

Desarrollo empresarial en unidades de negocios del sector cultural

Anibal Montiel Ensuncho
Lenys Esther Vásquez López





© **Anibal Montiel Ensuncho**

Doctor en Ciencias Económicas Administrativas; Universidad para la Cooperación Internacional-México; Docente Investigador; Corporación Universitaria Remington-Colombia;

anibal.montiel.ensuncho@uniremington.edu.co;

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9038-9050>

Lenys Esther Vásquez López

Magister en Ciencias Empresariales; UMECIT- Panamá; Docente Investigador; Corporación Universitaria Remington-Colombia;

lenys.vasquez@uniremington.edu.co;

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9288-5066>

© Editorial Grupo Compás, 2025

Guayaquí, Ecuador

www.grupocompas.com

<http://repositorio.grupocompas.com>

Primera edición, 2025

ISBN: 978-9942-33-912-6

Distribución online

 Acceso abierto

Cita

Montiel, A., Vásquez, L. (2025) Desarrollo empresarial en unidades de negocios del sector cultural. Editorial Grupo Compás

Este libro ha sido debidamente examinado y valorado en la modalidad doble par ciego con fin de garantizar la calidad de la publicación. El copyright estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Prólogo

Este libro analiza como la economía colombiana se caracteriza por un alto nivel de incertidumbre para los negocios por la excesiva competencia, la cual resulta de los fenómenos de globalización y por situaciones de pobreza, informalidad y desempleo. En este escenario, surgen emprendedores que no solamente buscan generar fuentes de sustento, sino que tienen como objetivo el fomento de la cultura propia de las regiones donde habitan. Al respecto, esta investigación tiene como objetivo realizar un diagnóstico de procesos de emprendimiento en el sector cultural del municipio de Montería con la finalidad de establecer estrategias de desarrollo empresarial que permitan un mayor nivel de posicionamiento comercial. El diseño metodológico conlleva la recolección de información de fuentes primarias y su análisis, confrontándose los datos obtenidos con soportes teóricos de gran valía en términos académicos. Los resultados muestran que estos emprendimientos obtienen pocos niveles de venta y utilidad por lo que se pueden considerar dentro de las economías de subsistencias, en su mayoría operan en la informalidad, son pocos generadores de empleo y de aportes al erario, funcionan con limitaciones de recursos financieros para lo cual acceden al mercado financiero informal, entre otros. Finalmente, entre las conclusiones obtenidas se tiene que estos emprendimientos se convierten en una alternativa para ir avanzando en la mejora de las condiciones de vida para una proporción de la población que no encuentra oportunidades en el mercado laboral y que tienen gran potencial para convertirse en un sector con un aporte significativo al crecimiento de la producción en la economía local y regional.

Índice

Prólogo	2
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO 1	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
CAPÍTULO 2.....	9
MARCO REFERENCIAL	9
Emprendimientos culturales.....	14
Desarrollo empresarial.....	15
CAPÍTULO 3.....	17
DISEÑO METODOLÓGICO	17
CAPÍTULO 4.....	19
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	19
Análisis información de fuentes primarias	19
Análisis documental.....	25
CAPÍTULO 5.....	31
PROPUESTA DE ACCIONES PARA EL FOMENTO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL	31
CAPÍTULO 6.....	36
DISCUSIÓN	36
CAPÍTULO 7.....	38
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS.....	39
CUESTIONARIO	48

INTRODUCCIÓN

En Colombia la situación económica de los emprendimientos enfrenta una dura realidad y es que los mercados se caracterizan por dinámicas complejas, tales como las siguientes: alto nivel de competencia entre oferentes; incertidumbre a nivel económico, político y social; escenarios de pérdida de capacidad adquisitiva de los demandantes; falta de recursos financieros; excesiva burocracia gubernamental que obstaculiza los trámites para la creación de empresas; estructuras fiscales excesivamente impositivas, entre otros aspectos (TMF Group, 2024).

En este orden de ideas, algunas personas impulsadas por su vocación al fomento de la cultura deciden implementar unidades de negocios enfocadas a la oferta de productos de carácter cultural, esto para afrontar la falta de oportunidades de acceso al mercado laboral y la necesidad de generar sustentos para mantener a su núcleo familiar. Este ingreso y su permanencia en el tiempo se ha visto marcada por el hecho de que se generan economías únicamente de supervivencia, encontrándose en igualdad de condiciones que, al momento de su inicio a pesar del paso de los años, sin la posibilidad de estar en una etapa empresarial mejor en términos de producción y ventas.

Por esto, la presente investigación busca diagnosticar algunos emprendimientos culturales del municipio de Montería con miras a identificar características del sector y con base al mismo planificar acciones que aporten a su desarrollo y fortalecimiento. Para lograr estos propósitos se establecen capítulos que orientan la secuencia de la investigación. Estos son:

Capítulo 1. Planteamiento del problema: consiste en precisar el problema de investigación, se convierte en la base para el desarrollo del estudio y parte de la descripción de la situación problemática y la formulación de interrogantes a resolver. Igualmente, consta de los objetivos y la justificación.

Capítulo 2. Marco Referencial: se establecen los soportes teóricos que fundamentan la investigación y comprende los antecedentes investigativos, el marco conceptual, el marco teórico y la normatividad legal. En este capítulo se hace una revisión documental de toda la información relacionada con el objeto de estudio en fuentes de gran validez científica y académica.

Capítulo 3. Diseño Metodológico: acá se establecen los procedimientos que permiten la recolección de la información y su posterior tratamiento, análisis e

interpretación. La idea es establecer las pautas que han de direccionar la búsqueda de información primaria y su articulación con las secundarias en procura de la sistematización de los resultados.

Capítulo 4. Análisis e Interpretación de Resultados: en esta parte del estudio se realiza la sistematización de los datos obtenidos y se pretende establecer las bases para responder a los interrogantes de investigación. En este sentido, para darle más validez a los argumentos expuestos se confrontan con los planteamientos de teóricos expertos en la temática objeto de reflexión.

Capítulo 5. Propuesta de acciones para el fomento del desarrollo empresarial: a partir de los resultados en este capítulo se elabora el diagnóstico y se formulan las estrategias de desarrollo empresarial para los emprendimientos culturales.

Capítulo 6. Discusión: una vez realizada la descripción de los resultados y de la propuesta se hace un proceso de reflexión de los hallazgos para tener las bases conceptuales que permitan inferir en función a los objetivos de investigación.

Capítulo 7. Conclusiones y Recomendaciones: Finalmente se expresa el conocimiento que se adquiere al culminar el estudio elaborado. También se plantean sugerencias que apuntarían a potencializar su alcance.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las personas en Colombia enfrentan actualmente una serie de problemáticas que se manifiestan en altos niveles de pobreza, desempleo e informalidad. Las cuales se evidencian cuando se muestran datos del departamento nacional de estadísticas (DANE) como las siguientes: la informalidad para el trimestre móvil septiembre-noviembre del año 2024 fue del 55,4%; para noviembre del 2024 la tasa de desocupación fue del 8,2%; la pobreza monetaria al cierre del año 2023 fue del 33% y la pobreza monetaria extrema del 11,4%.

En este contexto, para hacer frente a estas dinámicas económicas y sociales existe un número considerable de personas que tienen pasión por la cultura y conocimiento en la producción y/o comercialización de productos culturales, y desean aprovechar estas fortalezas mediante la consolidación de emprendimientos culturales. La problemática es que estos no muestran una dinámica de crecimiento positiva, sino que se mantienen estables en el tiempo conservando características de informalidad, de subsistencias y no avanzan como debería ser considerando que el sector hace varios años muestra tendencias donde los niveles de producción y demanda son crecientes.

Las causas de esta situación son diversas entre las que se pueden mencionar: alto nivel de competencia directa e indirecta; situación generalizada de crisis económica; poca experiencia gerencial; escasa formación empresarial de los emprendedores culturales: desconocimiento de las fuentes de fomento empresarial; fragmentación del sentido de pertenencia por la tradición y la cultura; falta de recursos financieros; entre otras.

Si lo anterior persiste se pierde la posibilidad de que los emprendedores participen de manera efectiva en las economías de mercado y que conformen una estructura sólida de producción y comercialización de los bienes y servicios que ofertan. Seguirán percibiéndose estos emprendimientos como economías de subsistencias o el desarrollo de pasatiempos, también como negocios que bordean la informalidad empresarial.

Frente a la importancia de estas organizaciones que radica en que se convierten en potenciales generadoras de empleo directos e indirectos y que aportan a consolidar los procesos culturales, se hace necesario identificar de qué forma

Desarrollo empresarial en unidades de negocios del sector cultural

pueden progresar y consolidarse como unidades empresariales protagonistas del desarrollo a nivel económico y social. Por lo anteriormente descrito se hace necesario dar respuesta a los siguientes interrogantes:

¿Qué estrategias se deben formular en función al fomento y consolidación de los emprendimientos culturales en el municipio de Montería?

¿Cuáles son las principales características de los procesos de emprendimiento cultural en el municipio de Montería?

¿Cómo se lleva a cabo el proceso de desarrollo empresarial de las nuevas unidades de negocios hasta su consolidación?

¿Qué acciones se deben realizar por parte de los emprendedores culturales y de los diversos actores institucionales de la sociedad para potencializar el desarrollo empresarial de estas unidades de negocios en el municipio de Montería?

En el libro se plantea como objetivo general el formular estrategias de desarrollo empresarial para el fomento y consolidación de los emprendimientos culturales en el municipio de Montería, de la misma manera se pretende el logro de los siguientes objetivos específicos:

Identificar las principales características de los procesos de emprendimiento cultural con miras a establecer el estado actual de este sector en el municipio de Montería.

Examinar como se lleva a cabo el proceso de desarrollo empresarial de las nuevas unidades de negocios de carácter cultural hasta su consolidación con la finalidad de precisar elementos que sirvan de base para acelerar su crecimiento.

Proponer acciones a realizar por parte de los emprendedores culturales y de los diversos actores institucionales de la sociedad para soportar conceptualmente las estrategias que han de contribuir a potencializar el desarrollo empresarial de estas unidades de negocios en el municipio de Montería.

Cuando se desarrolla una investigación es conveniente establecer las razones que justifican su elaboración. En este orden de ideas, este trabajo permite lo siguiente en términos prácticos: tener un panorama amplio de la situación actual de los emprendimientos culturales; identificar la forma como se pueden aplicar estrategias para fortalecer y acelerar su proceso de desarrollo empresarial; establecer el papel que deben desempeñar en estos procesos cada actor institucional de la sociedad.

Asimismo, permitirá evaluar el potencial del emprendedor cultural para enfrentar las dificultades que enfrentan en su cotidianidad empresarial y que están asociadas a coyunturas o a cuestiones estructurales en la economía del país.

En términos sociales estos emprendedores tienen a su cargo una familia que depende de los ingresos que generan ellos, así como también tienen colaboradores que responden económicamente por otras personas. En la medida que estos emprendimientos puedan mejorar como una respuesta a los resultados de la presente investigación se podrá disponer de mayor estabilidad económica y con esto mejorar el nivel de vida de una mayor parte de las personas involucradas directa o indirectamente. Es válido mencionar, que este trabajo permitirá fortalecer unidades de negocios de carácter cultural, lo que favorece dar a conocer expresiones, tradiciones, manifestaciones de lo que es propio u oriundo de la región, lo que de una u otra manera contribuye a dar a conocer la cultura en los mercados y que trascienda a otros escenarios.

