de mercado para éstos en nuestro país.²⁰

¹⁹ “ARTÍCULO 8°. INCENTIVOS. (...) Las entidades territoriales velarán para que los permisos, autorizaciones y demás requerimientos necesarios a nivel local para el desarrollo de actividades creativas y culturales sean fácilmente previsibles, transparentes y expeditos.”

²⁰ ARTÍCULO 13. INTEGRACIÓN. (...) Para este propósito, el Estado propenderá por una mejor coordinación institucional y consolidación en lo relativo a la propiedad intelectual, y trabajará mancomunadamente con el sector privado para la protección de los derechos de los creadores, combatiendo con los mejores estándares internacionales la piratería, el contrabando, y otras conductas que afecten los sectores a los que hace referencia la Economía Creativa” (Artículo 13, ibidem).

El artículo 5° establece la **estrategia de las 7 i** para que la gestión pública aplique la ley:

Tabla 2. Estrategia de las 7 i para la aplicación de la Ley Naranja

1.	Generación de información	Estrategias para generar información y conocimiento sectorial que fortalezcan el diálogo entre la cultura, la economía, la creatividad y el desarrollo sostenible.
2.	Fortalecimiento del entorno institucional	Estrategias para generar escenarios de articulación, formas de financiamiento e incentivos para mitigar el riesgo de los agentes del sector cultural y creativo.
3.	Desarrollo de industrias creativas	Estrategias para fortalecer la ruta del emprendimiento y generar un ecosistema creativo sostenible.
4.	Generación de infraestructura	Estrategias para el fortalecimiento de los bienes públicos e infraestructuras para la sostenibilidad.
5.	Integración de la economía naranja	Estrategias para fomentar la integración y la circulación de bienes y servicios culturales y creativos.
6.	Inclusión del capital humano	Estrategias para el desarrollo de habilidades creativas y capacidades sectoriales.
7.	Promoción de la propiedad intelectual como soporte a la inspiración creativa	También incluye las estrategias para estimular la producción de contenidos y productos culturales y creativos innovadores y de calidad.

En el artículo 7° se crea el Consejo Nacional de la Economía Naranja (CNEN) como instancia de coordinación institucional²¹.

1.3.1.1. Decreto 1935 de 2018

Reglamenta el funcionamiento del CNEN, organismo asesor y consultivo del Gobierno nacional. Su encargo es formular lineamientos de política y coordinar las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía naranja. Deberá impulsar las estrategias, políticas y modelos necesarios.

El artículo 3° del Decreto asigna funciones a este Consejo, de las cuales se destacan:

- La identificación, caracterización y priorización de los sectores objeto de la Política.
- Proponer y gestionar la formulación de acciones e incentivos para el desarrollo y crecimiento de las industrias creativas y culturales.
- Impulsar modelos y políticas de protección y fomento de las manifestaciones artísticas y culturales tradicionales, en armonía con el desarrollo de las industrias creativas y la garantía de los derechos sociales y culturales de las poblaciones.
- Generar un marco que defina metas e indicadores asociados al impacto en la Economía Creativa.
- Analizar estrategias de modelos de desarrollo productivo en la industria creativa.
- Coordinar con el Comité Intersectorial de la Propiedad Intelectual (CIPI) la promoción del sello "*Creado en Colombia*".

²¹ El CNEN está integrado por los Ministros de: Interior, Hacienda, Cultura (quien lo presidirá), Trabajo, Comercio, Industria y Turismo, Educación Nacional, de Tecnologías de la Información y Comunicaciones; por los Directores de: Departamento Nacional de Planeación (DNP), Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Dirección Nacional de Derecho de Autor DNDA; y el Presidente de FINDETER. Estas instituciones además del apoyo al Consejo, deben disponer y entregar toda la información relacionada con las políticas, programas, proyectos y acciones de Economía Creativa que adelanten.

- Gestionar ante las instancias competentes un modelo de valoración de la propiedad intelectual respecto de contenidos creativos, que apoye el acceso al crédito y garantías para formación empresarial y desarrollo de proyectos.

Las funciones establecidas no limitan las acciones que correspondan por competencia a cada entidad para el impulso de las cadenas de valor de los sectores creativos.

1.3.1.2. Decreto 2120 de 2018: Aspectos relativos a la Economía Naranja

Este decreto modificó y modernizó la estructura del Ministerio de Cultura, entre otras razones, para cumplir con las tareas asignadas en la Ley Naranja y establecer entornos institucionales que consoliden la Economía Creativa. Así, el objeto de este Ministerio cobijó expresamente la competencia de formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política de Estado en materia de las economías naranjas (artículo 1º). Por ello, entre sus funciones están formular la política integral de la economía naranja y liderar las acciones para su implementación (artículo 2º, numeral 7). Para el efecto, se creó el Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja (artículo 5º).

1.3.2. Plan Nacional de Desarrollo: Ley 1955 de 2019

El Presidente de la República sancionó el 25 de mayo de 2019 la ley 1955 que expidió el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “*Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad*”. Los diferentes componentes del Plan evidencian la importancia otorgada al impulso de la economía naranja en el país y señalan las estrategias y compromisos para lograrlo:

1. **El objetivo** primordial es sentar las bases de legalidad, **emprendimiento** y equidad que permitan lograr la igualdad de oportunidades para todos los colombianos (art. 1º).
2. El **Documento “Bases del Plan de Desarrollo 2018-2022”** forma **parte integral** y fue elaborado por el Gobierno nacional para facilitar la consulta y participación de la sociedad y las diferentes instancias del Estado en el proceso de construcción y aprobación del Plan (art. 2º). Es un referente necesario para entender, atender y aplicar esta ley porque presenta los diagnósticos, fundamentos, objetivos, estrategias y programas de cada componente.
3. Tiene **3 PACTOS** estructurantes u **objetivos de política pública**: 1. Pacto por la legalidad; **2. Pacto por el emprendimiento**; y, 3. Pacto por la equidad. Con el segundo se busca expandir las oportunidades “*a través del estímulo al emprendimiento, la formalización del trabajo y las actividades económicas, y el fortalecimiento del tejido empresarial en las ciudades*” y el campo.
4. Para alcanzar estos 3 Pactos, se formulan 16 **estrategias** o **Pactos Transversales** y 9 Pactos Regionales (artículo 3º), esto es, una serie de **condiciones habilitantes** que permitan acelerar el cambio social.
5. La estrategia o **pacto transversal N° 10** es primordial para la economía naranja:

“X. Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja”.

Uno de los propósitos del Gobierno nacional con este Pacto es “exprimir la naranja”, dada la contribución de los sectores creativos a la solución de los desafíos productivos y de empleo del país, así como el rol central de la economía naranja en la construcción de tejido social y la generación de condiciones propicias para la convivencia. Por eso, el Pacto X contempla entre sus objetivos:

- i) capitalizar el potencial y aporte de esta economía mediante la **estrategia de las 7i** de la Ley Naranja, ya referidas.²²
- ii) **proveer mayor inversión y bienes públicos** para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.

