



EMPRENDIMIENTOS CULTURALES COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL

Cultural enterprises as an alternative for local development

ANIBAL MONTIEL ENSUNCHO Y LENYS ESTHER VÁSQUEZ LÓPEZ
Corporación Universitaria Remington, Colombia

KEYWORDS

*Entrepreneurship
Culture
Developing
Local
Tradition
Experience
Knowledge*

ABSTRACT

The business sector in Colombia has experienced processes such as globalization, the covid-19 pandemic, tax reforms, which articulated results in excessive competition, uncertainty and crisis in economic terms and the cultural entrepreneurs of the municipality of Montería do not escape this. In this order of ideas, the objective of this research work aims to analyze the potential of cultural business units to generate alternatives for local development.

PALABRAS CLAVE

*Emprendimientos
Cultura
Desarrollo
Local
Tradicición
Experiencia
Conocimiento*

RESUMEN

El sector empresarial en Colombia ha experimentado procesos tales como la globalización, la pandemia del covid-19, reformas tributarias, que articulados dan como resultados excesiva competencia, incertidumbre y crisis en términos económicos y a esto no se escapa los emprendedores culturales del municipio de Montería. En este orden de ideas, el objetivo del presente trabajo investigativo apunta a analizar el potencial que tienen las unidades de negocios de carácter cultural para generar alternativas de desarrollo local.

Recibido: 20/ 08 / 2022

Aceptado: 24/ 10 / 2022

1. Introducción

En Colombia la educación tradicional por mucho tiempo se dedicó a formar personas para el mercado laboral y por ningún lado los contenidos temáticos impartidos apuntaban a generar actitudes emprendedoras en las personas que conllevaran a que estos crearan sus propias fuentes de empleo y de otros impactando en la generación de alternativas de desarrollo económico y social.

La anterior situación cambió con el fenómeno de la globalización que impulsó la apertura económica y con ella la llegada de muchas empresas que contaban con una gran capacidad financiera y con estructuras de producción y/o comercialización más eficiente. Lo mencionado generó el cierre de muchas empresas, adicionalmente el Estado, que era uno de los mayores oferentes de empleos, se modernizó y con ello sobrevino la reducción de su tamaño, también con los avances tecnológicos y su rápida inserción a la vida empresarial se reemplazó la mano de obra por maquinarias.

Estos fenómenos articulados a otros redujeron el empleo, disparándose las tasas de desempleo, la informalidad, el empleo de baja calidad, la pobreza, y con ello la necesidad de revisar los modelos educativos hacia la enseñanza del emprendimiento como alternativa para mejorar la situación económica de las personas. Para dimensionar la situación que se presenta en términos socioeconómicos se tienen las siguientes cifras estadísticas: informalidad 58,1% al trimestre junio-agosto de 2022, desempleo 10,6% al trimestre junio-agosto 2022, al cierre del año 2021 la pobreza monetaria fue del 39% y la pobreza extrema del 12,2% (DANE, 2022).

Para mitigar la dura realidad que viven gran parte de la población desde hace mucho tiempo en Colombia se busca crear una cultura del emprendimiento y para ello se formuló la ley 1014 del 2006 y posteriormente la ley 2069 del 2020, ambas tienen como objetivo crear el marco normativo para la consolidación de nuevas ideas de negocios que contribuyan con las problemáticas mencionadas.

En este contexto, se encuentran los emprendedores del sector cultural, quienes en su mayoría se encuentran desarrollando actividades de producción y/o comercialización con pocos recursos financieros y de manera informal. Se destaca que a pesar de las adversidades que enfrentan con sus esfuerzos aportan a la generación de empleos y contribuyen a la preservación de la cultura de la región, es por esto que el presente ensayo investigativo pretende dar respuesta al siguiente interrogante: ¿Cuál es el impacto económico que tienen los emprendimientos culturales en el desarrollo local del municipio de Montería?

Se justifica el desarrollo de esta investigación porque existen una serie de imaginarios en torno a los emprendimientos culturales y tienen que ver con la creencia de que estas son actividades marginales de comercio, que existen pocas posibilidades de crecimiento, lo cual no tiene un soporte real porque en el país existen historias de emprendedores en este sector que se han destacado, tales como Luthiers Colombianos, Alma Violeta, Kimbala Danzas (Montiel, 2020).

