

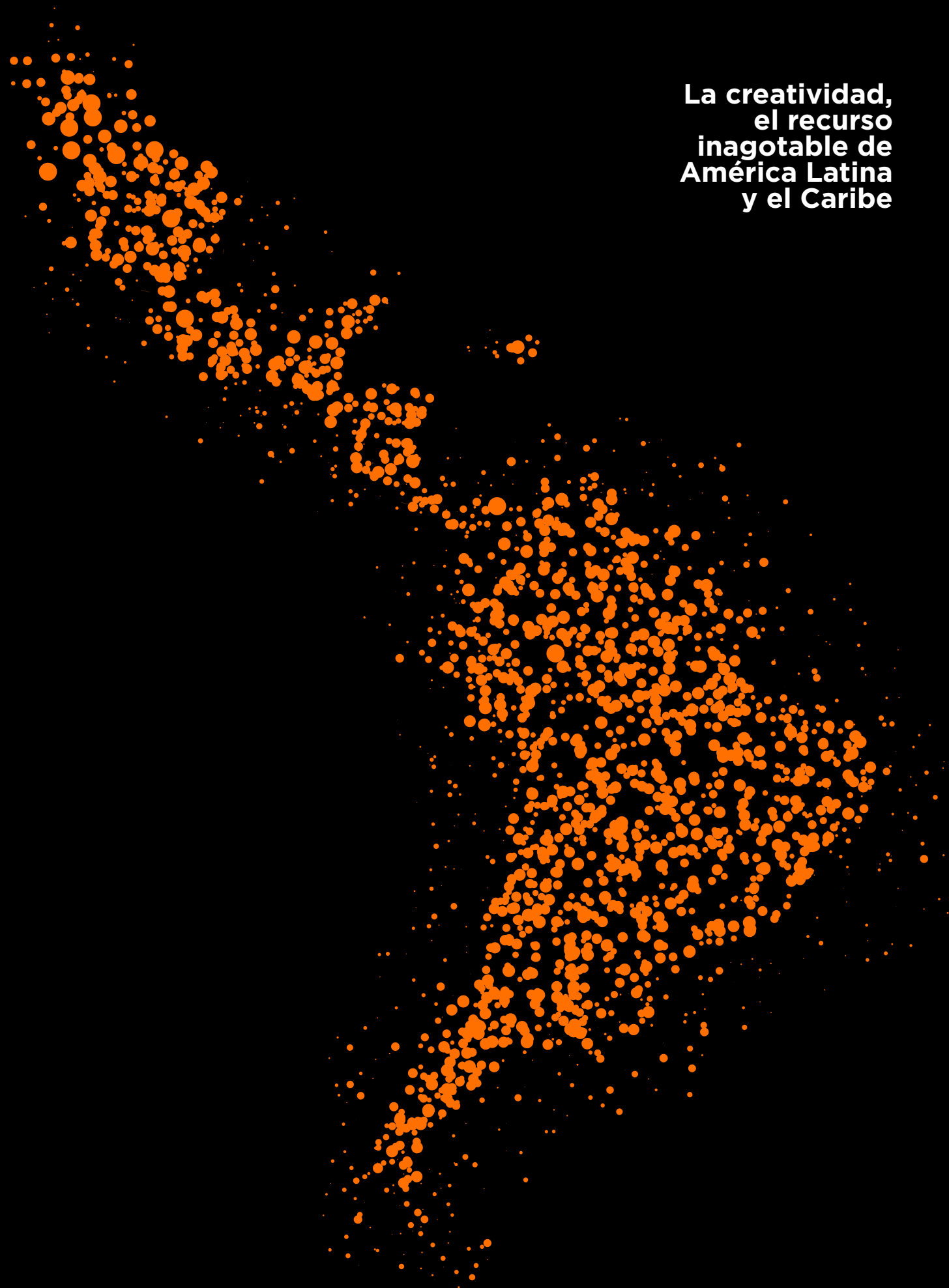
Índice

Introducción	--	3-22
¿Cuál fue la metodología para realizar este mapeo?	Metodología	23-27
	Resultados	28-29
Emprendimientos	Arquitectura	30-51
	Artesanía	52-69
	Diseño	70-96
	Medios	97-119
	Moda	120-145
	Música	146-170
	Servicios creativos	171-187
	Software y plataformas digitales	188-236
Glosario de términos	--	237
Bibliografía	--	238-242
Agradecimientos	--	243
Índice visual por emprendimiento creativo	--	244

Introducción



**La creatividad,
el recurso
inagotable de
América Latina
y el Caribe**



Alejandra Luzardo

Especialista senior del BID y líder estrategia de economías creativas, innovación y emprendimiento

¿Quién iba a decir que en las manos de los creativos, diseñadores, artistas y emprendedores podía estar parte de la respuesta a los desafíos de desarrollo de América Latina y el Caribe? La creatividad como motor de innovación puede contribuir a la diversificación como herramienta necesaria para contar con una economía competitiva a nivel mundial basada en el conocimiento. Una de estas áreas de desarrollo es la denominada *economía naranja*, es decir, el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios, y cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual, según la definición del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

El universo *naranja* está compuesto por dos partes: 1) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales; y 2) las áreas de soporte para la creatividad.

Con la publicación del libro *La economía naranja*, el banco puso el foco en un fenómeno que despierta cada vez más interés en las agendas de desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. La razón: su práctica no solo impulsa el crecimiento económico a través de la creación de valor, sino que sus iniciativas se han convertido en sistemas de innovación en sectores prioritarios para la región.

Estos servicios basados en la creatividad generaron globalmente, en 2012, un total de 547.000 millones de dólares (Unctad) y 29,5 millones de empleos, equivalentes estos últimos a los de Gran Bretaña.¹ Para América Latina y el Caribe, la *economía naranja* significó 1,9 millones de puestos de trabajo en el 2015, comparables con los que genera toda la economía de Uruguay o Costa Rica.²

¹ 31,84 millones de personas empleadas en el Reino Unido. UK Labor market for October to December 2016, seasonally adjusted. Office for National Statistics. Disponible en: <http://bit.ly/2gZv135>. Consultado en febrero de 2017.

² Organización Internacional del Trabajo, 2016. Panorama laboral 2016 América Latina y el Caribe. Disponible en: <http://bit.ly/2m4crh7>. Consultado en febrero de 2017.

Economía naranja
29,5M



Unión Europea
12M



Estados Unidos
7,25M



Japón
5,5M



**La fuerza
laboral mundial
de la economía
naranja supera
a la de la industria
automotriz de la
Unión Europea,
Estados Unidos y Japón.**

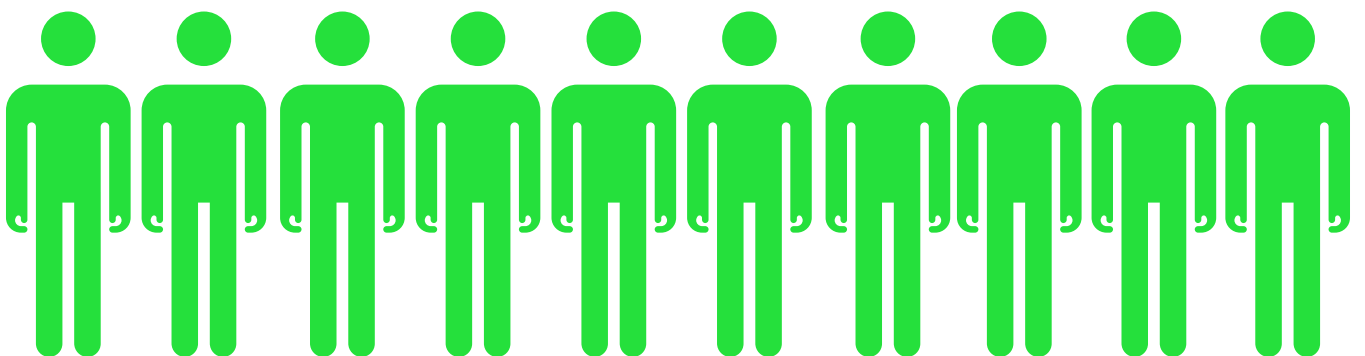
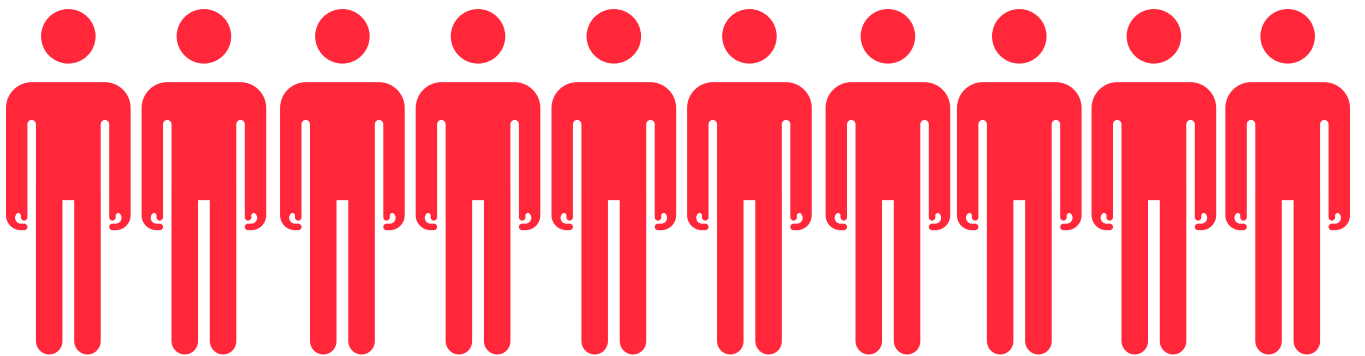
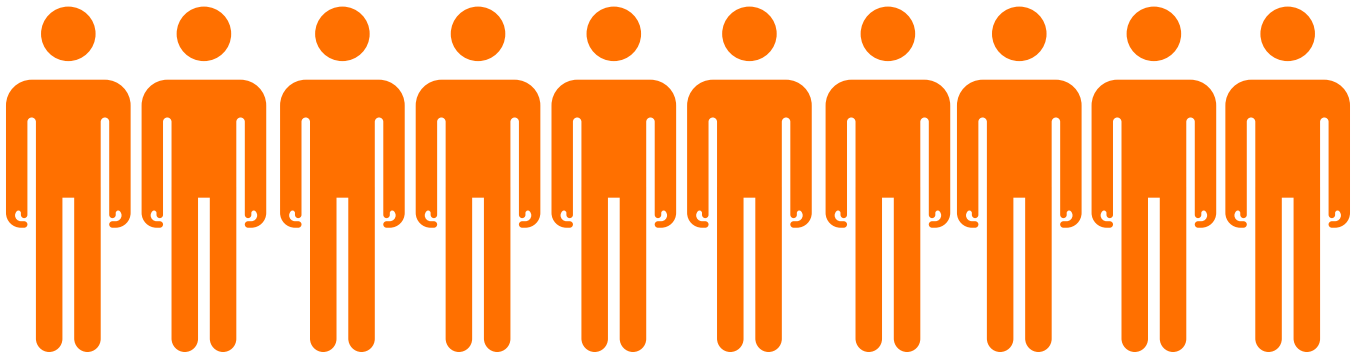
Fuente: Comisión Europea. Industria automovilística. Disponible en: https://ec.europa.eu/growth/sectors/automotive_es.
Japan Automobile Manufacturers Association, Inc. (2015). The Motor Industry of Japan 2015. Disponible en: <http://www.jama-english.jp/publications/MIJ2015.pdf>.
Center for Automotive Research. (2015). Contribution of the Automotive Industry to the Economies of All Fifty States and the United States. Disponible en: <http://www.cargroup.org/wp-content/uploads/2017/02/Contribution-of-the-Automotive-Industry-to-the-Economies-of-All-Fifty-States-and-the-United-States2015.pdf>.

*(Fuentes consultadas en mayo de 2017).



Fuerza laboral mundial en 2013

Las industrias creativas y culturales tienen una cantidad de trabajadores equivalente a la población combinada de París, Nueva York y Londres.



29,5 millones de trabajadores

Fuente: EY. Cultural Times The first global map of cultural and creative industries. Estados Unidos, 2015. Disponible en: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf) (Consultado en mayo de 2017).

Fuerza laboral América Latina y el Caribe en 2015

En el 2015, la economía naranja en América Latina y el Caribe sostuvo una cantidad de puestos de trabajo comparables con los que genera toda la economía de Costa Rica o Uruguay.



1,9 millones de trabajadores

Fuente: EY. Cultural Times The first global map of cultural and creative industries. Estados Unidos, 2015. Disponible en: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf) (Consultado en mayo de 2017).

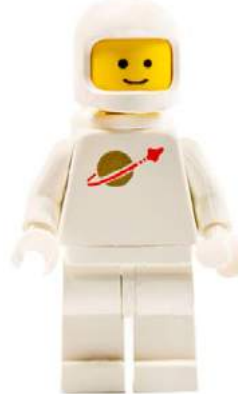
Para muchos las industrias culturales resultan al menos un término cercano o tangible. En cambio, la creatividad como concepto parece ser algo mucho más amplio y que se halla en toda acción humana. ¿Pero a qué nos referimos cuando hablamos de creatividad? No existe una sola definición para esta palabra. Como señala David Throsby, la creatividad es una cualidad de largo alcance cuyos misterios apenas son comprendidos por los psicólogos, los que incluso se preguntan si es una característica de los seres humanos, como la inteligencia, o es un proceso mediante el cual los nuevos problemas se resuelven de modo novedoso.³

Esta misma interrogante la recoge el Informe de Economía Creativa de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad, por sus siglas en inglés),⁴ para el que si bien la psicología ha estudiado ampliamente el campo de la creatividad individual, sus especialistas no han llegado a un consenso sobre este concepto, o al decir de Throsby, no se ha dilucidado con certeza en torno a la creatividad como un atributo personal o un proceso en el que las ideas son generadas. El informe sugiere las siguientes definiciones o categorías:



Creatividad artística

Involucra imaginación y capacidad para originar ideas originales y novedosas.



Creatividad científica

Se activa desde la curiosidad por la observación de fenómenos y la disposición para experimentar y crear nuevas formas para resolver los problemas.



Creatividad económica

Se trata de un proceso dinámico que apunta a la innovación en tecnologías de producción, prácticas comerciales y mercadeo.

³ D. Throsby. (2013). The Economics of Cultural Policy. Nueva York: Cambridge University Press.

⁴ Unctad & PNUD, Economía creativa: una opción factible de desarrollo. 2010, p. 28. Disponible en: <http://www.unctad.org/creativeprogramme>. Consultado en febrero de 2017.

2020

1- SOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMPLEJOS

2- PENSAMIENTO CRÍTICO

3- **CREATIVIDAD**

4- MANEJO DE PERSONAS

5- COORDINACIÓN CON LOS DEMÁS

6- INTELIGENCIA EMOCIONAL

7- JUICIO Y TOMA DE DECISIONES

8- ORIENTACIÓN AL SERVICIO

9- NEGOCIACIÓN

10- FLEXIBILIDAD COGNITIVA



Las 10 habilidades que necesitarás para tu trabajo en el 2020

SOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMPLEJOS -1

COORDINACIÓN CON LOS DEMÁS -2

GESTIÓN DE PERSONAS -3

PENSAMIENTO CRÍTICO -4

NEGOCIACIÓN -5

CONTROL DE CALIDAD -6

ORIENTACIÓN AL SERVICIO -7

JUICIO Y TOMA DE DECISIONES -8

BUEN OYENTE -9

CREATIVIDAD -10

2015

Estas tres definiciones están estrechamente relacionadas y presentes en la economía naranja.

La primera alusión de la creatividad como un atributo personal o producto del azar es cuestionado por David Burkus, en su libro *El mito de la creatividad*.⁵ Para él, asumir la creatividad como el resultado de la inspiración divina, de la suerte o de la casualidad, es un supuesto erróneo. Más aún sugiere que estas creencias no han favorecido el reconocimiento a los creativos en su capacidad de aportar una perspectiva diferente a los desafíos del mundo, dejando de lado las preconcepciones y dándose la oportunidad de explorar nuevos caminos para innovar. Y entre ellos, están los emprendedores.

Uno de los sectores transversales de la economía naranja es el emprendimiento. En la región hemos visto surgir cada vez con más fuerza una nueva generación de emprendedores que le han dado a la creatividad un valor central en sus actividades productivas y comerciales. Ellos han redefinido sus funciones y desafiado los mitos que rodean a la creatividad como fenómeno. Los emprendedores creativos han sabido adaptarse y transformarse, construyendo equipos multidisciplinarios que conjugan las habilidades atípicas que les permiten innovar en sectores donde hace 10 años era impensable. Con esto han logrado integrar la colaboración del universo naranja con sectores tradicionales como la educación, el transporte y la salud, generando un impacto contundente de escala social y económica al dinamizar la innovación en el resto de la economía.



El comercio de bienes y servicios creativos en el 2012 generó un total de

547.000

millones de dólares

Ingresos generados por las industrias creativas y culturales (ICC)

Año
2013

Ingresos mundiales
US\$2.250.000.000.000

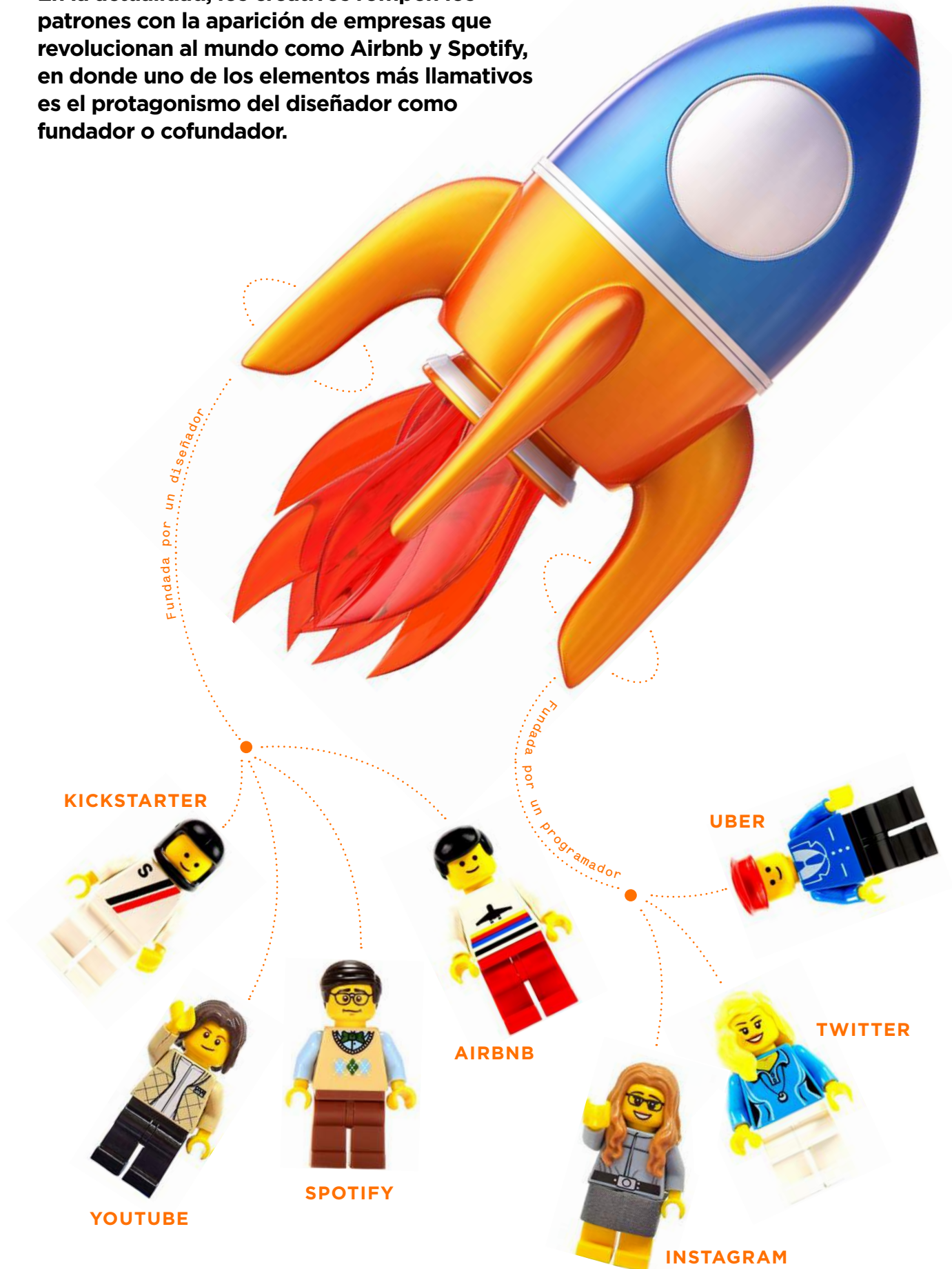
Ingresos ALC
US\$124.000.000.000

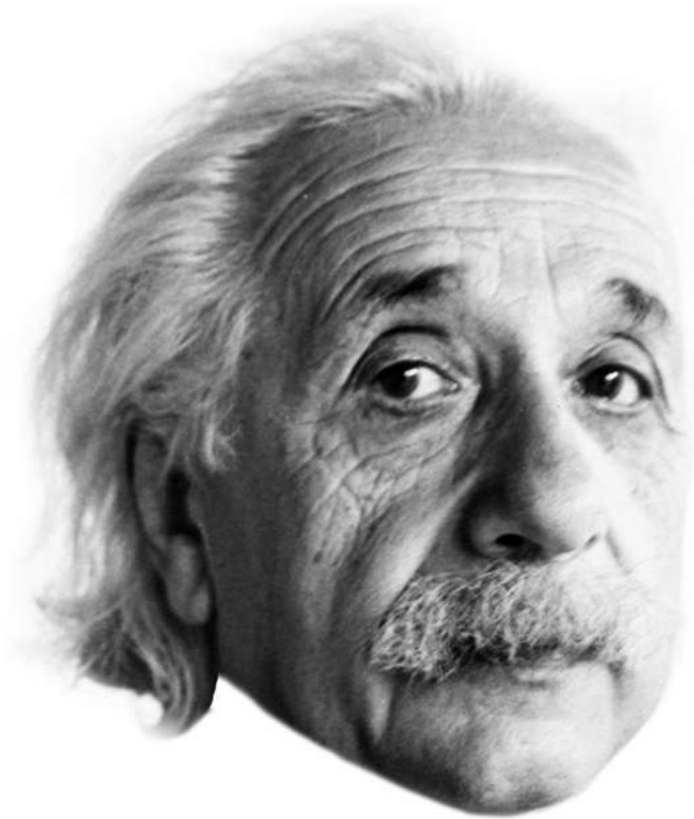
Fuente

EY. Cultural Times The first global map of cultural and creative industries. Estados Unidos, 2015. Disponible en: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf) (Consultado en mayo de 2017).

⁵ D. Burkus. *The myths of creativity: The truth about how innovative companies and people generate great ideas*. Estados Unidos: John Wiley & Sons, 2013.

En la actualidad, los creativos rompen los patrones con la aparición de empresas que revolucionan al mundo como Airbnb y Spotify, en donde uno de los elementos más llamativos es el protagonismo del diseñador como fundador o cofundador.