De tal suerte que los **retos** comprometidos en este **Pacto X** son:

- Impulsar la creación de espacios para los negocios creativos que generen una masa crítica de industrias, personas creativas e innovadoras.
 - Aprovechar la oferta estatal para fortalecer el talento y apoyar los talentos de la economía naranja.
 - Fomentar la integración de la economía naranja con los mercados internacionales y otros sectores productivos.
 - Promover la propiedad intelectual como soporte de la economía naranja²³.
6. El **plan de inversiones** asigna los recursos necesarios para hacer realidad los diferentes pactos transversales, de acuerdo con las líneas asociadas a cada pacto (artículo 4°). Para el Pacto X se han definido **2 líneas**:
- **Línea A.** *“Todos somos cultura: la esencia de un país que se transforma desde los territorios.*
 - **Línea B.** ***Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias”.***

Esta segunda línea adopta **las estrategias de las 7 i** establecidas en la Ley Naranja.

²² Las siete estrategias para el desarrollo de la Economía Naranja serán coordinadas por el CNEN, lideradas por Mincultura e implementadas por las diferentes entidades de acuerdo a como lo plantea el Documento *Bases del Plan*.

²³ Dados estos objetivos y retos del Pacto X, éste se interrelaciona necesariamente con los Pactos transversales de Ciencia, Tecnología e Innovación (Pacto V) y por la Transformación Digital de Colombia (Pacto VII).

2. ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE ECONOMÍA NARANJA Y ECOSISTEMAS CREATIVOS

La definición de las actividades económicas consideradas de economía naranja es el resultado de la labor interinstitucional que lideraron el Departamento Nacional de Estadística DANE y el Ministerio de Cultura en el marco de la Mesa de Información del CNEN a partir de octubre de 2018. Fue así como en mayo de 2019 se obtuvo el primer listado donde se incluyó a 32 actividades económicas de manera total, mientras que 69 actividades se incluyeron de manera parcial. Se entiende por actividades de inclusión parcial aquellas en las que solo se tienen en cuenta algunos de sus productos, tomando en consideración tanto la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4 A.C.), como la Clasificación Central de Productos (CPC 2.0 A.C.)²⁴. Por otro lado, en septiembre de 2019, se hizo una actualización del listado, quedando 34 actividades de inclusión total y 69 de inclusión parcial, para un total de 103 (Tablas 3 y 4).

Tabla 3. Actividades de inclusión total en la Economía Naranja acordadas a septiembre de 2019

N°	Descripción	CIIU 4 A.C	Área	Sector
1	Producción de copias a partir de grabaciones originales	1820	Industrias culturales	Fonográfica
2	Fabricación de instrumentos musicales	3220	Creaciones funcionales	Diseño
3	Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas	3240	Creaciones funcionales	Diseño
4	Edición de libros	5811	Industrias culturales	Editorial
5	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	5813	Industrias culturales	Editorial
6	Otros trabajos de edición	5819	Industrias culturales	Editorial
7	Edición de programas de informática (software)	5820	Creaciones funcionales	Medios digitales y software
8	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión	5911	Industrias culturales	Audiovisual
9	Actividades de postproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión	5912	Industrias culturales	Audiovisual
10	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión	5913	Industrias culturales	Audiovisual
11	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos	5914	Industrias culturales	Audiovisual
12	Actividades de grabación de sonido y edición de música	5920	Industrias culturales	Fonográfica
13	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora	6010	Industrias culturales	Fonográfica
14	Actividades de programación y transmisión de televisión	6020	Industrias culturales	Audiovisual
15	Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)	6201	Creaciones funcionales	Medios digitales y software
16	Portales Web	6312	Creaciones funcionales	Medios digitales y software
17	Actividades de agencias de noticias	6391	Industrias culturales	Agencias de noticias y otros servicios de información
18	Otras actividades de servicio de información n.c.p.	6399	Industrias culturales	Agencias de noticias y otros servicios de información
19	Publicidad	7310	Creaciones funcionales	Publicidad
20	Actividades especializadas de diseño	7410	Creaciones funcionales	Diseño
21	Actividades de fotografía	7420	Artes y patrimonio	Artes visuales

²⁴ Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. "Economía Naranja: Primer Reporte 2019". Consultado en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/economia-naranja>

Tabla 3. Actividades de inclusión total en la Economía Naranja acordadas a septiembre de 2019

N°	Descripción	CIIU 4 A.C	Área	Sector
22	Enseñanza cultural	8553	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
23	Creación literaria	9001	Industrias culturales	Editorial
24	Creación musical	9002	Artes y patrimonio	Artes escénicas y espectáculos
25	Creación teatral	9003	Artes y patrimonio	Artes escénicas y espectáculos
26	Creación audiovisual	9004	Industrias culturales	Audiovisual
27	Artes plásticas y visuales	9005	Artes y patrimonio	Artes visuales
28	Actividades teatrales	9006	Artes y patrimonio	Artes escénicas y espectáculos
29	Actividades de espectáculos musicales en vivo	9007	Artes y patrimonio	Artes escénicas y espectáculos
30	Otras actividades de espectáculos en vivo	9008	Artes y patrimonio	Artes escénicas y espectáculos
31	Actividades de bibliotecas y archivos	9101	Artes y patrimonio	Patrimonio cultural
32	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos	9102	Artes y patrimonio	Patrimonio cultural
33	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	9103	Artes y patrimonio	Patrimonio cultural
34	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	9321	Artes y patrimonio	Patrimonio cultural

Fuente: DANE y Ministerio de Cultura, 2019

Tabla 4. Actividades de inclusión parcial en la Economía Naranja acordadas a septiembre de 2019

N°	Descripción	CIIU 4 A.C	Área	Sector
1	Producción de malta, elaboración de cervezas y otras bebidas malteadas	1103	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
2	Tejeduría de productos textiles	1312	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
3	Acabado de productos textiles	1313	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
4	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo	1391	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
5	Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir	1392	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
6	Fabricación de tapetes y alfombras para pisos	1393	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
7	Fabricación de otros artículos textiles n.c.p.	1399	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
8	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel	1410	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
9	Fabricación de artículos de piel	1420	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
10	Fabricación de artículos de punto y ganchillo	1430	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
11	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería	1512	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
12	Fabricación de calzado de cuero y piel, con cualquier tipo de suela	1521	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
13	Fabricación de otros tipos de calzado, excepto calzado de cuero y piel	1522	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.
14	Fabricación de recipientes de madera	1640	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N.

