



2^o CONGRESO LATINOAMERICANO DE GESTIÓN CULTURAL

Pensamiento y acción cultural para la paz
y la participación ciudadana

18, 19 Y 20 DE OCTUBRE DE 2017
CALI, COLOMBIA

Metodología para Validación Ágil de Viabilidad-Factibilidad Comercial o Mercado Potencial para Iniciativas de Emprendimiento Creativo. Colombia

Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia
16, 19 y 20 de octubre de 2017

Natalia Muñoz Rozo
namuroagencia@gmail.com

0.INTRODUCCIÓN

RESUMEN

¿Qué metodología permitiría identificar y validar negocios de la industria creativa?

Han existido varios programas de emprendimiento y en esta investigación se ha realizado un análisis de los conceptos característicos de los negocios creativos usados para la fase identificación y validación comercial y cómo estos han sido utilizados, ya que actualmente la Industria Creativa carece de una metodología propia orientada a esta industria, repercutiendo negativamente en la creación y más adelante consolidación de empresas en el ecosistema. La metodología propuesta como resultado de esta investigación, pretende fortalecer las estrategias propuestas por el Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, generando empleo y siendo el motor de crecimiento de la Industria ante la sociedad y ante las instituciones acorde al contexto y las necesidades actuales.

Por lo tanto, es fundamental formar en competencias empresariales a la industria creativa para incrementar la producción, la circulación, el consumo y la transformación del ámbito creativo, logrando dinamizar la economía a la creación de diferentes modelos de negocios en el sector cultural mejorando los que han existido hasta el momento y lograr ser más atractivos para el sector financiero y los inversionistas. En este momento no existe una metodología para la identificación y validación comercial que busque fortalecer la administración de la propiedad intelectual, la oferta de las empresas culturales y la innovación de los modelos de negocio de esta industria que la lleve a ser sostenible, promotora de más fuentes de trabajo y de oportunidades para la región, logrando de nuestras ciudades ser un destino creativo y sostenible de Latinoamérica.

ABSTRACT

En medio de la polarización política, el acuerdo de paz y la desigualdad económica, crear estrategias para potenciar el valor expresivo o la creatividad y administrar la propiedad intelectual puede ser parte de la solución para dotar de valor diferencial a productos y servicios generados por las empresas en materia de crecimiento y sostenibilidad. Es por esta razón que actualmente fomentar el crecimiento y la sostenibilidad del emprendimiento creativo, desde la etapa de ideación y validación comercial es la clave para aumentar la competitividad y es objeto de interés de las medidas de política pública que desde la gestión empresarial se están poniendo en marcha en el ámbito de la economía creativa y la empresa.

PALABRAS CLAVES

Economía, creatividad, desarrollo económico y social, cultura y talento, tecnología, modelos de negocio, innovación y emprendimiento.

CAPITULO 1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Planteamiento del Problema

1. 1 Descripción del Problema.

En medio de la polarización política y la desigualdad económica, la creatividad es una herramienta clave para unir esfuerzos en lograr aumentar la competitividad económica a nivel internacional, porque la cultura, tan antigua como la humanidad, en el deseo de crear y comunicar experiencias que trasciendan su dimensión pragmática, que expresan también una identidad compartida estimulando las emociones y otorgando un alto valor expresivo y diferencial para

productos y servicios generados por las empresas y gobiernos, lo que está promoviendo una visión permanente hacia la innovación social y económica.

Es por esta razón que los gobiernos y empresas, están generando en sus agendas de trabajo, programas de emprendimiento creativo como una ruta de trabajo para aumentar la competitividad en ciudades y países, y están tomando decisiones políticas que desde la academia y la gestión empresarial se están poniendo en marcha en el ámbito de la economía, la tecnología y la cultura.

Desde hace unos años el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2013) afirma que la economía creativa aporta entre el 2% al 6% del PIB de los países en via de desarrollo. Reafirman que si la economía creativa fuera un país, sería el noveno mayor exportador en bienes y servicios del mundo; y la cuarta fuerza laboral del planeta. A nivel de continentes este sector aporta el 2,6% del PIB de la Unión Europea y la generación de cinco millones de empleos directos afirmando que los trabajadores creativos son doblemente productivos, creando con esto un alto impacto en el manejo económico y social que se puede trabajar hoy en día, cuando los recursos agotables como el petróleo y el carbón se están acabando y no están generando el mismo impacto económico debido a las condiciones sociales que hoy vivimos. Es por esto que actualmente el Reino Unido ha sabido direccionar su economía al talento y a la creatividad en donde 2 de cada 5 trabajos son para creativos, por lo que ha manteniendo el liderazgo mundial en las mediciones del PIB con un 4.6% desde el 2000.