En medio de la cuarta revolución industrial, la creatividad se convierte en protagonista para enfrentar los cambios en las maneras de producir y trabajar. Albert Einstein dijo una vez:

"No podemos resolver nuestros problemas con el mismo pensamiento que usamos cuando los creamos"

El futuro de las empresas, independiente de su tamaño, estará en la capacidad de desprenderse de la forma en que desarrollaban sus productos y servicios para seguir invirtiendo en la atracción de nuevos talentos, que sean capaces de diseñar otras lógicas para la creación del valor.⁶

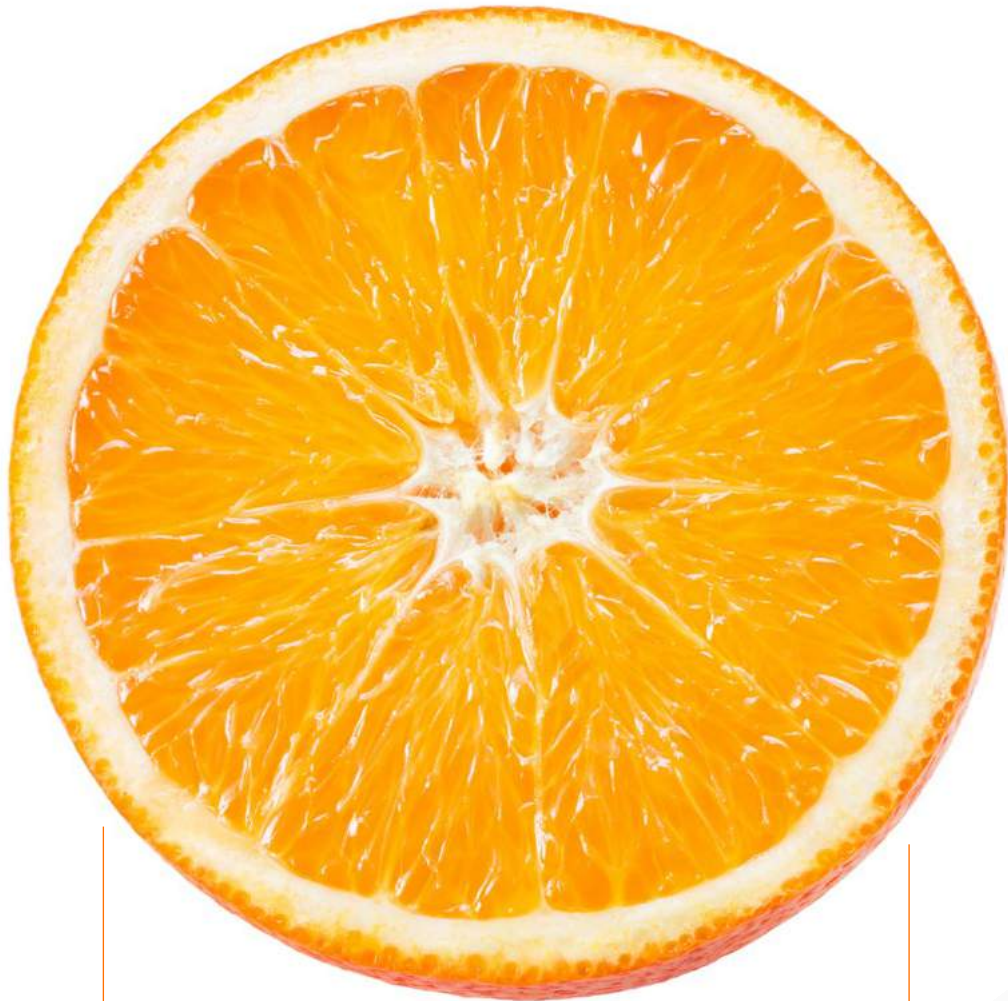
En la actualidad, los creativos rompen los patrones con la aparición de empresas que revolucionan el mundo como Airbnb o Spotify. Estas cuentan con equipos y liderazgos de una naturaleza diferente a la conocida hasta hoy. Uno de los elementos más llamativos es el protagonismo del diseñador como fundador o cofundador de muchas de estas empresas. En Silicon Valley, según el *Design in Tech Report*,⁷ en los últimos 10 años más de 27 empresas cofundadas por diseñadores han sido adquiridas por compañías como Google, Facebook, Adobe, LinkedIn, Dropbox y Yahoo, Accenture, Capital One, BBVA, McKinsey & Co. Estas han originado miles de millones de dólares en valor y han despertado el interés de grandes corporaciones e inversionistas, que ahora ven con otros ojos las capacidades de estos creativos.

Los emprendimientos e innovaciones que destaca este documento constituyen una prueba de cómo la creatividad y los nuevos talentos reinventan productos que luego son capaces de gestar valor, innovación y generar nuevas experiencias para los usuarios. Todos ellos se encuentran en Latinoamérica y el Caribe, donde también la creatividad se ha convertido en una de las habilidades más relevantes que tiene la región para acelerar el crecimiento, la innovación, el empleo y ser el punto de atracción de talentos, nuevos inversionistas y empresarios.

⁶ M. Bonchek. Why the Problem with Learning is Unlearning, Harvard Business Review, 2016. Disponible en: <http://bit.ly/2fgu3AF>. Consultado en febrero de 2017.

⁷ J. Maeda. Design in Tech Report. KPCB, 2016. Disponible en: <http://bit.ly/1TJoprB>. Consultado en febrero de 2017.

¿Sabes cuál es el valor que genera la economía naranja?



1 Genera valor y riqueza



2 Genera empleos



3 Genera impacto social

Los emprendedores creativos innovan en sectores tradicionales

La innovación multidisciplinaria ha existido siempre. Sin embargo, el acceso a la información y la revolución digital ha acelerado y multiplicado la participación de las industrias creativas en el desarrollo de productos, servicios y experiencias más sofisticadas en sectores productivos tradicionales como salud, infraestructura, educación, finanzas, entre otros.

Tal es el caso de Babybe, una solución creada por el diseñador Camilo Anabalón y el artista e ingeniero mecatrónico Raphael Lang que podría beneficiar a más de 15 millones de bebés que nacen de modo prematuro cada año en el mundo.⁸ Sin ningún conocimiento de medicina, aunque haciendo un trabajo mano a mano con médicos, lograron un avance que mejora vidas.

Otra experiencia es la de Urban 3D, una empresa que desde el uso de la robótica, la impresión tridimensional (3D) y otras tecnologías, se ha posicionado como pionera en nuevas formas de construcción que buscan resolver la crisis mundial de vivienda. Un problema que en América Latina y el Caribe afecta a una de cada tres familias.⁹

En este universo naranja, el software y las tecnologías de la información lideran las transformaciones a partir de la creatividad. Es el caso de Frei.re Lab, un software educativo que en un principio buscaba impactar en más de 11 millones de niños analfabetos en Brasil y ya beneficia a unos 77 millones de niños en América Latina. Frei.re Lab se une así a un movimiento global de videojuegos ultrasofisticados que utilizan la experiencia lúdica para impulsar los cambios sociales.

⁸ Organización Mundial de la Salud. 2016. Nota descriptiva, Nacimientos prematuros. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs363/es/> Consultado en febrero de 2017.

⁹ C.P. Bouillon, A. Muñoz Miranda, V. Fretes Cibils, A. Blanco Blanco, C. Buruchowicz, N. Medellín & V. Fretes Cibils, Un espacio para el desarrollo: los mercados de vivienda en América Latina y el Caribe, Banco Interamericano de Desarrollo, 2016, p. 196. Disponible en: <http://bit.ly/2lQdpw0>. Consultado en febrero de 2017.

La empatía y la creatividad para salvar al mundo

Uno de los elementos más llamativos entre las 50 innovaciones que destaca este documento es el uso de la empatía. Esta capacidad cognitiva de percibir lo que otro puede sentir es una característica notable de muchos productos de la economía naranja. Sus creativos han sabido capitalizar en ella poniéndose en el lugar de los otros para generar sus productos y servicios que resuelven las necesidades específicas de la sociedad. En esta nueva economía, plantear soluciones inclusivas, que capitalizan la inteligencia desde la participación del usuario es una ventaja competitiva en términos de innovación social. Esto se basa principalmente en sumar a la creación a los beneficiarios, habilitando un resultado final alineado con las necesidades del proyecto, que acelera los procesos de empoderamiento y apropiación de las innovaciones. Esto afecta de forma directa la preferencia de los consumidores por uno u otro producto.

Más importante aún, la empatía introducida a los procesos de creatividad puede lograr un impacto social, generar empleo y romper con los patrones tradicionales en la cadena de producción de diferentes sectores de la economía. Es el caso del reconocido arquitecto chileno **Alejandro Aravena**, quien incorpora de manera participativa las necesidades y especificidades culturales de las comunidades beneficiadas en la construcción de viviendas sociales, marcando una tendencia que ha trascendido las fronteras.

Revolucionario es el Proyecto Pietà, una marca de ropa urbana con una apuesta al diseño contemporáneo, que nació en las cárceles de Lima, Perú. Este emprendimiento busca romper con la corriente dominante en el mundo de la moda, poniendo a los reclusos como protagonistas de cada prenda que sale al mercado. Junto con hacer visibles sus nombres y rostros a la sociedad, les brinda la posibilidad de transformar su condena en una oportunidad de aprendizaje, originar ingresos y reducir su pena.

La creatividad en favor del consumo responsable

Las industrias creativas y culturales representadas en estas 50 innovaciones evidencian que en América Latina y el Caribe hay un entendimiento claro de la importancia del vínculo emocional con el consumidor, del respeto al patrimonio cultural y del impacto social que son capaces de provocar en el mundo.

Este plano emocional es donde las marcas pueden alcanzar la preferencia y lealtad de los consumidores. Sucede, por ejemplo, cuando estas participan en causas sociales que despiertan su sensibilidad como es el consumo responsable. En ellas, la preservación del medioambiente y la igualdad social son valoradas, y se busca que las marcas beneficien con justicia a todos los que conforman su cadena de valor. Quienes las eligen quieren conocer de primera instancia la historia detrás de cada individuo que forma parte del producto y el impacto que esta actividad es capaz de generar en su entorno y en el mundo.

En el corazón de Guatemala está The New Denim Project, empresa textil que trabaja con los desechos de las maquilas de jeans existentes en el país, reciclándolos para crear productos sostenibles de alta calidad. Este emprendimiento entiende la oportunidad de mercado que existe para las compañías que son actores dinámicos en la economía circular y que transforman sus procesos de manufactura con cero desperdicio (zero waste).

Mola Sasa es una marca de moda basada en la compleja labor de confección de tejidos conocida como mola y que ha sido desarrollada desde tiempos ancestrales por mujeres de las comunidades kuna en la Región del Darién, en territorios que comparten Colombia y Panamá. Mola Sasa no solo enaltece esta técnica de tejido tradicional de la cultura kuna que los comercializa como accesorios de lujos para la industria de la moda, sino que capacita a las mujeres indígenas en su desarrollo social y económico.

Lo análogo seguirá innovando durante la cuarta revolución industrial

En medio de la vorágine de la era digital en que las nuevas tecnologías parecieran ser lo único que habilita la innovación, lo análogo sigue reinando en varios sectores. Los consumidores buscan experiencias a través de bienes y servicios que estimulen los cinco sentidos, aunque en ocasiones resulte más costoso que su equivalente digital. Para algunos de sus defensores como David Sax, “las experiencias análogas nos pueden proporcionar el tipo de placeres y recompensas reales que los digitales no pueden [y] a veces el análogo simplemente supera al digital como la mejor solución”.¹⁰

Entre estas 50 innovaciones, destacan una serie de productos y servicios no digitales que realzan la cultura y las raíces de los pueblos latinoamericanos, y que al igual que muchos de sus símiles digitales comprometen a sus audiencias en causas sociales como la sustentabilidad, el empoderamiento femenino o la responsabilidad civil ante el cambio climático.

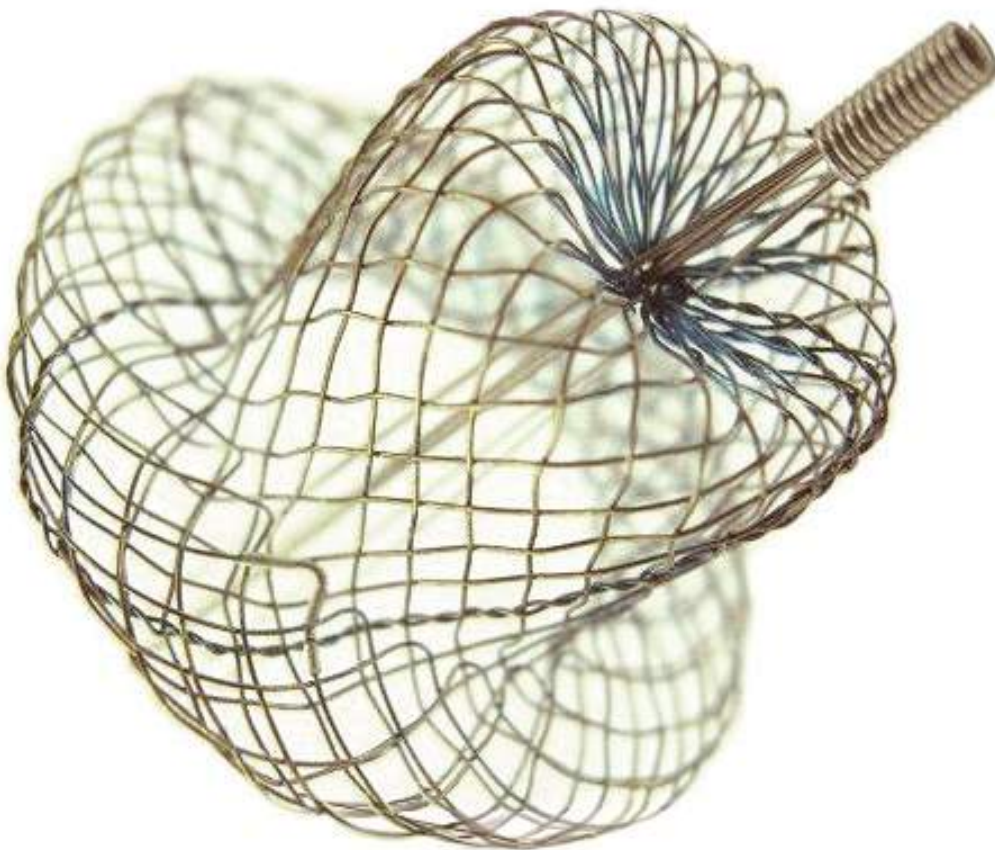
Fortalecer comunidades y valorar los espacios que habitan a través del aparente simple acto de instalar baldosas hidráulicas es lo que hace **Proyecto Anda**. Arquitectos, artistas, estudiantes y vecinos diseñan y construyen estas baldosas que simulan el estilo de las construcciones de mediados del siglo XX, creando así una experiencia física en que el acto de construir juntos se convierte en un hecho de integración social.

Otras veces lo análogo se conjuga con lo digital, como en la *startup* Didart, una empresa que busca educar a los niños y estimularlos a valorar su cultura por medio de un programa de juegos interactivos. Esta empresa también ofrece experiencias presenciales en las que usan materiales orgánicos de su entorno para elaborar artesanías.

Las experiencias que combinan lo análogo y lo digital tienen la capacidad de explotar lo mejor de los dos mundos. Y esta convergencia permitirá reinventar ciudades o producir soluciones innovadoras, integrar lo que los ciudadanos sienten, la atmósfera que los rodea, las necesidades de las comunidades y a revalorar lo tradicional y el patrimonio cultural.

¹⁰ M. Kakutani. The Revenge of Analog: See it. Feel it. Touch it. (Don't click). The New York Times, 2016. Disponible en: <http://nyti.ms/2mBLi2D>. Consultado en febrero de 2017.

“No hay ninguna máquina en el mundo que haga el trabajo de las mujeres aimaras, quienes con sus técnicas ancestrales son capaces de confeccionar un dispositivo para tratar cardiopatías infantiles”.



El desafío tecnológico para los creativos

Así como la experiencia analógica no desaparecerá, para lograr dar un gran salto en el desarrollo de las industrias creativas y culturales de la región el componente tecnológico debe ser aplicado al máximo. Existen muchas oportunidades por explorar y espacios para innovar en la intersección entre la ciencia, la tecnología, el arte y la creatividad. Las innovaciones que surjan de este cruce crearán productos para competir en el mercado con usos y funcionalidades que irán más allá de nuestra imaginación.

Una de las tendencias que salta a la vista luego de mapear más de 300 empresas creativas y culturales, es que la innovación tecnológica en la región todavía se caracteriza por la adaptación de ideas existentes de otros mercados a la realidad y necesidades locales. Ejemplos como Carrot, PayU y Fondeadora, están basados en modelos de negocio existentes en Estados Unidos como ZipCar, Paypal y Kickstarter. La buena noticia es que todos estos esfuerzos inspirados en innovaciones externas son liderados por creativos latinoamericanos, los que impulsan un ecosistema apto para que de una próxima generación de emprendedores surjan ideas centradas en las necesidades propias de sus países y lleven las posibilidades tecnológicas a un siguiente nivel.

Las industrias creativas y culturales seguirán innovando con o sin el empleo de la tecnología. Los agentes que conforman el ecosistema creativo empresarial: sociedad civil, sector público, privado y academia, necesitan encontrar más oportunidades de sinergias alrededor de los proyectos creativos con espacios de colaboración. Este es el campo de acción para organizaciones como los laboratorios culturales, *coworking spaces* o espacios de trabajo cooperativo, e incubadoras aceleradoras donde el científico, el artesano, el inversionista, el comerciante y el creativo puedan convivir, crear y aprender. Esta es la verdadera fórmula de la innovación y la gran oportunidad para los emprendedores creativos de Latinoamérica y el Caribe.

América Latina y el Caribe el próximo *hub* de la creatividad

Latinoamérica y el Caribe es una región creativa llena de talento e imaginación. Incluso nos aventuramos a decir que estos son sus activos más valiosos. Sus industrias creativas y culturales deben ser capaces de competir en los mercados globales, generar empleos, resaltar el patrimonio y la identidad cultural de sus pueblos y mejorar la calidad de vida de su gente.

La economía de este sector es un motor de desarrollo que podemos potenciar aún más. Su expansión exige nuevos modos de medición y seguimiento para monitorear el progreso y valor. Su contribución a la economía de los países es aún invisible o está débilmente representada. No solo es importante medirla de manera consistente, sino también hacer evaluaciones de impacto que permitan consolidar los conocimientos acerca de los fracasos y los éxitos; o desarrollar políticas públicas que fortalezcan al ecosistema de innovación y de la creatividad. Desde el BID trabajamos junto con los gobiernos para que originen planes de acción con políticas coherentes, que se concreten en proyectos tangibles, con una necesaria apuesta estratégica regional que identifique las prioridades.

Esto no es nuevo. En el BID hemos entendido desde hace mucho tiempo que la cultura y la creatividad son un vehículo para el avance social y económico de la región. Desde el 2000 el banco ha financiado más de 300 operaciones con componentes culturales por un valor de 1.600 millones de dólares. Ha apoyado a más de 650 organizaciones no gubernamentales y fundaciones, a través de préstamos y financiamiento no reembolsable en una amplia gama de sectores, implementados en todas las subregiones de América Latina y el Caribe.

Como parte de este convencimiento, y con el propósito de cambiar la forma en que enfrentamos los desafíos de desarrollo en América Latina y el Caribe, el BID lanzó en el 2013 el movimiento “[Idear Soluciones](#) para mejorar vidas”. Este tiene el objetivo de reunir a algunas de las mentes más brillantes en las industrias creativas y culturales para discutir, inspirar y cocrear soluciones innovadoras. Esta plataforma le ha permitido al BID entrar en un diálogo con las innovaciones globales que están cambiando el mundo.

Este documento es parte de ese esfuerzo de ampliar la visibilidad de creativos e innovadores de la región. En su elaboración se identificaron más de 300 *startups*, empresas e innovadores para llegar a una selección de 50. Si bien este documento se enfocó únicamente en algunos sectores de las industrias creativas y culturales: artesanía, arquitectura, diseño, medios, moda, música, *software*/plataformas digitales y servicios creativos, el **universo naranja** es aún mayor. En ellas la región tiene una oportunidad infinita.

—Alejandra Luzardo

Se determinaron categorías prioritarias de la economía naranja en base a las definiciones de esta:

UNIVERSO NARANJA

Arte y patrimonio

Artes visuales

1. Pintura
2. Escultura
3. Instalaciones y videoarte
4. Arte en movimiento
5. Fotografía
6. Moda-Alta costura

Artes escénicas y espectáculos

7. Teatro, danza, marionetas
8. Orquestas, ópera y zarzuela
9. Conciertos
10. Circos
11. Improvisaciones organizadas
12. Moda-Pasarela

Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial

1. Artesanías, antigüedades, laudería y productos típicos.

2. Gastronomía
3. Museos, galerías, archivos y bibliotecas
4. Arquitectura y restauración
5. Parques naturales y ecoturismo
6. Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, etc.
7. Conocimientos tradicionales, festivales, carnavales, etc.

Educación artística y cultural

Industrias culturales convencionales

Editorial

1. Libros, periódicos y revistas
2. Industria gráfica (impresión)
3. Edición
4. Literatura
5. Librerías

Audiovisual

Cine, Televisión y Video

Fonográfica

Radio y Música Grabada

Creaciones funcionales, nuevos medios y software

Diseño

1. Interiores
2. Artes gráficas e ilustración
3. Joyería
4. Juguetes
5. Industrial (productos)

Software de contenidos

1. Videojuegos
2. Otros contenidos interactivos audiovisuales
3. Medios de soporte para contenidos digitales

Agencias de noticias y otros servicios de información

Publicidad

Moda-prêt-à-porter

Emprendimiento creativo*

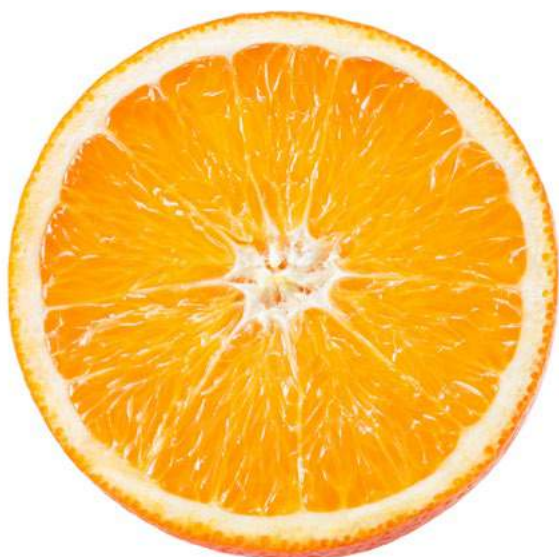
Artes visuales	Artes escénicas y espectáculos	Turismo y Patrimonio cultural material e inmaterial	Educación artística y cultural	Editorial	Audiovisual	Fonográfica	Diseño	Software de contenidos	Agencias de noticias y otros servicios de información	Publicidad	Moda-Prêt-à-Porter
1	7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	8	2		2			2	2			
3	9	3		3			3	3			
4	10	4		4			4				
5	11	5		5			5				
6	12	6									
		7									

*El emprendimiento creativo es un área transversal del universo naranja.
Fuente: La economía naranja: una oportunidad infinita. Banco Interamericano de Desarrollo, 2013.

**¿Cuál fue la
metodología
para realizar
este mapeo?**



El mapeo se enfocó en generar información de las innovaciones en las industrias creativas y culturales que impulsan nuevos modelos y acercamientos en Latinoamérica y el Caribe, con especial énfasis, aunque no limitadas, a las innovaciones tecnológicas. Las mismas fueron evaluadas usando las siguientes definiciones y criterios:



Economía naranja

Es el conjunto de actividades que de modo encadenado permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: 1) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se hallan las industrias culturales convencionales; y 2) las áreas de soporte para la creatividad (La economía naranja: una oportunidad infinita. Banco Interamericano de Desarrollo.)



Innovación

Es la transformación de nuevas ideas que generan valor económico y social (Crespi et al., 2014). Una oportunidad de acelerar el proceso de mejorar vidas, repensando cómo generar soluciones alternativas, aprovechando la creatividad y la inteligencia colectiva (Banco Interamericano de Desarrollo).

Se determinaron **categorías prioritarias de la economía naranja** en base a las definiciones de esta:



Arquitectura



Moda



Artesanía



Música



Diseño



Servicios creativos



Medios



Software y plataformas digitales

Se aplicó un criterio secundario para **evaluar su capacidad de mejorar vidas**:



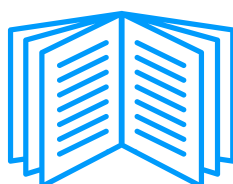
Patrimonio cultural



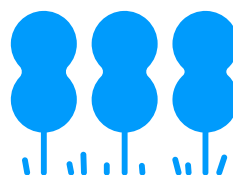
Desarrollo urbano y vivienda



Educación



Impacto social



Medioambiente

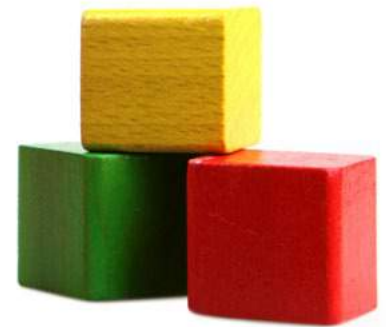


Salud y bienestar

Se evaluaron proyectos de cada uno de los 26 países miembros del BID y al final se cuantificaron aquellos que sobresalieron en las 50 innovaciones seleccionadas.