Por otra parte, este tipo de trabajos de investigación aplicada procuran integrar el mundo académico con la realidad empresarial, que se logre la tríada academia-empresas-Estado en función a lograr el desarrollo económico y social. Es así, como se posibilita plantear un modelo teórico que puede servir de base a los actuales emprendedores y de aquellos que en un futuro a mediano o largo plazo quieran ingresar al sector para definir sus acciones y así lograr el máximo desarrollo empresarial posible.

CAPÍTULO 2

MARCO REFERENCIAL

Como antecedente en este ámbito se toma a Santiago y Seguí (2021) quienes elaboran una propuesta para diseñar una incubadora de emprendimientos culturales en la universidad nacional de Mar del Plata. La idea es que esta organización sirva de soporte logístico a todas aquellas personas y estudiantes que en la cultura ven la posibilidad de llevar a cabo la producción y/o comercialización de productos de carácter cultural, esto considerando que en la actualidad se le da énfasis al apoyo de otro tipo de empresas, especialmente las de base tecnológica.

En esta vía de conocimiento, aporta García (2018) quien estudia los factores determinantes para que se generen procesos de emprendimiento de carácter artesanal en la ciudad de Guayaquil. Entre estos se destacan el deseo de independencia financiera, la necesidad de generar ingresos al no contar con empleos estables, la identificación de oportunidades de negocios culturales con alto potencial, continuar con los emprendimientos familiares, entre otros. Una conclusión importante de este trabajo es que la mayor parte de estos emprendedores consideran que buscan subsistir económicamente y que no ven posibilidades de crecer o de obtener altos márgenes de rentabilidad.

Igualmente, Valencia (2018) realiza una investigación que tiene como objetivo general determinar en qué medida el emprendimiento empresarial en el sector artesanal impacta en el desarrollo sostenible de la provincia Santa Elena Ecuador. Con relación al diseño metodológico se realizó una investigación aplicada con un enfoque cuantitativo basado en mediciones sistemáticas y el análisis estadístico. Los resultados del estudio muestran que los empresarios del sector artesanal poseen unas características muy particulares orientadas a lo creativo y bajo esquemas de producción no tradicionales. A pesar de lo anterior, se concluye estableciendo los bajos niveles de sostenibilidad en el tiempo de estos emprendimientos por las limitaciones de recursos y por la falta de formación o conocimientos en temas empresariales.

A nivel del contexto nacional se toma como base el trabajo presentado por Galindo (2023) quien analiza el potencial emprendedor de personas que practican la música de forma profesional. Al respecto, plantea este autor que el emprendimiento les permite a los músicos generar sus propias opciones de autoempleo, creando oportunidades para el sector, pero desafortunadamente en las escuelas no se

enseña esta disciplina y por ello no se articula la música como expresión cultural con la puesta en marcha de unidades de negocios.

También contribuye Dávila (2016) quien estudia los emprendedores culturales de la ciudad de Cali, estableciendo como objetivo general el de caracterizar los procesos de emprendimiento cultural desde su naturaleza, conformación y desarrollo. Se realizó a partir de revisión documental y de procesos cuantitativos con relación a la recolección, procesamiento y análisis de la información. En este trabajo se identifica que hace falta una visión empresarial de los negocios por parte de los emprendedores del sector cultural lo que les dificulta generar innovación y competitividad. Se concluye en función a la necesidad de que el sector tenga más acompañamiento de los diversos actores institucionales tales como el Estado y a la academia para que el emprendedor cultural vea su alternativa de negocio como una unidad empresarial con perspectivas comerciales y no la tenga solamente como una economía de subsistencia.

Se toma finalmente en este ámbito a Castillo (2015) el cual identifica las etapas del proceso de creación de empresas y establece como propósito estudiar la percepción del emprendedor sobre las prácticas culturales de la sociedad e igualmente sobre las que el mismo realiza. Esta investigación se elaboró bajo un enfoque mixto utilizando encuestas y entrevistas para recolectar la información primaria. Se resalta el papel que juega la cultura en los últimos tiempos en la identificación y desarrollo de ideas emprendedoras y se establece el impacto del entorno cultural en el comportamiento de los emprendedores.

Regionalmente, se toma como base de investigación el trabajo de Báez (2021) quien realiza un estudio cualitativo, bajo un paradigma crítico social y un tipo de estudio basado en el análisis de casos. En este se plantea una relación muy estrecha en los emprendimientos culturales y sociales en la medida que estos buscan mejorar la calidad de vida de todos los integrantes de la organización y de su público objetivo mediante el fortalecimiento de la cultura. En este trabajo se identifican los aspectos que posibilitan la sostenibilidad de los emprendimientos y su aporte al desarrollo social. Los resultados permiten determinar las barreras o retos que enfrentan los emprendedores culturales para lograr el éxito empresarial, buscando establecer elementos que garanticen su sostenibilidad. Finalmente se elabora una guía con los aspectos básicos que pueden apuntar a que estos emprendimientos sean competitivos y que logren valor social para la ciudad.

Otro antecedente relacionado es el estudio de Huertas et al., (2021) los cuales analizan los desafíos de las asociaciones de artesanos de la región caribe, donde concluyen que estas deben fortalecerse para su sostenibilidad y que la clave está en procesos de formación en temas tales como la cadena de comercialización utilizando medios digitales, innovación de procesos, fomento del valor y la identidad cultural, gestión cultural, esto con la finalidad de lograr generar desarrollo empresarial a partir de una mejor gestión organizacional.

Sirve de base investigativa el trabajo elaborado por Mercado (2018) el cual busca generar opciones de ingresos y resaltar la etnocultura afrodescendiente en Coveñas Sucre, a través de una propuesta que se orienta a los emprendimientos culturales. Se pretende aportar al desarrollo desde lo local, a partir de los procesos creativos e innovadores propios de los individuos, que parte de la existencia de unos saberes que cuando se aplican contribuyen a mantener expresiones culturales que identifican las costumbres, las tradiciones, el trabajo comunitario, el fortalecimiento del capital social, la conservación del medio ambiente en general y del entorno específico, todo esto a través de la creación de unidades empresariales.

Para comprender la naturaleza y alcance de esta investigación se precisan algunos conceptos de gran significado en el desarrollo de la misma. Estos son:

El concepto de emprendimiento quien Palacios y Ruiz (2020) estudian haciendo referencia a que la teoría muestra al emprendimiento como un mecanismo para generar valor, mediante las acciones de los individuos que en la búsqueda de lograr obtener resultados económicos positivos y así lograr mejores niveles de bienestar, toman la decisión de asumir riesgos de carácter social, psicológicos y financieros con la puesta en marcha de organizaciones de carácter empresarial.

A este término contribuye Ovalles et al., (2018) los cuales establecen que el emprendimiento es "el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo" (p.220). Destaca este autor como estas iniciativas de los individuos se convierten en estrategias sociales para la adquisición y puesta en marcha de habilidades, conocimientos y destrezas que coadyuvan a la materialización de ideas de negocios que mejoran el bienestar y reducen la incertidumbre sobre el futuro económico mediante el auto empleo.

La comprensión del concepto se facilita considerando lo formulado por la ley 1014 de 2006 quien establece acerca del emprendimiento lo siguiente:

Desarrollo empresarial en unidades de negocios del sector cultural

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Párr., 3).

Esta ley sienta las condiciones para que se generen alternativas de desarrollo socioeconómico mediante procesos de creación de empresas, busca integrar la academia, el sector empresarial y el Estado para generar competencias emprendedoras que se materialicen en unidades de producción y/o comercialización que sean sostenibles en el tiempo.

Interesa además precisar el concepto de cultura el cual es planteado por Vera y Rodríguez (2009) así:

Es un sistema de interrelaciones entre los procesos individuales ontogenéticos, los sociales e históricos del comportamiento colectivo en un corte de tiempo y los antropológicos e históricos que hacen posible los productos culturales, incluyendo a las manifestaciones artísticas, cotidianas, científicas, tecnológicas y las de tipo folklórico (p.100).

Estos autores igualmente afirman que si se analiza el concepto desde la perspectiva antropológica se puede entender cultura como “las prácticas materiales y de significación, al mismo tiempo, de continua producción, reproducción y transformación de las estructuras materiales y de significación que organizan la acción humana” (p. 100).

La integración de los conceptos anteriores permite la obtención del tema objeto de estudio de emprendimientos culturales, la cual es analizada por Cuéllar (2024) quien llama así “a la creación, gestión y valoración de expresiones artísticas, autóctonas, ancestrales, patrimoniales, creativas, enmarcando complejidades y perspectivas humanas para su proyección” (p.1). Se destaca este aporte conceptual, puesto que en este estudio se realiza un análisis comparativo entre los emprendimientos tradicionales y los culturales; concluyendo que las unidades de negocios de carácter cultural se diferencian de otras en el sistema capitalista, en la medida que no se centran exclusivamente en la búsqueda de la máxima ganancia, sino que buscan el fomento del patrimonio cultural y generar impacto social.

En este mismo orden de ideas, Guzmán (2021) percibe los emprendimientos culturales como un modelo empresarial diferente que tiene su base en la

creatividad del emprendedor, existe una vocación, un interés particular de fomentar la cultura y los productos son el resultado de lo que la mente humana crea y que logra posicionarse y perdurar por ser el reflejo de la identidad cultural de los individuos en su contexto inmediato. Esto se puede ver evidenciado en la música, las danzas, el teatro, la gastronomía, las artesanías, entre otras, donde prima la creación intangible del ser humano, su expresión corporal, el resultado de su saber aplicado a un producto tangible.

Para consolidar el termino Montiel (2020) conceptualiza explicando que esta modalidad para emprender tiene como finalidad crear riqueza utilizando como base la producción de bienes o servicios orientados al fomento, desarrollo y sostenimiento de las letras, el deporte, las artesanías, el teatro, la música y en general de la cultura en sus diferentes manifestaciones. En este sentido, el emprendedor logra combinar su pasión por la cultura con el sueño de una gran parte de las personas de tener su propia fuente de ingresos sin depender de un empleo, al tiempo que aporta al dinamismo comercial del área de influencia donde se instala.

En cuanto al concepto de desarrollo empresarial Garza et al., (2023) establecen que este se logra cuando las empresas se tornan fuertes gracias a diversos factores entre los cuales destacan: innovación continua de productos y procesos, crecimiento del talento humano, mayor eficiencia en la administración, capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, potencialización del clima y la cultura organizacional, entre otros. Con esto la organización podrá alcanzar sus objetivos empresariales maximizando su valor, producto del logro de mejores márgenes de rentabilidad, crecimiento físico y/o comercial y supervivencia. Esto se traduce en el mercado en productividad, competitividad y posicionamiento.

Asimismo, frente a esta variable Delfín y Acosta (2016) argumentan que este tipo de desarrollo combinan diversos componentes mediante el cual los directivos empresariales pueden lograr sus propósitos. Entre los cuales se encuentran incrementos de la producción, capacidad de liderazgo, fomento de la cultura empresarial, desarrollo del conocimiento y la innovación. Este concepto según los autores es integrador y si se logra motivar al talento humano generará un significativo impacto en las empresas que posibilitará aprovechar las oportunidades del entorno en un ambiente de globalización.

Es interesante al aporte de González (2014) a la construcción del significado de Desarrollo empresarial cuando postula que "constituye el conjunto de acciones

para el cambio de una organización cuyo fin es el crecimiento y mejora de su accionar corporativo, sea ésta aumentando su presencia en el mercado o su competitividad” (p.103). Esta mirada implica el cambio, la necesidad de que las organizaciones no se queden en la zona de confort y estén continuamente en la búsqueda de un mejor sitio en el mercado. En otra definición al concepto este autor afirma:

Es el proceso por el cual el empresario y su equipo consiguen o fortalecen habilidades y destrezas, que ayudan al manejo eficiente de los recursos de la compañía, dando innovación de productos y procesos, lo cual, al fin y al cabo, den crecimiento sostenible a la empresa (p.103).

