Montiel Ensuncho, A., y Vásquez López, L. E. (2025). Bases conceptuales para emprender culturalmente. En M. Díaz Fernández (Coord). *Gestión Efectiva. Enfoques Diversos y Retos de la Administración en el Siglo XXI (Volumen I).* (pp. 62-71). Religación Press. http://doi.org/10.46652/religacionpress.271.c424

Capítulo 3
Bases conceptuales para emprender culturalmente

Anibal Montiel Ensuncho, Lenys Esther Vásquez López

Resumen

Los emprendimientos culturales se convierten en una modalidad de creación de empresas que permite articular la pasión por la cultura, la vocación por emprender y la necesidad de generar ingresos de sustento familiar. Considerando esto se pretende en este estudio plantear elementos conceptuales que sirven de base para dar inicio y consolidar unidades de negocios en torno a la cultura. En términos metodológicos, se fundamentó en la experiencia profesional de la unidad investigativa integrada a los postulados teóricos de expertos en la temática recopilada en publicaciones de alto prestigio académico. El desarrollo del trabajo evidencia que existen una serie de limitantes para la creación de empresas, de las cuales la más relevante es la falta de recursos financieros; pero que también se presentan una serie de oportunidades tales como las condiciones de mercado favorables para la producción y comercialización de bienes y servicios de carácter cultural y el interés gubernamental de apoyar esta modalidad de emprendimientos, lo que viabiliza el desarrollo de ideas de negocios en esta vía. Igualmente, se destaca que el éxito a nivel empresarial estará muy en función de la capacidad de liderazgo del emprendedor y de sus conocimientos, habilidades y destrezas para la toma de decisiones, por lo que es valioso combinar la experiencia con los nuevos saberes que puedan adquirirse en el mundo académico.
Palabras clave:
Empresario; Pequeña empresa; Oferta y demanda; Cultura; Desarrollo económico y social.

Introducción

La economía como ciencia social busca que las sociedades en su devenir histórico logren la satisfacción de sus necesidades, lo cual se alcanza mediante la organización de la producción de bienes y servicios (Montiel, 2024). En este proceso, las unidades empresariales demandan los factores productivos ofertados por las unidades familiares generándose intercambios físicos que conducen al pago de recursos monetarios. Por tal motivo, la consolidación y crecimiento del sistema estará en función del aumento de las transacciones comerciales en un ambiente de libre competencia económica.

En este orden de ideas, la problemática surge cuando se empiezan a fortalecer algunas organizaciones empresariales que empiezan a monopolizar los mercados y limitan el surgimiento y el sostenimiento de nuevas unidades de negocios. A esto se une una serie de sucesos que direccionan las nuevas dinámicas socioeconómicas en la sociedad actual, siendo algunas de estas las siguientes: un ambiente marcado por un alto nivel de competencia resultado de los procesos de globalización económica; los efectos colaterales de la pandemia del covid-19 por los déficits fiscales generados por el alto gasto público y que hoy producen una reducción en el mismo disminuyéndose los subsidios y el tamaño de la planta de personal del Estado; los procesos migratorios de personas de Venezuela por la crisis económica y social de este país; la incertidumbre en los empresarios por las políticas populistas que produce el gobierno que lidera el país autodenominado progresista.

Lo anterior, conlleva que la sociedad colombiana en la actualidad enfrente una serie de problemáticas asociadas a un lento crecimiento económico, desempleo persistente en el tiempo, altos niveles de informalidad y pobreza, entre otras. Esto hace que cada vez más el modelo capitalista tradicional sea objeto de cuestionamiento en cuanto a la posibilidad de que esta forma de organización brinde respuestas o soluciones a las necesidades actuales en términos socioeconómicos.

Es así como se debate actualmente como dentro de las condiciones del mismo sistema se puede optar por alternativas de desarrollo que puedan revertir los efectos negativos generados por el afán de lucro excesivo de los empresarios capitalistas. Los cuales por maximizar las ganancias reducen los costos operativos y dentro de estos el pago de personal disminuyendo la cantidad de puestos de empleos, lo que produce perdida capacidad adquisitiva y de esto resultan los indicadores adversos.

De estas discusiones entre académicos, empresarios, gobernantes y de todos los estamentos de la sociedad surge la temática del emprendimiento, en función a la capacidad que surge de ella de crear unidades de negocios que contribuyan con

la generación de riqueza a través de la mayor utilización de mano de obra. Lo que conllevaría dinámicas de incremento de la demanda agregada y de la producción, trayendo beneficios por los efectos colaterales que esto genera.

