

Emprendimientos culturales: de la idea a la acción

Aníbal Montiel Ensuncho¹



¿Por qué emprender culturalmente?

Actualmente se observa que existe un gran interés por la temática del emprendimiento. En este orden de ideas, los diversos actores de la academia, del sector público o del privado tienen diferentes opiniones que van desde la posibilidad de generar una cultura emprendedora con incentivos gubernamentales y del sector privado hasta la creencia de que solamente es posible crear empresas si las personas cuentan con los recursos financieros y con condiciones innatas para la misma.

Sea cual sea la posición que se adopte existen puntos de convergencia con relación al emprendimiento y es el hecho de que hoy el modelo capitalista tradicional a pesar de la regulación del Estado no ha generado las soluciones a los problemas socioeconómicos caracterizados por un alto desempleo, pérdida en la capacidad adquisitiva, inequitativa distribución de la renta y la riqueza, entre otros.

Es por ello, que surge la necesidad de asumir la creación de empresas como la posibilidad que tiene la sociedad de generar soluciones a corto, mediano y largo plazo a las problemáticas anteriormente mencionadas, mediante la generación de fuentes de trabajo y la producción de bienes y servicios que satisfagan necesidades humanas. A lo anterior, no se escapan aquellas personas que ven en las diferentes manifestaciones culturales una forma de vida y que desean articular su pasión con la posibilidad de generar los ingresos para su sostenimiento económico y también para aportar a la generación de alternativas de desarrollo socioeconómico.

1. Magíster en Desarrollo Empresarial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Magdalena. Doctor en Ciencias Administrativas y Económicas. Presidente de la Asociación Colombiana de Estudios para el Desarrollo Económico y Social (ACEDES). Correo electrónico: anibalmontiel2005@yahoo.com



Foto 1: Oferta de productos en el pasaje comercial “el punto fijo de las artesanías” en el municipio de Montería (Córdoba).

Dado este contexto, surge el interrogante siguiente: ¿Están dadas las condiciones para que surjan individuos que puedan desarrollar su pasión por la cultura y al mismo tiempo asuman el rol protagónico de ser gestores de ideas de negocios en medio de un ambiente de incertidumbre social, económica y política?

¿Qué se entiende por emprendimiento cultural?

Para entender que es el emprendimiento cultural se debe precisar la naturaleza de los que es un emprendimiento y que es la cultura. Es así como la ley 1014 del 2006 define el emprendimiento de la siguiente manera:

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).

Por otro lado, la UNESCO en 1982 (Maraña, 2010) establece una definición de cultura que tiene vigencia en la actualidad y es la siguiente:

La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella 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 (p. 9).

Considerando estas definiciones se podría inferir que el emprendimiento cultural busca generar riqueza mediante el aprovechamiento de oportunidades de negocios que tienen como insumos o materias primas principales el desarrollo de actividades tangibles e intangibles que tienen como finalidad preservar la cultura tales como el arte, las letras, los deportes, entre otros. En la foto 1 se muestra un ejemplo de estos modelos empresariales.

Emprendimiento cultural mitos y realidades

Existen ciertos mitos asociados al tema analizado los cuales son: los emprendimientos exitosos corresponden a ideas de negocios de base tecnológica; emprender en temas culturales no es rentable, ni sostenible; los emprendedores culturales son personas con poca formación a nivel de estudios superiores; este tipo de emprendimientos cuentan con poca capacidad financiera; las personas que llevan a cabo estas unidades de negocios de carácter cultural normalmente dedican tiempo parcial a las actividades de producción y comercialización y llevan a cabo otras ocupaciones laborales para el sustento; estos emprendedores desconocen las fuentes de financiamiento y los pasos para desarrollar un plan de negocio que conduzca a la creación de empresas, entre otros.

Esta serie de ideas preconcebidas alrededor de la temática se asocian a que se identifica por parte de muchas personas al emprendimiento cultural con unidades de negocios consideradas pequeñas en términos de espacios físicos y de volumen de ventas y con la realización de actividades que se encuentran dentro del sector informal de la economía, tales como la venta ambulante de productos artesanales y la oferta de obras de arte al aire libre. Al respecto, son pocas las investigaciones que han analizado el perfil del emprendedor cultural y lo anteriormente planteado no ha podido ser desmitificado.