Se aplicaron **criterios organizacionales** a las innovaciones:



Sector privado:

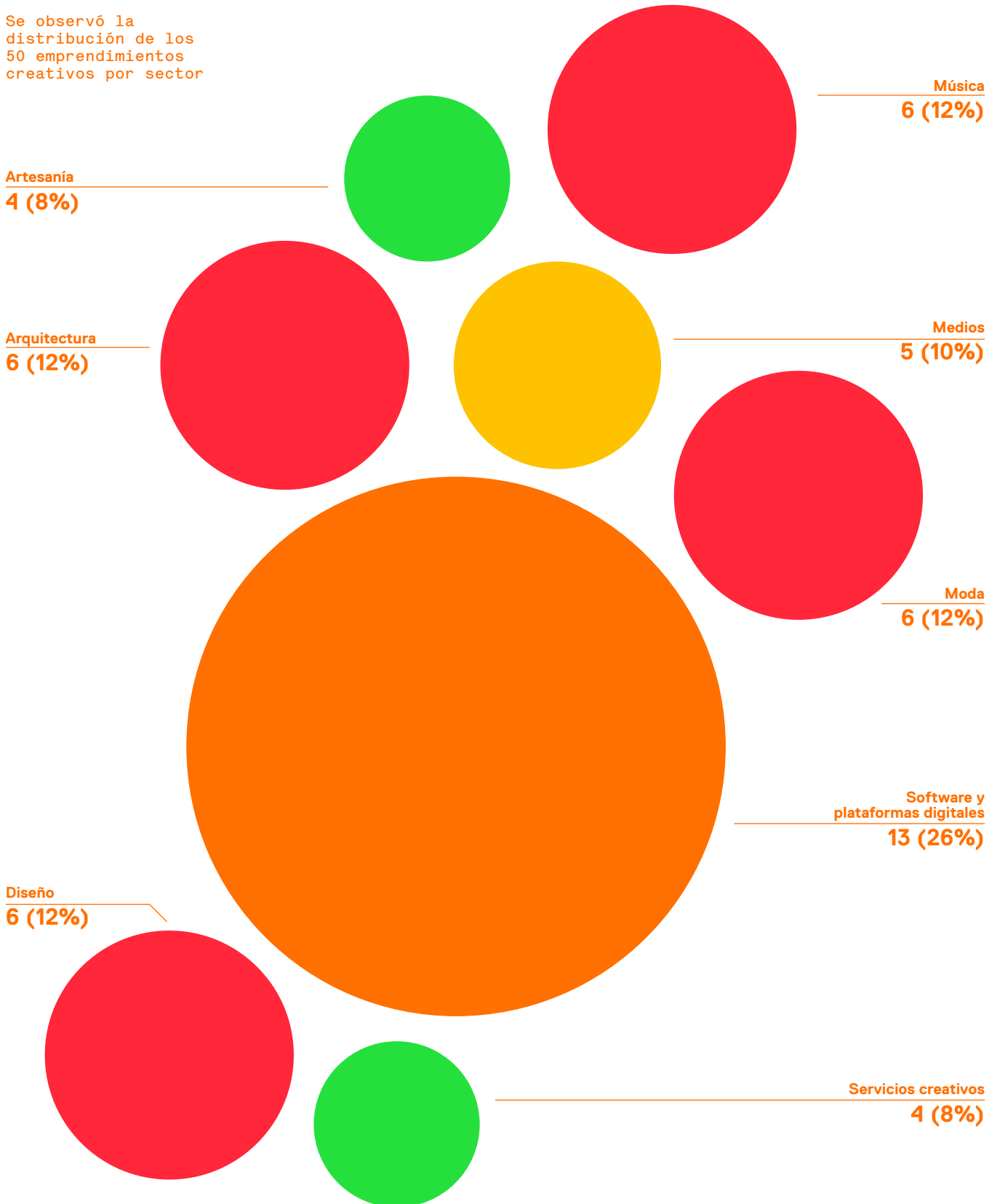
Proviene de empresas establecidas como entidades privadas en Latinoamérica. También aplican empresas radicadas en otros países, si tienen un impacto directo en la región.

Entidades de diversos tamaños y etapas:

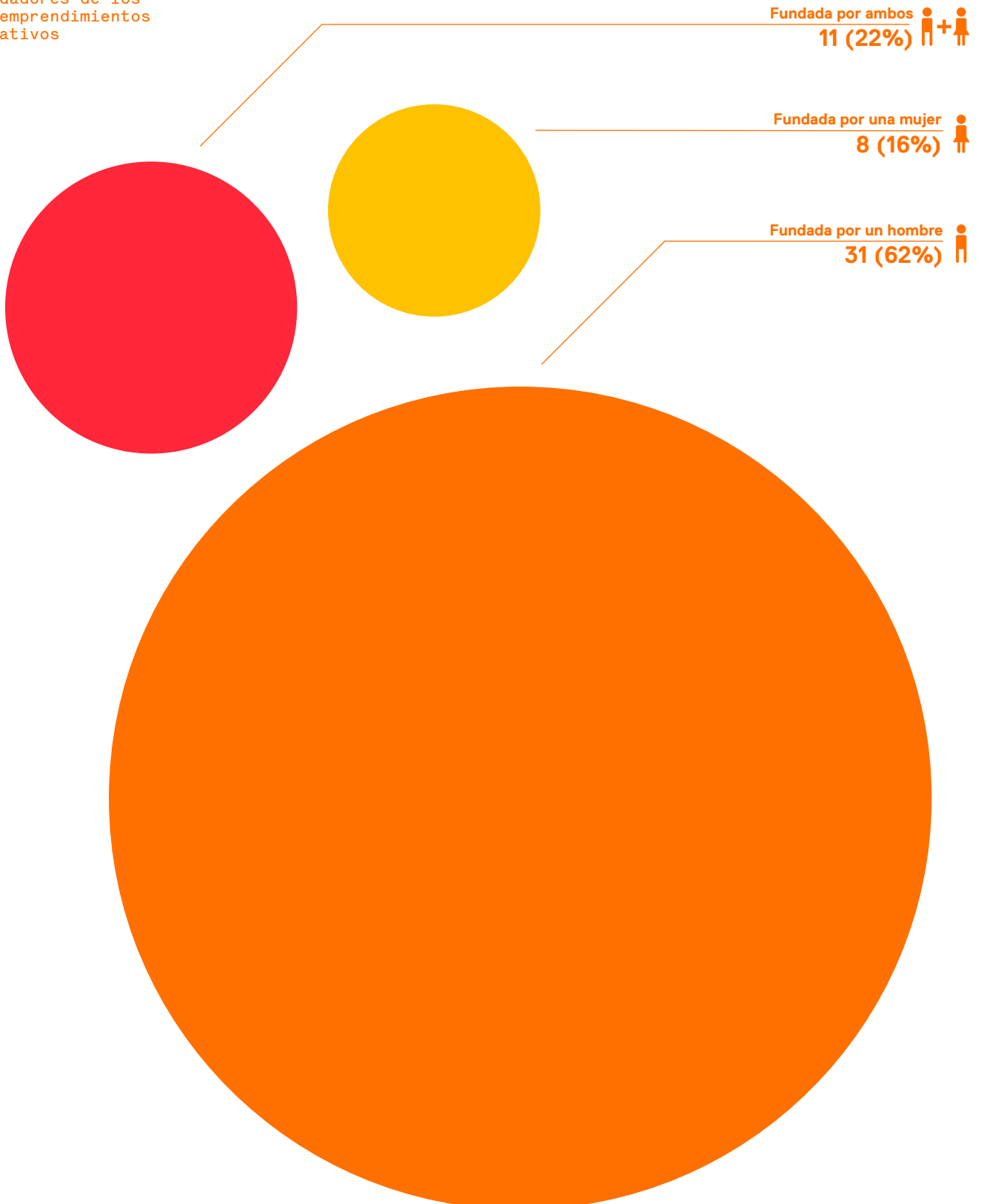
Se incluyeron distintas iniciativas, desde proyectos dentro de una empresa establecida a una empresa mediana, pequeña o emergente.

Por medio del proceso de búsqueda se identificó una amplia variedad de empresas en las industrias creativas y culturales, con un número aproximado de 300 innovaciones. Finalmente, mediante un método cualitativo de evaluación, se lograron seleccionar las 50 más sobresalientes.

Se observó la distribución de los 50 emprendimientos creativos por sector



Se observó la distribución de género de los fundadores de los 50 emprendimientos creativos



Arquitectura



**La redefinición
de la **arquitectura**
involucra a las
comunidades
como parte
de la solución,
permitiendo
estrechar brechas
de desigualdad.**

La arquitectura es uno de los sectores creativos tradicionales que conforma la economía naranja. Esta práctica milenaria es en especial significativa, ya que al dar vida a espacios y edificios públicos y privados, impacta la forma en que cobran existencia las ciudades y el modo en que se da la interacción urbana en los países de la región. Pero en tiempos recientes, a esta práctica, que se ha categorizado como servicio creativo, se le ha dado un mayor enfoque a la expresión artística en sí misma y no necesariamente al servicio que pueda prestar a los ciudadanos y a la ciudad.

La innovación en arquitectura puede darse en términos de la expresión estética o los materiales que se utilizan. La innovación arquitectónica en Latinoamérica se produce de manera que reflejan las necesidades de los grupos que antes fueron desatendidos o aspectos culturales menospreciados. También se observa el empleo de las nuevas tecnologías, ya sea para fines de impacto económico o ambiental, y el ímpetu de usar esta rama creativa para resolver problemas sociales.

Tendencias

Inclusión y creación de comunidad

Integración y participación del individuo y la comunidad en el proceso de construcción de su entorno, con la utilización de la arquitectura como vehículo de incorporación social.

Preservación y celebración de la cultura local

Propuestas que desafían la academia y la arquitectura tradicional en favor de una estética que apuesta por una identidad arquitectónica contemporánea que enaltece la cultura originaria de los pueblos.

Sostenibilidad aplicada a la construcción

Reciclaje de materiales de difícil proceso descompositivo, como el plástico o el caucho, convirtiéndolos en soportes para la construcción. Esto no solo previene la contaminación ambiental, al desviar los residuos del vertedero, sino asimismo facilita una alternativa para la construcción de vivienda en comunidades de escasos recursos.

Integración de nuevas tecnologías para la construcción

La robótica y la impresión tridimensional (3D) se usa en favor de una construcción de menor costo, con menos mano de obra y mayor sostenibilidad.

01

Proyecto Anda

**Mejora vidas:
Integra la
comunidad en
la construcción
de su entorno,
generando un
impacto social**

Qué

Una iniciativa que toma la modalidad de un taller y genera colaboraciones donde los arquitectos, artistas, estudiantes y vecinos diseñan y construyen las baldosas hidráulicas que serán instaladas en sus comunidades. El taller tiene una metodología replicable que es facilitada por guías y videos que les permite a las comunidades participar de forma activa en la arquitectura de su propio entorno.

Por qué

Proyecto Anda busca una revaloración de los lugares que habitamos y transitamos a través de la colaboración con las comunidades. Para lograrlo, trabajan en la creación de baldosas hidráulicas con diversas organizaciones -por ejemplo asociaciones vecinales, escuelas e instituciones culturales- para desarrollar un mayor sentido de pertenencia con su entorno.

Quién

El proyecto es una colaboración entre Inés Martino y Fabricio Caiazza y su compañía de imagen y comunicación Estudio Valija, fundado en el 2010.



**Inés Martino
y Fabricio
Caiazza**



País
Argentina

Desde
2010

Información

www.proyectoanda.com
www.estudiovalija.com.ar/new

**"El acento [del
proyecto] está
puesto en la
construcción
social y no en
la construcción
de objetos,
baldosas"**

Fabrizio Caiazza e Inés Martino, creadores

Proyecto
Anda



02

Freddy Mamani

**Mejora vidas:
Preserva y
moderniza el
patrimonio cultural
por medio de la
arquitectura**



**Freddy
Mamani**



**País
Bolivia**

**Desde
2008**

Qué

Una nueva propuesta arquitectónica que resalta la cultura aimara de El Alto boliviano. Freddy


Mamani ha podido reinventar la arquitectura andina inspirándose en sus raíces y, a pesar de ser rechazada por las escuelas, ha posicionado esta propuesta de modo internacional. Él captura formas que provienen del arte local como sus tejidos, cerámicas en función de la cultura de El Alto, en La Paz.

Por qué

Mamani, a quien la prensa local denomina “el arquitecto del pueblo”, sin un título oficial de arquitecto logra una nueva propuesta de un lenguaje arquitectónico contemporáneo propiamente boliviano y que no es el mero reflejo de la estética de su élite. Busca realzar la cultura de una de las ciudades con más carencias de Latinoamérica, para que recupere elementos de su origen y enorgullezca a las comunidades aimaras.

Quién

Un exalbañil que se convierte en ingeniero, constructor y arquitecto autodidacta que trabaja desde El Alto, municipio del área metropolitana de La Paz.

A man with dark hair, wearing a black leather jacket over a red turtleneck and blue jeans, sits on a wide, ornate staircase. The staircase has black and orange striped risers and grey metal treads. The background is a grand, brightly lit interior with yellow and gold accents, large crystal chandeliers, and decorative elements. A large orange circle is overlaid on the left side of the image, containing a quote in white text.

"Quería hacer una arquitectura que hablara un lenguaje andino, ya que lo que se enseña en las universidades no tiene nada que ver"

Freddy Mamani, ingeniero, constructor y arquitecto autodidacta

Freddy
Mamani







Alejandro
Aravena



País
Chile

03

Desde
2001

Elemental

Mejora vidas:
Enfoca la
arquitectura
a resolver
problemáticas
sociales

Información

elementalchile.cl/en

Qué

Elemental es una firma de arquitectura liderada por el reconocido arquitecto Alejandro Aravena. Se han destacado en Chile por el diseño de viviendas que son estéticamente agradables y con posibilidad de modificarse y expandirse según los recursos de cada familia. Además de las construcciones habitacionales, su enfoque incluye el espacio público, el transporte y proyectos de infraestructura con una visión holística.

Por qué

La firma opera bajo la visión de un diseño participativo en el que los arquitectos trabajan en estrecha colaboración con los usuarios finales, de modo de resolver los conflictos políticos y sociales. Es por ello que favorecen la construcción de proyectos como escuelas o viviendas públicas, considerándolas más desafiantes que el diseño de espacios privados. Son proyectos que requieren la interacción de múltiples sectores, la participación del "cliente", en este caso la comunidad, convirtiendo cada decisión en una solución colectiva.

Quién

Aravena lidera la empresa que fundó en 2001 y que en la actualidad conforma junto a otros cuatro arquitectos: Gonzalo Arteaga, Juan Cerda, Víctor Oddó y Diego Torres. Fue ganador de un Pritzker en el 2016, el premio de arquitectura más prestigioso a nivel internacional.

"No nos vemos como artistas. A los arquitectos les gusta construir cosas que sean únicas. Pero si algo es único no puede ser repetido, así que no puede servir a mucha gente, en muchos lugares y su valor se vuelve prácticamente cero"

Alejandro Aravena, ganador del Premio Pritzker 2016

Elemental





04

Qué

Urban 3D se posiciona como una compañía pionera en el futuro de la construcción por medio del uso de la robótica, la impresión tridimensional (3D) y las nuevas tecnologías. Sus métodos ofrecen soluciones ante la crisis mundial de viviendas inadecuadas, con alternativas de menor costo y que aceleran el proceso de construcción.

Por qué

Más de un billón de personas a nivel mundial carecen de viviendas apropiadas y se estima que una de cada tres familias en América Latina y el Caribe, o 59 millones de personas, vive en hogares inadecuados o que han sido construidos con materiales impropios, y que carecen de servicios básicos de infraestructura.¹¹ La falta de mano de obra calificada y los crecientes costos de los materiales limitan a muchas compañías de construcción a iniciar o ejecutar proyectos que pudieran aumentar la accesibilidad a casas de calidad. Los métodos de construcción convencionales no logran satisfacer las necesidades reales del mercado internacional de la vivienda. La visión detrás de Urban 3D es mitigar esta carencia, en especial en países en desarrollo, durante los próximos 15 años.

Urban 3D

**Mejora vidas:
Mitiga la crisis
de vivienda en
Latinoamérica,
con potencial
internacional**



**Anielle
Guedes**



**País
Brasil**

**Desde
2015**

Quién

Una empresa social emergente brasileña, fundada por Anielle Guedes, CEO.

Información

www.urban3d.co
hello@urban3d.co

¹¹ C. P. Bouillon, A. Muñoz Miranda, V. Fretes Cibils, A. Blanco Blanco, C. Buruchowicz, N. Medellín & V. Fretes Cibils, Un espacio para el desarrollo: los mercados de vivienda en América Latina y el Caribe, Desarrollo en las Américas, 2012.

"En los próximos 35 años tendremos que duplicar todo lo que hemos construido hasta ahora, si queremos tener viviendas y ciudades para todos. Por eso tenemos que aprovechar el poder de la tecnología digital e industrial para construir más rápido, y de una manera más barata y sostenible"

Anielle Guedes, fundadora y CEO de Urban 3D

05

Conceptos Plásticos

**Mejora vidas:
Mitiga la
contaminación
ambiental y provee
infraestructura
y vivienda a
poblaciones
vulnerables**



Oscar Andrés
Méndez



País
Colombia

Desde
2010

Información

www.conceptosplasticos.com
contacto@conceptosplasticos.com

Qué

Un negocio que transforma residuos de plástico y caucho en un sistema de construcción alternativa para viviendas temporales y permanentes. Con un énfasis inicial para crear una solución en forma de bloques de construcción para personas sin hogar, pero también ha servido para refugios, salas de clase, salas comunitarias y otras edificaciones. Su propuesta genera un triple impacto: ambiental, social y económico.

Por qué

Cada año se producen alrededor de 300.000 toneladas de plástico a nivel mundial y solo el 10% de esa cantidad se recicla.¹² Es por esto que Conceptos Plásticos busca reducir la contaminación, al tiempo que transforma los desechos en materiales constructivos necesarios para que más comunidades vulnerables tengan acceso a viviendas. La escasez de estas continúa siendo uno de los mayores problemas en Latinoamérica. Una de cada tres familias en América Latina y el Caribe residen en hogares inadecuados o que carecen de servicios básicos de infraestructura,¹³ por lo que se trata de una solución muy pertinente. Estas viviendas alternativas aportan a la economía y dan valor agregado a desechos, generando cientos de empleos y creando una empresa sostenible, replicable y escalable.

Quién

Oscar Andrés Méndez, fundador, es arquitecto y empresario de Bogotá.

¹² B. Wassener, Raising Awareness of Plastic Waste, The New York Times, 2011.

¹³ C.P. Bouillon, A. Muñoz Miranda, V. Fretes Cibils, A. Blanco Blanco, C. Buruchowicz, N. Medellín & V. Fretes Cibils, Un espacio para el desarrollo: los mercados de vivienda en América Latina y el Caribe, Desarrollo en las Américas, 2012.

"Ofrecemos soluciones de cambio, innovadoras y sostenibles, de alto impacto ambiental, social y económico a partir del reciclaje para mejorar las condiciones de vida de las comunidades vulnerables, generando productos y alternativas enfocadas en el desarrollo sostenible"

Oscar Andrés Méndez, fundador

Conceptos
Plásticos





Francisco
Gutiérrez



País
México

06

Desde
2016

Atelier de Hoteles

**Mejora vidas:
Reinterpreta los
modelos de hotelería
tradicional a la vez
que genera impacto
social y ambiental en
diversas comunidades.**

Información

atelierdehoteles.com
contacto@atelierdehoteles.com

Qué

Una cadena hotelera que ha sido denominada como innovadora y disruptiva en la industria. Su propuesta es hacer de la hospitalidad un medio para contar historias positivas de México. Con este fin, se proponen brindar protagonismo a las artes visuales, auditivas y sensoriales de creadores mexicanos en los 20 hoteles que tienen proyectados en los próximos cuatro años. El concepto está basado en un colectivo de más de 40 artistas que trabajan juntos para lograr distintos ambientes y experiencias en cada uno de los hoteles.

Por qué

Al capturar y capitalizar de manera positiva la creatividad local para exaltar a su país, Atelier de Hoteles busca ser responsable y contribuir al mejoramiento social, ambiental y económico de las comunidades que lo rodean. Se proponen, por ejemplo, crear empleos para poblaciones vulnerables, incluyendo indígenas, madres solteras y personas con discapacidad. Por otro lado, la construcción de los hoteles considera estándares ambientales óptimos, por lo que cuentan con la certificación del Leadership in Energy & Environmental Design (LEED).

Quién

Francisco Gutiérrez, CEO, lidera un equipo de trabajo que celebra la diversidad y la creatividad, y que se propone generar 10.000 empleos directos en cuatro años en México.

"Buscamos incluir en el desarrollo de todos nuestros conceptos y experiencias el talento de cualquier persona que esté dispuesta a romper los paradigmas de la hotelería tradicional con ideas nuevas, diferentes y desafiantes"

Atelier de
Hoteles



Artesanía



**La intersección
de la **artesanía**
y el diseño abre
un universo de
posibilidades
para la creación
de piezas únicas
que conectan las
historias de sus
creadores con el
consumidor.**

De acuerdo a la Unesco,¹⁴ la artesanía es una expresión del patrimonio cultural y la herencia de las tradiciones de sus pueblos. Pero más allá de esto, la artesanía es importante para el desarrollo económico, social y cultural de los países de América Latina y el Caribe. El reto para este sector creativo radica en cómo desarrollarla para mejorar su calidad y comercialización a nivel global, e integrar a sus creadores de modo transparente, respetando sus tradiciones y su patrimonio.

La innovación en el sector busca balancear lo tradicional y lo manual bajo una mirada de modernidad para crear nuevas oportunidades económicas. Esto se manifiesta en el trabajo de los emprendimientos artesanales que surgen en la región y que cambian la percepción del producto artesanal. La visión es pasar de un objeto decorativo o *souvenir* a una herramienta para el desarrollo y empoderamiento de las comunidades vulnerables en Latinoamérica.

Tendencias

Lo artesanal retoma su valor

Propuestas enfocadas en rescatar, preservar y exaltar el patrimonio cultural artesanal. De esta manera se destacan su calidad y origen como parte de una estrategia de marca y planteamiento comercial.

El artesano como cocreador

Al igual que en el sector de la moda, en el pasado el rol del artesano en el proceso de creación era visto únicamente como mano de obra y la propiedad intelectual de sus ancestros era tomada sin reconocimiento ni compensación justa. Aunque falta mucho por lograr, el artesano y su talento forman parte integral del emprendimiento y la historia de la marca ante el consumidor. La innovación está en aquellos emprendimientos donde existe una colaboración más equitativa en el proceso de creación, centrado en el comercio justo con un fin social.

Colaboración y modernización para alcanzar mercados globales

La reinterpretación de la artesanía se manifiesta en el intercambio del conocimiento entre diseñadores, artistas y artesanos, con el propósito de innovar en el sector y abrir paso a nuevos mercados de exportación.

¹⁴ L.S. Aranda, La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural. La Habana, Cuba: UNESCO Office Havana and Regional Bureau for Culture in Latin America and the Caribbean, 2009.

Qué

Plataforma que fusiona el arte contemporáneo con las técnicas milenarias de las artesanías guatemaltecas.

El proyecto propone trabajar junto con las mujeres artesanas, generar proyectos y oportunidades para las comunidades de artesanos guatemaltecos, y presentar una mirada moderna de la artesanía tradicional. A través de colaboraciones con diseñadores, los artesanos mejoran su capacidad de producción en las áreas técnicas.

Por qué

Hay oportunidad de fomentar la innovación y el intercambio de conocimientos entre artistas, diseñadores y artesanos. De esta forma se incrementa la capacidad de producción de las mujeres artesanas y el potencial de sus productos en los mercados internacionales.

Quién

Simbiótica es un proyecto de la Asociación Guatemalteca de Exportadores (Agexport), entidad privada sin fines de lucro. Actualmente, Irene Aycinena se desempeña como la coordinadora de la Comisión de Artesanías de Agexport. La labor de Simbiótica beneficia a más de 2.500 personas en las áreas rurales.

Información

www.simbiotica.gt
hola@simbiotica.gt



País
Guatemala



Irene Aycinena

Desde
2015

07

**Mejora vidas:
Empodera a
mujeres artesanas**

Simbiótica

**"Simbiótica
fusiona el arte
y el diseño
con técnicas
de producción
artesanal
guatemaltecas
para generar
artículos hechos
a mano para
el mercado
internacional"**

Comisión de Artesanías, Agexport

Simbiótica





08

Los Tejedores

**Mejora vidas:
Preserva y moderniza la cultura artesanal, ofreciendo un comercio justo y un diseño sostenible**



**Ricardo Ariel Toribio
y Natalia Ortega
Gámez**



País
República Dominicana

Desde
2015

Información

lostejedoresshop.com
nataliaortegagamez.com
nataliaortegagamez@gmail.com

Qué

Los Tejedores es una línea de sombreros y productos de diseño que utilizan las técnicas del tejido artesanal. Una empresa joven y caribeña que une la tradición del tejido de materiales naturales y la novedad de un diseño moderno. Trabajan junto a grupos de artesanos dominicanos y haitianos para crear la más alta calidad de tejido y diseño locales.