Tabla 4. Actividades de inclusión parcial en la Economía Naranja acordadas a septiembre de 2019

N°	Descripción	CIIU 4 A.C	Área	Sector
15	Fabricación de otros productos de madera; fabricación de artículos de corcho, cestería y espartería	1690	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
16	Actividades de impresión	1811	Industrias culturales	Editorial
17	Actividades de servicios relacionados con la impresión	1812	Industrias culturales	Editorial
18	Fabricación de vidrio y productos de vidrio	2310	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
19	Fabricación de otros productos de cerámica y porcelana	2393	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
20	Corte, tallado y acabado de la piedra	2396	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
21	Forja, prensado, estampado y laminado de metal; pulvimetalurgia	2591	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
22	Fabricación de otros productos elaborados de metal n.c.p.	2599	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
23	Fabricación de muebles	3110	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
24	Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos	3210	Creaciones funcionales	Diseño
25	Comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados	4741	Creaciones funcionales	Medios digitales y software
26	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio en establecimientos especializados	4761	Industrias culturales	Editorial
27	Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. en establecimientos especializados	4769	Industrias culturales	Audiovisual
28	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados	4771	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
29	Comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados	4772	Artes y patrimonio	Actividades manufactureras de la E. N
30	Transporte férreo de pasajeros	4911	Artes y patrimonio	Turismo cultural
31	Transporte de Pasajeros	4921	Artes y patrimonio	Turismo cultural
32	Transporte fluvial de pasajeros	5021	Artes y patrimonio	Turismo cultural
33	Alojamiento en hoteles	5511	Artes y patrimonio	Turismo cultural
34	Alojamiento en apartahoteles	5512	Artes y patrimonio	Turismo cultural
35	Alojamiento en centros vacacionales	5513	Artes y patrimonio	Turismo cultural
36	Alojamiento rural	5514	Artes y patrimonio	Turismo cultural
37	Otros tipos de alojamientos para visitantes	5519	Artes y patrimonio	Turismo cultural
38	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	5520	Artes y patrimonio	Turismo cultural
39	Expendio a la mesa de comidas preparadas	5611	Artes y patrimonio	Turismo cultural
40	Expendio por autoservicio de comidas preparadas	5612	Artes y patrimonio	Turismo cultural
41	Expendio de comidas preparadas en cafeterías	5613	Artes y patrimonio	Turismo cultural
42	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.	5619	Artes y patrimonio	Turismo cultural
43	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento	5630	Artes y patrimonio	Turismo cultural
44	Actividades de telecomunicaciones alámbricas	6110	Industrias culturales	Audiovisual
45	Actividades de telecomunicación satelital	6130	Industrias culturales	Audiovisual

Tabla 4. Actividades de inclusión parcial en la Economía Naranja acordadas a septiembre de 2019

N°	Descripción	CIIU 4 A.C	Área	Sector
46	Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas	6202	Creaciones funcionales	Medios digitales y software
47	Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas	6311	Creaciones funcionales	Medios digitales y software
48	Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica	7110	Creaciones funcionales	Diseño
49	Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias naturales y la ingeniería	7210	Artes y patrimonio	Patrimonio cultural
50	Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades	7220	Artes y patrimonio	Patrimonio cultural
51	Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p.	7490	Industrias culturales	Editorial
52	Actividades de las agencias de viaje	7911	Artes y patrimonio	Turismo cultural
53	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas	7990	Artes y patrimonio	Turismo cultural
54	Actividades ejecutivas de la administración pública	8412	Artes y patrimonio	Actividades asociativas y de regulación
55	Regulación de las actividades de organismos que prestan servicios de salud, educativos, culturales y otros servicios sociales, excepto servicios de seguridad social	8413	Artes y patrimonio	Actividades asociativas y de regulación
56	Educación de la primera infancia	8511	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
57	Educación preescolar	8512	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
58	Educación básica primaria	8513	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
59	Educación secundaria	8521	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
60	Educación media académica	8522	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
61	Educación media técnica y de formación laboral	8523	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
62	Establecimientos que combinan diferentes niveles de educación	8530	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
63	Educación técnica profesional	8541	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
64	Educación tecnológica	8542	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
65	Educación de instituciones universitarias o de escuelas tecnológicas	8543	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
66	Educación de universidades	8544	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
67	Formación académica no formal	8551	Artes y patrimonio	Educación cultural y creativa
68	Actividades de asociaciones profesionales	9412	Artes y patrimonio	Actividades asociativas y de regulación
69	Otras actividades asociativas n.c.p.	9499	Artes y patrimonio	Actividades asociativas y de regulación

Fuente: DANE y Ministerio de Cultura, 2019

Dado que la cadena de valor creativa es diversa y fecunda, se ha propuesto el modelo de ecosistema creativo (gráfico 2) para ver y entender el rol que juegan o pueden jugar en este entorno las diferentes actividades económicas de la economía naranja (relacionadas en las tablas 3 y 4), como también respecto a otros sectores económicos y culturales.

Gráfico 2. Ecosistema de Valor



Fuente: Ministerio de Cultura. 2019

Con este modelo los diferentes actores y emprendedores de la economía naranja pueden identificar con cuáles productos o servicios innovadores pueden participar y añadir valor en el ecosistema, según la actividad económica y cultural que ejerzan. También les ayuda a identificar las oportunidades e instrumentos con que se cuenta en Colombia para emprender o expandir su empresa, tal como se señalará en el capítulo 4 de este documento. No son desestimables las interacciones colaborativas que configuran entre sí, con las comunidades y territorios en donde intervienen o pretenden incursionar para generar valor económico o con los otros actores públicos y privados de la cultura y la economía. Todo lo anterior ayuda a visualizar el potencial de las industrias creativas y culturales como generadoras de innovación, riqueza cultural y económica.

3. RÉGIMEN SOCIETARIO

3.1. De la diferencia entre empresa y sociedad

Para muchas personas las palabras empresa y sociedad se consideran sinónimas. No obstante la interrelación estrecha que existe entre las dos expresiones, se trata de palabras que tienen un significado y connotación que las hace diferentes. De esta manera, comprender el significado de cada término les ayudará a emprendedores y empresarios a escoger, dentro de las diferentes opciones que el marco jurídico colombiano provee, el tipo de sociedad que les resulte más conveniente para formalizar y organizar su empresa o propuesta de negocio, sin perjuicio de que decidan utilizar otro tipo de vehículos asociativos para llevarla a cabo. Esta decisión resulta fundamental para asegurar que su empresa, además de legal, segura y confiable, les permita obtener el respaldo financiero necesario y aprovechar las ventajas que brinda el marco legal y normativo de las sociedades mercantiles.

Para empezar, la ley colombiana describe a la empresa como *“toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios.”*²⁵ Nótese que la realización continua y de manera organizada de la actividad económica le imprime el carácter distintivo a la empresa.