Adicionalmente cuando se piensa en negocios, en la actualidad los emprendedores se enfocan de manera excesiva en el objetivo de la rentabilidad y consideran que la vía más rápida es crear

unidades de negocios basadas en la producción y comercialización de bienes y servicios enfocados al sector de las tecnologías de información y comunicación (TICS), muchas veces tienen una serie de talentos innatos o que desarrollan en el transcurso de su vida en sociedad asociados a la cultura pero que no ven como una opción para materializar su proyecto de vida de ser sus propios jefes.

Es por esto, que en pocas oportunidades los docentes del área de emprendimiento y plan de negocios ven propuestas de sus estudiantes enfocadas al emprendimiento cultural. Por lo anterior, surgen una serie de interrogantes, entre los cuales tenemos: ¿Será que la sociedad de consumo impone un estilo de vida donde lo importante es la acumulación de riquezas de forma rápida, por encima de desarrollar las vocaciones personales? ¿Por qué no se ve en los emprendimientos culturales una forma de generar riquezas de manera armónica con la posibilidad de hacer lo que al individuo le interesa?, ¿A qué se debe que personas con gran talento y creatividad se pierdan en los escenarios de negocios tradicionales o en el peor de los casos trabajando como empleados por sueldos que no alcanzan para tener un nivel de vida digno?., Son preguntas complejas de resolver y que guardan relación con la dinámica misma de la sociedad donde impera la admiración a quienes ostentan lujos y gran tenencia de dinero y también a la falta de formación en autoestima y valoración personal al individuo desde los centros educativos a nivel de todos los grados de formación a nivel preescolar, primaria, secundaria y educación superior.

Afortunadamente existen individuos que ven más allá que las demás personas del común y se atreven a colocar sus talentos al servicio de sus ideas de negocios, es así como de manera creativa llevan a cabo planes de negocios que permiten resolver problemáticas sociales. Ejemplos de esto se tiene:

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.

Es así, como en la cotidianidad se aprecia que existen otros emprendimientos culturales impulsados por empresarios que conocen los mecanismos de promoción de la cultura y que acceden a recursos para crear sus unidades de negocios y es allí donde se deben identificar los mecanismos de financiación en Colombia para este tipo de emprendimientos.

¿Qué se hace en el país para impulsar los emprendimientos culturales?

En el plan nacional de desarrollo (PND) 2018-2022 denominado 'Pacto por Colombia, pacto por la equidad' se plantean una serie de acciones para fomentar el desarrollo y consolidación del emprendimiento cultural, esto materializado en las industrias culturales y creativas, denominadas como economía naranja, para esto se contempla una inversión de 6 billones de pesos. Al respecto la exdirectora del Departamento Nacional de Planeación (DNP) Gloria Alonso (2019) formuló lo siguiente:

En el sector naranja la cultura, la innovación y la creatividad son factores de cohesión y movilización de los ciudadanos para transformar las dificultades y capitalizar las oportunidades que tiene el país.

Esta apuesta estratégica del Gobierno por el impulso y fomento de la economía naranja representa una oportunidad para la sofisticación y diversificación de la producción y las exportaciones (párr. 2).

De manera específica, el gobierno nacional a través del Plan Nacional de Desarrollo estableció el pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la economía naranja, el cual "impulsa la producción de bienes y servicios con generación de valor económico en toda la cadena, desde creadores, productores culturales y creativos, hasta la gran empresa creativa y consumidores" (Portal Web DNP, 2019, párr. 2).

¿Qué se necesita para emprender culturalmente?

Para dar vida a empresas culturales se requieren del emprendedor de un conjunto de elementos o características personales que a razón del autor del presente artículo se pueden resumir en 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 de un espíritu de constancia y superación frente a los resultados (en estos negocios es más lento y complejo lograr posicionamiento).
- Obtención de recursos financieros de fuentes adecuadas. (personas o instituciones afines a la idea de negocio, para quienes el lucro no sea la motivación principal).