Emprendimientos culturales

Dentro de los soportes teóricos para la presente investigación se encuentran Benítez et al., (2024) los cuales afirman que el emprendimiento es inherente al ser humano desde tiempos antiguos, puesto que siempre ha sido capaz de innovar y de diversificar la forma de como desarrolla las actividades con las que satisface sus necesidades. Es así como hoy no solo se asocia a economía de subsistencia sino a una actividad que aporta al desarrollo sostenible y sustentable.

Así mismo, Ávila (2021) postula que el aporte del emprendimiento va más allá de la satisfacción de las necesidades de los consumidores y en el fortalecimiento del mercado; tributando a la generación de fuentes de empleo, lo que va en camino a la promoción de una sociedad con mayores oportunidades de crecimiento de la producción y por retribución mayores posibilidades de un mejor vivir.

Con relación al emprendimiento enfocado al ámbito cultural aportan Timarán et al., (2022) que dimensionan el emprendimiento en este sector como un impulsor de las cadenas productivas dentro del territorio y de generación de dinamismo comercial que impacta en el desarrollo económico. Asimismo, que permite la puesta en práctica de las experiencias en el ámbito cultural y la capacidad creativa que disponen las personas y las transforman en activos culturales que estimula la demanda de estos. Por esto, argumentan que los diferentes actores de la sociedad deben promover acciones, políticas y programas que vayan en procura de incentivar las propuestas emprendedoras en el ámbito cultural, puesto que aporta el valor agregado de la protección de la identidad cultural. Se destaca además la importancia de la cultura para el desarrollo de los grupos sociales en su entorno y su relación con la economía planteando que la integración de la cultura con la economía se refleja en las industrias culturales y creativas las cuales permiten dar a

conocer y fortalecer las tradiciones y los valores culturales a través de bienes y servicios, al tiempo que posibilitan generar alternativas de crecimiento económico.

Aportan también Montiel y Vásquez (2022) los cuales destacan la importancia de los emprendimientos culturales frente a la situación de crisis generalizada e incertidumbre económica que vive la sociedad en la actualidad. Es así como se establece que estas unidades de negocios creadas por emprendedores si bien son pocas generadoras de empleos permiten crear económicas de subsistencias para un importante grupo de familias, que encuentras en estas unidades de negocios la posibilidad de articular su pasión por la cultura con la generación de ingresos.

Igualmente, Londoño et al., (2019) sirven de referente en la medida que investigan como fortalecer los emprendimientos culturales a través de las tecnologías digitales, resaltando el rol que juegan los grupos de interés en este proceso. En este orden de ideas, se analiza el aporte de instituciones del sector público y privado y la academia, también como se pueden ofertar los bienes y servicios aprovechando el avance significativo de las tecnologías de información y comunicación.

Desarrollo empresarial

Los enfoques teóricos frente al concepto de desarrollo empresarial son diversos y por la relación con la presente investigación se han tomado algunos, entre los que están Álvarez (2022) el cual argumenta la imperiosa obligación que tienen las organizaciones de avanzar en su proceso de crecimiento y desarrollo. Pero hace la salvedad de que esto no una tarea fácil debido al alto nivel de competencia, el rápido impacto que tienen los sucesos del entorno como los económicos, sociales y político los cuales plantean limitantes y retos en su accionar y también la falta de visión gerencial que afecta el diseño y puesta en marcha de estrategias efectivas.

Interesa lo formulado por Arango (2022) en la medida que analiza los factores que orienta al desarrollo de las empresas y se realiza de forma integral involucrando las interacciones que se gestan entre el emprendedor, la empresa y el entorno. En este contexto, el individuo capaz de acometer una idea de negocios identifica en su medio ambiente una oportunidad y toma la decisión de llevar a cabo una unidad empresarial en la cual en procura de obtener rentabilidad y consolidarse en el tiempo satisface necesidades de un público objetivo a través de bienes y servicios.

Además, a la temática aportan Córdoba et al., (2018) quienes valoran la creatividad e innovación como elementos clave para el desarrollo empresarial, porque

contribuyen en la consolidación de la imagen corporativa, en el posicionamiento comercial de los bienes y servicios, en el aumento de la cobertura en los mercados, en el incremento de la producción, entre otros. En este sentido, consideran que el diseño de las políticas, la formulación de planes y la elección de las estrategias empresariales a aplicar en la organización tendrán éxito dependiendo del nivel de creatividad e invocación de sus directivos.

Desde otra perspectiva Varela y Bedoya (2006) analizan el tema desde la formación de empresarios, planteando que las variables sociales, culturales, psicológicas articuladas a la experiencia, conocimientos, formación académica de las personas los lleva a desarrollar competencias para el logro del éxito y el desarrollo empresarial. Lo que permite por efectos colaterales insertarse en la estructura productiva del país y jalonar otras dimensiones del desarrollo principalmente la económica y la social.

CAPÍTULO 3

DISEÑO METODOLÓGICO

El abordaje de esta investigación se realiza considerando el paradigma interpretativo el cual se enfoca a estudiar el significado del comportamiento y las acciones de los seres humanos y de sus interacciones en la sociedad (Janzen, 2022). En cuanto al enfoque es de carácter cualitativo, esto se debe a que interesa ubicar como centro de estudio a los emprendedores culturales como sujeto activo, plantear las estrategias de desarrollo empresarial desde los significados que estos le dan a su situación o realidad social de forma concreta (Ugalde y Balbastre, 2013).

En cuanto al método este es el inductivo, es así como se estudiaron casos particulares de los emprendimientos culturales identificando elementos comunes para inferir conclusiones que se puedan replicar en un contexto general (Rodríguez y Pérez, 2017). Es decir, se pretende que el diagnóstico sirva de base para sentar las acciones que han de permitirle al sector fortalecerse empresarialmente.

En cuanto al tipo de estudio se decidió utilizar el estudio de casos, para lo cual se tomaron un número determinado de emprendedores culturales. Este es uno de los medios más adecuados para la comprensión de la realidad empresarial de forma exploratoria y explicativa, puesto que permite establecer relaciones casuales, comprensión de cambios, describir contextos, manejar teorías y analizar de forma integral el objeto de estudio (Villarreal y Landeta, 2010).

El desarrollo de esta investigación se fundamentó en el análisis de la información primaria suministrada por los emprendedores culturales por medio de entrevistas semiestructuradas. Las respuestas se agruparon por temas con base a los momentos secuenciales requeridos para el logro de los objetivos de investigación, siendo estos los siguientes: caracterización de la población objetivo, evaluación de la situación interna y externa de estas unidades de negocios e identificación de acciones para lograr potencializar su desarrollo empresarial. Todo esto se complementó con las fuentes secundarias que resultaron del proceso de análisis documental.

Como técnica de obtención de información se utiliza la entrevista semiestructurada, la cual permite de forma flexible hacer preguntas abiertas y estar atentos a las

respuestas para seguir conversando para ampliarlas y tener así un mayor criterio para el análisis y también permite abordar temas que vayan surgiendo (Díaz et al.,2013). El instrumento de esta técnica fue la guía de entrevista, la cual consistió en plantear un listado de temas a abordar de manera secuencial que al ser resueltos por el público objetivo aportaran al logro de los objetivos de investigación, tienen como finalidad estimular el intercambio de información continua entre los actores que participan (Merlinsky, 2006).

Así mismo, se utiliza la técnica de análisis documental revisando información secundaria de fuentes de gran validez científica tales como revistas indexadas en bases de datos, repositorios de tesis de grado, textos académicos publicados por editoriales reconocidas por su calidad académica, entre otros, esto para darle una mayor solidez a la sistematización del informe final de investigación. Esta técnica "consiste en un proceso de sistematización y síntesis de datos cualitativos, permite una triangulación de documentos narrativos, combinado con diferentes fuentes de información, requiere de análisis contenido o análisis de discurso" (Guevara, 2019, p. 106). El instrumento para este proceso fueron las fichas de lectura, las cuales sirvieron para ir clasificando y ordenando la información documental que se iba recolectando, para esto se registraban los datos que permitían establecer la ubicación de los documentos, así como autores, título, fecha de publicación, así como aspectos clave que sirvieran como soporte conceptual y teórico o para confrontar los resultados obtenidos (Gallegos, "s.f.").

La población está constituida por los emprendedores culturales del municipio de Montería y para la muestra se utiliza una técnica de muestreo no probabilístico, considerando que es un análisis de casos donde interesa tomar algunos de los sujetos de investigación y no todo el universo poblacional; de manera particular, para la selección de los individuos que han de facilitar la información se empleará el criterio de muestreo por conveniencia, considerando que se tienen identificados ciertas zonas geográficas donde se desarrollan estas actividades de negocios (Hernández, 2021).

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis información de fuentes primarias

Se realizaron 20 entrevistas semiestructuradas a emprendedores culturales que realizan diversas actividades de producción y/o comercialización a saber de los siguientes bienes o servicios: dulces artesanales, comidas típicas de la región, artesanías, arte y teatro, pastelería y repostería, artículos religiosos, perfumería, licores artesanales, organización de eventos académicos en el exterior, escuela deportiva de fútbol.

De estas entrevistas se obtuvo un promedio de edad del público objetivo de 42,5 años. La mayor parte de estos poseen compromisos familiares, es así como el 40% están casados, el 25% se encuentran en unión libre y en menor proporción son solteros 25% y separados 10%. El promedio de personas que dependen de forma económica de ellos es de 1,95. Los entrevistados en su mayoría, en un 65%, residen en el estrato I, seguido del II en un 25% y solamente un 5% se concentran en el III y otro 5% en el IV. Con relación a la formación académica el 40% tiene estudios de secundaria, el 20% universitarios y otro 20% técnicos, el 10% tecnológicos y el 5% posgrado y otro 5% primaria, se observa cierto nivel de educación en estos emprendedores.

Al abordar las motivaciones para dar inicio al emprendimiento se pueden identificar las siguientes: el 45% manifestaron que estas fueron las necesidades de generar fuentes de sustento porque estos emprendedores se encontraban sin empleos, sin ningún tipo de ingresos estables para mantenerse a nivel personal o familiar; el 25% planteo que la posibilidad de aprovechar las habilidades, destrezas, hobbies y una gran pasión por el desarrollo de la cultura, lo que podía ser tangible con la producción de bienes y servicios de carácter cultural; el 20% afirmo que la existencia de una oportunidad de negocios con una potencial viabilidad y factibilidad, identificadas por la cercanía a personas que las desarrollaron actividades en este sector; el 10% restante plantea como factor motivacional la independencia financiera y poseer un mayor nivel de ingresos.

Es de anotar que estos negocios ya se han convertido en verdaderos proyectos de

vida, esto se puede evidenciar en el promedio del tiempo llevando a cabo el objetivo por el cual fueron creadas, siendo esto de 11,35 años. Se denota gran satisfacción con ellos teniendo en cuenta que el 45% depende únicamente de esta fuente de ingresos para el sustento propio y el de su hogar, no cuentan con ningún tipo de ayudas o aportes económicos de terceros como familiares o alguna institución pública o privada. De la proporción restante el 50% recibe apoyo financiero de familiares y el 5% desarrolla otras actividades que le sirven para mejorar su economía familiar y sus finanzas personales.

Además, del logro de resultados económicos, existen una serie de impactos sociales que traen bienestar tales como: poder educar a los hijos y mejorar con esto las oportunidades de mejorar su nivel de vida; integración del núcleo familiar en torno al emprendimiento, lo que permite un mayor nivel de unión y cohesión; tener recursos para generar espacios para el esparcimiento y diversión de los integrantes del hogar; entre otros.