Ahora bien, con respecto al término sociedad, éste se refiere al contenedor jurídico que proporciona la forma organizativa y el vehículo legal a la empresa *“para aunar esfuerzos y capital en procura de la realización de un objetivo común.”*²⁶ Por lo tanto, para la sociedad comercial, su fin es llevar a cabo una empresa mercantil o permitir su crecimiento o expansión, con la cual se persigue *“el lucro resultante de la actividad económica para la cual se constituye”*²⁷. De esta manera, el elemento distintivo de la sociedad con respecto a otras formas de organización asociativa (como fundaciones, asociaciones o corporaciones) se encuentra en la aportación que se hace al vehículo legal en dinero, trabajo u otros bienes mensurables en dinero, con la finalidad de repartirse las utilidades obtenidas de la empresa o actividad social.²⁸ El ánimo de lucro consistente en la repartición de las utilidades o dividendos de la actividad empresarial corresponde al elemento determinante para decidirse por la conformación de una sociedad comercial.

Como lo expone el Señor Superintendente de Sociedades Juan Pablo Liévano Vegalara, la sociedad mercantil es *“[u]n ente jurídico cuya creación es permitida por el Estado para limitar la responsabilidad de los socios, aglutinar esfuerzos y capitales y permitir mejor manejo del negocio. Pero, al ser un contenedor vacío, requiere de un contenido que viene a ser la empresa. Es la simbiosis sociedad-empresa la que genera riqueza y empleo”*²⁹.

²⁵ Artículo 25 del Código de Comercio.

²⁶ Narváez, José Ignacio. “Teoría General de Sociedades” Página 16.

²⁷ Ibídem. Página 9.

²⁸ Artículo 98 del Código de Comercio.

²⁹ Liévano V. Juan Pablo. ¿Para dónde va la Supersociedades? Portafolio, mayo 9 de 2019. En: <https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/para-donde-va-la-supersociedades-529401>

3.2. De los elementos para la conformación de la sociedad

En primer lugar, el esquema societario comprende entonces la conformación de un ente jurídico por parte de uno o varios socios o accionistas, según el tipo societario adoptado mediante el documento de constitución, el cual se convierte en ley para éste o éstos y la organización resultante.

En segundo lugar, comprende la relación de los aportes y las condiciones de entrega acordadas para conformar el patrimonio social con el que se busca garantizar la realización de las operaciones y tareas que el negocio o empresa requieren.

En tercer lugar, comprende el ánimo de lucro, es decir, se considera como un elemento esencial para la existencia de la sociedad, que las utilidades obtenidas por la empresa o actividad económica puedan ser objeto de repartición entre los socios o accionistas. Se trata entonces de un derecho que tienen los que participan en la constitución del vehículo societario y que resulta fundamental para su conformación.

Finalmente, la sociedad que se crea debe tener un objeto y propósito desde el punto de vista empresarial. Se trata entonces de la actividad económica o empresa que desarrollara según los parámetros y lineamientos definidos por quién o quiénes hayan participado en su creación.

3.3. Principales beneficios de la sociedad

En este caso puntual, es importante referirse a dos beneficios que ofrecen las sociedades desde el punto de vista de la organización empresarial. Para el efecto, se mencionarán un beneficio de índole jurídico y otro beneficio de índole económico.

Una persona jurídica independiente. En cuanto al aspecto jurídico, la sociedad implica la creación de una persona jurídica independiente del socio o socios que participaron en su creación y se trata de un vehículo o forma legal que se encuentra amparada por el ordenamiento normativo. Su constitución *“implica el nacimiento de un sujeto de derechos y obligaciones con plena autonomía”*³⁰ frente a los asociados. Dispone legalmente de los órganos de gobierno, representación y administración, en donde se tomarán y aprobarán las decisiones relevantes para el desarrollo del objeto de la sociedad y buscar la obtención de utilidades, teniendo en cuenta el tipo societario elegido al momento de su creación.

Limitación de responsabilidad. En cuanto al aspecto económico, la sociedad implica la conformación de un patrimonio independiente, compuesto en primera instancia por los aportes de los socios. Dicho patrimonio, se diferencia y maneja autónomamente respecto de los patrimonios personales de los aportantes o socios. De esta manera, la sociedad como vehículo independiente permite determinar y limitar el grado y alcance de la responsabilidad de los socios respecto de la actividad, gestión y obligaciones contraídas por la sociedad. Esto último hace referencia al concepto de responsabilidad limitada de

³⁰ Superintendencia de Sociedades. Concepto 220-18050. Referencia: Elementos de la noción de empresa. Consultado en https://www.supersociedades.gov.co/nuestra_entidad/normatividad/normatividad_conceptos_juridicos/2843.pdf

los socios en el desarrollo de la actividad empresarial el cual varía según la forma jurídica³¹ adoptada.

3.4. Aportes a la Sociedad

El aporte se puede describir como la cosa o actividad que el socio entrega a la sociedad para que ésta pueda desarrollar la empresa o actividad empresarial. El aporte busca que la sociedad se beneficie de diferentes tipos de bienes que son susceptibles de ser valorados económicamente y con base en esa aportación, en principio, se determina el derecho a participar en la asamblea de accionistas o junta de socios (derechos políticos) y el derecho a participar en las utilidades de la sociedad (derechos económicos).

Resulta importante considerar que en el país el régimen de aportes es bastante flexible y básicamente se debe tener en cuenta que el aporte puede consistir en cualquier clase de prestación que tenga un contenido económico para la integración del capital social, sea en dinero, especie o industria, siempre que sea lícito, determinado o determinable y moral y físicamente posible.³² De esta manera, se pueden concluir que los aportes se pueden realizar bajo tres categorías diferentes, a saber: (i) en dinero; (ii) en especie; y (iii) en industria o trabajo por un asociado.

El aporte en dinero se refiere a la entrega de determinada suma de dinero bajo los términos y condiciones que se definen entre la sociedad y el socio. Se trata de la forma más común y sencilla.

El aporte en especie se refiere a la entrega de bienes diferentes de dinero que pueden consistir en créditos, contratos, establecimientos de comercio, maquinaria, equipos, inmuebles, entre otros. Resulta importante considerar que el aporte que se haga de derechos de propiedad industrial se asume como aporte en especie. Estos aportes serán valorados por los socios los cuales responderán solidariamente por el valor asignado al aporte en la fecha que el mismo se realiza.³³

En relación con el aporte de industria se ha entendido que es aquel en donde el socio “se compromete a prestar su fuerza de trabajo, sus conocimientos técnicos, científicos, artísticos, de gestión de negocios, financieros, comerciales u otros que posea, en beneficio de la actividad empresarial que la compañía se proponga acometer.”³⁴ El aporte de un socio en trabajo o industria no hace parte en principio del capital social. No obstante, este socio participará de las utilidades sociales, tendrá voz en la asamblea o junta de socios y podrá administrar la sociedad. Ahora bien, respecto a cómo se valoran los aportes en industria, el Código de Comercio ha establecido dos formas las cuales son: (i) con estimación anticipada de valor y (ii) sin estimación anticipada de valor. Sobre éstos la Superintendencia de Sociedades se ha referido en los siguientes términos:

³¹ El Código de Comercio en su libro segundo contiene el marco legal general de las sociedades comerciales en Colombia, en lo que respecta a la formación, aportes, utilidades, reformas estatutarias y demás aspectos, contiene así mismo las normas específicas para cada una de las formas jurídicas vigentes o, como se conocen, tipos de sociedades. Por su parte, la Ley 1258 de 2008 regula algunos aspectos especiales en relación con la sociedad por acciones simplificada. El Cuadro N° 3 los presenta y compara según sus características.