En este contexto, existen personas que se caracterizan por poseer habilidades, destrezas y conocimientos en la producción y/o comercialización de bienes y servicios orientados al desarrollo de la cultura y que emana de ellos una gran vocación. Estas ven en las manifestaciones culturales una opción de vida y por tal motivo desean articular esa pasión con la posibilidad de obtener ingresos para sostenerse en términos económicos.

Al respecto, los procesos de emprendimiento en el ámbito cultural adquieren notable importancia en la medida que ya no solamente se perciben como aquellos donde se desarrollan procesos comerciales de economías de subsistencia, sino que comienza a verse como un sector que jalona el desarrollo socioeconómico al generar empleos y dinamismo comercial. Lo anterior resulta de la alta demanda que en los últimos años han experimentado los bienes y servicios de carácter cultural en el mundo y en Colombia esto no ha sido la excepción. A continuación, se desarrollan una serie de ideas conceptuales que aportan al incremento de las posibilidades de éxito para colocar en funcionamiento una empresa de carácter cultural.

Desarrollo

El concepto de emprendimiento que hace una mayor referencia a su alcance en la práctica es el propuesto por la ley 1014 de 2006 que plantea lo siguiente:

> 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)

Igualmente, vale considerar lo expuesto por Palacios y Ruiz (2020), quienes definen este concepto "como un proceso que crea valor agregado, donde se asumen riesgos financieros, sociales y psicológicos, a fin de obtener beneficios económicos y satisfacción personal" (p.47), aporta también al concepto Delgadillo (2024), afirmando que:

> es un negocio desarrollado de forma independiente y puede ser creado por una persona o un grupo de personas. Este proyecto nace con el fin de ser una solu-

> ción innovadora en el mercado, ofreciendo productos o servicios únicos, generando valor económico. (párr. 3)

Por otra parte, con relación al concepto de cultura, Acevez (2023), hace referencia a lo propuesta por la UNESCO que la define como:

> El conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social, [y que] engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (párr. 2)

En esta vía, Molano (2007), conceptualiza que la cultura "es lo que le da vida al ser humano: sus tradiciones, costumbres, fiestas, conocimiento, creencias, moral" (p. 72).

De la integración de los conceptos de emprendimiento y cultura surge el de emprendimiento cultural, que hace referencia a la producción y/o comercialización de bienes y servicios orientados a la conservación y fomento de las tradiciones propias de una región. Interesa aquí lo planteado por Cuellar (2024), quien afirma que "implica la creación, desarrollo y gestión de proyectos o negocios que se basan en el rico tapiz de expresiones culturales, artísticas y creativas de una comunidad" (p. 10).

Frente a esta forma de emprender aparece el elemento clave del proceso de creación de las empresas y que permite sentar las bases para el desarrollo socioeconómico de la sociedad y es el emprendedor. En este caso, tiene una característica adicional a los demás y es que lo identifica una gran pasión por la cultura y ven en ella la posibilidad de gestar o labrar su futuro económico. Al respecto, Oliva (2018), afirma que este es "una figura capaz de conciliar a la cultura con la economía, a través de la planeación y creación de productos innovadores que se cotizan tanto como mercancía pero que, a la vez, representan valores culturales" (p. 445).

En este sentido, esta persona debe poseer una serie de atributos funcionales que según Montiel (2020, p. 12), son los siguientes: Tener talento en lo que se hace y pasión para hacerlo; establecer con claridad la experiencia que se le quiere brindar al cliente; conocer la razón de ser del negocio; identificar planamente al público objetivo; involucrarse personalmente en la oferta del bien o el servicio; realizar un plan de negocios; poseer un espíritu de constancia y superación frente a los resultados (en estos negocios es más lento y complejo lograr posicionamiento);

gestionar recursos financieros de fuentes adecuadas (personas o instituciones afines a la idea de negocio, para quienes el lucro no sea la motivación principal).

