

Go Orange: Porqué la Economía Naranja es el camino a seguir en el 2020

Se acerca el 2020 - una cifra que parece más ciencia ficción que cualquier otra cosa -, dejando en evidencia una vez más que la industria avanza a velocidad vertiginosa y que necesitamos mantener el ritmo.

Si bien el futuro que visualizamos tradicionalmente incluye muchísima tecnología – y la tiene, con la Inteligencia Artificial y los softwares de realidad virtual llevando la delantera -, existe un eslabón cada vez más tomado en cuenta como potencia económica: la creatividad. Presente desde la confección de joyería sustentable hasta el desarrollo de apps, la creatividad como medio productivo pisa cada vez con más fuerza.

Y es que eso es precisamente la economía naranja: ese sector completamente enfocado en los procesos creativos que ofrecen bienes y servicios a la sociedad. Algunos de los gigantes de esta industria son las producciones cinematográficas, las musicales, y las del mundo de la moda. No se quedan por fuera el desarrollo de softwares, videojuegos, publicidad, arquitectura, y todo lo que provenga de la creatividad humana.

Los números no mienten, y solo este año hemos registrado pasos gigantes en la producciones creativas a nivel mundial. *Avengers: Endgame* por fin logró superar en taquilla a *Avatar* con unos arrolladores \$2.789 millones recaudados desde su estreno; por otra parte, *Fortnite* continúa como uno de los videojuegos más rentables y con mayores ingresos jamás registrados en el área.

Todos estos sectores han representado uno de los ingresos económicos más grandes de la última década. Pero, ¿hacia dónde van? La inversión mundial apuesta hacia la innovación, el desarrollo sustentable, y la creatividad en los campos más rentables, así que podemos pronosticar un alza sin precedentes en el emprendimiento naranja.

Lo que está en camino

La economía de la creatividad es el principal motor del emprendimiento en los próximos años, y la innovación de este sector abarca desde la educación hasta las artes. El desarrollo de aplicaciones, plataformas, y marcas irá también de la mano con la economía colaborativa, lo que asegura un espacio de relevancia en el sector de inversiones.

Uno de los ejemplos que mejor condensa los principios de la creatividad en los negocios son las tiendas online con soporte en redes sociales. Desde la creación de un producto original hasta su disponibilidad a través de una pantalla, un emprendedor tiene todas las herramientas para ingresar en el campo financiero gracias a este tipo de desempeños. Esta nueva generación de productos y servicios ofrecidos a través de plataformas sociales responde a los fundamentos base de la economía naranja: innovación, accesibilidad, y sustentabilidad.

Dentro de los emprendimientos que mejor se pronostican para los próximos meses – y entrando al 2020 –, se encuentran los siguientes:

Emprendimiento colaborativo

Todo se conecta, y los emprendimientos más exitosos de los últimos meses lo demuestran. La creación de comunidades se ha vuelto uno de los enfoques más sólidos de cualquier plan de mercadeo, y esto se extiende hasta las estrategias financieras y ejecutivas. La **clusterización** y colaboración entre grupos dibuja un camino de acción importante para la generación de ingresos económicos y de capital humano para el sector naranja.

Estas comunidades representan la espina dorsal de una marca, y muchas las han llevado al próximo nivel al volver a los usuarios y clientes parte de la propia empresa, desde casa y sin mayores complicaciones. El emprendimiento colaborativo también se basa en la cooperación entre marcas y compañías que se complementen,

estableciendo planes de negocios que ponen el crecimiento y la relevancia ante el público como principal objetivo.

Herramientas de diseño

Desde el concepto gráfico de un tablero en Pinterest hasta la estructura de una página web, pasando por la concepción de videojuegos, ropa y juguetes, la necesidad de facilitar el acceso a un gran diseño va más allá de la estética. La construcción de espacios de diseño - y de herramientas para crearlos – ha transformado las necesidades y las aptitudes de los diseñadores. Esto se proyecta en nuevas visiones que posicionan la experiencia del usuario al tope de los objetivos.

La accesibilidad a estas herramientas abre las posibilidades creativas de los usuarios para explorar y manejar sus propios conceptos. Estos a su vez funcionan como presentación para aún más ideas que alimentan el campo laboral y crean oportunidades para más emprendedores. La creación de plataformas sólidas que trabajen bajo el enfoque colaborativo también es un espacio que busca llenarse y explotarse en los próximos meses.

Negocios digitales

Si bien las producciones de los servicios de streaming ya tienen su lugar anclado entre las inversiones creativas más lucrativas, la creación y publicación de contenido digital en forma de revistas, podcasts y comunidades online sigue creciendo. Enlazado a esto, los servicios digitales de marketing evolucionan junto a ellos, por lo que el sector de la mercadotecnia termina gestionándose indudablemente dentro de la economía creativa.

El dominio del contenido creativo llevará a la fusión de las agencias creativas y de marketing, acentuando la necesidad de colaboración entre sectores para establecer estrategias homogéneas. Teniendo en cuenta que actualmente un gran porcentaje del marketing de una marca proviene de sus propios clientes, la creación de contenido

pasa a ser un proceso cooperativo entre la compañía, la agencia y, sobre todo, el consumidor.

Dentro de la acción colaborativa se crean grupos de trabajo que terminan enlazándose y formando una red de oferta y demanda que incentiva la creación de oportunidades. El potencial del sector creativo prueba ser infinito, ya que se alimenta de la innovación humana y de sus innumerables resultados.

En BC Minds creemos que la economía naranja se establece cada vez más como la industria que mejor responde a las necesidades de nuestras circunstancias. La industria creativa se inclina marcadamente hacia la conservación de los recursos naturales, la diversidad, la globalización de culturas, y la explotación del potencial imaginativo de cada individuo. Los días en que la creatividad se veía como un frente económicamente débil quedaron atrás, convirtiéndose en una de las mejores apuestas de inversión para este 2020 y los próximos años.