³² Superintendencia de Sociedades. Oficio 220-284146 del 14 de diciembre de 2017.

³³ Artículo 135 del Código de Comercio.

³⁴ Reyes Villamizar, Francisco. Derecho Societario. Tomo I. Tercera Edición. Editorial Temis P. 353.

“[...]el aportante de industria o trabajo con estimación de su valor redime cuotas o acciones de capital social, en esa misma parte su aporte cambia de naturaleza jurídica y por tanto de régimen legal, esto es que incorpora al vínculo societario la responsabilidad que la ley asigna a los asociados de acuerdo a cada una de las formas de sociedad previstas en el Código de Comercio, en el cual se capitalice el aporte.

Por el contrario, en la segunda de las opciones previstas por el legislador, es decir, cuando el aporte de industria o trabajo carece de estimación de su valor, nunca hará parte del capital social, que es el llamado a ser prenda general de los acreedores, y por tanto, la responsabilidad de esta clase de socio, no podría asimilarse a los socios capitalistas, así el aporte de industria y trabajo hiciera parte de una sociedad colectiva³⁵.”

Las personas que tengan interés en crear una sociedad deben determinar al inicio o durante la vida de la sociedad que aportes pueden realizar a la empresa y la mejor forma de categorizarlos y determinar su valoración. Se trata de un tema de la mayor relevancia y la legislación colombiana tiene una aproximación flexible siempre que se cumplan con los requisitos normativos establecidos para dicho efecto.

3.5. Tipos societarios

En la clasificación de los diferentes tipos de sociedades comerciales se tienen en cuenta varios criterios. Es así como se pueden clasificar porque sean sociedades de personas o sociedades de capital, o también según sean sociedades por partes de interés, por cuotas o acciones. En la tabla 5 se presentan las principales formas jurídicas que el marco legal colombiano establece para organizar las empresas como sociedades comerciales. Se ha querido ilustrar de manera comparativa sobre las características que tienen los diferentes tipos societarios que se encuentran autorizados por el ordenamiento jurídico con el objeto de que se pueda evaluar cuál recoge de mejor manera las necesidades e intereses de quienes quieren participar en su creación.

³⁵ Superintendencia de Sociedades. Oficio 220-141013 del 13 de julio de 2016.

Tabla 5. Tipos de Sociedades Comerciales en Colombia

SOCIEDADES COMERCIALES EN COLOMBIA: FORMAS JURÍDICAS³⁶

Características	Colectiva	De responsabilidad limitada	En Comandita (Simple o por acciones)		Anónima	Por acciones simplificada SAS	Empresa Unipersonal
Normas	Co. Co ³⁷ . Arts. 294 a 322.	Co. Co. Arts. 353 a 372	Co. Co.: Arts. 323 a 352.		Co.Co. Arts. 373 a 460	Ley 1258 de 2008	Ley 222 de 1995 Arts. 72 a 81*
Forma de constitución	A través de Escritura Pública.** Requiere inscripción en el registro mercantil en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad.	A través de Escritura Pública.** Requiere inscripción en el registro mercantil en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad.	A través de Escritura Pública.** Requiere inscripción en el registro mercantil en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad. Se integra siempre con 2 categorías de socios: - Gestores o colectivos - Comanditarios.		A través de Escritura Pública.** Requiere inscripción en el registro mercantil en la cámara de comercio. Se puede constituir por suscripción sucesiva de acciones (Ley 222 de 1995, art. 50 y ss.).	A través de documento privado. Requiere inscripción en el registro mercantil en la cámara de comercio correspondiente. Si la transferencia de un bien requiere escritura pública, la constitución también se hará por escritura pública.	Documento privado inscrito en el Registro Mercantil. Se requiere escritura pública si los aportes iniciales incluyen bienes inmuebles.
N° de socios	Mínimo 2 socios, no tiene un límite máximo de socios.	Mínimo 2 socios y tiene un límite máximo de 25 socios. En caso de muerte de un socio, la sociedad continuará con sus herederos, salvo estipulación en contrario.	C. Simple: mínimo: 1 socio gestor y 1 comanditario, no tienen un límite máximo.	C. por Acciones: mínimo: 1 socio gestor y 5 comanditarios; no tienen un límite máximo.	También llamados accionistas. Mínimo 5 accionistas y no tiene un límite máximo	Mínimo 1 accionista y no tiene un límite máximo.	Máximo: 1 Titular
Formación del Capital de la Sociedad	1. El capital social se divide en partes de interés 2. No es indispensable pagarlo todo al momento de constituirse, pero sí debe estipularse en qué plazos se pagará la parte pendiente.	1. El capital se divide en cuotas de igual valor. 2. El capital debe pagarse totalmente al momento de constituirse. 3. La cesión de cuotas implica una reforma estatutaria.	Se forma con los aportes de los socios comanditarios (los gestores también pueden hacer aportes de capital, sin perjuicio de su responsabilidad solidaria e ilimitada) C Simple: No es indispensable pagarlo todo a la constitución, pero sí debe estipularse en qué plazos se pagará lo pendiente. C. por acciones: Representado en títulos de igual valor (acciones). Los mismos conceptos de S.A. Suscrito (al menos 50% de acciones del autorizado) Pagarse 1/3 parte de cada acción.		Se divide en acciones de igual valor, representadas en títulos negociables. 1. Autorizado: tope máximo de capitalización fijado por estatutos. 2. Suscrito: La cantidad del autorizado que los accionistas se comprometen a pagar en plazo máximo de 1 año. Debe ser al menos la mitad del autorizado. 3. Pagado: La parte del suscrito que han pagado los accionistas y que ha ingresado a la sociedad.	Se divide en acciones de igual valor. 1. Autorizado: Cuantía fija que determina el tope máximo de capitalización. 2. Suscrito: La parte del capital autorizado que los accionistas se comprometen a pagar a plazo máximo de 2 años y al momento de la constitución no es necesario pagar, pues la totalidad suscrita se puede pagar hasta en 2 años. 3. Pagado: La parte del suscrito que efectivamente han pagado los accionistas y que ha ingresado a la sociedad.	Aportes pagados por el empresario en la constitución, señalando "el monto del capital haciendo pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor". (Ley 222 de 1995 Art. 72 numeral 6°) El capital se divide en el número de cuotas fijado, de igual valor nominal.
Responsabilidad De los Socios o Accionistas	Todos responden solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales. (Co. Co. Art. 294) Obligaciones laborales: hasta	Responden hasta el monto de sus aportes. No obstante, en los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una	Los socios Gestores comprometen solidaria e ilimitadamente su responsabilidad por las operaciones sociales. Los socios Comanditarios (o		Responden hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales. Si la SA es utilizada para defraudar a la ley o en	Responden hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales. Si la SAS es utilizada para defraudar a la ley o en perjuicio	"El empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento

³⁶ Las formas jurídicas o tipos societarios que se señalan corresponde a aquellas que se encuentran incorporados en la legislación nacional.