También se destacan otros aspectos que deben caracterizar a este tipo de empresarios, los cuales son:

- Vocación, se debe integrar la pasión por el arte y las ganas de ser empresario y no depender de un salario, para poner en marcha una unidad de producción y/o comercialización, con la confianza de que esta va a ser exitosa en el mercado.
- Creatividad, se debe tener la capacidad de estar continuamente creando servicios y productos innovadores alrededor de la cultura, generando valor agregado que los demás competidores muy difícilmente pueden imitar u ofrecer.
- Paciencia, puesto que las empresas no se posicionan rápidamente y de manera particular la cultura no es un bien o producto de primera necesidad y se deben crear estrategias para crear conciencia alrededor de su fomento y esto normalmente toma tiempo.
- Propósito cultural, la finalidad última de estos emprendimientos es fortalecer las costumbres, las tradiciones, lograr procesos de identificación con las raíces de las regiones y mantener en la mente quienes somos como partes integrantes de una comunidad. Esto frente a una avalancha de mensajes que buscan que las personas sean consumidores globales y que aumenten la demandan de productos extranjeros como parte de las estrategias de marketing global de las empresas multinacionales.

Por lo anterior, se debe precisar que el emprendimiento cultural tiene como soporte fundamental el surgimiento de ideas creativas e innovadoras que se materialicen en bienes y servicios que giran en torno a las artes, la música, el entretenimiento, las tradiciones, entre otras. Lo que apunta a generar la sostenibilidad y desarrollo de los procesos culturales propios de los espacios geográficos donde habitan un conjunto de individuos y que hacen parte del patrimonio inmaterial del país y de la sociedad en general. Lo que hace que este tipo de proyectos sean objeto de apoyo y financiamiento por parte de entidades del sector público de fomento a la cultura.

Es de anotar, que la puesta en marcha de estos emprendimientos se inserta en una estructura empresarial en el país que se caracteriza principalmente por una gran concentración de microempresas, las cuales enfrenta una serie de dinámicas muy complejas y que en ambientes de globalización económica a veces las coloca a competir en desigualdad de condiciones. Las principales problemáticas identificadas en este sector son: limitaciones de recursos financieros, esto dada

la escasez de recursos propios, complicados procesos para acceder al crédito, altas tasas de interés; poca capacidad instalada y con un grado de desarrollo tecnológico deficiente, esto influye notablemente en los volúmenes de producción y comercialización y en las posibilidades de innovar; poca cobertura del mercado, esto considerando el tamaño de estas unidades de negocios y la falta de conocimientos en temas de mercadeo; escasa preparación académica en temas administrativos de los directivos, lo que se refleja en el manejo empírico y poco profesional de estas unidades de negocios.

Otro aspecto para tener en cuenta es que estos emprendimientos se ven por las mismas personas que los lideran como economías de subsistencia a corto plazo, sin considerar en el mediano y largo plazo un funcionamiento que soporte los objetivos empresariales de crecimiento y supervivencia, enfocándose únicamente en la rentabilidad inmediata. Frente a esto, se deben generar las condiciones para crear conciencia de que este sector tiene muchas perspectivas favorables y puede pensar en él para consolidar proyectos empresariales que perduren en el tiempo. Al respecto, estas empresas deben enfocarse en buscar alcanzar el objetivo básico financiero, que es el maximizar el valor, lo cual se logra integrando los objetivos de generar utilidades, pero asegurando las condiciones para mantenerse posicionado en el tiempo y aumentando el tamaño de la empresa ya sea en términos físicos y comerciales.

Considerando quizás la limitante de mayor impacto que es la falta de recursos financieros y la percepción errónea de que estas unidades de negocios no pueden verse como proyectos empresariales exitosos en el tiempo, en Colombia existen una serie de ejemplos que permiten refutar el hecho de que estos emprendimientos deban quedarse como simples economías de sustento. A continuación, se describen empresas culturales que se destacan en el acontecer diario en nuestro país y que no han contado con apalancamiento financiero a gran escala (Montiel 2020, p.11), estos son: Luthiers colombianos: incentiva emprendimientos relacionados con la fabricación de instrumentos musicales hechos a mano, acordes a la vocación cultural de cada región; The End Magazine: es una revista que busca crear cultura alrededor del cine y aportar al periodismo dedicado al cine en Colombia; Kymbalá Danzas: es una organización cultural que rescata e investiga todo el folclor de la región y oferta servicios de animación para eventos sociales a través del folclor y las muestras culturales; Alma Violeta: se dedica a la producción de velas decorativas en diversos colores; Incubaxion Teatro: fusionan presentaciones de acrobacias en zancos, pisos, telas, trapecios y monociclos, juegos, técnicas clown, música en vivo con instrumentos de cuerda y percusión, malabares con aros y bastones de fuego.