El BID también explica en su informe que los países del MERCOSUR, aportan un promedio del 4.5% del PIB y en Colombia el 3,3% superando para esta fecha la cifra que aporta el café e igualando a la que aporta el carbón en nuestro país, y cabe resaltar que por años la industria del café y del petróleo fueron el sustento por décadas. También se menciona que esta industria genera 800.000 empleos directos e indirectos en Colombia.

El Ministerio de Cultura y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Min Cultura, DANE -Cuenta Satélite de Cultura de Colombia, 2015) son las entidades a nivel Latinoamérica que han sido pioneras en la medición del talento y en el 2015 reportó un incremento del PIB en 4,6% y a la fecha es uno de las principales cifras de medición de la Industria Creativa que tenemos en el país, la cual es equivalente al aporte que hace la industria del suministro de electricidad, gas y agua del PIB.

La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB, 2014) también ha sido un aliado estratégico para fortalecer los negocios creativos, ya que desde el Ministerio de Comercio Industria y Turismo han trabajado en la consolidación de los clustes de la ciudad, y a la fecha ya cuentan 10 clusters relacionados con esta industria, y dentro de sus estudios afirman que hay un indicador importante en materia de concertación del talento en la ciudad de Bogotá, lo cual demuestra una migración de ciudades medianas y pequeñas a Bogotá, debido a las posibilidades de mercados que esta genera, concentrando cerca del 92% de los servicios creativos, el 90% de la industria cinematográfica, el 73% de las empresas del sector de contenidos digitales y el 55% de las empresas de videojuegos a nivel nacional.

Es por esto que debemos trabajar en crear ecosistemas creativos, formalizar los procesos, fortalecer las competencias y los programas de formación para evitar la fuga de talento, porque la cultura es un aspecto fundamental para cada ciudad y región del mundo dado que ella representa las raíces de lo que cada lugar expresa de acuerdo a sus tradiciones y en ese sentido, todas las ciudades y los países del mundo cuentan con su propia cultura, su identidad y su patrimonio. Cada vez más el mundo se mueve en función de la tecnología y de la narrativa, por lo que hay que tener un talento para contar historias, y es por esto que la creatividad es una ventaja competitiva para las empresas y gobiernos, que haciendo uso de la tecnología han permitido denominar a las ciudades focos de creatividad o ciudades creativas.

Hace más de quince años la tecnología digital expandió las posibilidades de contenidos en medios digitales, motivo que impulsó el origen de nuevas empresas que tenían una historia que contar, las cuales están generando abundantes bienes y servicios propios, cada vez más sofisticados en un mercado global acelerado. Imágenes, sonidos, símbolos e ideas que generan cada día más empleo, promoviendo la riqueza y una nueva cultura. Y uno de los expertos en gestionar el talento desde hace más de 10 años ha sido el Reino Unido, porque ha sabido impulsar el motor de la economía creativa, realizando inversiones para la inclusión social, el desarrollo y la diversidad. El origen de la economía creativa, como suele ser conocida, realmente data del momento en que las antiguas tradiciones de trabajo cultural e industrial en diseño, como la elaboración, la decoración y la representación empezaron a dialogar con las actividades productivas modernas, como la publicidad, la moda y los medios de comunicación adquiriendo un mayor alcance, también por supuesto a la tecnología.

Por lo que en los últimos años el gobierno y las instituciones de distintos países han comprendido que añadir creatividad e innovación cultural dentro de las agendas de gobierno y dentro de las empresas está aumentando no solo el impacto económico y social de manera importante a nivel nacional, por que retienen talento y generan nuevos negocios, sino también porque involucra la participación de los ciudadanos en causas sociales o que generan bienestar, acelerando la apropiación de la innovación en general y el empoderamiento creativo y tecnológico en las ciudades y los países. La aceptación al cambio, la productividad, la flexibilidad, la versatilidad, la curiosidad, la confianza y la voluntad para asumir riesgos son actitudes imprescindibles que los gobiernos y las empresas están impulsando, para fortalecer la competitividad de la economía, porque comprendieron que son el motor del desarrollo y el activo más valioso e inagotable.

Es por eso que podemos ver hoy mucho protagonismo de este tema y se están implementando estrategias para que los administradores, economistas, abogados e ingenieros pongan sobre la mesa las cifras que generan y que estén prestado su

atención a trabajar en estos temas. Formalizar los procesos para los empresarios creativos que llevan años tocando puertas puede también ser un gran punto de encuentro para que superen las barreras que el sector enfrenta y así aumentar su impacto económico y social en todo nivel. Algunas de estas barreras actuales han sido la de aprender a administrar la imaginación, trabajar la experimentación, capitalizar el trabajo colaborativo, y tener acceso a conocimientos tecnológicos.