³⁷ Código de Comercio

Características	Colectiva	De responsabilidad limitada	En Comandita (Simple o por acciones)		Anónima	Por acciones simplificada SAS	Empresa Unipersonal
	el límite de la responsabilidad de cada socio. (Art. 36 C.S.T) Tributarias: responderán solidariamente a prorrata de su respectivo aporte. Cuando hay cesión (por reforma estatutaria) el socio que cede su interés queda liberado de las obligaciones solo 1 año después de la inscripción de la cesión.	mayor responsabilidad expresando la naturaleza, cuantía, duración y modalidad (Art.353 C.Co.). La excepción en la responsabilidad es respecto de las obligaciones laborales y fiscales a cargo de la sociedad, por lo que se perseguirá solidariamente los bienes del patrimonio de cada socio.	accionistas en las C. por acciones) limitan su responsabilidad a sus respectivos aportes.		perjuicio de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados. (Código General del Proceso Literal d) del numeral 5 del artículo 24)	de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren participado o facilitado los actos defraudatorios, responderán por las obligaciones de tales actos y por los perjuicios causados, más allá del monto de sus aportes.	<i>constitutivo</i> ". (Art. 72 Co. Co.) Salvo en casos de fraude a la ley o abuso de la empresa unipersonal en perjuicio de terceros.
Máximo órgano social	Junta de Socios.	Junta de Socios.	<u>C. Simple:</u> Junta de Socios	<u>C. Por Acciones:</u> Asamblea de asociados (accionistas y gestores) se rige por las normas de la S.A.	Asamblea General de Accionistas	Asamblea de accionistas.	
Administración y Representación legal	Corresponde a todos y a cada uno de los socios, aunque se puede delegar en un consocio o en un tercero.	Corresponde a todos y cada uno de los socios; pueden delegarla. Es costumbre al momento de la constitución que los socios deleguen la administración y la representación legal en una sola persona, que puede ser un socio o un tercero, al que se le llama gerente.	Estará a cargo de los socios gestores, quienes lo pueden hacer directamente o por sus delegados.		Junta Directiva Representante Legal	Asamblea de accionistas. Representante legal. (Si la sociedad tiene un solo socio, este podrá desempeñar ambos cargos). No es obligatoria la Junta Directiva. La ley 1258 de 2008 otorga plena libertad a los asociados para determinar la estructura orgánica de la sociedad.	Directa por parte del empiresario, pero delegable en un tercero. "(...) mientras se mantenga dicha delegación, el empiresario no podrá realizar actos v contratos a nombre de la Empresa Unipersonal". (Art. 72 Co. Co.)
Revisor Fiscal	Es Voluntario.***	Es Voluntario.***	C Simple: Voluntario.***	C. por Acciones: Es obligatorio.	Es obligatorio tenerlo, sin importar su patrimonio.	Es Voluntario.***	No es necesario

* El artículo 80 de la ley 222 de 1995 establece: "**ARTICULO 80. NORMAS APLICABLES A LA EMPRESA UNIPERSONAL.** En lo no previsto en la presente Ley, se aplicará a la empresa unipersonal en cuanto sean compatibles, las disposiciones relativas a las sociedades comerciales y, en especial, las que regulan la sociedad de responsabilidad limitada".

** De acuerdo con el artículo 22 de la ley 1014 de 2006 o ley de emprendimiento, si al momento de constituirse la sociedad cumple con alguno de los dos requisitos planteados allí ("una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500)" SMMLV). lo puede hacer por documento privado. Así mismo, el artículo 5° señala: que en el momento que la sociedad supere estos toques de activos v trabajadores "deberá proceder a realizar la correspondiente reforma estatutaria mediante escritura pública que se inscribirá en el registro mercantil, adecuándose en su totalidad al régimen previsto para el tipo o clase de sociedad que corresponda".

*** El Revisor Fiscal será obligatorio en todas las sociedades comerciales si a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior los activos brutos fueron iguales o superiores a 5.000 SMMLV y/o los ingresos brutos fueron iguales o excedieron 3.000 SMMLV (párrafo 2° del artículo 13 de la ley 43 de 1990).

En conclusión, la empresa al organizarse y formalizarse como sociedad comercial, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, confiere una serie de ventajas y beneficios de orden jurídico y económico al empresario. A su vez, dichos beneficios se pueden extender a quienes creen en dicha empresa y deciden invertir recursos en ella, como inversionistas y da seguridad jurídica a quienes tienen interacción con dicha entidad como prestamistas, proveedores, contratistas y empleados. Además, el ente societario comporta una organización que le garantiza autonomía e independencia respecto de los bienes y patrimonio de los asociados, al tiempo que le permite el desarrollo ordenado de las actividades que hagan posible el negocio productivo, de servicios o de comercio.

Contar con empresas productivas, competitivas y perdurables exige que los empresarios, emprendedores e inversionistas procuren una acertada constitución de la sociedad comercial, adecuada a la empresa que los anima. De igual manera, el propósito empresarial requiere además que aseguren una dirección, administración y control diligentes, responsables y vigilantes por parte de los socios.

4. INSTRUMENTOS DE FOMENTO, FINANCIACIÓN Y BENEFICIOS FISCALES DE LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA NARANJA

Para cumplir con el objetivo de la Política Pública Naranja de “permitir desarrollar el potencial económico de la cultura y generar condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman”, el Gobierno nacional ha dispuesto un conjunto de programas e instrumentos diseñados e implementados por las diferentes entidades, con base en el trabajo interinstitucional liderado por los Ministerios de Cultura, Comercio, Industria y Turismo y de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Es así como los diferentes actores y organizaciones, emprendedores y empresarios del sector cultura y de las industrias creativas cuentan con una amplia oferta pública de elementos y recursos que les ayudarán a:

- i) iniciar o escalar su propuesta de negocio;
- ii) encontrar la mejor alternativa organizativa para ponerla en marcha y administrarla de manera segura y exitosa;
- iii) contar con asistencia técnica y asesoría;
- iv) obtener diferentes alternativas de financiación;
- v) formar o disponer del talento humano requerido; y
- vi) obtener incentivos fiscales y tributarios.

4.1. Ruta del Emprendimiento de la Economía Naranja

El Ministerio de Cultura ha denominado así el camino que lleva a acceder al conjunto articulado de oportunidades que se han diseñado y dispuesto para apoyar a los actores de las industrias creativas y culturales (gráfico 3). Consiste en los pasos o momentos que emprendedores o empresarios deben tener en cuenta para llevar a cabo una actividad económica naranja, bien sea para iniciarla o para lograr su aceleración o escalamiento cuando ya esté en marcha. Esta ruta les permite acceder al conjunto articulado de instrumentos diseñados para ayudarles en estos propósitos y pueden consultarla en el sitio web oficial www.economianaranja.gov.co o en la publicación digital “ABC Economía Naranja”

https://www.mincultura.gov.co/Economia%20Naranja/assets/files/ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_V2.pdf.