Por qué

La idea de Tejedores es ampliar el contexto y la visibilidad de la labor artesanal en Santo Domingo y Haití. De este modo preservan las valiosas técnicas y prácticas del tejido en la isla a través del comercio justo.

Quién

Dirigido por Natalia Ortega Gámez, diseñadora y artista, junto con Ricardo Ariel Toribio, músico y actor.

"En cuanto al diseño, utilizamos diseños tradicionales como punto de partida, pero trabajamos con los artesanos para actualizar los colores, materiales y ajustar las siluetas"

Ricardo Ariel Toribio, Los Tejedores

Los
Tejedores





Qué

Didart es un programa didáctico que combina juegos interactivos, videos, realidad aumentada, con materiales físicos para elaborar artesanías, que estimulan a los niños a valorar su cultura.

Los materiales utilizados provienen de los recursos naturales recolectados por las mujeres indígenas para desarrollar su propia artesanía. Didart ha creado 18 tipos de kits didácticos que han sido adquiridos por cinco escuelas en Guatemala y una en El Salvador, impactando a casi 400 alumnos.

Por qué

Es importante fomentar un sentido de pertenencia cultural en los niños y las niñas. Al mismo tiempo, la tecnología puede facilitar el uso adecuado de los recursos naturales y el conocimiento integral de las técnicas artesanales autóctonas. Esta iniciativa educa y genera empleos a más de 250 artesanos en diferentes partes de Guatemala.

Quién

Crista Núñez, diseñadora industrial, emprendedora social y fundadora de Didart, fue reconocida por el presidente estadounidense Barack Obama en el concurso Global Innovation Through Science and Technology y fue finalista del Eco-Reto Centroamérica. Didart fue seleccionada como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.



Crista Núñez



País
Guatemala

09

Desde
2011

Didart

Mejora vidas:
Preserva el
patrimonio a través
de la educación
cultural y ambiental

Información

didartcultura.com
info@didartcultura.com

**"Queremos
promover la
cultura en
Guatemala
a través de
diferentes
experiencias
culturales"**

Crista Núñez, fundadora

Didart





10

Qué

Una marca de accesorios que incorpora la tradición textil Mola, proveniente de la comunidad kuna de la Región del Darién entre Colombia y Panamá, conocida por sus colores y figuras geométricas.

Mola Sasa representa una visión moderna de la tradición artesanal, que fusiona el diseño, la colaboración equitativa con las comunidades indígenas y el reconocimiento de la calidad y valor de su trabajo. Cada diseño artesanal Mola es único y no hay dos iguales. Sus diseños representan las tradiciones traspasadas de madre a hija, de abuela a nieta. Las carteras estilo *clutch*, que han hecho famosas a la marca, se construyen a mano por una cooperativa de 60 artesanas, conocedoras de la técnica centenaria, y se venden en línea y en *boutiques* alrededor del mundo.

Por qué

El desarrollo de los productos que utilizan la mola para nuevos mercados ha cambiado la percepción de esta técnica artesanal, otorgándole valor y reconocimiento al trabajo manual como un producto de lujo y de calidad. Es una manera de preservar la tradición y aportar al empoderamiento de las mujeres indígenas a través del desarrollo empresarial y las prácticas del comercio justo.

Quién

Mola Sasa es una colaboración entre la diseñadora Yasmín Sabet y las comunidades indígenas kuna de Colombia y Panamá.

Mola Sasa

**Mejora vidas:
Transforma la
percepción de
la artesanía
y la vida de
mujeres y
comunidades
indígenas**



Yasmín Sabet



País
Colombia

Desde
2015

Información

molasasa.com
contacto@molasasa.com



**"Nuestros
diseños se basan
enteramente en
sus técnicas y su
cultura. En cuanto
a las diferentes
colecciones,
discutimos con las
artesanas ideas
y colores"**

—Yasmín Sabet,
Mola Sasa

Mola
Sasa



Diseño



El **diseño ha evolucionado desde una tendencia solo estética a convertirse en una herramienta que brinda soluciones en sectores tradicionales como salud, educación y vivienda.**

Los retos sociales que enfrenta la región representan grandes oportunidades para usar el diseño como motor de la innovación. El diseño se ha fortalecido como una herramienta para desarrollar innovaciones eficaces y eficientes, con resultados a corto y medio plazo en un entorno de recursos escasos. El diseño ha evolucionado desde una tendencia solo estética, con la que solía asociarse, a convertirse en una herramienta que brinda soluciones renovadoras en sectores como, por ejemplo, la educación, salud y vivienda. El trabajo de los diseñadores ha sido relevante en muchos aspectos sociales, así como también la incorporación de la tecnología como parte de la solución.

El rol del diseñador va más allá de ofrecer servicios y crear productos. El diseño y los diseñadores tienen la capacidad de crear, de trabajar en pro de una sociedad más justa, generando empatía ante las carencias y las necesidades de sus pueblos.

Tendencias

Influencia de la cultura popular en el diseño

Propuestas que buscan rescatar, documentar y divulgar lo auténtico de Latinoamérica como patrimonio y legado del diseño.

Diseño industrial para mejorar vidas

Desarrollo de productos que ayudan a las personas a mejorar su salud física y mental con soluciones que incorporan nuevas tecnologías.

Plataformas para talento emergente

El surgimiento de plataformas y espacios dedicados a la comunidad de diseño para darles visibilidad. Se ve un auge en los métodos alternativos para promocionar, destacar y comercializar el trabajo del talento local emergente, fomentar la comunidad de intereses y el intercambio de los conocimientos.

11

BabyBe

**Mejora vidas:
Incrementa el
bienestar y la
salud de bebés
prematuros
por medio de
la intersección
del diseño y la
tecnología**

Desde
2013



**Camilo Andrés
Anabalón Álamos y
Raphael M. Lang**



**Países
Chile/
Alemania**

Información

babybemedical.com
contacto@babybemedical.com

Qué

El sistema BabyBe es un dispositivo para incubadoras neonatales, que conecta a las madres con sus bebés prematuros a través del contacto simulado con sus cuerpos. BabyBe transmite sonidos respiratorios, los latidos del corazón e imita la sensación del cuerpo de la madre a través de un material que emula la densidad corporal y la textura de la piel en forma de colchón. La cuna recopila datos importantes sobre la salud del bebé mientras está en la incubadora. La madre usa un componente en forma de tortuga para que el bebé escuche y sienta sus señales en el colchón. BabyBe también cuenta con una función de grabación, que puede reproducir la voz de los padres, así a estos les permite cantar, hablar y calmar a su recién nacido.

Por qué

BabyBe tiene como objetivo acortar el plazo de tiempo que los bebés prematuros pasan en las incubadoras, involucrando a la madre activamente en su cuidado. De esta manera, se reducen los gastos de hospital para la familia y se facilita un mejor cuidado para el bebé.

Quién

Camilo Andrés Anabalón Álamos es diseñador y profesor en la Universidad de Chile y cofundador de BabyBe junto a Raphael P.M. Lang. El producto fue desarrollado en colaboración con médicos neonatólogos y enfermeras.

**"Cuando
los bebés
prematuros
están en
contacto
con la madre
crecen más
rápido"**

Camilo Andrés Anabalón Álamos, fundador





BABYBE

Be with your Baby

**Keeping preterm newborns
connected to their mothers**



12

Qué

Popular de Lujo es una plataforma digital que se dedica a la investigación y divulgación de la gráfica popular latinoamericana como cultura visual. Promueve el trabajo de creadores gráficos, pintores y rotulistas que trabajan en la elaboración de avisos, carteles, letreros de autobuses y murales. Han realizado exposiciones, talleres, conferencias, publicaciones y proyectos en diferentes lugares del mundo para rescatar esta gráfica del anonimato, revalorar sus costumbres y dignificar su aporte al diseño.

Por qué

La gráfica popular es un diseño autóctono que es representativo de la multiculturalidad de América Latina. Para los fundadores de Popular de Lujo, el diseño local nace del pulso de los creadores de gráfica popular más allá de los estudios de diseño y las agencias de publicidad. Revalorizar a estos artistas como iniciadores del diseño original latinoamericano y resaltar su obra para las nuevas generaciones de creativos es rescatar el patrimonio. Es un modo de darles mayor visibilidad a las personas, comunidades, experiencias, costumbres y creatividad con poco reconocimiento y representación en América Latina.

Quién

Popular de Lujo fue fundada en Bogotá, Colombia, por Juan Esteban Duque, Roxana Martínez y Esteban Ucrós.

Popular de Lujo

Mejora vidas:
Preserva el patrimonio cultural por medio del arte gráfico

Desde —
2001



País
Colombia



**Juan Esteban Duque,
Roxana Martínez
y Esteban Ucrós**

Información

populardelujo.com
info@populardelujo.com



"Resaltamos el valor de una cultura visual largamente subestimada y contribuimos a dar visibilidad a personas y comunidades que no han tenido suficiente representación en América Latina"

Juan Esteban Duque,
cofundador



Popular
de Lujo





**Guillermo Altamirano,
Josefina Álvarez, José
Roberto Paredes,
Roberto Dumont,
Claudia Washington y
Harry Washington**



País

El Salvador

Desde

2012

13

The Carrot Concept

**Mejora vidas:
Impulsa el desarrollo
económico y cultural
por medio del diseño**

Información

thecarrotconcept.com
info@thecarrotconcept.com

Qué

The Carrot Concept es un espacio creativo y una incubadora que posiciona el diseño salvadoreño en los mercados internacionales, y acerca el diseño a la vida del público en general. Esto lo impulsan a través del trabajo creativo, la educación y la interacción social. El colectivo reúne arquitectos, diseñadores y empresarios para promover nuevas prácticas de creación, producción y comercialización en diseño, arte y medioambiente. Además de una sala de exposición y venta de objetos de diseño y arte, el espacio alberga dos estudios de arquitectura, un estudio de diseño gráfico e ilustración, un taller de textiles y estampado, y una tienda de alimentos orgánicos que desarrolla y vende productos locales. The Carrot Concept crea oportunidades sostenibles para la creciente comunidad de diseño de El Salvador y llena la necesidad de un espacio físico para exhibir su trabajo.

Por qué

En El Salvador, como en América Latina y el mundo, hacen falta nuevos modelos de negocios que promuevan a las industrias creativas y culturales como instrumento para impulsar el crecimiento económico y cultural. The Carrot Concept propone una manera de transformar el diseño salvadoreño en un método disciplinado y sistemático, mejorando su calidad e involucrando a los productores locales para darles su lugar en el diseño mundial. Su visión ha sido elevar los esfuerzos creativos de El Salvador a nivel nacional e internacional.

Quién

El proyecto lo dirige un colectivo de diseñadores salvadoreños: Guillermo Altamirano, Josefina Álvarez, José Roberto Paredes, Roberto Dumont, Claudia Washington y Harry Washington. Desde sus estudios colaboran con 30 diseñadores aproximadamente

"Creemos en el potencial de trabajar y compartir nuestras ideas porque es una manera de mejorar nuestras habilidades profesionales, de aprender, colaborar y lograr resultados de calidad internacional"

Josefina Álvarez, cofundadora

The Carrot
Concept





14

La Lonja MX

Qué

La Lonja MX es la feria itinerante de exposición más importante para el diseño emergente en México.

Un proyecto pionero que ha impulsado la carrera de 500 diseñadores aproximadamente e influenciado el consumo del diseño nacional. Ha demostrado que a pesar de los retos que se enfrentan en el país, también existe un ambiente de desarrollo creativo y cultural con el potencial de impactar su crecimiento de modo positivo. Su objetivo es abrir el mercado para los productos mexicanos en otras ciudades del mundo y representar un país contemporáneo a través de la labor de sus creativos.

Por qué

Su misión es enaltecer lo “hecho en México” y ofrecer un espacio comercial flexible y diferente para el talento emergente. De esta forma transmiten un mensaje positivo sobre México y muestran el potencial que hay detrás de sus industrias creativas.

Quién

La Lonja MX fue fundada por las empresarias Carmen Ortega Casanovas, diseñadora gráfica y productora de cine; Joanna Ruiz Galindo, diseñadora y experta en publicidad y mercadeo; y Mariana Aguilar Rubio, experta en comunicaciones, periodista y editora.

Desde 2010



País
México

**Mejora vidas:
Moderniza el patrimonio cultural y fomenta el consumo del diseño nacional**



**Carmen Ortega Casanovas,
Joanna Ruiz Galindo y
Mariana Aguilar Rubio**

Información

lalonja.mx
info@lalonja.mx

"La Lonja MX es punta de lanza en el movimiento pop-up en este país. A través de cada edición se ha creado una nueva experiencia de compra en un ecosistema en donde el aspecto comercial, cultural y social convergen de manera única"

Carmen Ortega Casanovas y
Joanna Ruiz-Galindo Gutiérrez, socias fundadoras

La
LonjaMX







**Nicolás
García Mayor**



**País
Argentina**

15

**Desde
2013**

CMAX System

**Mejora vidas:
Provee una
solución de diseño
humanitario para
las poblaciones
vulnerables**

Información

cmaxsystem.com
info@cmaxsystem.com

Qué

Cmax es un sistema de refugios de emergencia. Además de proveer albergue de modo casi inmediato ante una crisis, su diseño modular permite que dos personas armen un refugio para que una familia de 10 integrantes pueda vivir, comer y dormir, incluyendo los servicios sanitarios, sin necesidad de herramientas y en tan solo unos minutos. El sistema es un diseño híbrido entre carpa y tráiler, en una sola pieza para cubrir las necesidades básicas de una familia. Es tan versátil que igual se podría usar como escuela o clínica médica.

Por qué

En un mundo volátil como el que vivimos falta dignificar y mejorar la calidad de vida de las personas desplazadas por los desastres naturales o conflictos. En estos casos, es importante restablecer estructuras como viviendas, escuelas y hospitales de manera inmediata para salvar vidas y ayudar a las familias más vulnerables y desprotegidas del mundo.

Quién

CMAX System fue creado por Nicolás García Mayor, diseñador industrial y emprendedor social, quien ha sido reconocido mundialmente por su labor en la innovación humanitaria y la preservación del medioambiente.

**"Con innovación
podemos
dignificar y
salvar millones
de refugiados
en el mundo
que lo perdieron
todo y duermen
en el suelo"**

Nicolás García Mayor, fundador

CMAX
System





16

Qué

Una empresa dedicada al desarrollo de productos basado en la impresión 3D, la electrónica y las nuevas tecnologías que ayudan a mejorar vidas. Su catálogo de invenciones incluye un dedal que traduce texto impreso a braille en tiempo real, cuatro prototipos de prótesis de mano que utilizan un sistema mecanomiográfico para que el usuario tenga la sensación de sujetar un objeto sin necesidad de cirugía, y una camisa capaz de monitorear el corazón y alertar al hospital. Atomic Lab trabaja en distintas áreas, como la electrónica, ingeniería, robótica, programación, impresión 3D, realidad virtual y aumentada, junto a un equipo de diseñadores, inventores y creativos. Sus invenciones se distinguen por ser disruptivas, accesibles y adaptables. Su iniciativa Limbs fabrica y distribuye prótesis de bajo costo para personas con amputaciones.

Por qué

Impulsados por el deseo de cambiar vidas a través de la innovación, su objetivo es crear productos capaces de generar un impacto positivo para la sociedad y llegar a quienes más los necesitan. Como parte de su misión, Atomic Lab busca entregar un millón de prótesis impresas en 3D alrededor del mundo de forma gratuita.

Quién

Gino Tubaro es inventor y fundador de Atomic Lab. El joven inventor ha sido reconocido por el expresidente Barack Obama, el MIT e History Channel, por su liderazgo en crear soluciones para las personas discapacitadas.

Atomic Lab

**Mejora vidas:
Impacto social por
medio de diseños
disruptivos que
promueven el
bienestar**



Gino Tubaro



País
Argentina

Desde
2014

Información

atomiclab.org
gino@atomiclab.org

"Tienes la herramienta y el diseño, lo único que tienes que hacer es imprimirlo para ayudar a la gente. Esta idea es para que la tecnología llegue a la mayor cantidad de personas, que sea de fácil acceso y barato"

Gino Tubaro, fundador

Atomic
Lab





© Andrés Cuenca Aldecoa



© Andrés Cuenca Aldecoa

Medios

M

La tecnología
genera un apetito
por contenidos
latinoamericanos
y caribeños,
dando a conocer
nuestra cultura en
el mercado global.

La adopción de nuevas tecnologías y su accesibilidad han incrementado la cantidad de producción y consumo de contenidos en la región. Su difusión ya no depende de los grandes conglomerados de medios ni de equipos caros, sino del talento y la imaginación de sus creadores.

Desde animación, videojuegos y series de televisión de alta calidad, hasta largometrajes para Hollywood, la mirada creativa está en la búsqueda de la identidad latinoamericana y las historias de sus pueblos.

Tendencias

Producción propia para abrir nuevos mercados

Originales propuestas de entretenimiento y contenidos que buscan contar historias latinoamericanas, desde la óptica y el talento de los creativos de la región, para alcanzar nuevos mercados.

Inversión local para el desarrollo y distribución de contenidos

Nuevos modelos para el financiamiento de contenidos, enfocados en el ciclo completo de un emprendimiento creativo.

Contenido para crear conciencia social

Plataformas que facilitan la creación y difusión de contenidos que cuentan historias para generar un impacto social positivo.

Qué

Una compañía multimedia que produce y distribuye contenido de impacto social.

Con presencia en 5 continentes y actividad en 161 países, Posibl. conecta fundaciones, organizaciones sin fines de lucro, empresas sociales y personas comprometidas con crear un mundo mejor, con recursos para maximizar el impacto de sus ideas, proyectos y causas sociales. El modelo de negocio se basa en cuatro tendencias globales: el poder de las redes sociales, el crowdsourcing o colaboración colectiva, la filantropía y la responsabilidad social empresarial.

Por qué

Las historias son capaces de crear empatía, fomentar solidaridad y lograr un impacto social positivo. La conexión de las personas con las causas humanitarias es indispensable para producir un cambio en el mundo.

Quién

Martín Parlato es el CEO y cofundador de Posibl. Desde sus inicios, ha generado alianzas de contenidos con medios líderes como CNN, Telemundo, NBC y Fox, entre otros.

Información

Posibl.com
@posibl.media



País
Argentina



Martín Parlato

Desde
2012

17

**Mejora vidas:
Visibiliza
problemáticas
sociales por medio
de contenidos
multimedia
Posibl.**

**"Nuestro
sueño es unir
a todos los
actores de
la sociedad
detrás de
causas justas y
humanitarias"**

Martín Parlato, fundador

Posibl.





Qué

Dynamo es una de las productoras de mayor crecimiento y reconocimiento en América Latina, con más de una década de trayectoria en la producción y el financiamiento de contenidos y formatos propios para cine, televisión y plataformas digitales. Gran parte de su desarrollo se debe al trabajo en las películas colombianas de mayor reconocimiento internacional como *Contracorriente*, *Satanás* y *La cara oculta*. Entre sus éxitos para televisión, figura *Narcos*, la serie para Netflix. Son socios junto a Participant Media, Canana Films, de México, y Fábula, de Chile, en Participant PanAmerica. Cuentan además con Dynamo Capital, un brazo de inversión y el único fondo de capital privado para el financiamiento cinematográfico en América Latina. Con el respaldo de su fondo y una red de distribución internacional, Dynamo desarrolla y distribuye contenido latinoamericano en todo el mundo.

Por qué

Dynamo busca apoyar el desarrollo de nuevos talentos, estimular un mayor crecimiento en las producciones audiovisuales y llenar la demanda por el cine nacional para exportación. Su misión es fomentar el desarrollo de la industria de cine en Colombia y en Latinoamérica, apostando a su crecimiento y financiando adelantos de hasta 40% de la producción en las etapas iniciales de cada proyecto.

Quién

La productora y fondo de inversión para cine fue fundada en el 2006 por Andrés Calderón, presidente y productor ejecutivo, junto a los productores ejecutivos Diego Ramírez Schremp, Rodrigo Guerrero Rojas y Cristian Conti.



Andrés
Calderón



País
Colombia

18

Desde
2006

Dynamo

**Mejora vidas:
Invierte y fortalece
los contenidos
autóctonos
latinoamericanos y
el talento local**

Información

Dynamo.net
info@dynamo.net

**"Vimos una
oportunidad
para impulsar
la industria
cinematográfica
en Colombia y
darle estatus
internacional"**

Cristian Conti, productor ejecutivo

Dynamo





19

Zambo Dendé

**Mejora vidas:
Enaltece la calidad
de los productos
creativos
latinoamericanos
competitivos en el
mercado global**



**Nicolás
Rodríguez**



**País
Colombia**

**Desde
2011**

Información

7glab.com
zambodende.com
director@7glab.com

Qué

Zambo Dendé es el primer superhéroe latinoamericano con raíces africanas e indígenas ideado por la empresa colombiana 7GLab. Un proyecto transmedia que incluye un videojuego, serie animada, serie televisiva, cortometraje animado, largometraje, cómic, aplicaciones (apps) interactivas y una línea de juguetes. El proyecto cuenta con el respaldo de Disney y Fox Colombia. Es una producción ciento por ciento colombiana, y todos los escenarios y ambientes son creados a través de la animación digital.

Por qué

Este equipo de talentosos expertos en animación digital, desarrollo audiovisual, videojuegos, software y aplicaciones móviles ha sido capaz de mostrar que en Latinoamérica se pueden lograr proyectos de la calidad de Hollywood, creando nuevas oportunidades de mercado y diversificando su oferta creativa.

Quién

Zambo Dendé es el producto del imaginario de Nicolás Rodríguez, empresario creativo, experto en comunicación estratégica y fundador de 7GLab Entertainment.

**"Es hora de que
la industria del
entretenimiento
se prepare,
porque Colombia
y Latinoamérica
son el nuevo
hub creativo del
planeta"**

Nicolás Rodríguez, creador de Zambo Dendé

Zambo
Dendé

ZAMBO DENDÉ



ZAMBO DENTIST



7g
Lab

Fokaa.
Carlos M. (1)

Qué

Ánima Estudios se ha consagrado como el estudio de animación con más experiencia y conocimiento en América Latina. El éxito de sus producciones lo han convertido en un referente para la industria a nivel global. Desde su fundación, en 2002, ha producido varios largometrajes taquilleros y premiados, entre los que se encuentran *Don Gato y su pandilla*, *La leyenda de las momias de Guanajuato* y *Guardianes de Oz*. Trabaja en la producción de exitosas series para televisión como *El Chavo*, *El Chapulín Colorado* y *Generación Fairytale*. Es el primer estudio en Latinoamérica en producir una serie original para Netflix.

Por qué

A través de la internacionalización de sus producciones, Anima Estudios aporta diversidad y nuevas voces a la industria del entretenimiento global, abriendo espacios para contar lo mexicano y lo latinoamericano desde la óptica de sus creativos, y así conquistar a nuevas audiencias. La empresa ha generado empleos para 200 personas relacionadas con la industria de la animación y cuenta con oficinas en México, Madrid, California y Nueva York.

Quién

Fundado por Fernando de Fuentes y José C. García de Letona.



Fernando de Fuentes y
José C. García de Letona

20

Ánima Estudios

**Mejora vidas:
Abre mercados
globales para
contar historias
latinoamericanas,
generando
empleos e impacto
económico y social**



País
México

Desde
2002

Información

animaestudios.com
hello@animaestudios.com/contacto

**"Cada vez hay
más apetito por
el cine animado
mexicano...
podemos
contar historias
universales con
sabor a México"**

Fernando de Fuentes, cofundador



ánima
estudios

GUARDIANES

De

OZ



21

Arch Daily

**Mejora vidas:
Captura y
difunde buenas
prácticas de
arquitectura para
lograr mejores
ciudades y una
sociedad más
justa**



David Basulto y
David Assael



País
Chile

Desde
2008

Información

archdaily.com
@ArchDaily

Qué

ArchDaily es la página web de arquitectura más visitada en el mundo y la principal fuente de información, investigación e inspiración para los arquitectos.