Dimensionando la importancia de estos emprendimientos, se hace necesario identificar fuentes de financiamiento para solventar la principal limitante que es la falta de recursos económicos, algunas de estas son:

- Innpulsa Colombia, que es una agencia gubernamental de orden nacional que busca fomentar el emprendimiento y la innovación y que realiza convocatorias de financiamiento para acelerar proyectos empresariales.
- Fondos de Capital de Riesgo, son instituciones expertas en inversión que buscan colocar recursos en empresas que están iniciando o que se encuentran en proceso de crecimiento y cuentan con un alto potencial para su posicionamiento.
- Crowdfunding cultural, consiste en solicitar en línea recursos de donantes que quieran contribuir con proyectos empresariales de carácter cultural, la recompensa para ellos está en la gratitud de sentir que están contribuyendo con causas nobles o recibir algo tangible o intangible que represente un símbolo de lo que apoyan.
- Ángeles Inversionistas, hacen referencia a personas que cuentan con recursos monetarios propios para invertir en empresas innovadoras, participando así del capital social de estas y que consideran que en ellas pueden recuperar rápidamente lo aportado.
- Programa Nacional de Concertación Cultural Proyectos Departamentales, esta es una convocatoria del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes que busca el fomento y la cofinanciación de emprendimientos culturales (Mincultura, 2024).
- Incubadoras y aceleradoras de empresas, son organizaciones que tienen como finalidad apoyar a las empresas a fortalecerse y crecer, se deben identificar aquellas que pueden brindar posibilidades de financiamiento ya sea con recursos propios o que puedan conectar de forma directa con inversores u otras fuentes.
- Acceso a créditos con líneas especiales de fomento, estas son ofrecidas por instituciones tales Bancóldex, Fondo Nacional de Garantías (FNG), secretarias gubernamentales de cultura a nivel local y regional, entre otras.

Conclusiones

En la actualidad se hace necesario para mantener el sistema económico capitalista nuevos esquemas de negocios que vayan más allá de la búsqueda del lucro a corto plazo. Esto dado que los resultados en términos sociales muestran una sociedad marcada por la presencia de una serie de problemáticas económicas y sociales

tales como desigualdad en la distribución del ingreso, pobreza, desempleo e informalidad, pérdida de valores, falta de identidad cultural, entre otros.

En esta coyuntura los emprendimientos culturales se convierten en una opción interesante de desarrollo en términos socioeconómicos que van más allá de la búsqueda de utilidades. Es de resaltar que estos procuran generar fuentes de sustento de personas que no cuentan con las posibilidades de acceder al mercado laboral formal y que les permite satisfacer las necesidades propias y de su grupo familiar y por efectos colaterales se irriga dinamismo comercial que termina favoreciendo a la sociedad en general. Al mismo tiempo, se aporta al fortalecimiento de los valores y a las tradiciones culturales que identifican a una comunidad y que se vienen perdiendo por los fenómenos de globalización que está generando la transmisión y asimilación de patrones de comportamiento de culturas extranjeras.

Es así como se torna un imperativo que estas unidades de negocios de carácter cultural se fortalezcan en el mercado, pero para ello se deben de dejar de mirar como economías de subsistencias y verse como organizaciones con capacidad de maximizar su valor y protagonistas del acontecer productivo por su capacidad de jalonar el desarrollo local y regional. Por lo anterior, el actuar de estos emprendedores debe estar caracterizado por altos niveles de eficiencia y eficacia que conduzcan a la productividad y competitividad en cada una de las diferentes áreas funcionales de la empresa dirigida. Por lo cual es fundamental para la adquisición de habilidades, destrezas y conocimientos, la preparación y formación en temas empresariales, técnicos y en competencias blandas del talento humano involucrado.

Referencias

Acevez, J. (2023, 19 de septiembre). Conferencia Mundial de la UNESCO sobre las Políticas Culturales y el Desarrollo Sostenible–MONDIACULT 2022. UNESCO. https://lc.cx/GppGfd

Cuellar, M. (2024). Una Mirada al emprendimiento cultural. *European Public & Social Innovation Review*,9, 01-19. https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1306

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. 26 de enero de 2006. Diario Oficial 46164.