Gráfico 3. Ruta del Emprendedor Naranja



Fuente: Ministerio de Cultura, ABC de Economía Naranja, 2019

Con cada uno de estos momentos se busca que el emprendedor identifique:

- La(s) actividad(es) económica(s) naranja que desarrolla.
- La ubicación que le corresponde en el Ecosistema Creativo.
- El modelo de gestión que sea más conveniente, dependiendo de las características de sus servicios o productos, el mercado en el cual se inserta y las oportunidades de la política naranja que puede aprovechar.
- Los productos e instrumentos que las entidades ofertan y los requisitos y trámites para acceder a ellos con éxito.

Respecto al paso c. de la ruta del emprendedor, la tabla 6 muestra los tipos o formas de gestión de las actividades de economía naranja más representativos en nuestro país, junto con sus respectivas características. Estas fueron tenidas en cuenta por las distintas entidades públicas para diseñar los diferentes programas e instrumentos que conforman la oferta institucional, o para ajustar los ya existentes. De esta forma, se busca que la oferta brinde realmente posibilidades de acceder y llegar a ser beneficiarios.

Tabla 6. Modelos de gestión de las actividades de economía naranja

Modelos de gestión en las industrias culturales y creativas				
Organizaciones		Emprendimientos		Empresas consolidadas
1. Comunitarios e informales	2. Entidades Sin ánimo de lucro ESAL	3. Emprendedores emergentes	4. Emprendedores en vías de consolidación	5. Grande y mediana empresa
Informales	Formalizadas	Constituidos formalmente	Constituidos formalmente	Constituidos formalmente
Iniciativas de ligadas al patrimonio, las artes y los oficios. Ejecutan proyectos con objetivos de impacto local y comunitario.		Innovan, crean, producen y comercializan contenidos Trabajan por proyectos autogestores, trabajan y	Líneas de negocio funcionales y diversificadas. Con desafíos para innovar, mejorar su productividad y acceder a mercados más competitivos	Trayectoria en el mercado y Demandan talento, productos y servicios de los emprendedores creativos. Necesitan marcos regulatorios estables, mejoramiento de infraestructura tecnológica e incentivos a la inversión.
Autogestión, con desafíos para sostenerse a través de sus ingresos		Tienen ingresos intermitentes Requieren capital semilla para consolidar negocio y expandir mercado	Tienen ingresos estables Requieren financiamiento para expandir y escalar el modelo de negocio.	Cuenta con buen músculo financiero. Tienen potencial de ser anclas de inversión y de expansión de mercados.

Fuente: Ministerio de Cultura, adaptada de la guía *ABC de la Economía Naranja, 2019*.

Como se ha visto (y se señaló en el capítulo 3), la sociedad comercial es una de las formas asociativas, que le permite a emprendedores y empresarios naranja realizar sus empresas e iniciativas de expansión, aceleración y escalamiento, así como acceder a programas de fomento y fuentes de financiación, sea a través de deuda o de inversión.

Finalmente, el paso d. de esta ruta ubica a las organizaciones, emprendedores o empresarios ante los diferentes programas e instrumentos que les pueden ser de gran utilidad para emprender su plan de negocio, acorde con el modelo de gestión adoptado.

4.2. Ejes de Intervención de la Política Naranja

Mediante una metodología de mesas de trabajo, organizadas siguiendo la estrategia de las 7 i, el CNEN promovió el esfuerzo de las entidades para diseñar e implementar instrumentos que les permitieran a los emprendedores acceder a la política pública naranja y concretar el desarrollo integral de la misma. Ello ha exigido que la innovación también se refleje en el plano de la acción institucional articulada, bajo la coordinación del CNEN y el Ministerio de Cultura.

Como resultado de toda esta labor, se ha organizado la oferta institucional en torno a 4 ejes de intervención (gráfico 4):

- A. Asistencia para fortalecer los modelos de negocio de las industrias culturales y creativas.
- B. Mentalidad y cultura de emprendimiento en los sectores de cultura y las industrias creativas.
- C. Regulación normativa y competencia.
- D. Recursos para la operación de las propuestas de valor por los emprendedores y empresarios culturales y creativos.

Gráfico 4. Ejes de intervención de la Política Pública Naranja

b. ¿CUÁLES SON EJES DE INTERVENCIÓN DE LA ECONOMÍA NARANJA?



Fuente: Ministerio de Cultura, 2019

En este punto es primordial que el emprendedor o empresario naranja se familiaricen con la oferta institucional, para lo cual está disponible el sitio web oficial de economía naranja www.economianaranja.gov.co. Es importante especialmente que haga uso permanente de la cartilla ABC de Economía Naranja, toda vez que allí se encuentran detallados cada uno de los programas e instrumentos a los que tienen acceso.

Para cada uno de los cinco (5) modelos de gestión expuestos se han organizado los programas e instrumentos que le son pertinentes, de acuerdo con los cuatro (4) ejes de intervención de la política pública naranja. Se relaciona para cada instrumento la o las entidades responsables y a las cuales se debe acercar o dirigir el emprendedor o empresario.

En la Tabla 7 se resume la oferta institucional de los programas e instrumentos de acuerdo con los 4 ejes de intervención y se marcan con “X” cuáles de estos están disponibles para cada modelo de gestión.

**Tabla 7. Oferta de Programas e Instrumentos por Ejes de Intervención
y disponibilidad según el Modelo de Gestión adoptado**