A nivel personal solo uno (1) de los entrevistados no cuenta con vinculación al sistema de salud, de los restantes dos (2) de ellos cotizan por medio de la organización que representan. Los demás cuatro (4) cotizan de forma independiente, nueve (9) pertenecen al régimen subsidiado y cuatro (4) son beneficiarios. Esto muestra que existe una alta cobertura en salud, aunque lo ideal por ser empresarios es que todos estuviesen vinculados al régimen contributivo y de esta forma se aportara a reducir un poco la carga fiscal que asume el Estado al subsidiar. Con relación a pensión dos (2) emprendedores reciben este beneficio de parte de la unidad empresarial y dos (2) más aportan como independientes, se evidencia una alta proporción (80%) que no tiene previsto tener un soporte económico cuando termine su ciclo de vida laboral, lo que implicaría tener que seguir buscando formas para mantenerse en una edad avanzada o depender de terceras personas.

Los entrevistados en un 50% están formalizados manifestando como razones de peso las que a continuación se detallan: poder funcionar de forma legal sin temor a que le cierren el negocio; acceder a préstamos del sistema financiero formal; el desarrollo de la labor que realiza implica tener documentos legales de funcionamiento para el tema de contrataciones; generar confianza y credibilidad frente a sus clientes actuales y potenciales. El otro 50% no ven en el momento necesario estar formalizado por lo siguiente: la formalidad implica trámites complejos esto conlleva desembolso de recursos de los cuales no se dispone; el tamaño del negocio y sus características facilita estar en la informalidad; no se

perciben beneficios de estar formalizados.

En términos de las ventas que logran estos emprendedores culturales, se tiene que estas se dan en un promedio diario de \$632.250, lográndose una utilidad media de \$104.625 después de descontar los egresos que se requieren en términos operacionales, administrativos y comerciales. Se logra obtener un margen de utilidad ponderado en términos netos del 16,55%, si se considera que se trabaja 25 días regularmente al mes se obtendría un ingreso mensual de \$2.615.625. Si se compara con el número de personas a cargo que es de dos (2) más el emprendedor (1) se tendría un ingreso per cápita de \$871.875. Lo que indica que la actividad desarrollada les permite a estos empresarios y a sus familias ubicarse en la clase media en Colombia, lo cual es positivo en la medida que varios de ellos iniciaron estos negocios por necesidad al no poseer opciones de empleabilidad y de obtención de recursos. Inclusive para algunos que reciben apoyo económico de su pareja o familiares la situación mejora un poco más.

Adicionalmente, con esto generan empleos promedios de 4,7 entre directos e indirectos lo que significa un aporte significativo a la reducción de la problemática del desempleo. Aunque es válido mencionar que la calidad del empleo generado no es la más adecuada considerando que solo el 10% de los emprendedores le reconocen el pago de las prestaciones legales y la seguridad social a sus colaboradores gestándose vinculaciones laborales por prestación de servicio o por obra o labor. Igualmente, se destaca que el 25% les reconoce algún beneficio a los trabajadores siendo estos: participación gratis en la escuela deportiva a los hijos; estímulos económicos en Navidad; bonificaciones por desempeño comercial; formación en competencias blandas de forma periódica.

En cuanto a la relación con su entorno el 25% de estas unidades de negocios contribuyen con causas sociales que benefician a la sociedad. Es así como la fundación cultural que desarrolla actividades de arte y teatro previa invitación de las autoridades gubernamentales y no gubernamentales aporta con la puesta en marcha de festivales de carácter social y cultural en áreas rurales, en resguardos indígenas y en municipios del departamento de Córdoba priorizados con Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET). También se observa que otro de los emprendedores regala juguetes a niños de escasos recursos en Navidad y dos más aportan de manera frecuente para obras benéficas que realizan las iglesias a donde asisten.

En términos de la realización de sus actividades operacionales se destacan los

siguientes aspectos: el 25% tiene la percepción de que cuenta con todos los elementos que se requieren para llevar a cabo de manera adecuada la actividad de negocio. El otro 75% no lo considera de esa manera, argumentando que le hace falta espacios locativos, implementos, herramientas de trabajo, recursos financieros para inversión, permisos para operar legalmente, estrategias de marketing, maquinarias y equipos, conocimientos gerenciales y mayor desarrollo tecnológico.

Vale mencionar que los emprendedores piensan que sus negocios se encuentran en una etapa positiva en cuanto a su ciclo de vida empresarial. En este sentido, un 20% opina que está en su estado inicial y que esto tiene relación con el poco tiempo en el mercado y la poca dinámica de las ventas; un 50% concluye que está en proceso de crecimiento, soportándolo en el incremento en las ventas y en la inversión en activos; y el otro 30% se considera que llegaron a su estado de madurez dado el gran reconocimiento de marca por el tiempo de antigüedad y la calidad de lo ofertado, la existencia de un número significativo de clientes, aunque se denota un crecimiento moderado de la demanda potencial.

El diagnóstico que estas personas hacen de las dificultades que enfrentan en la implementación de sus procesos al interior de las organizaciones permite vislumbrar estas cuatro ideas: 1) Quince (15) de ellos, que representan el 75%, coinciden en que presentan grandes limitaciones para disponer de los recursos financieros para invertir en la infraestructura óptima que les permita funcionar de forma eficiente; 2) Dos (2) afirman que se les complica por no tener los conocimientos ni la experiencia para ser más efectivos en el logro de los objetivos empresariales y financieros; 3) otros dos (2) plantean que se les dificulta acceder a la materia prima e insumos ya sea por escasez o por falta de proveedores de forma oportuna; 4) el 5% restante enfrenta una dificultad particular por el desarrollo de su objeto social y es que la legislación internacional en materia de educación conlleva trámites complejos.

Dada la problemática en torno a la falta de recursos financieros se les preguntó a los emprendedores sobre las fuentes a las que se recurre, obteniendo lo descrito seguidamente: el 30% no presta dinero, reinvierte lo que se va obteniendo del mismo negocio, aunque esto atrasa el crecimiento empresarial; el 25% acude al mercado financiero informal pagando tasas de interés exageradas entre el 10% y el 20% mensual que puede incrementarse cuando el pago se hace de forma diaria, lo que hace que se destine gran parte de la utilidad bruta a solventar estos pagos; otro 25% opta por familiares o amigos a quienes se les reconoce rendimientos que oscilan entre el 3% y el 5%; el 15% decide ir a entidades financieras formales, a las

que están más enfocadas al tema de los microcréditos y de forma mínima a la banca tradicional, a los que se les paga tasas entre el 2% y el 3%; solamente el 5% le solicita a socios que suministren capital.

Vale mencionar que los 14 emprendedores que realizan préstamos lo hacen: 1) ocasionalmente al año la mayoría, en un 42,86%, 2) el 28,57% de forma mensual, 3) el 14,29% lo hace de forma bimestral y 4) el otro 14,29% trimestral. El monto promedio de estos préstamos es de \$301.215 mensualmente, esto da cuenta de que no se utilizan recursos cuantiosos del crédito para el apalancamiento de estos negocios. Este bajo monto de préstamo está relacionado con las diversas opciones que se utilizan fuera del sistema financiero bancario.

En cuanto a la principal fortaleza del negocio de los emprendedores con relación a otros similares se tiene que 17 de estos, el 85%, establecen que la calidad de los productos y servicios a precios justos y accesibles se constituye en el diferenciador que agrega valor. Mientras que los restantes tienen opiniones divididas, uno (1) infiere que ofrece productos religiosos y que sobre estos ejerce un monopolio en la ciudad, existiendo muy pocos oferentes o competidores directos. Otro, que está ubicado en el sector del arte y teatro, determina que el factor de éxito es tener un talento humano creativo, comprometido y muy riguroso con su trabajo, El último, que se enfoca a la elaboración de accesorios artesanales personalizados, valora la agilidad y oportunidad en la entrega.

Solo tres de los entrevistados han recibido apoyo y fomento empresarial siendo estos: un negocio de comidas típicas que ha recibido cursos de cocina por parte del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA; la fundación de arte y teatro que ha recibido aportes económicos del Ministerio de Cultura para el desarrollo de proyectos; la agencia de eventos académicos en el exterior durante la pandemia del covid-19 recibió ayudas del Estado para pagos de nómina. Si se mira en contexto, esto representa solo el 15%, siendo muy baja la proporción. Lo anterior, puede estar dado por el poco conocimiento que poseen los directivos de estas unidades de negocios con relación a las posibilidades de recibir apoyo estatal o privado. Lo que se demuestra con el hecho de que el 100% no tiene noción de la ley 1834 de 2017 la cual tiene como objeto impulsar a este tipo de emprendimientos enfocados a preservar y mantener tradiciones culturales. Aunque es de anotar, que el emprendedor que se enfoca al arte y teatro conoce muy bien la ley 397 o ley general de cultura.

En cuanto a la valoración de la gestión de las entidades públicas en el apoyo de los

emprendimientos culturales, los entrevistados que lo perciben de forma negativa corresponde al 65%. Estas opiniones se fundamentan en que no se evidencian en la práctica los planes de acción de las instituciones gubernamentales; no se les da visibilidad a las opciones de fomento y tampoco han recibido ningún tipo de apoyo; existe falta de voluntad institucional de las autoridades municipales para materializar las políticas o lineamientos del orden nacional en cuanto al fomento de los negocios culturales. Por otra parte, el 35% tiene una buena imagen de las instituciones del gobierno, la justificación es que se han recibido apoyos económicos y procesos de formación en conocimientos técnicos y competencias blandas, además afirman que se observa por diferentes medios de comunicación el interés en apoyar la cultura.

Con relación a cómo se ve el negocio este año en comparación con los anteriores, existe una apreciación positiva en la medida que el 80% dice que le está yendo mejor. La justificación es que están generando mayores volúmenes de venta; se ha incrementado el tamaño del mercado reflejado en más clientes y en una mayor cobertura del mercado; existe mayor interés en productos de origen artesanal; hay una mayor promoción del sector por parte de las instituciones gubernamentales de cultura a nivel nacional. Solo el 20% afirma que la situación ha desmejorado y esto validado por incrementos en los costos de operación y una reducción en sus ventas por la llegada de nuevos oferentes con mayor capacidad financiera. En esta vía, es notable que seis (6) emprendedores afirmaron que frente al desarrollo de su actividad en el mediano y largo plazo esperan mantenerse en el mercado y 14 son optimistas en cuanto a que existen tendencias y perspectivas favorables que les permitirán aumentar su ritmo de crecimiento. Se destaca que ninguno es pesimista frente al futuro empresarial.

Existe poco nivel de asociación de los emprendedores culturales. En este sentido solo el 25% es integrante de un grupo que representa sus intereses, esto es motivado por la necesidad de tener un mayor nivel de representatividad para la defensa de sus intereses y porque esto permite facilitar el desarrollo de su objeto social. Es así como la escuela deportiva de fútbol pertenece a la asociación que agremia a todas estas que es la Liga Departamental de Fútbol de Córdoba y esto le permite participar de los campeonatos locales, regionales y nacionales, lo cual no se daría si no perteneciera a ella; la escuela de educación en el extranjero se encuentra en la Asociación de Agencias de Estudios en el Extranjero; la escuela de arte y teatro está asociada a la Mesa Caribe de Teatro; igualmente, una emprendedora de accesorios y artesanías de la región está asociada a Artesanos de Córdoba.