Con el uso o no de la tecnología, los emprendedores creativos necesitan llegar a tener más oportunidades de trabajar con el sector privado y en proyectos de colaboración. La gestión en redes, alianzas entre entidades, empresas, centros de innovación y crecimiento empresarial que fomentan las competencias empresariales son claves en este proceso de transformación en el que estamos viviendo hoy y para incrementar el impacto de estas iniciativas se han venido utilizando las metodologías ágiles, la producción, la circulación, el consumo y la transformación del ámbito creativo a todo nivel. Su expansión hacia un futuro exige nuevos modelos de medición y control de su contribución económica y social, para conocer de fondo lo que piensan los creativos sobre todos estos programas, conocer los aprendizajes dentro de las instituciones que los han venido generando y conocer el desarrollo de nuevos planes o políticas que con seguridad seguirán apareciendo según las necesidades del entorno.

Barranquilla y el Atlántico durante los últimos 10 años ha venido implementado las políticas nacionales relacionadas a la Industria Creativa las cuales se encuentran en los Planes de Desarrollo que se han ejecutado desde la Gobernación del Atlántico, la Comisión Regional de Competitividad, la Secretaría de Cultura de la Gobernación y la Alcaldía de la ciudad, con proyectos orientados hacia la producción, distribución, y principalmente comercialización con gestores de patrimonio y hacedores culturales del carnaval que tienen una gran herencia cultural, pero que hasta el momento han tenido un soporte estable de apoyo en emprendimiento y servicios empresariales desde estas entidades.

Por ello existe la necesidad de crear una metodología para identificar, validar e impulsar negocios creativos hoy en día, desde una perspectiva más global y tecnológica. Para el gobierno y las empresas es importante promover negocios culturales con proyección internacional y crear soluciones que impacten necesidades reales, que lleguen a nuevos mercados y que tengan valores esenciales con inmensas ventajas para el desarrollo.

1.1.1.1 Pregunta principal y secundarias

¿Cual podrá ser la metodología ágil para los emprendimientos creativos?

¿Cuáles son los factores que hay que tener en cuenta para identificar y validar comercialmente negocios creativos que fomentan el impacto económico y social?

¿Cuál es la relación de estos factores que debe de tener en cuenta en la ideación y validación comercial un emprendedor creativo con el fin de orientarlo hacia la generación de impacto económico y social en un futuro?

¿Cuáles deben ser los pasos de una metodología que debe realizar un emprendedor creativo para que fortalezca el trabajo que realizan en pro de la generación de impacto económico y social?

1.1.2 Formulación del problema:

De acuerdo con la problemática anteriormente mencionada se pretende establecer una metodología para la identificación y validación comercial para emprendimientos de la industria creativa en el Departamento del Atlántico lo cual nos lleva a formular la siguiente pregunta problema:

¿Qué metodología ágil permite identificar y validar negocios de la industria creativa en el Departamento del Atlántico

1.2 Objetivos:

1.2.1 Objetivo general:

Diseñar una metodología ágil para la identificación y validación comercial de emprendimientos creativos en el Departamento del Atlántico con el fin de fortalecerla y generar desarrollo económico y social.

1.2.2 Objetivos Específicos:

1. Identificar los factores a tener en cuenta en la ideación y validación comercial que deben realizar los emprendedores creativos con el fin de orientarlos en la generación de impacto económico y social.
2. Determinar las relaciones entre los factores que deben de tener en cuenta en la ideación y validación comercial los emprendedores creativos para fomentar el impacto económico y social.
3. Proponer los pasos de la metodología que debe realizar los emprendedores creativos con el fin de orientarlos en la generación de impacto económico y social.

1.3 Justificación:

De acuerdo a todas las problemáticas anteriormente mencionadas es relevante trabajar en innovación empresarial para esta industria, porque adicional a su gran valor económico y social demostrado por expertos, se busca realizar una mejora en materia de identificación y validación de negocios creativos, es decir, hay que innovar en los actuales modelos de negocios que tienen los emprendimientos, realizando cambios organizacionales, productivos o tecnológicos, que impulsen la propuesta de valor que tienen, para hacer del negocio más eficiente frente al mercado y conseguir una mejor posición, incluso poder crear un mercado

totalmente nuevo donde, no existan competidores. Proponer una metodología para la industria creativa que identifique y valide comercialmente los emprendimientos en pro de mejorar los modelos de negocios actuales en el Departamento del Atlántico es indudablemente una necesidad actual que tienen los gobiernos, las empresas y las universidades.

Para que esta economía siga creciendo es importante que se adapten fácilmente a los cambios en el mercado, que sean ágiles internamente para desarrollar nuevos productos y servicios, y que tengan una visión a largo plazo destinada a cambiar el statu quo de una industria, creando ventajas competitivas absolutamente arrolladoras.