Concebida en Chile, reúne la base de datos más completa de proyectos arquitectónicos a nivel global en su producto Plataforma Arquitectura. Para los arquitectos, es importante contar con buenos ejemplos actualizados sobre proyectos y productos arquitectónicos no solo de su entorno inmediato, sino de alrededor del mundo. La plataforma ha logrado digitalizar contenido que con anterioridad existía únicamente en revistas impresas.

Por qué

A través de sus editoriales sobre los retos ambientales y sociales de nuestras ciudades y su arquitectura, Arch Daily da visibilidad al trabajo de una nueva generación de arquitectos, abriendo paso a su reconocimiento en diferentes mercados. La plataforma global responde a estas necesidades y crea intercambios de conocimiento y una red de oportunidades para lograr una sociedad más justa, mejores ciudades, y poner las herramientas de la arquitectura a disposición del público.

Quién

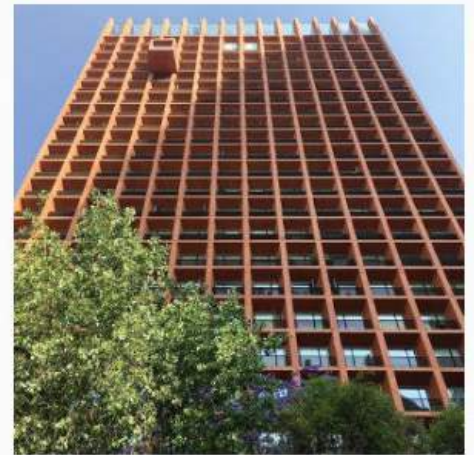
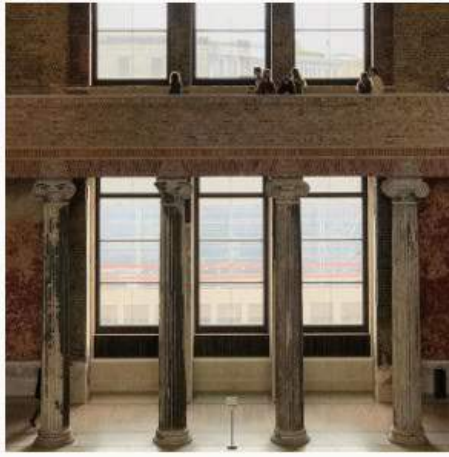
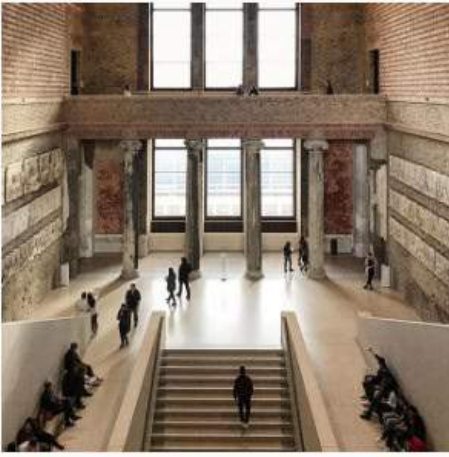
Fundado por David Basulto, arquitecto y programador, junto a David Assael, arquitecto. En 2013, recibieron el Premio Nacional de Innovación del gobierno de Chile.

"ArchDaily es un puente de comunicación entre los arquitectos del mundo y busca ser la fuente de inspiración, conocimiento, y herramientas para que estos se enfrenten a los desafíos que presentan las ciudades"

David Basulto, cofundador y CEO

Arch
Daily





Moda



Los diseñadores
de **moda** de
la región son
conscientes de
que el valor de
sus ofertas está
en la riqueza
cultural de su
entorno.

El sector de la moda en Latinoamérica se conoce de modo tradicional como un centro de producción masiva y lugar para materias primas y mano de obra baratas. Hoy, una nueva generación de empresarios creativos y diseñadores rompe con ese paradigma.

Muchas marcas latinoamericanas reclaman su puesto en el mercado de la moda global, exportando colecciones y talento. Se valora lo local, regional, auténtico y propio, tomando inspiración en lo artesanal, lo manual y lo cultural en el proceso de creación. Existe una mayor conciencia sobre el ciclo de vida de un producto y la inquietud de ofrecer nuevas soluciones a los problemas ambientales, la violación a los derechos humanos por la falta de normas laborales y la producción de residuos que ha causado el modelo de la *fast fashion*.

La nueva generación de creativos en la industria de la moda se da a la tarea de responder a estas problemáticas. Innovan de manera responsable, incorporando modelos de economía circular y prácticas de comercio justo, y crean con un propósito social para mejorar vidas.

Tendencias

Innovación responsable con enfoque en la sostenibilidad

Conscientes del ciclo de vida de un producto y que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo, los diseñadores de la región adoptan modelos de negocios que incorporan prácticas sostenibles como *upcycling*,¹⁵ *slow fashion*, comercio justo, economía circular y productos realizados íntegramente.

Moda con propósito para lograr un impacto social positivo

Para la nueva generación de diseñadores de moda existe un propósito social que ocupa un lugar importante dentro de su estrategia de negocio. De ahí surgen propuestas de emprendimiento social para generar mejor calidad de vida y empoderar a sus comunidades. A través del desarrollo de sus productos, estos emprendedores buscan capitalizar las tendencias del consumo consciente para el bien de las colectividades vulnerables.

Búsqueda de la identidad propia

Los diseñadores de la región son conscientes de que el valor de sus ofertas está en la riqueza cultural de su entorno. La globalización de la moda ha girado la mirada del diseñador y el consumidor hacia adentro en búsqueda de lo propio. Lo local es protagónico, es lo nuevo y es lo cool.

El artesano como cocreador

El artesano ha ocupado un lugar secundario en el proceso de creación y ha sido visto únicamente como mano de obra. Muchas marcas se apropian de sus diseños milenarios, sin darles reconocimiento ni compensación justa. Una nueva generación de diseñadores busca gestar condiciones más equitativas y preservar las tradiciones manuales. Se dan a la tarea de darle un lugar más protagónico a lo artesanal como un diferenciador de calidad y autenticidad. Muchas marcas se destacan por trabajar de la mano con artesanos en la creación de sus productos, dándoles el lugar de cocreadores de sus diseños y el valor a la calidad de su labor.

La moda sin género define a una nueva generación

Una forma de expresión creativa de ruptura de estereotipos y códigos de género ya es vista como una tendencia de moda global que por su ambigüedad intencional refleja un estilo de vida de igualdad. Es una manera de marcar una nueva identidad con la que se identifican las nuevas generaciones del milenio y la Z, también conocidos como la generación de género neutro.

¹⁵ Consiste en transformar un objeto sin uso o dado de baja en un producto nuevo.

Información

thenewdenimproject.com
tndp@iristextiles.com

Qué

Un proyecto de confección de textiles reciclados, enfocado en la producción de tejidos de alta calidad. Compran y convierten el desecho textil de las maquilas de jeans y lo vuelven fibra para hilar nuevas telas, transformándolas en productos bajo un modelo de economía circular. Su proceso de fabricación es libre de químicos y utilizan un mínimo de agua y energía. Su técnica reduce el consumo de nuevos productos, minimiza el desperdicio de materia prima virgen y reutiliza textiles y fibras desechadas para alargar su vida útil, creando productos éticos, de buena calidad y a precios accesibles. The New Denim Project fue creada como una nueva línea de productos innovadores de Iris Textiles, un grupo industrial que opera desde 1956 en Guatemala con el objetivo de unir tecnología y ecología en su producción para ser ambientalmente responsables y competitivos en el mercado.



País
Guatemala



**Arianne Engelberg,
Jaime Engelberg y
Uri Benchoam**

Desde
2013

22

Por qué

La industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo. Según datos de The New Denim Project y Zero Waste International Alliance, se estima que 13 millones de toneladas de textiles son desechados cada año y solo el 15% es recuperado para reciclaje. Se necesitan 8.500 litros de agua para producir un par de jeans y 2.600 para producir una sola camiseta. El *upcycling* es esencial para minimizar el impacto ambiental y disminuir la cantidad de desechos que ingresan a los vertederos. Bajo este nuevo modelo de producción, The New Denim Project busca ser parte de la solución a los problemas ambientales causados por la industria textil.

Quién

El emprendimiento fue fundado por Arianne Engelberg, Jaime Engelberg y Uri Benchoam, con la intención de crear una empresa amigable en términos ecológicos y con cero desperdicios.

**Mejora vidas:
Reduce el impacto
ambiental de la
industria de la moda**

**The New
Denim
Project**

"Queremos crear una conciencia que incite a los compradores a investigar sobre el impacto ambiental que tiene cada prenda en nuestro planeta y en la sociedad"

Arianne Engelberg, fundadora



The
New Denim
Project



23

Qué

IX Style es una empresa social que comercializa y distribuye sandalias huarache, bolsos mayas y joyas hechas por más de 800 artesanas en Guatemala a través de su tienda en línea. Por cada compra de huaraches hechas por artesanas indígenas, IX Style dona 15% de sus ganancias para ayudar a proveer agua potable para los niños de Guatemala. A través de alianzas hacen capacitación empresarial y asistencia financiera a mujeres para iniciar un negocio de su elección. Una vez graduadas del programa, las participantes reciben un sistema de filtración de agua para mitigar el problema de contaminación que afecta a la población del lago Atitlán.

Por qué

Muchos niños guatemaltecos no pueden asistir a la escuela porque caminan largas distancias para recoger agua potable para sus familias. Según estadísticas del Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, 90% de los ríos en Guatemala están altamente contaminados por desechos sólidos, aguas residuales, aguas industriales, entre otros. Muchos de estos afluentes desembocan en lagos y lagunas, y arrastran los desechos sólidos, así como los residuos contaminantes industriales y agrícolas.

Quién

Francesca Kennedy es una empresaria social con experiencia en el sector financiero y la fundadora de IX Style. Radicada en Nueva York, hija de padres guatemaltecos, ha participado en el programa de Stanford University para líderes empresariales latinos y fue seleccionada para el programa de residencia de TED: Ideas Worth Spreading.

IX Style

**Mejora vidas:
Crea diseños
basados en la
estética de las
comunidades
indígenas
en favor del
medioambiente**



**Francesca
Kennedy**



**País
Guatemala**

**Desde
2013**

Información

ix-style.com
fkennedy@ix-style.com

"La meta de IX Style es empoderar a las mujeres y crear un impacto social que transforme las vidas. IX Style se trata de dejar el mundo mejor que lo encontramos"

Francesca Kennedy,
fundadora



IX Style





**Gustavo
Castellanos y
Jessica Escobar**



**País
México**

24

**Desde
2014**

Merma Negra

**Mejora vidas:
Fomenta el
comercio justo,
la política de
género y la
equidad**

Qué

Merma Negra es una marca de moda andrógina, urbana y accesible.

Es un diseño de moda que no hace distinción de género para generar una estética alternativa. Cada pieza se diseña con una talla única, de modo que sea usada por ambos géneros en un diseño neutral. Esto lo logran mediante un método que los diseñadores llaman *couture experimental*, el que mezcla tejidos cotidianos con patrones de alta costura para crear piezas que ambos sexos pueden utilizar y compartir. Merma Negra lanza una colección al año que comercializan a través de su página web y tiendas en México.

Por qué

Merma Negra busca generar un cambio positivo a través de la neutralidad de género para romper con los límites de la usabilidad y la cultura. Con telas hechas en México, son practicantes del comercio justo o *fair trade*. Trabajan de forma colaborativa con patronistas, modistas, cortadores y demás participantes del proceso de fabricación, para fomentar la transparencia y la equidad en el sector.

Quién

La línea de ropa fue fundada por los diseñadores Gustavo Castellanos y Jessica Escobar. Merma Negra formó parte de la séptima entrega de *Collection Inspired by Perrier*, una exhibición que destaca el trabajo de diseñadores y artistas emergentes.

Información

mermanegra.com
contact@mermanegra.com

**"Estamos
demostrando
lo que es ser
mexicano"**

Jessica Escobar y
Gustavo Castellanos



Merma
Negra



25

Proyecto Pietà

**Mejora vidas:
Contribuye a la
capacitación y
reinserción social
de presos por
medio del arte y
el diseño**



Thomas Jacob



País
Perú

Desde
2012

Información

<http://projectpieta.com/>

Qué

Una iniciativa social y marca de ropa urbana confeccionada por presos peruanos. Sus prendas son elaboradas por hombres y mujeres de tres cárceles de Lima, generando empleo local y oportunidad de reinserción social a través del empleo de las habilidades técnicas y personales. Cada pieza se desarrolla utilizando exclusivamente materiales naturales, ecológicos y de alta calidad. Cada preso recibe reducción de su condena y un porcentaje de las ventas que sirve para ayudar a sus familias.

Por qué

La creatividad puede ser una importante herramienta para resolver los problemas sociales. Para los condenados a prisión en Perú, esto ha representado la posibilidad de poner en práctica un oficio, generar un ingreso y mejorar su calidad de vida. La visión del Proyecto Pietà es desarrollar un proyecto laboral para rentabilizar las horas de ocio de los internos y lograr un impacto social positivo.

Quién

En el 2012, Thomas Jacob, ex ejecutivo francés de la famosa casa de modas Chanel, propuso a las autoridades penitenciarias de Lima montar un taller de confección de ropa de moda, luego de que hiciera una visita para ver una obra de teatro en esa misma cárcel, donde le surge la idea. Su visión logró un proyecto laboral que rentabiliza las horas de ocio de los internos con un impacto social beneficioso en Perú.

"Somos una mano de obra potencial. Trabajar ayuda a reivindicarnos, aporta dinero a nuestras familias y nos hace sentir útiles. No somos improductivos"

Santos Arce Ramos, de 46 años y condenado a 18 años, participante en el Proyecto Pietà

Proyecto
Pietà





Qué

Una marca de ropa de carácter social irreverente que integra la tecnología de manera funcional e intuitiva.

Innovadores y apasionados por el desarrollo de *wearable technology* o “ropa inteligente” que se conecta vía wifi o *bluetooth*. La marca se inspira en los movimientos sociales actuales y en el mundo digital. Machina diseña todos sus productos, desde la tecnología hasta el diseño de ropa. Su diseño MJ v1.0 es la primera chaqueta que permite al usuario (DJ, productores y músicos) crear música a través de sensores de movimiento y una aplicación móvil.

Por qué

El proyecto busca generar una mejor integración entre la moda y la tecnología a través de la investigación colectiva colaborativa. Sus diseños se inspiran en una cultura de cooperación como el código abierto y la creación “hazlo tú mismo” (del inglés *do it yourself*). La visión de Machina es diseñar prendas de vestir que influyan en la cultura. Más que una marca, buscan representar en sus diseños a una comunidad de aficionados a la tecnología para que interactúen y trabajen entre sí. Dentro de sus planes futuros, los empresarios buscan entrar en el mercado de los videojuegos y desarrollar productos para el sector de la salud.

Quién

Antonio Rodríguez, diseñador de textiles, Linda Franco, experta en mercadeo, y Daniel Fernández de Córdoba, ingeniero en electrónica, son los cofundadores que construyeron esta empresa pionera en “ropa inteligente” (*wearable technology*). Son ganadores de la competencia Seedstars World, Ciudad de México.

Información

machina.cc



País
México



**Antonio Rodríguez,
Linda Franco
y Daniel Fernández
de Córdoba**

Desde
2011

26

**Mejora vidas:
Avanza la
integración de la
tecnología y la
moda, con impacto
social y cultural**

Machina Wearable Technology

**"En Machina
estamos integrando
nuestra tecnología
OBE, la que
transforma la
prenda tradicional
en una prenda
inteligente,
permitiendo hacer
música, mandar
abrazos digitales,
controlar drones,
entre otras"**

Linda L. Franco, cofundadora y CEO

**Machina
Wearable
Technology**







Mariano
Breccia y
Mercedes
Martínez



País
Chile

27

Desde
2004

12-na

**Mejora vidas:
Mitiga el impacto
ambiental de la
industria de la
moda y fomenta
el consumo
consciente**

Información

12-na.com

Qué

Una plataforma creativa que utiliza el reciclaje como medio de expresión para hacer ropa original y llevar un mensaje de sustentabilidad.

Los diseños de 12-na ejemplifican la intersección entre el arte y la moda a través de la deconstrucción de ropa *vintage* y desechos de textiles en proyectos que incorporan vestuario, instalaciones, películas, talleres e intervenciones en la vía pública.

Por qué

Existe muy poca conciencia sobre el ciclo de vida de una pieza de ropa y su impacto ambiental y social. Cada año, de las 80.000 millones de piezas de ropa que se producen en todo el mundo, tres de cada cuatro prendas de vestir terminarán en vertederos o serán incineradas, y solo un cuarto de ellas serán recicladas, según la organización ambiental Greenpeace. Las ineficiencias en las prácticas de manufactura de la ropa y su consumo generan desperdicios y contaminación.

Este emprendimiento es una respuesta creativa a la problemática de la moda rápida o *fast fashion*, que busca apelar al consumo consciente, a través de la ropa reciclada que valora el proceso de creación artesanal y el ambiente.

Quién

12-na es un proyecto con sede en Chile de los artistas argentinos Mariano Breccia y Mercedes Martínez.



"Tomamos el reciclaje como hilo conductor para ejercer activismo textil en lo que llamamos Doceñar"

Mariano Breccia y Mercedes Martínez

12-na





Música



**La innovación en
la intersección
de **música** y
tecnología se
manifiesta en la
revalorización
de lo autóctono
y en la
democratización
de la misma.**

La música es una expresión creativa muy atada a la sociedad y cultura de cada país donde se gesta. Como industria, es indudablemente fértil a nivel mundial y en Latinoamérica ha resaltado por la cantidad y diversidad de su talento.

La introducción de nuevas tecnologías en el transcurso de las pasadas décadas ha desencadenado un mundo de posibilidades tanto para los creadores como para las audiencias y los mercados de la música, a escala local y global. La innovación en la intersección de música y tecnología se manifiesta en la revalorización de lo autóctono y en la democratización de la música como instrumento de desarrollo humano que se enfoca en las realidades y necesidades particulares de nuestra región.

Tendencias

Uso de la tecnología para la preservación cultural en la música

Se trata de la integración de la tecnología, en medios como audio y video, para capturar expresiones musicales tradicionales y locales que de otro modo pudieran desaparecer, preservando, manteniendo y expandiendo su relevancia. Esto demuestra una revalorización de lo autóctono y un despertar hacia la herencia cultural.

Crowdfunding y crowdsourcing para promocionar nuevos talentos

Estas plataformas contribuyen a innovar en el sector musical en América Latina, brindando mayor visibilidad, más oportunidades de autofinanciamiento y de colaboración. Estos mecanismos conectan el talento con el conocimiento y financiamiento, produciendo nuevos enlaces entre los artistas latinoamericanos y las audiencias globales.

Democratización de la educación a través de la música

Se emplean las herramientas multimedia como vehículo para potenciar el acceso a la educación. En particular, el estímulo musical de los niños para mejorar sus habilidades comunicativas, visuales y verbales.

28

Louderband

Qué

Una red social específica para la industria de la música. La empresa busca ser una plataforma donde las bandas, productores, promotores, estudios, locales y demás actores de la industria, incluyendo el público, puedan interactuar e identificar las oportunidades en esta industria. Esta comunidad exclusiva para interesados en la música ofrece servicios que incluyen desde los mejores estudios musicales, las últimas noticias del mercado y hasta la posibilidad de formar una banda.

Por qué

La creciente escena musical independiente en Latinoamérica da lugar a más innovaciones del mundo digital y tecnológico que apuestan a su desarrollo. Con Louderband, su fundador busca que sean otras empresas del sector privado como marcas las que auspicien a la plataforma y no los mismos artistas, quienes, a su entender, ya contribuyen mucho con su talento. El sitio es gratuito y su fin primordial es apoyar la escena musical emergente.

Quién

Mariano de Luca, diseñador especializado en Marketing Digital es cofundador junto con Javier Sverdloff, músico y CEO fundador del emprendimiento. Louderband fue uno de los 32 proyectos seleccionados en el Concurso Nacional de Innovación Cultural en Buenos Aires a finales de 2016.

**Mejora vidas:
Apoya al
talento musical
emergente en
Latinoamérica**

Desde —
2014



País
Argentina



**Javier Sverdloff y
Mariano de Luca**

Información

louderband.com
jasloff@gmail.com

"Louderband es una plataforma que conecta a todos los integrantes de la industria musical con herramientas y aplicaciones pensadas por músicos para potenciar el talento de sus usuarios e incentivar al público a apoyar nuevos artistas"

Javier Sverdloff y Mariano de Luca, cofundadores

Louderband



UNITE A LOUDERBAND

Es muy fácil. Contanos primero qué sos.

PERSONAS

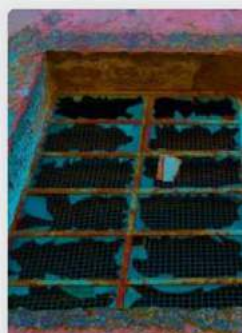
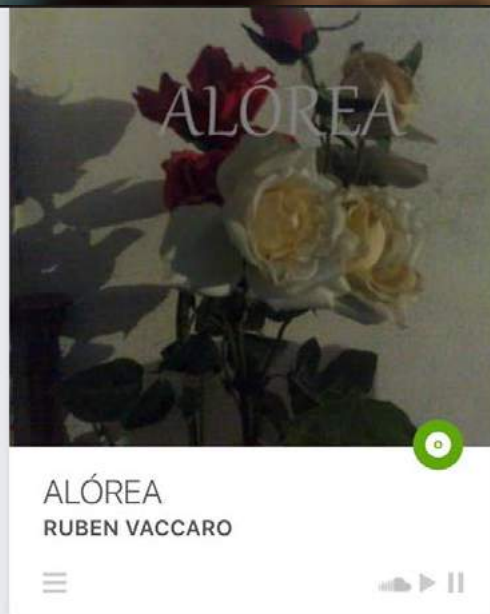


BANDAS, EMPRESAS O LUGARES



Soy Música

SIGUIENTE



Qué

Semana de Música Avanzada es un festival anual de arte y música en Ciudad de Guatemala. Su objetivo principal es influenciar el avance de la música a nivel mundial. Para esto, además de los típicos conciertos, se valen de una oferta multidisciplinaria que incluye conferencias, conversatorios, talleres, exposiciones de arte gráfico y audiovisual, cine y fiestas con artistas locales, regionales de Centroamérica e internacionales. Sus presentaciones en vivo se realizan en el centro histórico de la ciudad, exhibiendo el talento en espacios públicos y accesibles para todos de manera gratuita o a costos simbólicos.

Por qué

La música continúa siendo un lenguaje universal que no conoce fronteras y, por el contrario, que tiende puentes. Esto se refleja en la misión de este emprendimiento de utilizar la música como un mecanismo de unión más allá de la raza, sexo o religión, y en general, para promover mentalidades de avanzada por medio de esta expresión artística. El festival también es una plataforma para equiparar el talento local guatemalteco con los artistas globales y profundizar en aspectos de la cultura musical poco discutidos, desde la evolución de los diferentes géneros electrónicos hasta el desarrollo de *softwares* y *hardwares* para su creación.

Quién

CUBE es la organización detrás del festival Semana de Música Avanzada, empresa fundada en 2007 por Andrés Castaño con el propósito de consolidar el movimiento cultural de la música electrónica en Guatemala. Desde su creación han servido como programa de radio, compañía promotora, sello disquero (CUBE Records) y agencia de talento musical (CUBE Bookings), aparte de producir el festival que en 2017 tendrá su séptima edición.



Andrés
Castaño



País
Guatemala

29

Desde
2011

Semana de Música Avanzada

**Mejora vidas:
Promueve la evolución de la cultura musical en Guatemala con una perspectiva internacional y desde una plataforma inclusiva y educativa**

Información

<http://www.sma502.com>

<http://cube-culture.com>

"El festival Semana de Música Avanzada es una mirada al futuro que no solo apuesta a explorar la creatividad musical, sino más bien a crear un diálogo cultural que nos permita buscar una nueva identidad musical, auténtica con nuestra realidad actual"

Andrés Castaño, fundador

Semana
de Música
Avanzada







**José Oyarzo
y Francisco
Fullenkamp**



País
Chile

Desde
2013

30

Sazoot

**Mejora vidas:
Difunde música
de artistas
emergentes y
posibilita nuevos
mercados**

Qué

Una plataforma digital de transmisión de música que apuesta de forma directa a los artistas independientes. Ofrece más de 10.000 canciones y 1.200 bandas, con especial atención a los artistas emergentes. El sitio en línea ha ganado el apoyo de entidades gubernamentales en el país, así como de casas disqueras independientes y medios especializados en música. El proyecto cuenta con el apoyo de Chrysalis, la incubadora de negocios de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Por qué

Sazoot surge como una alternativa a lo que proponen los grandes sellos que dominan la industria musical. De este modo le dan oportunidad a nuevos artistas que crean música original y de calidad para que se inserten en los potenciales mercados.