Los entrevistados muestran preocupación por formarse en temas empresariales para mejorar sus habilidades gerenciales, es así como el 60% ha recibido capacitaciones en temáticas como mercadeo, contabilidad y finanzas, administración, buenas prácticas de producción, aspectos legales, destacando el interés en mayor proporción por temas relacionados con ventas y manejo financiero. Es positivo que todos los entrevistados manifestaron querer recibir capacitación que contribuya a un manejo más eficiente de sus áreas funcionales, estarían dispuestos a recibir en promedio 3 horas semanales y las jornadas de preferencia para realizar estas capacitaciones serían: un 45% diurna, 35% sabatina y el 20% nocturna.

Finalmente, los emprendedores afirman que con su accionar aportan al desarrollo cultural de diferentes formas, algunas de estas son: mantenimiento de las tradiciones a través de licores y comidas típicas; dar a conocer la producción de accesorios y artesanías de la región; brindar la oportunidad a jóvenes de conocer culturas del extranjero de manera vivencial; dignificación del quehacer de los artistas y la promoción del arte y el teatro; apoyo del crecimiento deportivo de los niños; fortalecimiento de la fe en términos religiosos; formación de competencias blandas del talento humano de las organizaciones.

Análisis documental

El desarrollo empresarial de los emprendimientos culturales depende de muchos factores, dentro de los cuales quizás el más importante es el acceso a fuentes de financiamiento que les permitan estar en continua inversión de recursos (Rodríguez y Mantilla, 2016). Esto es clave para lograr productividad, eficiencia, competitividad, entre otras que conduzcan a generar rentabilidad, supervivencia y crecimiento y esto se torna más complejo dado el gran nivel de competencia que se vive actualmente en todos los sectores.

Es así, como en cada periodo, etapa y fase que sigue una idea de negocio amerita la consecución de recursos, la cual tiene características particulares dependiendo el momento que se está presentando; la idea es seguir en el proceso y que no se frene su proceso de evolución en ningún momento por falta de capital y que marche normal desde la gestación pasando por la implementación y quedando finalmente listo para la operación; posteriormente, se espera su crecimiento hasta su consolidación en la economía local regional, nacional y aspirar a mercados globales aprovechando la internacionalización de la economía, que se está viviendo producto de los fenómenos de globalización (Benavides et al., 2022).

Esta problemática asociada a la falta de recursos de este sector se debe principalmente a lo siguiente: limitaciones de recursos propios; falta de reconocimiento comercial para acceder a proveedores; la falta de garantías reales y los complejos trámites para el acceso al sistema financiero formal; y al alto costo del dinero a través de préstamos informales. Este déficit de capital dificulta acceder a los avances en materia de desarrollo tecnológico en cuanto a tecnologías blandas y duras e incrementar el nivel de contratación de personal para aumentar y modernizar su capacidad instalada; lo que impide la mejora de sus aparatos productivos, esto finalmente termina afectando las posibilidades de innovar en cuanto a productos y procesos, haciendo más complicado competir, aumentar la participación en el mercado y pensar en acceder a mercados extranjeros. Esto indica la importancia del capital y su inversión en activos tangibles e intangibles en procura del logro de los objetivos corporativos.

Lo mencionado en párrafos anteriores dimensiona la importancia de gestionar la búsqueda de fuentes de financiación para los emprendimientos culturales acorde a la etapa que se esté llevando a cabo. Cada una de ellas tiene unas particularidades en cuanto a necesidades de liquidez, expectativas de rentabilidad, nivel de riesgos a asumir, reconocimiento comercial, respaldo patrimonial, entre otros, que definen los montos requeridos y las potenciales instituciones que pueden facilitar el acceso a créditos. Considerando esto, se describe a continuación el desarrollo de las empresas en el tiempo y los proveedores de recursos a los que normalmente se acude en el entorno inmediato y se plantean potenciales alternativas de financiación.

En un primer momento que corresponde al periodo de gestación el emprendedor cultural tiene una idea de desarrollar un negocio donde articule su vocación cultural y la posibilidad de generar ingresos, la cual comparte con familiares y amigos a ver su opinión al respecto; luego pasa a buscar información preliminar sobre ¿Cómo opera el mercado del producto?, ¿Cuál sería la posible ubicación?, ¿Qué procesos productivos se deben llevar a cabo?, ¿Cuántos recursos se requieren?, entre otros, aquí se quiere establecer si existen perspectivas favorables; Seguidamente, se precisa más esta información para llegar a datos más concretos en términos cuantitativos y cualitativos y definir si existen posibilidades reales de hacer tangible la idea, es decir si existe viabilidad (Coll y Cuñat, 2006). Aquí se debe seleccionar aquellos aspectos que serán objeto de un mayor análisis.

Con un panorama más amplio de la idea de negocios y teniendo claro que se piensa ofertar se pasa a profundizar en los análisis estableciendo lo siguiente: elaboración

de un estudio del mercado identificando aspectos relacionados con la demanda, la oferta, la comercialización, los proveedores, etc.; se detallan aspectos técnicos como los relacionados con los procesos de producción en cuanto a maquinarias, mano de obra, localización, infraestructura, etc.; se definen la estructura administrativa y legal más conveniente considerando el tipo de empresa a crear; se realizan las proyecciones financieras y se evalúa finalmente toda la idea para determinar su factibilidad o conveniencia (Burneo, et al., 2016). Generalmente los recursos que se deben apropiar para llevar a cabo lo concerniente a este periodo sale del bolsillo de los emprendedores culturales

Una vez se logra esta estructuración de la idea se tiene el plan de negocios que ha de orientar la puesta en marcha de este, se logra una carta de navegación que permite llegar a la conclusión de su conveniencia en términos financieros, económicos y sociales (Gaytán, 2020). Es aquí donde se pasa al periodo de implementación, el cual tiene dos etapas claramente definidas las cuales son: primero se deben conseguir los respectivos permisos y conseguir la financiación para llevar a cabo las inversiones; sigue la ejecución que implica para la adquisición de activos, así como la destinación de recursos para los diversos rubros del capital de trabajo.

Con toda la logística organizada se pasa al periodo de operación donde se llevan a cabo la transformación de los productos en bienes finales y/o la comercialización de estos. En el contexto latinoamericano y Colombia no es la excepción estos periodos de implementación y operación la asumen los emprendedores con sus recursos propios o préstamos a familiares, amigos (Vesga et al., 2017). Algunos acuden al sistema financiero informal y pocos a entidades bancarias, esto a título personal y no empresarial. Mientras que en países desarrollados existe subsidio estatal y/o fondos de capital privados que a través del capital semilla destinan recursos en montos moderados para financiar estas unidades empresariales. Estas instituciones ofrecen apoyo por medio del capital de riesgo, cuya definición se establece así:

Son aportes de capital y de valor agregado realizados por inversionistas individuales, agrupaciones de inversionistas, inversionistas institucionales o instituciones; en planes de negocio, Start Ups y empresas gacela que no cotizan en bolsa. Mediante su participación activa en la dirección de estas empresas, buscan su rápido crecimiento e incrementan significativamente su valor. Las inversiones se realizan generalmente por períodos que van entre los

cinco y los diez años, al término de los cuales se liquida la inversión (Fracica, 2009, p. 34).

Cuando la organización empresarial hace su irrupción en el mercado, empieza una etapa bastante compleja porque significa que va a competir con otros oferentes que ya están con presencia en él. Adicionalmente, se deben sacrificar recursos en medio de un ambiente de incertidumbre, con un alto riesgo de que las cosas no salgan como se planean (Mejía et al., 2015). Inclusive las estadísticas indican que las empresas tienen una tasa alta de mortalidad en sus inicios, según un informe de la confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (CONFECAMARAS) solo el 33% de las unidades de negocios creadas sobrepasaron después del quinto año (Almario, 2023).

La idea en este momento es gestar las condiciones para mantenerse en el mercado y lograr crecer lo más que se pueda, no centrándose de manera excesiva en la rentabilidad. Por lo que tienen que ofrecer un producto de calidad, conocer a sus clientes, analizar continuamente a su competencia, contar con un talento humano comprometido, aplicar estrategias para el acceso a recursos financieros, invertir en innovación tecnológica, entre otros.

En esta etapa los emprendedores están manejando recursos que no son de gran cuantía y se van invirtiendo en infraestructura, activos de operación, capital de trabajo y se terminan colocando muy rápidamente, lo que no es compensado con los ingresos producto de las actividades operacionales lo que genera problemas de liquidez. En este momento se complica la adquisición de créditos de corto plazo por la iliquidez existente y también los de largo plazo por la falta de respaldo patrimonial, por la falta de garantías reales y el poco tiempo de funcionamiento en el mercado. Este empresario trabaja con ahincó porque sabe que aparte de sus recursos propios y de los compromisos con terceros, está involucrado los ahorros de personas cercanas que confiaron en él.

En esta coyuntura, lo ideal es conseguir recursos de fuentes que no incrementen el nivel de responsabilidades financieras en cuanto a desembolsar dinero inmediato o que incrementen su nivel de deudas, mermando así su solvencia. Por esto se recomiendan los ángeles inversionistas los cuales pueden ser personas naturales o jurídicas que cuentan generalmente con experiencia en el mundo empresarial e igualmente con excedentes de recursos económicos y para movilizarlo deciden invertir en empresas que están iniciando caracterizadas por un alto potencial de crecimiento (Matíz y Mogollón, 2008).

Algo interesante y es que estos potenciales financiadores se enfocan mucho a patrocinar aquellos emprendimientos liderados por personas apasionadas por lo que hacen (Murnieks et al., 2016) y esta es una característica inherente a los emprendedores culturales. Esta inversión la pueden hacer en forma de capital o deuda convertible, también están abiertos para aportar ideas que conduzcan al desarrollo de acciones y estrategias que contribuyan al logro de los objetivos empresariales (J.P. Morgan, 2024). En este momento otra opción viable son los fondos públicos de capital semilla ofertados por diversas entidades gubernamentales tales como alcaldías, gobernaciones, fondo emprender, entre otras, donde se les facilitan recursos a los emprendimientos en etapas tempranas. Igualmente, acostumbran a participar también los fondos de capital semilla privados que les llama la atención invertir en empresas que muestran un notable potencial emergente (Povedano , 2023, párr. 7).

Cuando el emprendimiento supera esta etapa de inicio, le corresponde gestar las condiciones para crecer y sobrevivir. Aquí la empresa se da a conocer y gana aceptación en el mercado, genera las ventas necesarias para cubrir los costos y gastos de operación, aumenta la planta de personal y el emprendedor sigue siendo el motor vital del negocio. La empresa genera una dinámica que le brinda seguridad económica para mantenerse, pero no logra con los rendimientos y los flujos de ingresos obtenidos tener la posibilidad de reinvertir en capacidad instalada para tener la posibilidad de un mayor nivel de productividad, diferenciación, competitividad y posicionamiento comercial que conduzcan a incrementar los márgenes de rentabilidad en términos de las ventas de los activos y del patrimonio. Para financiarse aquí se utiliza con frecuencia la opción de microcréditos, los cuales actualmente en Colombia se constituyen en la opción principal de recursos financieros para las micro y pequeñas empresas, estos son prestamos en pequeñas cantidades de capital (Bancóldex, 2022). También en esta coyuntura se evidencia que a muchos fondos de capital de riesgo les interesa entrar a colocar recursos en estos emprendimientos.

Cuando la empresa comienza a generar recursos para el emprendedor y se consolida facilitando el acceso al sistema financiero formal a través del crédito, comienza a tener liquidez y esto permite invertir en activos, en capital de trabajo, en instalaciones físicas y en todo aquello que le permita modernizarse y estar en un mejor sitio en términos productivos y ampliar sus mercados objetivos. Esto implica que ya no se pueda funcionar con la misma estructura organizacional, sino que esta debe tornarse de mayor tamaño y complejidad, por lo que muchos emprendedores consideran no seguir creciendo para poder dirigir sin problemas su unidad de

negocios y los mayores recursos de capital generados se deciden distribuir en forma de dividendos a ellos como dueños o a los socios si hay aportes de otras personas. Otros optan por colocar recursos en inversión en otras posibilidades ya sea en bienes raíces, activos valores, implementación de otras actividades comerciales, entre otras.