OFERTA DE PROGRAMAS E INSTRUMENTOS POR EJES DE INTERVENCIÓN								
EJES	SUB-EJES	PROGRAMA INSTRUMENTO	ENTIDAD	Modelo de Gestión*				
				2.	3.	4.	5.	
Recursos para la operación	Financiamiento	Programa Nacional de Concertación	Mincultura	X				
		Programa Nacional de Estímulos	Mincultura	X				
		Líneas: Programas Especiales, Competitividad y Promoción y Mercadeo	FONTUR	X				
		Aldea Naranja	iNNpulsa	X	X			
		Línea "Exprimiendo la Naranja"	Bancoldex	X	X	X	X	
		Fondo de fondos naranja	Bancoldex	X	X	X	X	
		Otras líneas del portafolio	Bancoldex	X	X	X	X	
		FONTUR Programas especiales, competitividad, promoción y mercadeo	MinCIT – Viceministerio Turismo	X	X	X	X	
		Fondo emprender	SENA		X			
		Voucher Naranja de Contenidos Digitales	MinTIC - iNNpulsa		X			
		Capital Naranja	iNNpulsa Colombia			X		
		New Media	MinTIC				X	
		Garantías mobiliarias	Fondo Nal de Garantías			X	X	
		Talento	SENA Emprende Rural	SENA	X			
	Centros de Formación SENA		SENA	X				
	Escuelas taller		Mincultura	X	X			
	Programa Nacional de Estímulos		Mincultura	X	X			
	Programa Nacional de Concertación		Mincultura	X				
	Centros Sacúdete		Presidencia	X	X			
	Cursos virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos		DNDA	X				
	Fondo emprender		SENA		X			
	Oferta para formación técnica en Industrias Creativas y Culturales		SENA		X	X	X	
	Tecnología e infraestructura	Laboratorios de innovación y diseño	Artesanías de Colombia	X	X			
		Tecnoparques	SENA	X	X	X	X	
		Programa Nacional de Concertación	Mincultura	X				
		Líneas de crédito específicas para tecnología e infraestructura	Bancoldex		X	X	X	
		FONTUR	MinCIT-Viceministerio de Turismo				X	
	Asistencia para el negocio	Programas descubrimiento emprendedor	Descubrimiento de negocios TIC – App.co	MINTIC	X	X		
			Mujeres tejedoras de vida	Mincultura	X			
			SENA Emprende Rural	SENA	X			
			Fondo emprender	SENA		X		
			Piloto Descubrimiento de Negocios para Industrias Creativas Digitales - Apps.co	MinTIC			X	X
			Mega i	iNNpulsa				X
Servicios a		Crea Digital	MinTIC	X	X			

OFERTA DE PROGRAMAS E INSTRUMENTOS POR EJES DE INTERVENCIÓN							
EJES	SUB-EJES	PROGRAMA INSTRUMENTO	ENTIDAD	Modelo de Gestión*			
				2.	3.	4.	5.
	Plan de negocios	Cursos virtuales en Derecho de Autor y Derechos Conexos	DNDA	X	X	X	X
		Aldea Naranja	iNNpuls Colombia		X	X	
		Fábricas de Productividad Naranja	Colombia Productiva Bancoldex – CCB		X	X	X
		Crecimiento y consolidación de negocios, Apps	MinTIC		X	X	
		Crea Digital	MinTIC			X	
		New Media	MinTIC			X	X
		Fondo emprender			X		
		Mega Up Contenidos Digitales	MinTIC - iNNpuls			X	X
		Piloto Fortalecimiento Clusters Industria Creativa Digital	MinTIC - iNNpuls			X	X
		Curso virtual Estructuración de modelos de negocios para empresas de la Economía Naranja	Bancoldex		X	X	X
	Comercialización	Red Naranja	DNDA	X	X	X	X
		Asesorías para el diseño de la estrategia de internacionalización y actividades de formación Exportadora	Procolombia	X			
		Encadenamientos Productivos	Colombia Productiva		X	X	X
		Exportaciones: Apoyo en el diseño de la estrategia de internacionalización, actividades de formación Exportadora, adecuación de la oferta, participación en actividades de promoción. Inversión: Banco de Proyectos	ProColombia		X	X	X
		Mega i	iNNpuls			X	X
		Descuento del 25% por donaciones a ESAL de régimen tributario especial	DIAN	X			X
		Ciencia, Tecnología e Innovación: Descuento 25% por inversión	DIAN	X	X	X	X
		Cine —Leyes 814 de 2003 y 1556 de 2012	DIAN	X	X	X	X
		Espectáculos públicos de las artes escénicas —Ley 1493 de 2011	Mincultura	X	X	X	X
Ley 1943 de 2018	DIAN		X				
Libro —Ley 98 de 1993	Mincultura			X	X		
Impuesto Unificado bajo Régimen Simple de Tributación (SIMPLE) - E.T., art. 903 y ss	DIAN			X			
Rentas exentas para empresas de la economía naranja —E.T., art. 235-2	DIAN			X	X		
Beneficio de obras por impuestos en ZOMAC para infraestructura cultural e inversión en TIC (50% del impuesto de renta a cargo)	ART - DNP – Minhacienda Mincultura				X		
Mentalidad y cultura	Motivación	Crea Digital	MinTIC	X	X	X	
		Bootcamps - Apps.co	MinTIC	X	X		
		Escuela Taller	Mincultura	X			
		Programa Nacional de Estímulos	Mincultura	X	X		
		New Media	Mintic			X	X
		Programa de Tutores y Mentores	iNNpuls		X	X	

* Corresponden a los modelos de gestión N° 2, 3, 4 y 5, presentados en la tabla 6.

Fuente: elaboración propia a partir de la guía *ABC de Economía Naranja 2019*

5. Otros temas relevantes

5.1 La Superintendencia de Sociedades ha publicado documentos en materia de cumplimiento normativo y de buenas prácticas empresariales útiles para generar valor en la actividad económica desarrollada por parte del empresariado, éstos pueden ser consultados en la página web de la Entidad www.supersociedades.gov.co.

Entre las publicaciones se puede encontrar:

5.1.1 Guía práctica para la celebración de asambleas de accionistas y juntas de socios. Entre los temas que se abordan se encuentran las reuniones ordinarias y extraordinarias, la convocatoria, el derecho de inspección y otros aspectos relevantes para la celebración de este tipo de reuniones.

5.1.2 Guía práctica para administradores. Este documento se constituyó como herramienta al servicio del empresariado, con el fin de fortalecer la actividad de los administradores, y que sirva como punto de partida para que su actuar se enmarque dentro de los términos estatutarios y legales pertinentes.

5.1.3 Cien preguntas y respuestas sobre la sociedad por acciones simplificada SAS. En este documento se resuelven algunas inquietudes que revisten importancia en la constitución, reglas especiales sobre el capital y las acciones, sobre la organización de la sociedad, acuerdos de accionistas, responsabilidad de los administradores, entre otros.

5.1.4 Circular básica jurídica. En este documento se compila las principales instrucciones generales que en materia legal ha emitido la Superintendencia de Sociedades. Por tanto, esta Circular actualiza algunos pronunciamientos enunciados en los documentos precitados.

5.1.5 Guía práctica de aplicación del método de la participación y preparación de estados financieros consolidados y combinados. Es un referente a los responsables de aplicar el método de participación, de preparar y presentar estados financieros consolidados y combinados.

5.2 Existen pronunciamientos de interpretación sobre proyectos de ley, decretos, acuerdos, resoluciones, contratos y convenios de competencia de la Superintendencia, que son de consulta pública y que se pueden encontrar como “conceptos jurídicos” en la página web señalada.



**SUPERINTENDENCIA
DE SOCIEDADES**



Línea de atención al usuario: 018000114319
PBX: 3245777 – 2201000 / Centro de fax: 2201000, opción 2 / 3245000
AVENIDA EL DORADO No. 51 – 80 / Bogotá – Colombia
Horario de atención al público: de Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
webmaster@supersociedades.gov.co



**El futuro
es de todos**

Gobierno
de Colombia