¿Cuál es impacto del emprendimiento cultural en el desarrollo?

En la práctica la implementación de las empresas resultantes de este tipo de emprendimientos tienen la ventaja de estar sintonizadas con las nuevas



Foto 2: Manifestaciones culturales de carácter artesanal propias del municipio de Montería (Córdoba).

tendencias de protección al medio ambiente en la medida que potencializan el uso del conocimiento, la experiencia, el desarrollo de hobbies, entre otros, en el desarrollo de productos y servicios que no generan un alto impacto a nivel ecológico. Por otro lado, se motiva al desarrollo de la personalidad de jóvenes que habitan en zonas vulnerables por medio de expresiones culturales y esto posibilita arrebatarlos al conflicto irregular que viven nuestras regiones al tener una opción de trabajo y por ende la generación de ingresos para su supervivencia económica. En este contexto, según la Universidad de Salamanca (s.f.) los emprendimientos culturales impactan positivamente en los siguientes ítems: Generación de riquezas, posicionamiento de imagen territorial, impulsa la temática de derechos de autor, genera innovaciones tecnológicas, potencializa el diálogo multicultural y estimula la participación social y ciudadana.

Conclusiones

A manera de conclusión se tiene que los emprendimientos culturales se convierten en una opción de desarrollo social y económico, al mismo tiempo permiten que los individuos desarrollen todo su potencial creativo mediante manifestaciones de carácter cultural (foto 2). En este contexto los emprendedores en este campo se encuentran con escenarios antagónicos, se encuentran los individuos que tienen una experticia en el campo cultural y lo explotan de manera espontánea con miras a satisfacer sus necesidades produciendo en pequeñas cantidades por falta de capital de trabajo y por no contar con los canales de comercialización que le permitan la venta de mayores volúmenes de los bienes y servicios que oferta, en muchos casos tienen que colocar su saber específico a la orden de empresarios que cuentan con una estructura operativa y financiera de negocios y que



Fuente: Aníbal Montiel Ensuncho (2019)

reconocen muy poco en términos económicos la labor del artesano, obteniéndose para ellos un gran beneficio económico.

Por otro lado, están los emprendedores que cuentan con los recursos financieros (propios o del crédito) para colocar unidades de negocios de carácter formal y que conocen las fuentes de fomento para desarrollar los emprendimientos culturales

y que desarrollan actividades a gran escala. Frente a esto la universidad de Salamanca (s.f.) formula:

La realidad práctica del emprendimiento cultural se mueve entre los casos de flexibilidad enriquecedora hasta ejemplos de precariedad extrema y síntomas de auto-explotación, que deben apostar, tanto por la supervivencia económica de los proyectos, como por la aplicación del talento en tareas que le son propias (p. 1).

Considerando lo expuesto, se tiene que los actores institucionales de la sociedad deben articularse en función de generar las condiciones para que se fomenten los emprendimientos culturales, es así como da la impresión que los esfuerzos del gobierno en esta materia no son reforzados de manera oportuna por el sector académico y empresarial, por esto debe se deben crear los espacios para que se genere un mayor nivel de compromiso en función a esta tarea.

Referencias Bibliográficas

- Congreso de Colombia. (26 de enero de 2006). Ley de fomento a la cultura del emprendimiento. [Ley 1014 de 2016]. DO: 46.164. Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- Maraña, M. (2010). *Cultura y desarrollo, evolución y perspectivas*. País Vasco, España. UNESCO Etxea. Recuperado de http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/Cultura_desarrollo.pdf
- Portal Web DNP. (04 de Julio 2019). Plan Nacional de Desarrollo le apuesta a la economía naranja. Bogotá, Colombia: Departamento Nacional de Planeación. Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo-le-apuesta-a-la-econom%C3%ADa-naranja.aspx>
- Universidad de Salamanca. (s.f.). Guía práctica de emprendimiento social y cultural. Salamanca, España: Servicio de inserción Profesional, Practicas y Empleo (SIPPE) de la Universidad de Salamanca. Recuperado de https://emprende.usal.es/esyc/a-emprendimiento_social_y_cultural/2_2_emprendimiento_cultural_e_industria_cultural_y_creativa.html 