Es valido mencionar, que a otros empresarios les llama la atención la aprovechar el buen momento y eligen seguir el proceso de crecimiento empresarial, pero esto conlleva aumentar el nivel de cualificación del talento humano que contrata, incrementar la cobertura del mercado para la mayor producción, adquirir activos, ampliar la estructura organizacional, pensar en internacionalizarse, entre otros. En este contexto, para garantizar que se lleve a cabo lo anterior se debe conseguir cuantiosos volúmenes de capital, los cuales se escapan del objeto principal de los ángeles inversionistas quienes eligen emprendimientos que apenas están en proceso de despegue (Barona & Gómez, 2010). Al respecto, estos recursos tienden a conseguirse por incremento de los niveles de endeudamiento, ingresos de nuevos socios o incremento de los aportes de los actuales. Además, que en esta nueva etapa los fondos de capital de riesgo les parece atractivo invertir en empresas que después de un análisis minucioso identifican que han acelerado su ritmo de crecimiento y que poseen perspectivas favorables para seguir haciéndolo (Santillán et al., 2010).

Cuando ya la empresa ocupa una posición importante del mercado el proceso de crecimiento se vuelve más lento, esto se debe al gran tamaño que ha adquirido, lo que origina que las actividades que desarrolla y su estructura organizacional sea más compleja, lo que hace que el emprendedor ya no pueda tomar decisiones rápidas y se deban someter a debates. El proceso gerencial se lleva a cabo mediante extenuantes jornadas de análisis en ámbitos estratégicos, operacionales y tácticos. Las empresas en este escenario prefieren acceder al mercado de valores para financiarse ya sea por medio de la emisión de acciones o bonos de deuda y salir de los capitales de riesgo (Consejo Privado de Competitividad, 2018)

CAPÍTULO 5

PROPUESTA DE ACCIONES PARA EL FOMENTO DEL DESARROLLO EMPRESARIAL

El proceso de análisis de los resultados se enfoca a tomarlos como base para definir un diagnóstico situacional en términos empresariales del sector, que se tomarán como base para identificar las acciones que han de favorecer su desarrollo empresarial.

En este sentido, se identificaron los siguientes aspectos positivos: los negocios se encuentran en un buen ciclo de vida empresarial, la mayor parte de estos en crecimiento y madurez; se han logrado resultados económicos y sociales positivos para los emprendedores; generación de fuentes de empleos directos e indirectos; calidad de productos y servicios a precios justos y accesibles; percepción favorable del mercado en el mediano y largo plazo; existe voluntad para acceder a formación en temas empresariales; gran aporte al desarrollo cultural. Esto se une a las oportunidades que brinda el entorno relacionado con tendencias favorables del mercado para los bienes y servicios de carácter cultural y la existencia de leyes de fomento al sector.

Por otro lado, existen una serie de situaciones por mejorar de las cuales resaltan: no existe el pago a los trabajadores de prestaciones sociales y seguridad social; bajo nivel de formalización empresarial; falta de elementos para el desarrollo eficiente del emprendimiento (Infraestructura, maquinarias, equipos, materias primas e insumos, entre otros); ausencia de formación académica en temas empresariales; limitaciones de recursos financieros y altos costos de los mismos; poco conocimiento de las fuentes de fomento empresarial; Se recibe pocas ayudas del Estado lo que genera una imagen desfavorable de este; existe poco nivel de asociación de los emprendedores culturales. Esto se articula a las amenazas que provienen del medio, como son alto nivel de competencia de productos sustitutos que no son del sector y el incremento generalizado de los precios de maquinarias, equipos, materias primas e insumos.

En este contexto, el desarrollo empresarial de estos emprendedores implica buscar un mayor protagonismo de sus negocios en el desarrollo económico y social a nivel local y regional. De tal forma, que aporte en mayor proporción a la generación de empleos decentes y a la acumulación de capitales, y que estos se reinviertan para

apuntar al incremento en el volumen de unidades producidas y/o comercializadas y que se refleje en el Producto Interno Bruto (PIB). Lo cual se espera irradie efectos colaterales positivos en términos sociales, tanto para el emprendedor, su núcleo familiar y la sociedad en general. Para esto es fundamental que se integre el Estado, el sector privado y la academia y se busquen implementar acciones y estrategias integrales y multidimensionales.

Al respecto, seguidamente se establecen los lineamientos que han de permitir una mayor inserción de estos emprendedores al tejido productivo formal de la economía. Una vez realizado el primer momento que consistió en la caracterización de los emprendedores y el análisis situacional de cómo se encontraba empresarialmente, se establecen las etapas o momentos a seguir teniendo en cuenta la identificación de puntos críticos para el éxito de los negocios.

El primero de estos son las limitaciones de recursos financieros que dificultan la acumulación de capital productivo. La justificación de esto es porque en la actualidad los ingresos generados por el emprendedor cultural si bien les permite mejorar su calidad de vida, no son suficientes para reinvertirlos en el crecimiento empresarial. Se busca entonces el fortalecimiento económico de las unidades de negocios y que esto se irradie de manera positiva al área de influencia. Es así como se describen seguidamente las potenciales acciones y estrategias para el acceso a recursos financieros:

- Elaborar un inventario de las diferentes instituciones financieras que ofertan créditos con condiciones favorables para el fortalecimiento empresarial. En particular de aquellas que se han destacado por ofrecer líneas de crédito al pequeño y microempresario tales como Fundación de la Mujer, Fundación Microfinanzas BBVA, Interactuar, entre otras. Esto debe llevarse a cabo con el asesoramiento de los funcionarios de estas entidades y organizar ruedas financieras para poner en contacto al emprendedor con las opciones disponibles.
- Realización de un convenio de cooperación entre las autoridades municipales y el banco de desarrollo empresarial Bancóldex, para lograr la oferta de líneas de crédito enfocadas al segmento de los emprendedores analizados. Esto puede fundamentarse en procesos de acompañamiento para el desarrollo de planes de negocios por parte de las unidades de emprendimiento de las diversas organizaciones gubernamentales.
- Acceder a la red de entidades orientadas a crédito microempresarial con que cuenta Bancóldex.

Desarrollo empresarial en unidades de negocios del sector cultural

- Gestión frente al Fondo Nacional de Garantías S.A (FNG) de la apertura de créditos al sector con condiciones especiales de plazos y tasas de interés.
- Realizar un inventario de las diferentes convocatorias de financiación que ofrece el sector público y privado a través de capital semilla en sus diferentes instancias para la promoción de los emprendimientos culturales. Esto amparado en la ley 1834 de 2017 y en la gestión que realiza la Agencia de emprendimiento e Innovación del Gobierno nacional (Innpulsa). En este sentido, en el ámbito internacional el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) tiene el programa Fondos de Capital Emprendedor.
- Revisar el acceso a recursos financieros por medio de nuevas estrategias de financiación tales como Ángeles Inversionistas o la utilización de Fondos de Capital de Riesgo.

Un segundo punto crítico tiene que ver con la informalidad empresarial y laboral en que se desarrollan los emprendimientos culturales. Esto considerando que muchas de estas unidades de negocios no ven beneficios de legalizarse y que por los montos generados de ventas y utilidades no compensan para brindar a los trabajadores el pago de la totalidad de sus prestaciones legales. Se pretende entonces que estos emprendedores vean en la formalidad beneficios económicos. Por esto se propone lo siguiente:

- Gestionar frente a las dependencias encargadas del desarrollo empresarial y cultural de carácter municipal y departamental, la promoción de la inclusión productiva y la formalización de los emprendedores culturales mediante el fomento de procesos de asociatividad, para lo cual es clave la participación de actores tales como la Cámara de Comercio, Innpulsa, SENA, Ministerio de Cultura, entre otros.
- A nivel nacional se requiere el diseño de una política de estímulo tributario para los emprendimientos culturales dado su gran contribución al desarrollo cultural.
- Promover las ventajas de la ley 1429 de 2010 que busca la formalización laboral y empresarial, lo cual puede desarrollarse a través de la Cámara de Comercio.
- Realizar un portafolio donde se relacione el abanico amplio de opciones de apoyos económicos al que se puede acceder al estar formalizado, en el cual quede registrado el apoyo de programas como Impulso Emprendedor, Alístate y Transforma-t para crecer, Fortalecimiento Empresarial, Encadenamientos Productivos Formales.

Desarrollo empresarial en unidades de negocios del sector cultural

- Desarrollo de talleres o jornadas de formalización laboral con los emprendedores culturales a través de entidades como Artesanías de Colombia, Innpulsa, Bancóldex, Sena.
- Postulación al programa gubernamental del Ministerio de Trabajo “Empleos para la vida” que posibilita el acceso a recursos para la creación y permanencia de nuevos empleos formales.

El último punto crítico identificado tiene que ver con la falta de conocimientos y experiencia en materia gerencial de los emprendedores culturales. Lo que trae consigo la falta de estrategias empresariales que conduzcan a incrementar los niveles de competitividad, productividad y un mayor posicionamiento comercial. Se persigue un mayor nivel de cualificación de este talento humano y que se refleje en la efectividad de los procesos de toma de decisiones y el logro de los objetivos de rentabilidad, supervivencia y crecimiento. En esta orientación se formula las siguientes líneas de acción:

- Desarrollo de procesos de educación financiera, las cuales serían impartidas por medio de alianzas con el sector de la educación superior, tales como: las universidades, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), los institutos de educación para el trabajo y el desarrollo humano y también con las unidades de emprendimiento de entidades públicas y privadas.
- Con este mismo sector académico se puede gestionar capacitaciones enfocadas al manejo contable y financiero, al mercadeo, a las buenas prácticas manufactureras, en liderazgo del talento humano y en todas aquellas competencias blandas que mejoren el quehacer del emprendedor.
- Con aliados estratégicos que provengan de la academia, del Estado y del sector productivo formar a los emprendedores culturales en identificación de oportunidades económicas, planes de negocios y desarrollo empresarial.
- Hacer un diagnóstico de la oferta académica del SENA como entidad que le compete la formación del talento humano de las empresas en el país y con base a esto solicitar procesos de formación específicos que apunten al desarrollo de las competencias que requieren los emprendedores.
- Se debe gestionar la oferta de apoyos económicos o subsidios de las autoridades municipales para que los emprendedores continúen sus estudios en carreras profesionales, tecnológicas o técnicas relacionadas con administración y/o finanzas. Igualmente, la gestión de descuentos en las instituciones de educación para esta población.
- Los procesos de formación que se desarrollen deben responder a las dinámicas del mercado de bienes y servicios, para darle respuestas a lo que

Desarrollo empresarial en unidades de negocios del sector cultural

necesitan los clientes reales y potenciales. En este orden de ideas, se requiere estar reformulando las formas como se hacen las cosas porque los consumidores cambian continuamente sus gustos y preferencias acordes al momento coyuntural, esto implica innovar de forma continua sin perder de vista el enfoque diferenciador que es el cultural.

CAPÍTULO 6

DISCUSIÓN

En los últimos tiempos el tema del emprendimiento cultural viene tomando fuerza en la medida que cada vez más existe interés en los investigadores por analizar cómo se puede hacer de la cultura un negocio que brinde alternativas de desarrollo socioeconómico (Timarán et al., 2022). Lo anterior, se relaciona con la posibilidad que tienen las personas ya sea de manera colectiva o individual de explotar al máximo las ventajas comparativas que posee una región o una persona en términos de lo representativo de su cultura, esto de forma creativa y con la finalidad de fortalecer el sector, al tiempo que se generan condiciones para mejorar el nivel de vida de quienes participan (Mendívil, 2017).