Por lo tanto y viendo los esfuerzos de programas en formación nacional que han desarrollado el Ministerio de Cultura, y la Gobernación del Atlántico, para poder continuar respondiendo a las políticas nacionales en materia de permanencia y consolidación del talento y su crecimiento en el departamento, es pertinente propiciar la formación de capacidades administrativas y en innovación empresarial con el fin de ser más eficientes, mejorar su posición en el mercado, crear nuevos mercados y alianzas en redes, adquiriendo competencias en mercadeo, derecho y finanzas.

Las metodologías que han sido utilizadas hasta el momento con emprendedores se basan en un encuentro permanente con clientes desde el primer momento, porque las ventas deben ser la ruta de trabajo para lograr disminuir el riesgo. Hace poco y paralelamente a esto, en materia de apoyo y formación de competencias empresariales, el gobierno aprobó la ley naranja, la cual busca fortalecer las estructuras productivas que actualmente existen y gestionar las políticas a nivel regional y departamental en pro de los negocios, visibilizando el valor económico de los bienes y servicios provenientes de este sector, el cual aún es considerado por muchos como el apadrinado por el Estado.

Es por esto que crear nuevas redes para desarrollar nuevas competencias, desarrollar visiones compartidas sobre el futuro, integrar disciplinas científicas,

experimentar nuevas formas de innovación, y en definitiva, darle un enfoque integrado al proceso del desarrollo de los emprendedores creativos, quienes den la prioridad a las ventas son los elementos claves que van a contribuir con seguridad al crecimiento competitivo, sostenible e integrador y en las que trabajaremos en esta investigación.

En este momento debemos trabajar en mejorar la calidad de vida de todos, y la cultura ejerce un rol principal para lograrlo, todos sabemos que luego de consumir un bien cultural, este está contribuyendo profundamente al bienestar de la sociedad y a la cohesión social, y en esta medida, el departamento está comprometido con fomentar la innovación y el crecimiento económico, la sostenibilidad y el valor inmaterial de la economía creativa, para tener un estilo de vida con calidad que desean obtener siempre experiencias nuevas y enriquecedoras propias de nuestra identidad y diversidad cultural.

Por lo tanto, y siguiendo los pasos de países que han sabido administrar el talento y la propiedad intelectual, es fundamental fomentar una metodología de ideación y validación comercial para emprendimientos creativos y poder contribuir al posicionamiento del sector cultural como eje estratégico del desarrollo económico y social del departamento, y para promover la industria y los emprendimientos creativos, incrementando la generación de ingresos, empleos y el valor simbólico y patrimonial de la región.

En la actualidad, la capacidad para crear experiencias sociales, de creación de audiencias o de capital social es un factor de competitividad clave en los negocios y característico de la economía creativa. Si el Departamento del Atlántico quiere seguir siendo competitivo en este entorno global en transformación y posicionarse como una ciudad de destino creativa, debe establecer un plan de trabajo para gestionar y promover la sostenibilidad de la industria creativa para que esta a su vez de fortalecerse, atraiga nuevos negocios y metodologías empresariales para identificar y validar comercialmente los emprendimientos futuros a todo nivel.

Es fundamental dar vuelta a viejos modelos de desarrollo que hoy ya está demostrada su ineficiencia, con el fin de adaptarse a la realidad global, regional, nacional que exige propuestas de valor nuevas orientada a la necesidades de los clientes de hoy, con desarrollos tecnológicos cada vez más sofisticados y con un ecosistema comercial robusto de oferta de productos y servicios del Departamento del Atlántico que respalde estas iniciativas y que promueva la sostenibilidad de la Industria Creativa al futuro.

Explotar el potencial creativo y visibilizar las nuevas oportunidades de negocios que se pueden generar en el departamento por su gran potencial en la herencia cultural y aprendiendo a administrar la propiedad intelectual, se podrán ir resolviendo las necesidades del mercado actual, de aquellos interesados en el valor de los bienes y servicios creativos del atlántico.

En conclusión, todos estos conceptos metodológicos relacionados al emprendimiento creativo y de formación en estudios de negocios para emprendedores creativos se hacen fundamentales en este momento, en el que se deben proyectar los emprendimientos creativos, la ciudad y el departamento en escenarios internacionales que capturen valor, fomentando la confianza en los negocios, la inversión extranjera y la sostenibilidad de la región.

Por eso la propuesta de diseñar una metodología que comprenda el contexto de las metodologías utilizadas anteriormente por las entidades que operan estos programas de emprendimiento, y conociendo las actuales acciones estrategias propuestas por el gobierno; que están trabajando en el desarrollo y la generación de impacto económico y social desde la economía creativa, puede ser implementada para fortalecer temas como la administración de la propiedad intelectual, la creación de valor agregado, mejorar la calidad de vida de los trabajadores de esta economía y resolver las dificultades encontradas en la identificación y validación de negocios creativos hacia el futuro.