Delgadillo, M. (2024, 06 de enero). Emprendimiento: qué es, características y ejemplos exitosos. Blog emBlue. https://lc.cx/Ty3hyk

Mincultura. (2024, 17 de septiembre). El Ministerio de las Culturas abre la convocatoria del Programa Nacional de Concertación Cultural Proyectos Departamentales 2025. Blog Mincultura Gov.co. https://acortar.link/yRLeo2

Molano L., O. L., (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera,* (7), 69-84.

Montiel, A. (2020). Emprendimientos culturales: de la idea a la acción. *Atarraya Cultural*, *2*(1), 9–14.

Montiel, A. (2024). La economía como ciencia social y su aplicación en el contexto actual. En Salcedo, V. (ed.). *Economía y sociedad. Visiones del mundo en el siglo XXI. Volumen I*. (pp. 16-27). Religación Press. http://doi.org/10.46652/religacionpress.191.c287

Oliva, J. (2018). Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural. Revista *Nova Scientia, 10*(1), 442-464.

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

Conceptual bases for cultural entrepreneurship
Fundamentos conceituais do empreendedorismo cultural

Anibal Montiel Ensuncho
Corporación Universitaria Remington | Montería | Córdoba | Colombia
https://orcid.org/0000-0002-9038-9050
anibal.montiel@uniremington.edu.co
anibal.montiel.ensuncho@gmail.com
Economista, Doctor en Ciencias Económicas Administrativas. Docente Universitario de pregrado y posgrado con más de 25 años de experiencia. Creador de empresas, consultor y asesor empresarial, conferencista a nivel nacional e internacional.
Lenys Esther Vásquez López
Corporación Universitaria Remington | Montería | Córdoba | Colombia
https://orcid.org/0000-0002-9288-5066
lenys.vasquez@uniremington.edu.co
lenysvl@gmail.com
Docente investigadora en las líneas de investigación, Gestión en la Organizaciones, Emprendimiento e Intraemprendimiento. Magister en Ciencias Empresariales. Con experiencia en la ejecución de proyectos de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Abstract
Cultural entrepreneurship becomes a modality of business creation that allows articulating the passion for culture, the vocation for entrepreneurship and the need to generate income to support the family. Considering this, the purpose of this study is to propose conceptual elements that serve as a basis for starting and consolidating business units around culture. In methodological terms, it was based on the professional experience of the research unit integrated to the theoretical postulates of experts in the subject compiled in publications of high academic prestige. The development of the work shows that there are a series of limitations for the creation of enterprises, the most relevant of which is the lack of financial resources; but that there are also

a series of opportunities such as favorable market conditions for the production and commercialization of cultural goods and services and the governmental interest in supporting this type of entrepreneurship, which makes the development of business ideas in this way viable. It should also be noted that success at the business level will depend greatly on the entrepreneur's leadership capacity and his or her knowledge, skills and decision-making abilities, which is why it is valuable to combine experience with the new knowledge that can be acquired in the academic world.
Keywords: Entrepreneur; Small business; Supply and demand; Culture; Economic and social development.
Resumo
O empreendedorismo cultural tornou-se uma modalidade de criação de negócios que permite articular a paixão pela cultura, a vocação para o empreendedorismo e a necessidade de gerar renda para o sustento das famílias. Tendo isso em vista, o objetivo deste estudo é propor elementos conceituais que sirvam de base para iniciar e consolidar unidades de negócios baseadas na cultura. Em termos metodológicos, baseou-se na experiência profissional da unidade de pesquisa integrada aos postulados teóricos de especialistas no assunto compilados em publicações de alto prestígio acadêmico. O desenvolvimento do trabalho mostra que há uma série de limitações para a criação de empresas, sendo a mais relevante a falta de recursos financeiros; mas que também há uma série de oportunidades, como condições favoráveis de mercado para a produção e comercialização de bens e serviços culturais e interesse governamental em apoiar esse tipo de empreendimento, o que torna viável o desenvolvimento de ideias de negócios dessa forma. Deve-se observar também que o sucesso no âmbito empresarial dependerá da capacidade de liderança do empreendedor e de seus conhecimentos, habilidades e capacidade de tomar decisões, razão pela qual é importante combinar a experiência com os novos conhecimentos que podem ser adquiridos no mundo acadêmico.
Palavras-chave: Empreendedor; Pequena empresa; Oferta e demanda; Cultura; Desenvolvimento econômico e social.