La importancia de estos emprendimientos radica en que hacen parte de iniciativas en el mundo empresarial que continuamente se encuentran en continua innovación y que además visibilizan nuevos escenarios en el ámbito social y económico, también que agrupan muchas actividades de producción y comercialización que se basan en la puesta en marcha de "actividades culturales propias del ser humano, talentos y habilidades que se empiezan a desarrollar desde rasgos identitarios particulares y que no requieren, necesariamente, de formación o instrucción para ser reconocidas" (Redondo et al., 2020, p.88).

Los emprendedores culturales del municipio de Montería han hecho frente a los nuevos retos que vienen consigo con las exigentes dinámicas que el mercado impone y frente a las necesidades de generar sus fuentes de sustento económico crean estas unidades de negocios enfocadas a la oferta de bienes y servicios cuya característica principal es que se relacionan con la cultura. Al respecto, Oliva (2018) resalta el rol que desempeñan en la economía estas personas, puesto que en la búsqueda de la libertad financiera generan sinergias empresariales que irradian en su entorno, propiciando con esto una serie de impactos favorables como empleos, ampliación de la oferta, mejora de precios, acumulación de capitales y otros más que benefician a la sociedad. Este autor pone de manifiesto que en lo cultural el emprendedor logra transmitir valores representativos de tradiciones, costumbres, entre otros que lo posicionan como un actor importante de la economía creativa.

La posibilidad de que los emprendimientos culturales impacten en un mayor o menor grado en su entorno y en los diversos agentes de interés estará muy en

función a la consecución de los recursos financieros necesarios para la inversión. Interesa aquí lo formulado por Matíz y Fracica (2010) quienes plantean que los emprendedores buscan recursos de capital en las fuentes tradicionales tales como entidades bancarias, familiares y amigos, opciones poco especializadas que no son muy convenientes para apalancar un proceso de crecimiento empresarial porque los recursos obtenidos no son cuantiosos y se enfocan más al segmento de consumo. Adicionalmente, argumentan que no se utilizan instrumentos de financiación como las redes de ángeles inversionistas o fondos de capital de riesgo.

También es importante que estos emprendedores entiendan la importancia de formalizarse en términos laborales y empresariales para insertarse de manera efectiva al desarrollo local y regional como agentes protagónicos. Esto es dimensionado por Ortiz (2022) quien infiere que las razones de no formalizarse normalmente se asocian al ahorro del pago de impuesto o de otros gastos; pero que este aparente beneficio a corto plazo no se compara con las ventajas en el mediano y largo plazo de poder acceder a créditos más convenientes en plazos y tasas; además, la posibilidad de obtener recursos por otras fuentes tales como capital semilla, aportes de socios, etc.; también recibir asesoría o acompañamiento de entidades de fomento empresarial, entre otra serie de oportunidades.

Un aspecto clave identificado es la necesidad de que los emprendedores culturales se formen en mayor medida en temas empresariales, siendo esto básico para liderar sus organizaciones de forma adecuada, desde la perspectiva de que disponen de una empresa y así dejar de mirar los emprendimientos como una actividad meramente de subsistencia. En este sentido, Hernández (2013) plantea que no es suficiente para liderar un emprendimiento de estas características el conocimiento de lo cultural, sino que se requieren herramientas conceptuales para el manejo financiero, el diseño de estrategias de mercadeo, las orientaciones al talento humano, etc. y que se adquieren por intermedio de procesos de educación.

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Del presente trabajo se puede destacar que existen una serie de condiciones que indican que el sector de los emprendimientos culturales pasa por un buen momento que facilita la comercialización de los bienes y servicios con valores culturales, con tendencias al incremento, lo cual se debe a la calidad de los productos ofertados y los precios justos y accesibles. Esto se articula a las buenas perspectivas sobre la marcha de los negocios que tienen los emprendedores en el corto, mediano y largo plazo. Otro aspecto para concluir es que estos negocios se han convertido en sus proyectos de vida, con los cuales han conseguido un buen nivel de vida y resultados positivos tanto económicos como sociales.

Se evidencia un alto nivel de informalismo a nivel laboral y empresarial lo que se traduce en un bajo nivel de aportes al fisco mediante el pago de impuestos y la generación de empleos, pero no de calidad. A pesar de que los emprendedores sienten que les está yendo bien, también reconocen que les hace falta muchos elementos para desarrollar de manera adecuada su actividad, esto se debe a la falta de recursos financieros. Al respecto, los emprendedores sienten que el Estado no los apoya como debería ser y esto también se debe a la falta de conocimiento de las formas como se da esto en la práctica y también por la falta de asociatividad en el sector.

Es importante la formación en temas empresariales para la toma de decisiones empresariales que contribuya al logro de los objetivos y frente a esto existe la voluntad para hacerlo y seguir así aportando al desarrollo cultural de la región.

A manera de recomendación es pertinente que se amplíe el alcance de esta investigación con otras venideras donde se logre el diseño de planes de acción que logre materializar la implementación de las acciones y estrategias identificadas asignando responsables de las tareas y actividades que se deban llevar a cabo.

REFERENCIAS

- Almario, M. (17 de mayo de 2023). Confecámaras revela que solo tres de cada 10 de empresas sobreviven tras cinco años. *Diario La República*. <https://www.larepublica.co/empresas/confecamaras-revela-que-solo-tres-de-cada-10-de-empresas-sobreviven-tras-cinco-anos-3616973>
- Álvarez, M. (15 de noviembre de 2022). Desarrollo empresarial: Crecimiento y Desarrollo. *Grupo Albe*. <https://www.grupoalbe.com/desarrollo-empresarial-crecimiento/>
- Arango, J. (2022). Factores determinantes de la consolidación empresarial: un enfoque integrador desde el emprendedor, la empresa y el entorno. *Contaduría y administración*, 67(2), 91-117. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.2981>
- Ávila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Digital Investigación & Negocios*, 14 (23), 32-48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Báez, M. (2021). *Análisis del emprendimiento social en Cartagena orientado al sector cultural y desarrollo social*. [Tesis de Maestría, Universidad Externado de Colombia]. <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/6d5b2921-bf61-4e72-bc4f-81e232f6fb51/content>
- Bancóldex. (19 de agosto de 2022). *Microcrédito, principal fuente de financiamiento para las microempresas colombianas*. <https://www.bancoldex.com/es/noticias/microcredito-principal-fuente-de-financiamiento-para-las-microempresas-colombianas-4427>
- Barona, B., y Gómez, A. (2010). Aspectos conceptuales y empíricos de la financiación de nuevas empresas en Colombia. *Cuadernos de Administración*, (43), 81-97. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452010000100007
- Benavides, L., Goyes, S., López, V., Benavides, C. (2022). Etapas del ciclo de vida organizacional: una revisión sistemática de literatura. *Aglala*, 13 (1), 227-243. <https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/2354/1648>

- Benítez, L., Ortiz, C., y Lema, B. (2024). Emprendimiento: Un escenario con potencial para el desarrollo. *PROHOMINUM. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6 (2), 205-215. <https://acvenisproh.com/revistas/index.php/prohominum/article/view/731/1631>
- Burneo, S., Delgado, R., y Vérez, M. (2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingeniería Industrial*, 37 (3), 305-312. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360448031009.pdf>
- Castillo, M. (2015). *Emprendimiento y cultura: una aproximación al concepto de disonancia cultural Aplicación en el sector turístico de la ciudad de Medellín, Colombia*. [Tesis doctoral, Universidad de las Palmas de Gran Canaria]. https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/21617/4/0733648_00000_0000.pdf
- Coll, V., & Cuñat, R. (2006). Análisis de los factores que influyen en el proceso de creación de una cooperativa de trabajo asociado. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (88), 128-161. <https://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/REVE0606130128A/19159>
- Consejo Privado de Competitividad. (2018). *Financiación Empresarial*. Informe Nacional de Competitividad 2017-2018. <https://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2017-2018/financiacion-empresarial/>
- Córdoba, E., Castillo, J., y Castillo, N. (2018). Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial. *Lámpsakos (revista Descontinuada)*, 1(19), 55-65. <http://dx.doi.org/10.21501/21454086.2663>
- Cuéllar, M. (2024). Una Mirada al Emprendimiento Cultural. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 01-19. <https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/1306/684>
- Dávila, R. (2016). *Emprendedores culturales en Cali: Caracterización, aliados y estrategias de fortalecimiento*. [Tesis de Maestría, Universidad Icesi]. <https://repository.icesi.edu.co/server/api/core/bitstreams/20a44a0b-8cf8-442d-8ff7-4c497394db0d/content>

Delfín, F., y Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Revista científica Pensamiento Y Gestión*, (40). <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810>

Departamento Nacional de Estadísticas- DANE (2024). *Empleo informal y seguridad social*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

Departamento Nacional de Estadísticas- DANE (2024). *Empleo y desempleo*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Departamento Nacional de Estadísticas- DANE (2024). Boletín técnico *Pobreza monetaria en Colombia año 2023*. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PM/bol-PM-2023.pdf>

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. <https://riem.facmed.unam.mx/index.php/riem/article/view/430/397>

Fracica, G. (2009). La financiación empresarial y la industria del capital de riesgo: estructura y conceptos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (66), 31–66. <https://doi.org/10.21158/01208160.n66.2009.472>

Galindo, F. (2023). *Emprendimiento y Música: Relación e influencia en la vida profesional de un músico*. [Tesis de Pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/65238/attachment_0_Felipe-Galindo.-Trabajo-de-grado.-Versi%C3%B3n-final-con-visto-bueno-de-coordinaci%C3%B3n-%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gallegos, C. ("s.f."). Elaboración de fichas de lectura. Programa de Apoyo a la Comunicación Académica, Pontificia Universidad Católica de Chile. https://comunicacionacademica.uc.cl/images/recursos/espanol/lectura/recursos_en_pdf_extenso/7_elaboracion_de_fichas_bibliograficas.pdf

García, G. (2018). *Determinantes para el emprendimiento en el sector artesanal de la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11615/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-489.pdf>

- Garza J., Martínez, A., y Hernández, L. (2023). El desarrollo empresarial, una exploración conceptual. *Revistap*, 2 (1), 193-202. <https://revistap.ejeutap.edu.co/index.php/utap/article/view/62/61>
- Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y Negocios*, (42), 131-140. <https://doi.org/10.32870/myn.v1i42>
- González, J. (2014). Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial. *Aglala*, 5 (1), 86-106. <https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/894/722>
- Guevara, G. (2019). Análisis documental: Propuestas metodológicas para la transformación en programas de posgrado desde el enfoque socioformativo. *Atenas*, 3 (47), 105-114. <https://www.redalyc.org/journal/4780/478060102007/478060102007.pdf>
- Guzmán, C. (15 de mayo de 2021). ¿Qué es emprendimiento cultural y cómo iniciar uno?,. *Blog PQS*. <https://pqs.pe/emprendimiento/que-es-emprendimiento-cultural-como-iniciar-uno/>
- Hernández, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3), 1-3. <https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubmedgenint/cmi-2021/cmi213b.pdf>
- Hernández, J. (2013). La educación empresarial para el emprendedor cultural. *Forum Empresarial*, 18(2),73-97. <https://revistas.upr.edu/index.php/forumempresarial/article/view/3772/3248>
- Huertas, N., Muñoz, Y., Lugo, E., González, M. *Desafíos de las asociaciones de artesanos de la región caribe, una propuesta para el desarrollo sostenible*. Editorial Universidad Tecnológica de Bolívar. <https://repositorio.utb.edu.co/items/0b0bd88d-1275-4f0a-82a4-7fdda0c0f882>
- Janzen, W. (2022). Una síntesis crítica mínima de las portaciones de los paradigmas interpretativo y sociocrítico a la investigación educacional. *Enfoques*, 34 (2), 13-23.

