

## **El valor de la creatividad en un mundo que cambió**

\*Por: Yaffa Nahir Ivette Gómez Barrera

¡El mundo cambió! es lo que se escucha de manera reciente por parte de periodistas, influencers y hasta de la misma Ministra de Trabajo.

La cuarta revolución industrial ha impulsado la economía naranja, la que hace referencia a los bienes y servicios cuyo valor puede protegerse por los derechos de propiedad intelectual, los cuales hacen parte de las artes y el patrimonio cultural material e inmaterial, las industrias culturales y las creaciones funcionales como el diseño, la arquitectura, la moda y la publicidad.

Ante este escenario de cambio que impacta el trabajo; la creatividad, la inteligencia social y emocional y la originalidad parecen ser habilidades claves para que los profesionales puedan enfrentar el futuro, así como el razonamiento crítico y la resolución de problemas.

La sociedad demandará más los bienes y servicios que la industria cultural y creativa pueda brindarle, pues estos además de tener valor de cambio tienen un valor especial al ser transmisores de identidad y tienen un valor simbólico y de signo importante para quienes los consumen.

Es así como ante la posibilidad que ofrece la impresión individualizada 3D, cobra valor el diseño de productos y de prendas posibilitando que se dé mayor importancia al concepto de “diseñado en” o “diseñado por” que al concepto de producción masiva de “hecho en”.

Según el reciente informe de Confecámaras acerca del crecimiento, supervivencia y desafíos de las empresas de la economía naranja en Colombia, en el 2018 el número de empresas formales del sector fue de 45.294. Es así como en audiovisuales el 61% de las firmas creadas sobrevive al término de cinco años, seguido por diseño (56%) y publicidad (55%). A la vez, se encontró que el 72,7% de los emprendedores de los micronegocios asociados a segmentos creativos tienen entre 25 y 54 años y el personal ocupado se concentra en el nivel educativo de formación superior o universitaria. Las firmas que nacen creando empleo sobreviven más que las de autoempleo.

Dentro de los desafíos que enfrentan estas empresas están la carencia de tiempo para enfocarse en el crecimiento de su modelo de negocio, las dificultades de financiamiento y la escasa oferta de personal capacitado para afrontar los desafíos de un mundo globalizado. Haciéndose necesario posibilitar las alianzas dentro del ecosistema cultural y creativo para asociarse con el fin de atender oportunidades.

Se requiere fortalecer la educación empresarial para la planeación de objetivos y metas en el mediano y largo plazo, para avanzar en su productividad. A nivel

regional, es clave fortalecer los ecosistemas de innovación fundamentales en la permanencia de los emprendimientos creativos.

\*Docente Universidad Católica de Pereira