Quién

José Oyarzo y Francisco Fullenkamp, de Valparaíso, Chile, fundaron la plataforma nacional en 2013. Sazoot fue seleccionada como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.

Información

sazoot.com
[@Sazoot](https://twitter.com/Sazoot)

"Brindar un espacio de difusión para los músicos independientes y una variada alternativa para usuarios en donde encontrar y disfrutar nueva música"


José Oyarzo, cofundador




Sazoot



**STREAMING DE
MÚSICA INDEPENDIENTE**
SAZOOT.COM

 facebook.com/sazoot

 twitter.com/sazoot

Qué

Un proyecto de música electrónica, arte y tecnología con el fin de preservar los cantos de los pueblos de América Central y su patrimonio humano. Jirondai es una agrupación musical que busca darles un tono contemporáneo a los cantos de las lenguas aborígenes de Costa Rica, algunas casi extintas. La propuesta reinterpreta estos sonidos ancestrales valiéndose de la tecnología y transformándolos en una experiencia no solo auditiva, sino visual. Las imágenes que complementan las canciones proyectan el significado para el espectador que no entienda sus letras, capturando las creencias y el arte de donde nace esta música.

Por qué

Del total de lenguas amerindias que se hablan en la región, 26% se encuentra en serio riesgo de desaparición, según la Unicef, por lo que el uso de herramientas tecnológicas y creativas son importantes para capturar estas tradiciones para las futuras generaciones. La agrupación no solo busca rescatar y dar a conocer las raíces indígenas costarricenses, sino que además denuncia los problemas que afectan a esas comunidades. Es una manera de llegar a una mayor audiencia, despertar las conciencias y el interés por conocer más de esta cultura. Incluso si no se entienden las canciones, buscan transportar a la audiencia por medio de los sentidos a percibir y apreciar la vida de estas comunidades.

Quién

El grupo que nace en 2005 lo integran Alexis Rodríguez, vocalista y compositor; Luis Porras, audiovisual y teclados; Jordan Hughes, guitarras; Luis Mora, sintetizadores; y Larissa Coto, percusión y coros. Cuentan con cerca de doscientos conciertos y dos discos publicados.

Información

<http://www.jirondai.com>
@jirondai



País

Costa Rica



**Alexis Rodríguez,
Luis Porras, Larissa
Coto, Jordan Hughes
y Luis Mora**

Desde
2005

31

**Mejora vidas:
Preserva, moderniza
y difunde el
patrimonio cultural
indígena por medio
de la música**

Proyecto Jirondai

**"Las lenguas
indígenas
de América
desaparecerán
en este siglo,
si los pueblos
que las conocen
dejan de
repetirlas en
el aire de todos
los días"**

Luis Porras Mora, gestor y productor

Proyecto
Jirondai





32

Badabada

**Mejora vidas:
Democratiza
y contribuye
a una mejor
educación juvenil
en Latinoamérica
por medio de
la música y el
entretenimiento**



Alex Angelini



País
Brasil

Desde
2012

Información

badabada.com.br
popix.com.br

Qué

Una serie de televisión con versión digital que utiliza la música para educar a los niños entre 0 y 5 años. El proyecto combina marionetas y animación digital (2D y 3D), historias y creaciones musicales originales. Las animaciones se complementan con el empleo de herramientas de apoyo como aplicaciones, libros impresos y digitales. La serie inicial de 13 episodios logró su distribución vía Netflix Brasil y cuenta con gran potencial internacional. La visión del proyecto es darles acceso a una mejor educación a más niños de Latinoamérica y el Caribe por medio de la música.

Por qué

Según datos de la Cepal para un total de 17 países en América Latina, poco menos de dos millones de niños no asisten a la preprimaria. Esta etapa de formación es crucial en el devenir humano. Se ha demostrado que la música estimula el desarrollo del cerebro y que es precisamente a temprana edad cuando más beneficios aporta, expandiendo el razonamiento lógico y la sensibilidad. Un proyecto como Badabada posibilita un gran impacto social en las futuras generaciones.

Quién

Badabada es el proyecto principal de Popix Productions, una compañía fundada por Alex Angelini, quien se especializa en democratizar la educación por medio del entretenimiento, con un enfoque en niños y jóvenes, sin distinción de clase social. Badabada fue seleccionada como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.

"Badabada es una serie infantil que por medio de la educación musical para niños en Brasil y América Latina, desarrolla su potencial intelectual en sus primeros años de vida"

Alex Angelini, fundador y productor

Badabada





Qué

Una plataforma de *crowdfunding* (microfinanciación colectiva) dedicada a la industria de la música y enfocada en el mercado de Brasil. El concepto se inspira en el éxito de Kickstarter, pero buscando ser una alternativa para los músicos emergentes que se escapan o no son captados por las grandes casas disqueras. Es un espacio de conexión directa entre el artista y sus fanáticos facilitado por la tecnología, que aumenta las posibilidades del éxito de las nuevas bandas. Aparte de ser una alternativa de financiamiento, Embolacha también apoya la comercialización de contenido musical con una tienda en línea para que los artistas puedan vender sus productos de modo ágil y seguro. En la actualidad cuentan con transacciones de cerca de un millón de reales por medio de la plataforma.

Por qué

Hay una nueva generación de músicos, compositores, artistas y productores en busca de oportunidades en la escena musical. Al mismo tiempo, hay audiencias detrás de alternativas a los grupos famosos y los nombres que ya todo el mundo conoce y que dominan los mercados. En este contexto, hacen falta nuevos modelos económicos en la industria que posibiliten su desarrollo.

Quién

Bernardo Pauleira, CEO y fundador, tiene más de 18 años de experiencia en la industria musical, ha trabajado en casas disqueras multinacionales como Warner, Universal y Sony Music antes de dedicarse a su propio negocio en 2011. Hoy cuenta con el apoyo del Ministerio de Ciencia y Tecnología de Brasil.

33

Embolacha

Mejora vidas:
Posibilita la
comercialización de
músicos emergentes
y la expansión a
nuevos mercados



Bernardo Pauleira



País
Brasil

Desde
2011

Información

embolacha.com.br
contato@embolacha.com.br

"Si tienes una fanaticada a la que estás conectado, puedes hacer muchas cosas con tu audiencia y desarrollar tus ideas"

Bernardo Pauleira, CEO y productor musical

Embolacha



**Servicios
creativos**



Los servicios creativos responden a la gran necesidad de capacitación de las habilidades propias del sector y en temas de finanzas, mercadeo, comercio, entre otros.

En el libro *La economía naranja, una oportunidad infinita*, se estipula que el comercio de servicios creativos crece 70% más rápido que el de bienes creativos. Este aumento se debe a la gran necesidad de capacitación en finanzas, mercadeo, comercio y de las habilidades propias de cada sector cultural y creativo.

Asimismo, maximizar la creatividad implica adquirir conocimientos tecnológicos y destrezas de negocios. En América Latina, aprovechar las oportunidades que se generan en esta creciente economía potenciada por las ideas, depende cada vez más de las ganas individuales de gestar y de los creativos de atreverse a aprender, emprender y colaborar.

Tendencias

Comunidades de educación tecnológica

Plataformas digitales educativas flexibles y prácticas, que facilitan la educación continua, especialmente de destrezas en la intersección de la creatividad, la tecnología y los negocios. De modo simultáneo fomentan la interacción activa de sus participantes y generan un sentido de comunidad.

Coding como destreza básica ante el creciente sector digital

Programas de impacto social para que más jóvenes latinoamericanos maximicen sus habilidades en el área de programación e inicien carreras en el sector digital.

Nuevos métodos para mantenerse actualizados

Métodos ágiles que facilitan la autogestión y el desarrollo de negocios en el sector creativo. Proveen conocimiento práctico y de contexto local, que requiere poco tiempo e inversión, para estar actualizados con las tendencias de la industria.

Espacios colaborativos

Espacios físicos pioneros en este territorio que abren paso al desarrollo de la economía naranja en sus expresiones multidisciplinarias. Son oficinas, estudios, salas de exposición, laboratorios creativos y *coworkings*, que congregan individuos que por lo general vienen de las industrias creativas y los nuevos medios. Intercambiar conocimiento en estos espacios ha impulsado nuevas oportunidades de trabajo, de innovación y de comercialización de productos.

34

Crehana

**Mejora vidas:
Potencia la
educación
continua y el
desarrollo de más
jóvenes creativos**



Diego Olcese



País
Perú

Desde
2015

Información

crehana.com
diego@crehana.com

Qué

Una plataforma digital educativa dedicada a profesionales creativos. Ofrece estructuras que se adaptan a la realidad de los trabajadores de las ideas, con herramientas flexibles y contenidos de alta calidad. Con cursos disponibles de una hora u hora y media, y capítulos de entre tres y ocho minutos, Crehana busca ser una alternativa más ágil que los cursos en línea existentes. La plataforma se enfoca en categorías en demanda como diseño, ilustración, fotografía, audiovisuales, publicidad y mercadeo, y ofrece dos modelos comerciales: membresías o cursos libres. En 2016 proyectaban tener 100.000 usuarios registrados más allá de Perú, llegando a otros países de América Latina e incluso España, y en 2017 esperan lanzar Crehana para empresas.

Por qué

Ante el rápido crecimiento de los sectores creativos, hay un público en busca de cursos especializados y de calidad que le permita mantenerse actualizados en sus carreras. Pero la realidad laboral de los creativos deja poco tiempo para actividades extracurriculares de desarrollo, por lo que buscan soluciones rápidas que se adapten a sus estilos de vida y que sean accesibles en términos económicos.

Quién

Diego Olcese, fundador y CEO del proyecto, identificó este nicho desatendido en su país y fue uno de los 41 emprendimientos apoyados por la startup Wayra Perú en el 2016.

**"Los creativos
consumen
mucho tiempo
en actividades
laborales,
dejando
de lado su
educación
continua"**

Diego Olcese, fundador y CEO



#TeamCrehana

DESCUBRE
APRENDE
COMPARTE

35

Fábrica de Medios

**Mejora vidas:
Fortalece los
enlaces y la
colaboración
multidisciplinaria
en favor del
emprendimiento
creativo y
su impacto
económico
y social**

**Desde
2015**



**País
Chile**



**Alonso
Oyarzún**

Qué

Fábrica de Medios es una plataforma colaborativa especializada en la industria audiovisual y nuevos medios de Latinoamérica. Un espacio de *coworking* con presencia en Colombia, Chile y Perú que une productores de contenidos, diseñadores y desarrolladores de tecnología. Su función principal es facilitar el traspaso de las barreras de entrada al emprendimiento creativo, generando redes de profesionales vinculados al desarrollo de productos de comunicación para fomentar el surgimiento de un nuevo ecosistema empresarial para la creatividad.

Por qué

A través del espacio físico y su expansión internacional, Fábrica de Medios busca unir el talento multidisciplinario para generar la economía colaborativa. Su objetivo es convertirse en un laboratorio de trabajo y lugar para innovar y emprender en beneficio de las comunidades de su entorno.

Quién

Alonso Oyarzún, empresario y comunicador audiovisual, es el fundador y director ejecutivo de Fábrica de Medios.

Información

fabricademedios.org
contacto@fabricademedios.org

"En Fábrica de Medios, creemos que la comunicación es un proceso clave en la experiencia humana. Nos permite expresar lo que somos, lo que hacemos, conectarnos con otros y lograr que nuestras ideas impacten y transformen nuestro entorno"

Alonso Oyarzún, fundador y director ejecutivo

Fábrica
de Medios





Qué

Una metodología de 20 pasos para convertir una idea en negocio y que es dirigido a cualquier persona interesada en el mundo emprendedor. El libro propone una manera ágil de insertarse en el ecosistema de las empresas emergentes y aprovechar el potencial de los creativos. Su contenido ilustrado es accesible, divertido y sirve de guía esencial, utilizando un lenguaje ingenioso, ameno y sencillo. El autor se inspira en su propio trayecto como emprendedor creativo y la experiencia que obtuvo en más de 40 proyectos gestados, los que quiere poner a la disposición de otros emprendedores por medio de Startupismo. Actualmente está disponible para descarga en formato digital y gratuito.

Por qué

El mundo de los negocios ha comenzado a apreciar el potencial de los creativos como productores de soluciones que apuntan a las oportunidades del mercado y a las necesidades de los consumidores. Con el éxito sin precedentes de empresas como Facebook y Airbnb, por ejemplo, las startups tecnológicas apuntan a ser el foco de la oportunidad más allá de las industrias tradicionales. Países como México cuentan con gran talento y un ecosistema emprendedor en desarrollo de cara a muchos desafíos. Con las herramientas adecuadas para potenciar a los emprendedores, esto se puede convertir en terreno fértil para que las empresas logren un impacto económico y social.

Quién

Fric Martínez es un emprendedor en serie, con una trayectoria de 20 años en diversos ámbitos creativos. La metodología de su autoría ha sido certificada por el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem), máxima autoridad del ecosistema emprendedor mexicano.

Información

startupismo.com



País
México



Fric Martínez

Desde
2016

36

**Mejora vidas:
Ofrece una guía
fácil e ingeniosa
sobre cómo crear
una empresa,
fortaleciendo
el ecosistema
emprendedor**

Startupismo

"Somos parte de una era fértil en donde la necesidad y la tecnología se unen para generar una explosión de creatividad y cambio"

Fric Martínez, autor y emprendedor

Startupismo

STARTUPISMO



**Crea tu propio
negocio
en 20 pasos**
(libro ilustrado)

STARTUP ISMO

Metodología certificada por el Instituto Nacional Del Emprendedor

Información

centrocreativotextura.com
info@centrocreativotextura.com

37

Qué

Un centro multidisciplinario que fomenta el desarrollo de las industrias creativas por medio de la colaboración. Ofrece modernos espacios de trabajo y exposición, equipos y servicios para la comunidad local. Estas facilidades acogen una visión mayor para potenciar la interacción de las personas con diferentes habilidades y posibilitar una mayor integración entre la creatividad, la tecnología, la comercialización y la gestión del territorio urbano. El fin es beneficiar la economía creativa, que definen como la megatendencia del futuro.

Por qué

El centro parte del concepto de renovación urbana, al cobrar vida en una antigua fábrica textil, y busca impulsar el desarrollo de un área de la ciudad ajena a la actividad cultural. De este modo se inserta a Bogotá en tendencias globales de economías creativas, integrando a la comunidad y fomentando dinámicas culturales y comerciales que impulsen el desarrollo económico y social.

Quién

Henry Nasser es el presidente y propietario de la antigua textilera, y quien en el 2008 tuvo la visión de usar la renovación urbana en favor del desarrollo cultural y económico de la zona. Para la creación del Centro Creativo Textura cuenta también con el apoyo de la Alcaldía Mayor de Bogotá, la Universidad de Bogotá, Jorge Tadeo Lozano y la Pontificia Universidad Javeriana, además de la comunidad de la zona.

Centro Creativo Textura

Mejora vidas:

Propicia la

Desde — colaboración
2011 creativa

multidisciplinaria
para impulsar el
desarrollo social y
económico



País
Colombia



Henry Nasser

"Creemos en el desarrollo sostenible de las industrias creativas y toda serie de prácticas ligadas al campo de las artes visuales, escénicas, la música, la moda y la producción audiovisual"

Centro Creativo Textura

Centro
Creativo
Textura



**Software y
plataformas
digitales**



El *software* y las plataformas digitales aún no han sido aprovechados en toda su dimensión y representan una oportunidad para transformar los modelos de negocio y dar un salto a la nueva economía para generar un mayor impacto.

En la historia no ha habido mayor cambio desde la revolución industrial que el provocado por el uso de los computadores digitales, la telefonía móvil e internet. La tecnología ha permeado todos los aspectos de nuestras vidas y resulta difícil pensar en vivir sin ella. En la economía naranja este sector se aglomera bajo *Internet* y *software*.

El potencial del creciente acceso a internet y la adopción de *smartphones* cuya cobertura alcanzó al 58% de la población de la región en el 2015, según datos publicados en el estudio de la Asociación GSM (GSMA por sus siglas en inglés) La Economía Móvil América Latina 2016, aún no ha sido aprovechado en toda su dimensión en las industrias creativas y culturales. Entre las tendencias que se observan en este sector, están el *crowdsourcing*, el *crowdfunding*, la programación a través de videojuegos, aplicaciones (*apps*) y plataformas digitales más convencionales como páginas web. En muchos casos los productos son una copia de versiones exitosas en otros países que se han adaptado a las necesidades de los consumidores de nuestra región.

La gran oportunidad no radica únicamente en acelerar y adaptarse al uso de las nuevas tecnologías emergentes para el diseño de los productos como la realidad virtual y la inteligencia artificial, sino de invertir en capital humano que pueda ser capaz de transformar los modelos de negocios y dar un salto a la nueva economía para generar un mayor impacto.

Tendencias

Evolución digital de las industrias creativas y culturales

La transformación en las industrias creativas tradicionales hacia nuevas propuestas que rompen esquemas de producción, exposición, difusión y comercialización por medio de la digitalización. Latinoamérica progresa y se pone al día con los desarrollos globales en el uso de aplicaciones (*apps*), *e-books*, nuevos softwares, comercio electrónico y la integración de redes sociales, entre otros ejemplos.

Economía compartida o colaborativa

Su base digital la hace parte integral de la economía naranja, ya que se vale de internet, nuevos softwares, aplicaciones digitales y redes sociales. Latinoamérica se ha abierto a proponer nuevos patrones de oferta y demanda para los servicios y productos creativos.

Crowdfunding para proyectos creativos

Esta forma de financiamiento alternativo a las instituciones formales y potenciada por la comunidad ha sido un arma para los creativos del mundo, y ya está bien afianzada en muchas regiones. En Latinoamérica representa una tendencia aún naciente, que va de la mano con la penetración de internet, las redes sociales y los pagos electrónicos, pero que llama la atención de los gestores creativos y culturales.

FinTech en función del comercio creativo

La innovación de los servicios financieros digitales abre nuevas posibilidades de transacción para los bienes y servicios creativos. Las compañías de FinTech atrajeron 19 billones de dólares en inversiones en el 2016 según la International Trade Association.

Gaming como agente de cambio social

La expansión de los videojuegos como medios educativos para la generación que crece en el boom digital, más allá del entretenimiento, propicia el desarrollo de nuevas y necesarias destrezas digitales en función de la creatividad y el impacto social.

38

Arte Manifiesto

**Mejora vidas:
Preserva y
moderniza la
cultura artística,
ofreciendo un
comercio justo
y un diseño
sostenible**



**Luis Eduardo
Uvejara y Gianmarco
Augusto Delgado**



País
Perú

Desde
2012

Qué

Una galería de arte virtual que busca romper el paradigma del mercado tradicional del arte. Utiliza internet, el comercio electrónico y la realidad aumentada para exponer a los artistas y conectarlos con potenciales compradores. Esta nueva forma de negocios rompe con los intermediarios, permitiéndoles a los artistas vender de manera directa sus obras. La relación inmediata entre artista y consumidor les ha ayudado a expandir sus obras a otras audiencias y a generar nuevos mercados para el arte local, incluyendo ilustración, arte urbano, fotografía, nuevos medios, óleos en lienzo y arte digital.

Por qué

Cientos de artistas peruanos egresan de las escuelas de arte cada año, pero las galerías de arte existentes son limitadas. En este mercado aún prevalecen modelos comerciales tradicionales. Internet ofrece una oportunidad de reinención sin límites de espacio, tiempo o geográficos. Actualmente Arte Manifiesto acoge sobre cinco mil portafolios de artistas, con más de veinte mil obras de arte y creaciones.

Quién

La startup fue fundada en el 2012 por Luis Eduardo Uvejara y Gianmarco Augusto Delgado. Ha sido reconocida en el concurso de aceleración de negocios Wayra Perú en 2011 y por Startup Perú en 2014.

Información

artemanifiesto.com
contacto@artemanifiesto.com

"Porque creemos que Latinoamérica es un continente de artistas, artesanos y creadores, Arte Manifiesto los visibiliza y hace que los creadores se dediquen a crear a tiempo completo. Arte Manifiesto, creadores latinos para el mundo"

Luis Eduardo Uyejara y Gianmarco Augusto Delgado

DESTACADO

Andrea Barreda

ANDREA BARREDA

Lima, Peru

+SEGUIR

Arte Manifiesto

PORTAFOLIO

55

TIENDA

23

COLECCIONES

0

SIGUIENDO

11

SEGUIDORES

76





**Jimena Pardo y
Diego Solórzano**



País
México

39

Desde
2012

Qué

El primer servicio de car-sharing pioneros en la economía compartida en México. Una plataforma digital que permite el acceso por demanda a automóviles a través de una página web y aplicación móvil, ofrece una alternativa costo-efectiva y accesible a la posesión de un vehículo. Un modelo que se inspira en el ya famoso ZipCar estadounidense y que reduce el impacto ambiental del exceso de tráfico en las megaciudades. Desde su fundación, se han expandido a las principales ciudades, incluyendo Ciudad de México, Monterrey y Puebla, cuentan con acuerdos gubernamentales y una flota de vehículos híbridos y eléctricos que genera más innovación en el sector en el país.

Carrot

**Mejora vidas:
Democratiza
el transporte y
mitiga el impacto
ambiental
del tránsito
automovilístico**

Por qué

La Ciudad de México cuenta con cerca de 8,9 millones de habitantes según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, lo que redundará en el alza en la adquisición de vehículos de motor. Esto resulta en graves congestiones de tránsito y contaminación que tienen un impacto en el medioambiente, la calidad de vida y hasta el desarrollo económico. Una empresa como Carrot propone una solución sostenible que no solo aumenta la movilidad en la ciudad para el público en general, sino que mitiga el impacto ambiental.

Quién

En 2012, Diego Solórzano se asocia con Jimena Pardo para materializar esta idea pionera en su país.

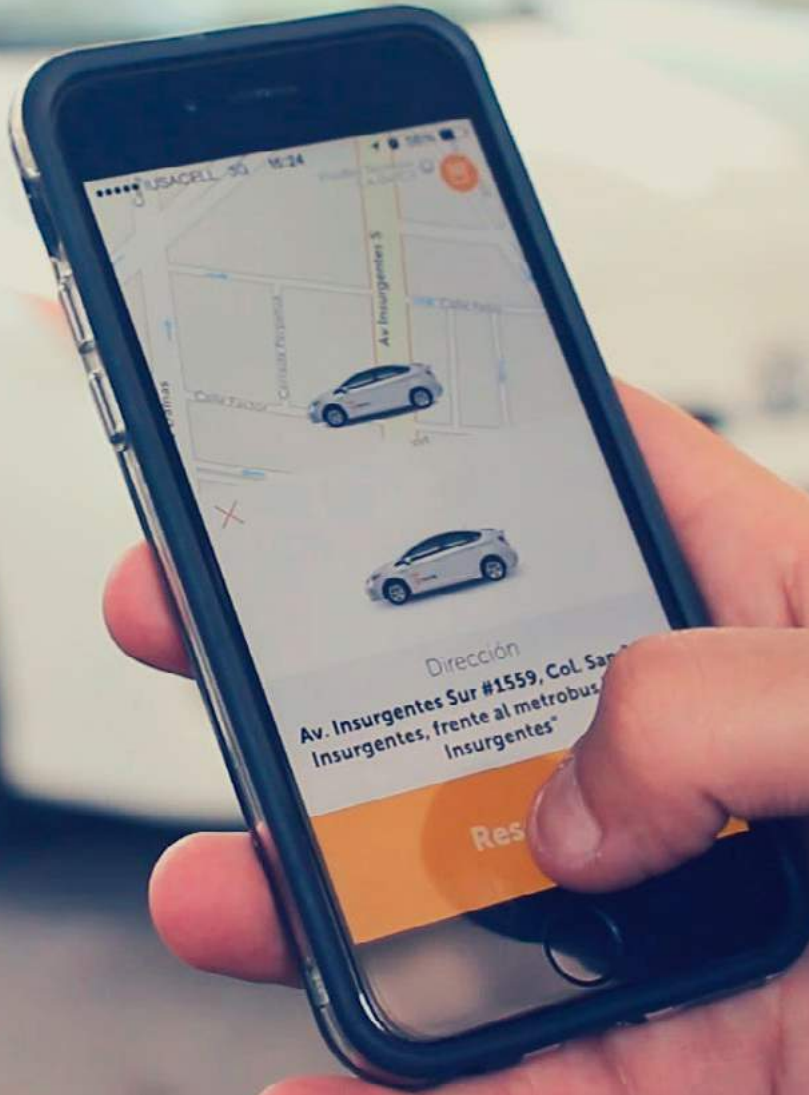
Información

carrot.mx

"Carrot es parte de una solución que permite el abandono del uso irracional del auto. Buscamos cambiar la forma en que nos movemos para tener mejor calidad de vida"

Jimena Pardo, socia fundadora

Carrot



40

Fondeadora

Qué

La plataforma de *crowdfunding* pionera en el mercado de México y enfocada en el sector creativo, es un espacio digital inspirado en Kickstarter, de Estados Unidos, y que luego de cinco años de prueba y error, en el 2016 logra una alianza oficial con esta compañía líder. Al igual que el modelo original, permite a los creativos conseguir los fondos necesarios para financiar sus proyectos por medio de donaciones de parte de la comunidad. Los proyectos se postulan y se les asigna una meta financiera, y un tiempo para reunir los fondos de forma colectiva. De este modo, se da una dinámica en la que el usuario deja de ser mero espectador para participar y decidir lo que se crea.