<https://publicaciones.uap.edu.ar/index.php/revistaenfoques/article/view/1058>

J.P. Morgan. (12 de septiembre de 2024). *Comprender la financiación y la inversión de los ángeles inversores*. <https://www.jpmorgan.com/insights/banking/commercial-banking/what-is-angel-financing>

Ley 590 DE 2000, de Julio 10. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. *Diario Oficial No. 44.078*, de 12 de julio 2000. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

Ley 1014 de 2006, de enero 26. De fomento a la cultura del emprendimiento. *Diario Oficial No. 46.164* de 27 de enero de 2006. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Ley 2069 de 2020, de diciembre 31. Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia. *Diario Oficial No. 51.544* de 31 de diciembre de 2020. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2069_2020.html

Ley 1834 de 2017 de mayo 23. Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja. *Diario Oficial No. 50.242*, de 23 de mayo de 2017. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1834_2017.html

Londoño, F., Sabogal, C., y Gómez, A. (2019). Stakeholders y fortalecimiento de los emprendimientos culturales y creativos en el departamento de Caldas por medio de tecnologías digitales. *Kepes*, 16(20), 523–546. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/197>

Matíz., F., y Fracica, G. (2011). La financiación de nuevas empresas en Colombia, una mirada desde la demanda. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 70, 118-130. <https://doi.org/10.21158/01208160.n70.2011.538>

Matíz, F., y Mogollón, Y. (2008). La cadena de financiación: Una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (63), 59-72.

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/443/435>

Mejía, R., Martins, I., Núñez, M., Villanueva, E., Acevedo, C. Estrada, S., Marín, S., Pérez, A., Duque, V., Sánchez, M., Jaramillo, P., Hoyos, D., Henao, C., Restrepo, D., Cano, L., Arboleda, I., Echeverri, L., Sánchez, G., Hurtado, L., ... Ramírez, C. (2015). *Los riesgos del emprendedor*. Universidad EAFIT. <https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/5683b43d-753d-4603-bc79-ba842b3ac062/content>

Mendivil, P. (2017). *Activos culturales e inclusión productiva: El caso de Morroa (departamento de Sucre –Colombia)*. [Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar]. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0073231.pdf>

Mercado, D. (2018). *Diseño de una propuesta estratégica orientada a emprendimientos culturales a partir de la generación de ingresos y la puesta en valor de la etnocultura afrodescendiente en el municipio Coveñas, Sucre*. [Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar - UTB]. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0074613.pdf>

Merlinsky, G., (2006). La entrevista como forma de conocimiento y como texto negociado: notas para una pedagogía de la investigación. *Cinta de Moebio*, (27), 27-33. <https://www.redalyc.org/pdf/101/10102703.pdf>

Montiel, A. (2020). Emprendimientos culturales: de la idea a la acción. *Atarraya Cultural*, 2(1), 9–14. <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/atarrayacultural/article/view/3723>

Montiel, A., & Vásquez, L. (2022). Las empresas culturales como alternativa de desarrollo local. *Human Review, Revista Internacional de Humanidades*, 17 (6), 1–9. <https://journals.eagora.org/revHUMAN/article/view/4851>

Murnieks, C., Cardon, M., Sudek, R., White, D., y Brooks, W. (2016). Drawn to the fire: The role of passion, tenacity and inspirational leadership in angel investing. *Journal of Business Venturing*, 31 (4), 464-484. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.05.002>.

- Oliva, J. (2018). Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural. *Revista Nova Scientia*, 10(20),442-464. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203358383022>
- Ortiz, D. (5 de octubre de 2022). ¿Formalización de las empresas? Por qué sí y por qué no. *Diario Portafolio*. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/formalizacion-de-empresas-razones-a-favor-y-en-contra-572187>
- Ovalles, L., y Moreno, Z., y Olivares, M., y Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23 (81), 217-234. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23477/23710>
- Palacios, A., y Ruiz., S. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. *ECA Sinergia*, 11 (2), 47-58. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2115
- Povedano, M. (octubre, 2023). Capital semilla: qué es y cómo funciona este modelo de financiación. *ESIC University*. <https://www.esic.edu/rethink/business/capital-semilla-que-es-como-funciona-c#:~:text=Fondos%20de%20capital%20semilla%3A%20Organizaciones,de%20participaci%C3%B3n%20en%20la%20empresa.>
- Redondo, A., Pinzón, C., y Ospina, O. (2020). Internacionalización de emprendimientos culturales de Latinoamérica. *Pódium*, (38), 87-104. <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/489/471>
- Rodríguez, A. y Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, (82), 179-200. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

- Rodríguez, P. y Mantilla, D. (2016). Restricciones financieras de las pequeñas y mediana empresas. *Revista Publicando*, 3(9), 279–493. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/356>
- Santiago, V., y Seguí, M. (2021). *Incubadora de emprendimientos de base cultural: características, diseño e inserción en la universidad nacional de Mar del Plata*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Mar del Plata]. <https://acortar.link/8rjFmc>
- Santillán, R., Gaona, E., y Hernández, N. (2015). El perfil del emprendedor que apoyan los fondos de capital privado/capital emprendedor en México. *Contaduría y Administración*, 60(1), 149-174. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2015.08.011>
- Timarán, A., Ortega, R., y Ascuntar, M. (2022). El emprendimiento cultural y su relación con los nuevos escenarios económicos y sociales. *Tendencias*, 23 (2), 220-245. <https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/7532>
- TMF Group. (2 de agosto de 2024). *Los 10 desafíos principales al hacer negocios en Colombia*. <https://www.tmf-group.com/es-co/noticias-perspectivas/articulos/hacer-negocios-en/desafios-principales-colombia/>
- Ugalde, N., y Balbastre, F. (2022). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista De Ciencias Económicas*, 31(2), 179–187. <https://doi.org/10.15517/rce.v31i2.12730>
- Valencia, L. (2018). *El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena- Ecuador*. [Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://core.ac.uk/download/pdf/323344881.pdf>
- Varela, L., y Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. (2006). *Estudios Gerenciales*, 22(100), 21-48. https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/198
- Vera Noriega, J., y Rodríguez Carvajal, C. (2009). La psicología social y el concepto de cultura. *Psicología & Sociedades*, 21 (1), 100-107. <https://www.scielo.br/j/psoc/a/fnTvcxRTXrSHnk7hSRV6HND/?format=pdf>

Vesga, R., Rodríguez, M., Shnarch, D., Rincón, O., y García, O. (2017). *Emprendedores en Crecimiento*. Editorial Kimpres SAS. <https://www.innulsacolombia.com/wp-content/uploads/2024/01/Libro3EmprendedoresenCrecimiento.pdf>

Villarreal, O., & Landeta, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16 (3), 31-52. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600331>

ANEXO

CUESTIONARIO

Línea de base para establecer estrategias de desarrollo para las unidades de negocios de carácter cultural del municipio de Montería

Nombre del entrevistado:

Cedula:

Edad:

Correo electrónico:

Celular:

Cordial saludo mi nombre es _____ y estamos desarrollando un trabajo investigativo que tiene como objetivo establecer estrategias de desarrollo para las unidades de negocios de carácter cultural del municipio de Montería. Considerando que usted desarrolla actividades relacionadas le pido el favor me facilite información valiosa y confiable sobre esta temática.

Me gustaría iniciar la entrevista. ¿Está de acuerdo?

Firma: _____

	Hora		Minutos	
Hora de Inicio				
Hora de Finalización				

Fecha de aplicación

D	D	M	M	AAAA			

Guía de Entrevista

1. ¿Cuál es su estado civil?
2. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?
3. ¿Cuál es el estrato social donde usted reside?
4. ¿Cuál es el nivel educativo más alto alcanzado por usted?
5. ¿Usted se encuentra usted afiliado a salud, pensión y riesgos profesionales?
6. ¿Cuál fue el motivo principal que dio origen a este emprendimiento?
7. ¿Cuánto tiempo lleva usted dedicado a esta actividad de negocio?
8. ¿Cuánto vende en promedio diariamente?
9. ¿Cuánto gana usted en promedio al día en la actividad que realiza?
10. ¿Con lo que gana ¿sostiene a su hogar completamente o recibe algo de ayuda de otra persona?
11. ¿Se encuentra formalizado empresarialmente?
12. ¿Qué tipo de actividad económica realiza?
13. ¿Considera usted que tiene los elementos requeridos para llevar a cabo de manera adecuada la actividad de negocio?
14. ¿En qué etapa de vida considera que se encuentra su negocio?
15. ¿Cuál es la principal dificultad que usted como empresario enfrenta en el desarrollo de sus actividades de negocio?
16. ¿Cuál considera que es la principal fortaleza o elemento diferenciador de valor de su negocio con relación a otros similares?
17. ¿Cuántos empleos entre directos e indirectos genera usted con su actividad comercial?
18. ¿Le reconoce usted a sus colaboradores el pago de las siguientes prestaciones sociales?
19. ¿Le reconoce usted a sus colaboradores el pago de los siguientes conceptos de seguridad social?
20. ¿Aparte del pago de la remuneración mensual y las obligaciones que de ella se derivan, ¿le otorga usted a sus colaboradores algún otro beneficio?
21. ¿Contribuye usted con causas sociales que beneficien a la sociedad?

Desarrollo empresarial en unidades de negocios del sector cultural

22. ¿Cuándo requiere recursos financieros que fuentes específicas utiliza?
23. ¿A que tasa de interés mensual le prestan el dinero en promedio?
24. ¿Con que frecuencia presta usted dinero?
25. ¿Qué montos de dinero presta usted?
26. ¿Usted ha accedido a alguna fuente de apoyo y fomento empresarial?
27. ¿Tiene usted conocimiento de La Ley 1834 de 2017 la cual tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger los emprendimientos culturales?
28. ¿Cómo valora usted la gestión de las entidades públicas en el apoyo de los emprendimientos culturales?
29. ¿Cómo considera que le está haciendo a su negocio con relación a los años anteriores?
30. Frente al desarrollo de su actividad empresarial ¿De qué forma cree usted que le va a ir en el mediano y largo plazo?
31. ¿Pertenece usted a alguna fundación, cooperativa, asociación, gremio o cualquier otra forma de asociatividad?
32. ¿Ha recibido usted algún tipo de formación empresarial?
33. Si ha recibido formación empresarial, por favor indique ¿en qué áreas?
34. Para mejorar su actividad de negocio ¿En qué temas le interesaría capacitarse?
35. Finalmente ¿Cuál considera que es su aporte al desarrollo cultural de la región?

FIN DE LA ENTREVISTA

Agradezca el tiempo y la disposición.

Registre la hora en la que termina la encuesta.

Observaciones:

Anibal Montiel Ensuncho

Doctor en Ciencias Económicas Administrativas; Universidad para la Cooperación
Internacional-México; Docente Investigador; Corporación Universitaria
Remington-Colombia;
anibal.montiel.ensuncho@uniremington.edu.co;
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9038-9050>

Lenys Esther Vásquez López

Magister en Ciencias Empresariales; UMECIT- Panamá; Docente Investigador;
Corporación Universitaria Remington-Colombia;
lenys.vasquez@uniremington.edu.co;
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9288-5066>

ISBN: 978-9942-33-912-6