Por qué

México cuenta con una intensa cultura creativa y los emprendimientos son una parte importante de ella. Estos emprendedores necesitan herramientas que los apoyen y que evolucionen con los tiempos. El modelo de *crowdfunding*, o microfinanciación colectiva, es una alternativa importante que poco a poco hace su entrada al país, a pesar de que aún hay retos como la falta de acceso a internet o la resistencia a los pagos en línea.

Quién

René Serrano y Norman Müller son los cofundadores y CEO actuales de la empresa. Fondeadora seguirá existiendo como marca dentro de Kickstarter, mientras esta última busca afianzar su presencia en la comunidad local mexicana.



René Serrano
y Norman Müller



País
México

Desde
2011

Información

fondeadora.mx
kickstarter.com/mexico
hola@fondeadora.mx

Mejora vidas:
Posibilita la
comercialización
de productos y
servicios creativos,
expandiendo su
potencial social y
económico

"México se encuentra en una posición especial para las industrias creativas... Cuando surge un líder en una rama de la industria, esta se acelera"

Fernando Lelo Larrea, miembro del Consejo de Fondeadora

Fondadora



FON DEA DO RA



41

PayU

**Mejora vidas:
Ofrece a los
emprendedores
una forma sencilla
de aceptar pagos
en línea de sus
productos o
servicios**

Desde
2002



País
Colombia



José Vélez

Información

payu.com.co

Qué

Empresa líder de pagos en línea en Latinoamérica. PayU aprovecha el sector creativo del desarrollo de softwares para ofrecer servicios que se adaptan a las necesidades de la región, del manejo de ventas sin necesidad de disponer de una plataforma web, hasta recibir pagos con tarjetas de crédito y transferencias bancarias por medios locales o efectivo. Actualmente procesan más de 10 millones aproximados de transacciones al año, en siete países, incluyendo Colombia, Perú, Chile, Argentina, Brasil, México y Panamá. Además, se disponen a seguir mejorando su oferta de pagos desde móviles, un área de mucho potencial crecimiento. PayU Latam forma parte de PayU Group luego de una alianza estratégica en 2013 con Naspers, empresa sudafricana que entrega el mismo servicio en países emergentes.

Por qué

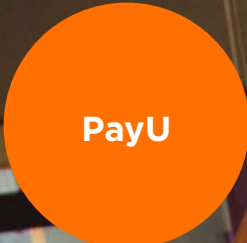
La transformación de los negocios en la era digital ha sido una parte clave de la economía naranja y Latinoamérica no es la excepción. Al responder a las necesidades de clientes cada vez más conectados se impacta la forma en que consumimos los servicios y los productos creativos. Esta es parte de la visión de PayU desde el 2002, cuando no existía ningún tipo de servicio para pagos y recaudos electrónicos. Hoy les ofrecen soluciones a más de 20.000 comercios en la región, con alrededor de 75 opciones de pagos y generan 300 empleos directos.

Quién

Hace 15 años, José Vélez vio la posibilidad de abrir el mercado de pagos electrónicos en Bogotá. En 2010, fue seleccionado como empresa Endeavor, la entidad líder en el fomento de emprendimientos de alto impacto a nivel mundial y la que también los ha reconocido con el premio Endeavor Colombia, por aportar a la transformación de su país.

"Cualquier comercio con presencia *online* o nuevo en *e-commerce* y también cualquier persona natural que quiera emprender en el sector puede abrir una cuenta PayU y empezar a explorar las soluciones"

José Vélez, cofundador



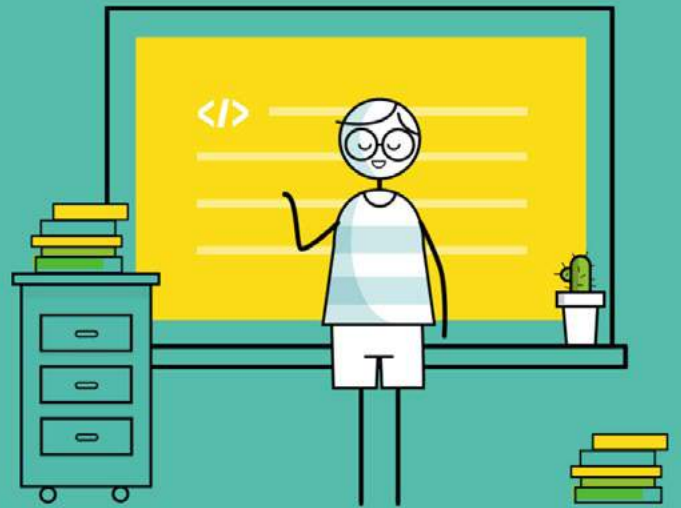
PayU

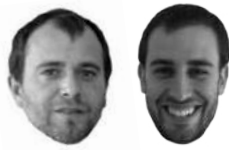


PAYU FOR DEVELOPERS

Online payments designed and built with developers in mind.

[Launch Developers Portal →](#)





Andrés y
Sebastián Luongo



País
Chile

42

Desde
2013

allGreenup

**Mejora vidas:
Promueve el tema
de la sustentabilidad
y la conciencia
ambiental a través
del medio digital**

Información

<http://www.allgreenup.com/home/>
allgreenup@allgreenup.com

Qué

Una aplicación móvil con una versión internacional, que mide el impacto ambiental del usuario y lo recompensa por cuidar del planeta. Es un modo innovador de utilizar la creatividad y la programación digital para mitigar un problema ambiental. allGreenup se vale de un software original que educa, mide e incentiva actividades amigables para la naturaleza y de esta manera promueve un estilo de vida más sostenible. Las actividades le otorgan “puntos verdes” al usuario, quien luego puede cambiarlos por beneficios en los comercios asociados. El proyecto recibió una certificación como Empresa B, validando sus beneficios sociales y ambientales, y ha sido apoyado por ImagineLab, de Microsoft.

Por qué

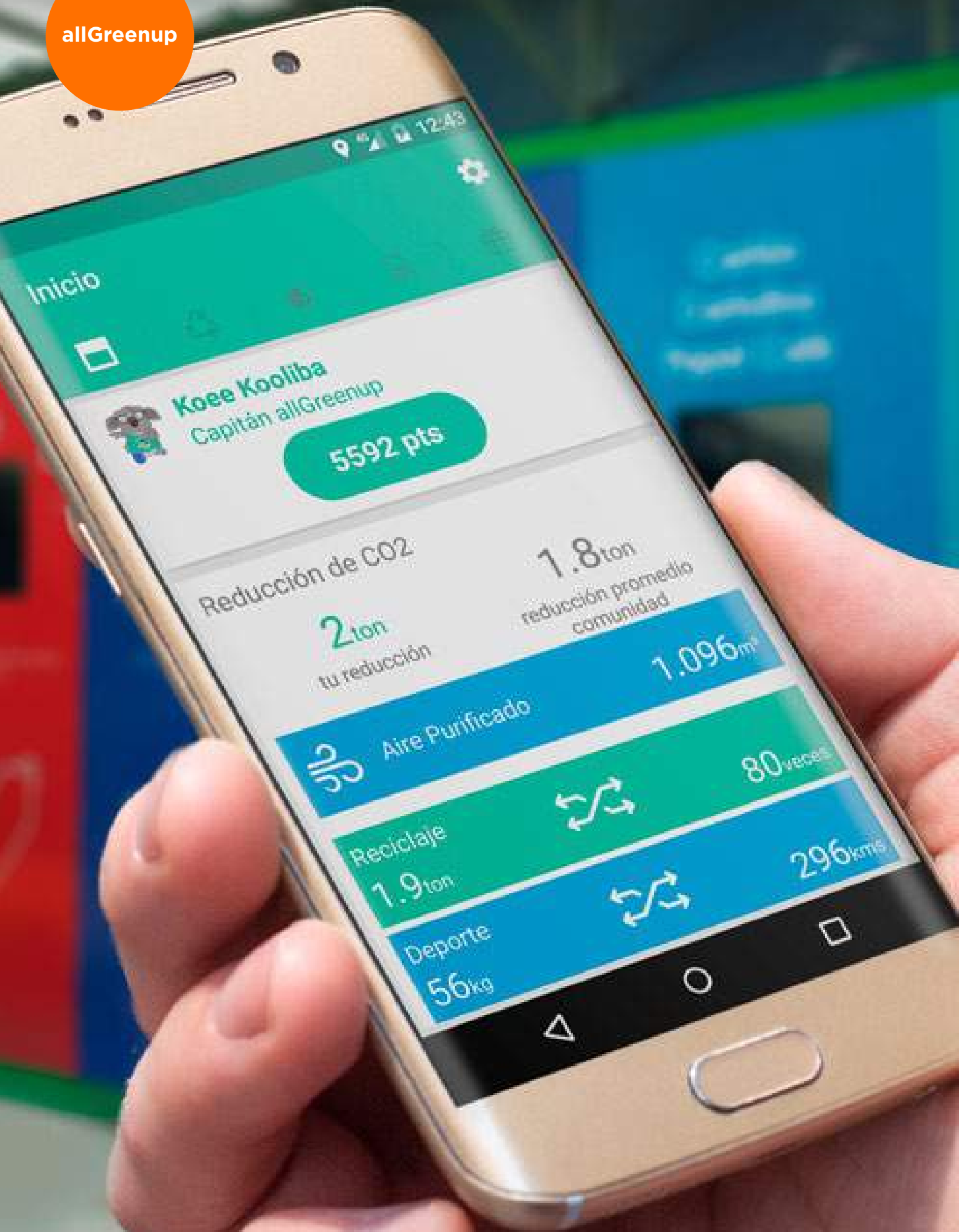
El mundo de hoy enfrenta retos ambientales sin precedentes. La cantidad de basura que se produce, el CO₂ y el calentamiento global, y el malgasto de los recursos naturales, son algunos ejemplos. Aunque hay mayor conciencia del problema, esto no repercute en las acciones de la vida cotidiana. Las industrias creativas abren la posibilidad de crear una aplicación digital como allGreenup que permite insertar el asunto en la vida cotidiana por medio del móvil, y llevar el tema de la sustentabilidad a los usuarios de una forma simple, divertida y donde todo el mundo se beneficia.

Quién

Andrés y Sebastián Luongo son primos e ingenieros que en el 2013 idearon la aplicación móvil en Santiago, Chile. Desde entonces el app está disponible en Argentina, México y Perú, con una versión en inglés del software para mercados internacionales que se lanzó en San Francisco, Estados Unidos. allGreenup fue seleccionada como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2015.

"El 82% de los consumidores tiene buenas intenciones, pero solo el 16% está dispuesto a cumplirlas, por lo que es necesario incentivarlos"

Andrés y Sebastián Luongo, cofundadores



Inicio



Koe Kooliba
Capitán allGreenup

5592 pts

Reducción de CO2

2ton
tu reducción

1.8ton
reducción promedio
comunidad



Aire Purificado

1.096m³

Reciclaje

1.9ton



80 veces

Deporte

56kg



296km²

43

Frei.re Lab

**Mejora vidas:
Erradica el
analfabetismo por
medio de programas
digitales**



**Américo
Amorim**



**País
Brasil**

**Desde
2015**

Qué

Frei.re Lab desarrolla un software educativo (e-learning software) que facilita la innovación escolar a través de los juegos interactivos. Su plataforma es un producto pionero que permite que maestros, padres y estudiantes puedan producir contenido interactivo educativo, transformándolos así en los creadores de sus propias materias. Esta innovación posibilita que los padres con poca educación sean partícipes de la enseñanza escolar de sus hijos a través de aplicaciones móviles en sus celulares. También les da la opción a los maestros de adaptar las clases de acuerdo a las necesidades de cada estudiante. La plataforma es visitada por estudiantes y profesores de 49 países.

Por qué

Hay 11 millones de niños en Brasil y 77 millones en América Latina que pueden beneficiarse aprendiendo a leer y escribir de una manera divertida e interactiva a través de juegos y nuevas tecnologías. Esto a su vez mitiga las estadísticas de deserción escolar.

Quién

Frei.re Lab fue fundado por el empresario y académico investigador Américo Amorim y es parte de la serie de productos de Escribo.com, que se enfocan en llevar modelos de innovación al sistema educativo en Brasil, superando a competidores como Amazon y Adobe. Frei.re Lab fue seleccionado como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.

Información

escribo.com.br
[@escribo.com.br](https://twitter.com/escribo.com.br)

"En América Latina, la mitad de nuestros estudiantes no entienden lo que leen y tal vez nunca cumplan con su potencial"

Américo Amorim, fundador

Frei.re
Lab





Qué

Una aplicación (app) donde los universitarios pueden alquilar digitalmente capítulos de libros académicos a un precio similar al de las fotocopias. Pero a diferencia de ellas, Lorapp paga a los autores y editoriales por cada lectura alquilada, generando una alternativa simple, legal y económica. Por su parte, las editoriales recuperan dinero que no recibían debido a la piratería y reducen además el impacto ambiental, al evitar el uso de papel y tintas. Su modelo de alquiler digital por capítulos es revolucionario para la industria editorial académica, al permitirles ofrecer un precio competitivo en relación a las fotocopias.

Por qué

En Latinoamérica hay 20 millones de estudiantes universitarios y 99% de ellos usa fotocopias para estudiar, ocasionando un gasto anual de más de 1.100 millones de dólares en fotocopias ilegales. Además del impacto ecológico, se mitiga el problema de la piratería, al ofrecer una alternativa legal a las fotocopias.

Quién

Camilo Lucero es el fundador de Lorapp, reconocido como uno de los jóvenes emprendedores más destacados en Colombia en 2014. En 2015, Lorapp fue destacada por Village Capital como el emprendimiento en educación con mayor potencial de crecimiento en América Latina. Además, fue seleccionada como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.

Información

lorapp.com
@MiloLucero



País
Colombia



Camilo Lucero

Desde
2014

44

**Mejora vidas:
Democratiza
el acceso a los
libros académicos
y ayuda a reducir el
impacto ambiental.**

Lorapp

**"La innovación
nace al
preguntarnos
el porqué
de las cosas,
al pensar
que todo
problema
tiene más de
una solución"**

Camilo Lucero, fundador

Lorapp

lorapp
Aspirary More education.





Menos piratería. Más educación.



45

Qué

FazGame es un software donde los estudiantes pueden crear juegos interactivos sin necesidad de conocimientos en diseño y programación. Les permite desarrollar razonamiento lógico, resolución de problemas, pensamiento creativo y trabajo colaborativo, motivándolos a aprender a través de los contenidos educativos de un modo divertido y dinámico. Por medio de una biblioteca de temas, escenarios, personajes y objetos, los estudiantes investigan un tema para desarrollar sus juegos y profundizar sus conocimientos durante el proceso de creación de las historias. FazGame ha sido comercializado e implementado en más de 150 escuelas, beneficiando a unos 12.000 estudiantes aproximados de escuelas públicas y privadas, con cerca de 500 juegos publicados.

Por qué

Los juegos y la innovación digital son herramientas que ayudan a mitigar la deserción escolar. Con las aplicaciones educativas se puede preparar a los jóvenes con las habilidades necesarias para ser exitosos en el siglo XXI.

Quién

Carla Zeltzer, su fundadora, es una empresaria social con 10 años de carrera en el área. Su visión es transformar la educación en Brasil a través del uso de nuevas tecnologías. FazGame fue seleccionada como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.

FazGame

Mejora vidas:
Facilita la creación
de juegos
didácticos para
profesores y
alumnos en favor
de la educación
digital

Desde
2013



País
Brasil



Carla Zeltzer

Información

fazgame.com.br
@Carla_Zeltzer

"FazGame está cambiando la manera de aprender para que todas las personas jóvenes puedan tener una educación de calidad y así proporcionar un acceso equitativo a las oportunidades"

Carla Zeltzer, fundadora



Show! Você estava naquela palestra na escola?



Não..não sou chegada em meio ambiente..

Tava sim, foi muito legal!



Qué

Kernaia es una plataforma digital para la creación, distribución y comercialización de contenidos en lenguas indígenas. Un producto único que reúne a artistas, autores, comunidades y programadores para contribuir a la preservación, difusión y fortalecimiento de las lenguas originarias. También se busca la integración de las comunidades vulnerables al mundo digital.

Por qué

Según la Unicef, del total de lenguas amerindias que se hablan en la región, 26% se encuentra en serio riesgo de desaparición. La pérdida de una lengua representa la desaparición de una forma de ver y entender el mundo. El propósito de Kernaia es preservar el patrimonio cultural, contar historias y facilitar el acceso a contenidos alternativos, generando un punto de encuentro entre creadores, lenguas y audiencias.

Quién

Con más de 18 años de experiencia, Carlos Mondragón Álvarez es director y fundador de cinco empresas especializadas en la aplicación de la tecnología para la divulgación de la ciencia y difusión de la cultura. Kernaia fue seleccionada como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.



Carlos
Mondragón Álvarez



País
México

46

Desde
2014

Kernaia

**Mejora vidas:
Preserva y
moderniza el
patrimonio
cultural, e integra
a comunidades
vulnerables al
mundo digital**

Información

Kernaia.com
info@kernaia.com

"En las grandes ciudades hay mucha gente que habla una lengua indígena y no tiene acceso a contenido. Lo que nosotros hacemos es entrenar a nativos en las lenguas a producir ese contenido, distribuirlo digitalmente y encontrar a la audiencia que lo quiere consumir"

Carlos Mondragón Álvarez, fundador



Kernaia



Información

micartelera.mobi
@micarteramx



Guillermo
Fernández
Merchant



País
México

47

Desde
2012

**Mejora vidas:
Digitaliza,
facilitando el
acceso y el
consumo de la
oferta cultural**

Qué

La primera aplicación (app) dedicada al teatro y al mundo del espectáculo en la Ciudad de México conecta la oferta cultural con el público interesado en asistir. Mi Cartelera MX cuenta con herramientas sociales que permiten a los usuarios calificar y comentar acerca de los eventos, intercambiar puntos de vista, así como publicar y etiquetar sus propias fotografías y videos. La aplicación facilita la compra de boletos electrónicos y se adapta a los gustos y preferencias de sus usuarios.

Por qué

La promoción cultural asegura su consumo y beneficia sus mercados. Un producto digital como este permite centralizar en una sola plataforma la variada y extensa oferta de teatro en la Ciudad de México, y facilita el proceso de selección y compra de boletos para sus audiencias. Menos del 30% de los teatros tienen la capacidad y los recursos para vender entradas en forma electrónica.

Un servicio de compra de boletos electrónicos fácil, eficiente y de bajo costo aporta al crecimiento de las artes escénicas en México.

Quién

Guillermo Fernández Merchant es director y creador de Mi Cartelera MX junto a un equipo de especialistas en programación. Su emprendimiento fue seleccionado como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.

Mi Cartelera MX

**"Mi Cartelera MX
es un puente de
comunicación
entre los creadores
y sus audiencias.
Buscamos
revolucionar
el mercado de
difusión de las artes
escénicas en México
y Latinoamérica"**

Guillermo Fernández, fundador

Mi
Cartelera MX

MX

EM
EAS FO





IMCinemasCDMX

Lo mejor del teatro en tus manos. Descarga ya nuestra APP!

App Store

Google Play

Inicio

Buscar

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Inicio

Qué

Una plataforma para la creación y distribución de libros digitales (e-books), que busca redefinir la experiencia de la lectura, integrando los elementos audiovisuales y las herramientas multimedia para los mercados emergentes. BookFusion nació a partir de la necesidad de crear una plataforma para libros digitales que les posibilite a sus usuarios leer, compartir, organizar, marcar y sincronizar sus libros en una biblioteca en línea. La empresa ofrece servicios a editores, proveedores de contenido, autores y lectores que buscan publicar, vender y distribuir su trabajo. BookFusion permite a los estudiantes acceso a una mejor forma de lectura que facilita el aprendizaje interactivo con el fin de retener información. Los usuarios pueden acceder a más de 30.000 libros, navegar por títulos y bibliotecas, compartir los libros que ya han leído con sus amigos y familiares, o tomar textos prestados.

Por qué

En América Latina y el Caribe existen pocos recursos para que los autores publiquen libros electrónicos para distribución global y acceso insuficiente a las herramientas de edición y creación. Las plataformas actuales como Amazon demandan hasta el 70% de las ventas y dictan formatos, precios y derechos de autor. BookFusion facilita a sus autores y editores la tecnología para distribuir su contenido creativo y cultural, con mayor control sobre los derechos y descuentos para su comercialización.

Quién

Dwayne Campbell es ingeniero de software y el fundador y CEO de BookFusion. El emprendimiento fue seleccionado como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.

Información

www.bookfusion.com



País
Jamaica



Dwayne Campbell

Desde
2013

48

**Mejora vidas:
Digitaliza la
industria editorial,
genera nuevos
mercados y
posibilita el
aprendizaje
interactivo**

BookFusion

"Los editores y autores de los mercados emergentes aún no han hecho la transición al mundo digital. El problema es que no confían en las soluciones disponibles de las plataformas existentes y hay poca penetración de tarjetas de crédito, lo que a su vez limita el acceso de los lectores a los libros electrónicos"

Dwayne Campbell, CEO

BookFusion



Información

nativo.digital
@IlaMilkes

49

Nativo Digital

Qué

Nativo Digital es la primera aplicación multiplataforma que permite enseñarles códigos a niños y adolescentes de América Latina y el Caribe. Combina tecnologías adaptativas y emocionales, un currículo por módulos desarrollado por expertos y procesos de datos. De esta manera lleva las destrezas de la programación y códigos necesarios para triunfar de forma profesional en el siglo XXI, a los cientos de millones de niños en los mercados emergentes.

Por qué

La brecha digital es más amplia que nunca. La misión de Nativo Digital es lograr que cada estudiante reciba una educación tecnológica, diseñando y desarrollando soluciones innovadoras y atractivas para los mercados emergentes y desatendidos.

Quién

Ilana Milkes es la fundadora de Nativo Digital y actual CEO de World Tech Makers, su compañía matriz. Esta ha sido reconocida por MassChallenge, Boston, y por Endeavor Colombia. Nativo Digital fue seleccionada como una de las startups más innovadoras en [Idear Soluciones](#) del BID en el 2016.

Mejora vidas:
Atiende la brecha digital en las nuevas generaciones y desarrolla las destrezas tecnológicas para un futuro impacto social

Desde —
2012



País
Colombia



Ilana Milkes

"En los mercados emergentes, solo uno de cada diez niños es considerado un nativo digital versus ocho de cada diez niños en economías desarrolladas"

Ilana Milkes, fundadora

**Nativo
Digital**





GONATIVO

nativo.digital



50

Torre

**Mejora vidas:
Digitaliza
y revitaliza
sectores creativos
obsoletos,
apoyando la
creación de
empleos y
su impacto
económico**

Desde
2012



Alex Torrenegra,
y Tania Zapata



País
Colombia

Información

Torre.co
bunnyinc.com
media@torre.co

Qué

Torre es una empresa de interfaz de programación de aplicaciones (API) y los fundadores de Voice Bunny, el banco digital de voces profesionales para productores y creadores de contenido más grande del mundo. La plataforma en línea de *crowdsourcing* cuenta con una base de datos de 135.000 actores de doblaje y narración. Entre sus clientes figuran productoras reconocidas como Apple, Disney, Amazon, Spotify y Pixar. A través de un algoritmo propietario, lograron crear un *marketplace* para talento de voces que identifica al mejor talento para cada proyecto entre cientos de miles de voces en la base de datos en menos de 10 minutos. Hoy su oferta de productos también incluye servicios de traducción, redacción e investigación bajo un modelo de creatividad *on demand*.

Por qué

Es más pertinente que nunca revitalizar los sectores con prácticas obsoletas por medio de la digitalización, la programación e internet. En el caso de esta innovación, ayuda a miles de actores de voz a conseguir trabajo directamente a través de un modelo de *marketplace*. Antes de Torre y su innovación Voice Bunny, hallar una voz profesional de 30 segundos para un comercial tomaba semanas de trabajo y miles de dólares. Para los actores y talentos de voz conseguir esos trabajos requería de muchos intermediarios entre agentes, productores, directores, estudios de grabación y audiciones, los que se llevaban gran parte de los ingresos. Ahora gracias a esta innovación, un profesional de la voz puede encontrar proyectos directamente, grabarlos en 30 minutos, a un costo asequible para el productor.

Quién

Torre fue fundada por los colombianos Alex Torrenegra, emprendedor y CEO, y Tania Zapata, cofundadora, actriz y empresaria creativa. La empresa que hoy impacta a los mercados globales con sus servicios tiene sus raíces en Colombia, donde es parte de la red de Endeavor desde el 2014 y fue reconocida por el Massachusetts Institute of Technology (MIT) con el premio TR35 Innovadores del Año en Colombia y por el World Economic Forum, ambos en el 2015.

"En Torre, nuestra misión es hacer que el trabajo sea gratificante para todo el mundo. Soñamos con el día en que los siete mil millones de humanos, sin importar su género, nacionalidad, ubicación y origen socioeconómico, puedan participar de modo justo en el mercado global"

Alexander Torrenegra, CEO

Torre



Crowdfunding: Un modelo de formación de capital y participación de mercado en donde las necesidades de financiación y sus propósitos se dan a conocer ampliamente a través de una convocatoria abierta, por lo general mediante internet, y obtienen el apoyo de contribuciones colectivas de diversos donantes o inversionistas independientes.

Crowdsourcing: Un modelo en línea que se emplea para buscar personas con experiencia para tareas relacionadas con la producción y resolución de problemas. Con frecuencia, las labores complejas se dividen en múltiples tareas pequeñas que cada persona del grupo (*crowd*) puede realizar y, con posterioridad, se reorganizan para obtener un producto final.

Fairtrade: Según Fairtrade Internacional, el comercio justo Fairtrade representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Fairtrade ofrece a los productores un trato más equitativo y términos comerciales más provechosos. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores, es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias.

Fast Fashion: Es un término utilizado por minoristas de la moda para trasladar las propuestas de las grandes casas de diseño, desde las pasarelas a sus tiendas para capturar alguna tendencia lo más rápido posible. Se trata de una estrategia para recrear

las tendencias presentadas en Fashion Week, manufacturando prendas muy rápido y a un bajo costo para que los consumidores promedio tengan la oportunidad de adquirir prendas con estilo a un precio asequible.

Slow Fashion: Es la antítesis de lo conocido como *fast fashion*. Se trata de un término acuñado en el 2007 que se refiere a una filosofía de consumo responsable de la ropa. El movimiento mentaliza y educa a los ciudadanos sobre el impacto de la confección de las prendas de vestir en el medioambiente, el agotamiento de recursos y el influjo de la industria textil en la sociedad.

Start up: Una *startup* es una organización que ha sido formada para buscar un modelo de negocios replicable y escalable.

Upcycling: También conocido como suprarreciclaje, es el proceso de transformación de un objeto desfasado o residuo en otro de igual o mayor valor que pueda ser de utilidad. Esta técnica de reciclaje minimiza el gasto de materias primas vírgenes y las reutiliza, para alargar la vida práctica de las cosas.

Wearable Technology: Significa literalmente "Tecnología para llevar puesta" y su objetivo es conocer mejor al ser humano a través de la medición biométrica para dotarlo de capacidades y nuevas habilidades.

Zero Waste: Una técnica de diseño de moda que se enfoca en el patronaje para lograr que efectivamente haya cero desechos de tela.

Arquitectura

- Alec. (2014). Brazilian start-up TriDom seeks to solve the world's housing problem using 3D printing. Disponible en <http://bit.ly/2mTbUzM>
- Anónimo. Mendez builds homes using Discarded Plastic. Better World Solutions. Disponible en <http://bit.ly/29v487C>
- Anónimo. Conceptos Plásticos SAS en Bogotá. Find the Company. Disponible en: <http://bit.ly/2lZ3J0H>
- Anónimo. (2014). Google allows social enterprise TriDom to tackle houselessness in Brazil and other developing countries. Google. Disponible en <http://bit.ly/2mTkIp1>
- Anónimo. (2016). Atelier de Hoteles Launches in Mexico. Boutique Design. Disponible en: <http://bit.ly/2mfhXva>
- Anónimo. (2016). Tridom. Netexplo Observatory. Disponible en <http://bit.ly/2mBK9Le>
- Conceptos Plásticos. Acerca de nosotros. Conceptos Plásticos. Disponible en <http://bit.ly/2lTw07U>
- Caiazza, F., Martino, I. (2014). Proyecto Anda. Baldosas hidráulicas para la construcción de espacio público. Estudios Valija. Disponible en <https://proyectoanda.com/libro-2/>
- Caiazza, F., Martino I. (2010). Proyecto Anda. Estudios Valija. Disponible en <https://proyectoanda.com/tv>
- Fast Company Staff. (2015). The World's Top 10 Most Innovative Companies of 2015 in Latin America. Fast Company. Disponible en <http://bit.ly/2lTA6Nw>
- Kimmelman, M. (2016). Alejandro Aravena, the Architect Rebuilding a Country. The New York Times. Disponible en: <http://nyti.ms/2mxP2EN>
- Quispe, M. (2015). La arquitectura de Freddy Mamani Silvestre: la ciudad a todo color. El Alto. Disponible en <http://bit.ly/2miguG5>
- Iriarte, N. (2014). Arquitectura Transformer. Yorokobu. Disponible en <http://bit.ly/1lcamWC>
- Valencia, N. (2014). Freddy Mamani y el surgimiento de una nueva arquitectura andina en Bolivia. Arch Daily. Disponible en <http://bit.ly/2mikvuo>
- Valencia, N. (2015). No es arquitectura exótica, sino una arquitectura andina que transmite identidad. Arch Daily. Disponible en <http://bit.ly/2mBqWcC>
- Zahoransky, W. (2016). Internship at Tridom. Tridom Robotic Construction. Disponible en <http://bit.ly/2lTlWMh>

Artesanía

Castellano, T. (2016). Cómo 4 marcas de moda acercan el trabajo artesanal a los millennials. Vogue. Disponible en: <http://bit.ly/2cmeBFg>

Gompf, A. (2015). Los Tejedores: a Santo Domingo Like Making Campo Cool. ReMezcla. Disponible en: <http://bit.ly/2lZ042N>

Melián, E. (2016). Mola Sasa Makes Fair Trade Luxury Bags. The Luxonomist. Disponible en: <http://bit.ly/2mfvlzC>

Vides, A. (2016). Simbiótica, la unión que le puso alma y arte a la cultura guatemalteca. Agexport Hoy. Disponible en: <http://bit.ly/2naVNtb>

Williamson, C. (2016). Simbiótica: an Exhibition of Modern Guatemalan Design. Disponible en: <http://bit.ly/2dxrzgY>

Diseño

Alburquerque, O. (2015). PUM: La plataforma de diseño hecho en México. L'Officiel. Disponible en <http://lofficielemexico.com/pum-diseno-arte-hechos-mexico/>

Anónimo. La Lonja MX. Lo mejor del diseño en México. Forum. Disponible en <http://bit.ly/2d3UDe8>

Anónimo. (2015). ¿Existe el diseño latinoamericano? PopulardeLujo para IDEN-TICA, edición n° 7. Disponible en <http://bit.ly/2mBGopf>

Anónimo. (2015). La Lonja MX. Cool Hunter MX. Disponible en: <http://coolhuntermx.com/la-lonja-mx/>

BabyBe. (2014). Make it Wearable Finalists. Disponible en <http://bit.ly/2miBZGJ>

Burnham, T. Babybe Be With your Baby. Postscapes. Disponible en: <http://bit.ly/2lAS23V>

Cadena, J. (2013). Artistas gráficos populares de Colombia, Perú y Chile se unen para crear la Unión Gráfica del Pacífico. El Mostrador. Disponible en <http://bit.ly/2mTztrY>

Chávez, F. (2014). El diseño de El Salvador se atreve a soñar con The Carrot Concept. La Nación. Disponible en <http://bit.ly/2mBicib>

García Mayor, N. Game Changer Nicolás García Mayor creates CMAX System. Disponible en <http://bit.ly/2miIwBl>

Rittner, J. (2016). BabyBe: Emotional Care is a Heartbeat Away. Core77. Disponible en <http://bit.ly/2dj7H44>

Rhodes, M. (2013). A Design Collective Creates its Own Economy in El Salvador: FastcoDesign. Disponible en <http://bit.ly/2lZ9QsQ>

Wikipedia. Nicolás García Mayor. Disponible en: <http://bit.ly/2nb1BDj>

Medios

Anderson, B. (2016). La mexicana Ánima Estudios conquista a Netflix. Milenio. Disponible en <http://bit.ly/2mjlx9e>

Anónimo. Company Overview of Dynamo Capital S.A. (n.d.). Bloomberg. Disponible en <http://bloom.bg/2nbxphY>

Anónimo. David Basulto y David Assael, fundadores de ArchDaily. MSN. Disponible en <http://bit.ly/2mjpjzt>

Anónimo. Fernando de Fuentes, director de Ánima Estudio-Videoteca. Proyecto 40. Disponible en <http://bit.ly/2lByuMZ>

Anónimo. Posibl.com La red social solidaria que ayuda a concretar tus sueños. Start-ups Argentina. Disponible en <http://bit.ly/2mfwxD8>

Anónimo. (2013). La colombiana 7GLab coproducirá con Disney. Portafolio. Disponible en <http://bit.ly/2lBzm44>

Anónimo. (2014). Zambo Dendé, el cómic colombiano que llegará a las librerías de Estados Unidos. Cromos. Disponible en <http://bit.ly/1D2bFiC>

Anónimo. (2015). Nicolás Rodríguez. Revista Aciné. Disponible en <http://bit.ly/2mytGqX>

- Bernstein, M. (2013). Start Up en 1 persona: Martín Parlato de Posibl. Emprendedores News. Disponible en <http://bit.ly/21BjvT3>
- Domínguez, D. (2015). 7GLab Entertainment, Inc.: creación de contenido fantástico. La Prensa. Disponible en <http://bit.ly/1JBWvGn>
- Andrés Calderón Rodríguez. Endeavor. Disponible en <http://bit.ly/21Bub4q>
- Cristian Conti. Endeavor. Disponible en: <http://bit.ly/21USXYh>
- Gutiérrez, V. (2016). Ánima Estudios construye franquicia cinematográfica. El Economista. Disponible en <http://bit.ly/2nbKalZ>
- Hecht, J. (2013). Colombia's Dynamo to Launch Production Fund. The Hollywood Reporter. Disponible en <http://bit.ly/2n3lwEH>
- Hopewell, J. (2014). Dynamo's Cristian Conti on Latin America's Growing Movie Maturity. Variety. Disponible en <http://bit.ly/2n37nHS>
- Marczak, J. (2009). Business Innovator: Andrés Calderón, Colombia. Americas Quarterly. Disponible en <http://bit.ly/21Uv9UC>
- Scarpinelli, L. (2016). Martín Parlato: "Hay que conectar a los distintos actores para resolver problemas de impacto social". La Nación. Disponible en <http://bit.ly/2mgeRY2>
- TEDxPatagonia. (2011). David Assael. Disponible en <http://bit.ly/2mUwvDQ>
- Torres, A. (2016). Así crearon la web de arquitectura con más visitas del mundo. El País. Disponible en <http://bit.ly/2hZ1TNZ>
- Zambo Dendé. (2015). Zambo Dendé ShortFilm-Makin Of-100% Colombian Product. Disponible en <http://bit.ly/21UHTiB>

Moda

- 12-na. (2014). Cruz del sur Raffvs Bitman. elRadiador. Disponible en <https://vimeo.com/68854657>
- Anónimo. (2015). Lagos contaminados. La Prensa Libre. Disponible en <http://bit.ly/1HCBfMK>
- Anónimo. (2016). Conoce a Arianne. She Means Business. Disponible en <http://bit.ly/2n3fuUA>
- Anónimo. (2016). Meet Francesca Kennedy, the vibrant CEO of IX Style. Zoe's Fashion Fix. Disponible en <http://bit.ly/2mje8qm>
- Anónimo. (2016). Merma Negra. Cool Hunter. Disponible en <http://coolhuntermx.com/merma-negra/>
- Anónimo. Entrevista a Merma Negra: En búsqueda de una moda sin género. 180 Grados. Disponible en <http://bit.ly/2mJKIR5>
- Anónimo. (2016). Ropa internacional confeccionada por reclusos peruanos. El Comercio. Disponible en <http://bit.ly/21ZRwZn>
- Antúñez, M. (2013). La ropa gadget. Entrepreneur. Disponible en <http://bit.ly/2mjh7PQ>
- Franco, L. Machina. (2015). Wearable Technology en México-Campus Night Maker Edition. Disponible en <http://bit.ly/2n3A4Ej>
- Kickstarter. Midi Controller Jacket v1.0 Disponible en <http://kck.st/1ouC0Rz>
- López, A. (2014). Wearables de México para el mundo. Mundo Ejecutivo. Disponible en <http://bit.ly/2mCZL1h>
- Paredro, Redacción. (2015). "Estamos rediseñando lo que es ser mexicano". Merma Negra. Disponible en <http://bit.ly/21UTn0R>
- Robaard, K. Wardrobe, Recycling, and Consequence: Interview with Mariano Breccia and Mechi Martínez of 12-NA. The New School Parsons. Disponible en <http://bit.ly/2mU0Bpe>
- WED Guatemala. (2015). Arianne Engelberg, fundadora de The New Denim Project, Emprendedora del Año. Disponible en <http://bit.ly/2kSFzXH>

Música

- Anónimo. (2010). Los pueblos indígenas recurren a la música electrónica para difundir su cultura. La Vanguardia. Disponible en <http://bit.ly/2mjqgrv>
- Anónimo. (2015). Sazoot: Plataforma para la música nacional. Rockaxis. Disponible en <http://bit.ly/21BShMc>
- Andrade, S. (2014). Sazoot, toda la música independiente a un solo click. Innovación.cl. Disponible en <http://bit.ly/1vcir2g>
- Alreves, T. (2015). Entrevista Louderband. Disponible en <https://vimeo.com/105515405>
- Anónimo. (2014). Llegó Louderband, la nueva red social musical argentina. Rolling Stone Argentina. Disponible en <http://bit.ly/1uzW8H0>
- Danilo. (2014). Concurso de bandas Louderband: "Las redes sociales nos traen nuevas canciones". Acá Pasan Cosas. Disponible en <http://bit.ly/2mCZHOY>
- Equipo de Redacción. (2014). Sazoot, la plataforma de streaming de música independiente hecha en Chile. Starter Daily. Disponible en <http://bit.ly/11Tr2xG>
- Hadrien, P. (2015). Economic models of the music business today in Brazil. Blog Live Sparks. Disponible en <http://bit.ly/21BPnHf>
- Ministerio de Cultura Presidencia de la Nación. (2016). Conocé los ganadores del Concurso Nacional de Innovación Cultural. Disponible en <http://bit.ly/2eigFvc>
- Prada, E. (2016). Celebración de la creatividad infinita de América Latina y el Caribe. IT/USERS. Disponible en <http://bit.ly/21ViL6w>
- Santiago. (2014). Sazoot, una plataforma de streaming de música independiente chilena. El Mostrador. Disponible en <http://bit.ly/1w8QgzE>

Servicios creativos

- Alcaldía Mayor de Bogotá. Programa y Política de la Gerencia de Artes Plásticas y Visuales de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño. Disponible en <http://bit.ly/2mjzbsS>
- Anónimo. Crehana.com Comunidad donde podrás aprender y compartir habilidades creativas. Start-Ups Argentina. Disponible en <http://bit.ly/2n3A3Ar>
- Anónimo. (2016). Nota de prensa, Crehana busca revolucionar la educación para los creativos. Telefónica. Disponible en <http://bit.ly/21BQ2J0>
- Anónimo. (2016). Alonso Oyarzún, fundador del CoWork Fábrica de Medios: "Es necesario tener el apoyo de redes, y eso a veces no lo encuentras en tu familia". Disponible en <http://bit.ly/2cuzPO6>
- Asociación de Emprendedores de Perú. (2016). Fábrica de Medios llega a Perú. Disponible en <http://bit.ly/21VnEg3>
- iF Chile. (2016). Fábrica de Medios abre las puertas de su espacio colaborativo. Disponible en <http://bit.ly/2mCZnOc>
- Fábrica de Medios Chile. (2016). Open House Fábrica de Medios. Disponible en <http://bit.ly/2mz23O1>
- Find The Company. Inversiones Makina Sas. Disponible en <http://bit.ly/21VzJC9>
- Martínez, F. Startupismo-Metodología: 20 pasos para emprender. Fondeadora. Disponible en <http://bit.ly/2bOMTvD>

Software y plataformas digitales

- Anónimo. All Greenup (Chile). Sistema B. Disponible en <http://bit.ly/2mVpq5H>
- Anónimo. El emprendimiento colombiano Bunny Inc. ahora es Torre. Endeavor. Disponible en <http://bit.ly/2m0jJ2w>
- Anónimo. Fondeadora.Mx - La primera plataforma mexicana de fondeo colectivo para proyectos que generan impacto. Start-Ups Argentina. Disponible en <http://bit.ly/21BUcRa>
- Anónimo. PayU Latam, la nueva generación de pagos por internet en Latinoamérica. Colombia-Inn. Disponible en <http://bit.ly/Ptv0I3>

- Anónimo. José Vélez, cofundador de PayU, el emprendedor de mayor impacto en Colombia. Pulso Social. Disponible en <http://bit.ly/2mjBg8u>
- Anónimo. La transformación de los negocios en la economía digital. Revista Gerente Pyme. Disponible en <http://bit.ly/2mjOORc>
- Anónimo. (2014). All Green Up, una app consciente. Te Protejo cl. Disponible en <http://bit.ly/2mVgSFu>
- Anónimo. (2016). Jamaican Start-Ups Share Solutions for Emerging Markets at Slush. infoDev. Disponible en <http://bit.ly/2ncb5hh>
- Arce, M. (2014). All Green Up, la aplicación chilena que premia por cuidar el medio ambiente apunta a EE UU. Emol.Tecnología. Disponible en <http://bit.ly/20CPBZ3>
- Autocosmos México. (2014). Entrevista fundadores del programa Carrot de carsharing en México. Disponible en <http://bit.ly/21VjvsB>
- BIDtv. (2016). Américo Amorim. Disponible en <https://vimeo.com/187657971>
- Bigurra, V. (2015). Crean app de cartelera teatral en la Ciudad de México. Mexico News Network. Disponible en <http://bit.ly/2nc7mka>
- British Council Creative Economy. (2014). Américo Amorim. Disponible en <http://bit.ly/2mj01hY>
- Casado, J. (2016). Tenemos más de 160 mil comercios que reciben pagos con PayU. E Show Magazine. Disponible en <http://bit.ly/21C7Jba>
- Gómez, E. (2013). Fondeadora, una forma de costear proyectos imposibles. Animal Político. Disponible en <http://bit.ly/21VFU9h>
- Koontz, L. (2017). Carrot's Cars Cut Down Mexico City Congestion. New C°. Disponible en <http://bit.ly/21VfEf8>
- Larraz, I. (2014). El colombiano de las 150 mil voces. El Tiempo. Disponible en <http://bit.ly/1CP9xwj>
- O'Hear, S. (2014). Mexican Car-Sharing Service Carrot.mx Raises \$2M. Tech Crunch. Disponible en <http://tcrn.ch/2mDpOFB>
- Ríos, V. (2016). Fondeadora y Kickstarter, finalmente unidos. Hipertextual. Disponible en <http://bit.ly/2nc1B8r>
- Start-Ups Argentina. Art-e Manifiesto-Galería 2.0 que busca romper el paradigma del mercado tradicional del arte. Disponible en <http://bit.ly/2mgLrJe>
- Torrenegra, A. (2016). How we successfully launched Voice123 being part-time entrepreneurs. Torre Blog. Disponible en <http://bit.ly/2mVu5F2>

Agradecimientos

Este documento se llevó a cabo con la supervisión de la Oficina de Relaciones Externas (EXR) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), bajo la dirección de Marcelo Cabrol y supervisada por la jefa de la División de Creatividad, Solidaridad y Asuntos Culturales, Trinidad Zaldívar.

Se desarrolló bajo la autoría de Alejandra Luzardo, especialista senior del BID y líder estratega de economías creativas, innovación y emprendimiento; Dyanis de Jesús, estratega creativa con un enfoque en economías creativas y sostenibilidad; Michelle Pérez Kenderish, profesional multidisciplinaria enfocada en el ecosistema creativo empresarial; y con el apoyo de Ximena Rodríguez, consultora BID-EXR.

Compañía/ Proyecto	Sector	♀	♂	♀+♂	País	Pág.
Proyecto Anda	Arquitectura			♀+♂	Argentina	33
Freddy Mamani	Arquitectura		♂		Bolivia	36
Elemental	Arquitectura		♂		Chile	40
Urban 3D	Arquitectura	♀			Brasil	44
Conceptos Plásticos	Arquitectura		♂		Colombia	46
Atelier de Hoteles	Arquitectura		♂		México	49
Simbiótica	Artesanía	♀			Guatemala	55
Los Tejedores	Artesanía			♀+♂	República Dominicana	59
Didart	Artesanía	♀			Guatemala	63
Mola Sasa	Artesanía	♀			Colombia	67
BabyBe	Diseño		♂		Chile/ Alemania	73
Popular de Lujo	Diseño			♀+♂	Colombia	77
The Carrot Concept	Diseño			♀+♂	El Salvador	81
La Lonja MX	Diseño	♀			México	85
CMAX System	Diseño		♂		Argentina	89
Atomic Lab	Diseño		♂		Argentina	93
Posibl.	Medios		♂		Argentina	100
Dynamo	Medios		♂		Colombia	104
Zambo Dendé	Medios		♂		Colombia	108
Anima Estudios	Medios		♂		México	112
Arch Daily	Medios		♂		Chile	116
The New Denim Project	Moda			♀+♂	Guatemala	124
IX Style	Moda	♀			Guatemala	128
Merma Negra	Moda			♀+♂	México	131
Proyecto Pietà	Moda		♂		Perú	134
Machina	Moda			♀+♂	México	138
12-na	Moda			♀+♂	Chile	142

Compañía/ Proyecto	Sector	♀	♂	♀+♂	País	Pág.
Louderband	Música		♂		Argentina	149
Semana de Música Avanzada	Música		♂		Guatemala	153
Sazoot	Música		♂		Chile	157
Proyecto Jirondai	Música			♀+♂	Costa Rica	160
Badabada	Música		♂		Brasil	164
Embolacha	Música		♂		Brasil	168
Crehana	Servicios Creativos		♀		Perú	174
Fábrica de Medios	Servicios Creativos		♀		Chile	177
Startupismo	Servicios Creativos		♀		México	181
Centro Creativo Textura	Servicios Creativos		♀		Colombia	185
Arte Manifiesto	Software/Plataformas Digitales		♂		Perú	192
Carrot	Software/Plataformas Digitales			♀+♂	México	195
Fondeadora	Software/Plataformas Digitales		♂		México	198
PayU	Software/Plataformas Digitales		♂		Colombia	202
allGreenup	Software/Plataformas Digitales		♂		Chile	206
Frei.re Lab	Software/Plataformas Digitales		♂		Brasil	209
Lorapp	Software/Plataformas Digitales		♂		Colombia	213
FazGame	Software/Plataformas Digitales	♀			Brasil	217
Kernaia	Software/Plataformas Digitales		♂		México	220
Mi Cartelera MX	Software/Plataformas Digitales		♂		México	223
Book Fusion	Software/Plataformas Digitales		♂		Jamaica	227
Nativo Digital	Software/Plataformas Digitales	♀			Colombia	230
Torre	Software/Plataformas Digitales			♀+♂	Colombia	234
	Total	8	31	11		



Copyright © 2017 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

Autores: Alejandra Luzardo, Dyanis de Jesús y Michelle Pérez Kenderish

Diseño Gráfico: Agencia Felicidad