La respuesta al interrogante de investigación implica tener un soporte teórico que permita acceder al conocimiento de forma estructurada y metódica. Considerando esto se plantea inicialmente autores que desarrollan enfoques a partir del concepto de emprendimientos culturales y luego otros que lo hacen con relación al desarrollo local.

En este sentido, Oliva (2018) analiza los factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural, colocando de manifiesto la importancia del emprendedor de la llamada economía creativa en la medida que es el agente económico que integra la cultura a la economía a través de la oferta de bienes y servicios que son el resultado de las expresiones culturales.

Otro referente que dimensiona la importancia de las personas que toman estas iniciativas se encuentra en la investigación de Timarán et al., (2022) quienes estudian cómo se relaciona el emprendimiento cultural y los nuevos escenarios económicos y sociales argumentando:

Este colectivo de personas creativas se convierten en agentes capaces de generar transformaciones y bienestar económico, buscando compartir y recuperar saberes, apropiarse de las nuevas tecnologías y lenguajes para transformar la cadena de valor de los bienes y servicios de base cultural, asumir una lectura crítica de su entorno al adquirir mayor conciencia del medio ambiente y la protección de los valores simbólicos, interesarse por mejorar la calidad de vida de la comunidad, en pocas palabras, en una generación que busca hacer las cosas de una manera diferente (pág. 240).

Aporta en esta misma orientación, González (2013) quien investiga sobre el ecosistema de las industrias culturales en Colombia, resaltando su alcance en términos de estas como motor para el desarrollo económico y social, por su capacidad de generar empleos directos e indirectos, por ser amigables con el uso de los recursos naturales, por su carácter innovador, entre otros. De manera particular, destaca el rol del emprendimiento enfocado a la producción y comercialización de bienes y servicios culturales, planteando:

Con el emprendimiento cultural se busca, de forma general, utilizar modelos y herramientas empresariales orientadas a impulsar, valorizar o generar valor, a partir de la creatividad artística y de actividades que

tienen como materia prima lo intangible. Se trata de la búsqueda de estrategias para mejorar las condiciones laborales del sector cultural (pág. 89).

Por otra parte, el tema del desarrollo local es objeto de estudio de teóricos tales como Uribe et al., (2013) los cuales plantean pautas para generar desarrollo local y empresarial y destacan la formación como factor básico para orientar al emprendedor. De igual manera, se pone de relieve como afectan las características personales de un individuo al proceso de aprovechamiento de las oportunidades de negocios que brinda el entorno.

Al respecto, León & Sorhegui (2004) complementan aportando con el análisis de la globalización en el desarrollo local, describen las causas y consecuencias de este proceso en función al nivel de competencia, en los niveles de producción y consumo, en las nuevas dinámicas economías y sociales, en la calidad de vida de la población, en la generación de bienestar social, entre otros. En este orden de ideas, *“el concepto de desarrollo local lleva implícito la concepción de desarrollo, la cual no puede restringirse solamente al crecimiento cuantitativo de la riqueza o del producto per cápita e incluye necesariamente la dimensión social”* (pág. 20).

Finalmente, Sosa et al., (2020) formulan consideraciones sobre el desarrollo local intentando explicar la evolución del concepto y afirman que existen muchas aproximaciones en la búsqueda de su definición, tales como: igualdad, desarrollo humano, crecimiento económico, sin llegar a una de forma puntual. Estos autores concluyen:

El desarrollo socioeconómico local implica crecimiento económico y cambios estructurales, que conducen a una mejora del nivel de vida de la población local; ello conlleva al establecimiento de estrategias de cooperación y nuevas alianzas entre actores públicos y privados de diferentes niveles institucionales (locales, regionales, nacionales, internacionales) (pág. 314).

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Establecer el impacto económico que generan los emprendimientos culturales en el desarrollo local del municipio de Montería.

2.1 Objetivos Específicos

Reconocer las condiciones económicas que caracterizan el accionar de los emprendedores culturales en el municipio de Montería, con miras a diagnosticar su situación actual.

Identificar acciones y estrategias que conduzcan a potenciar el desarrollo del sector de los emprendimientos culturales en el municipio de Montería.

3. Metodología

Para establecer el impacto de los emprendimientos culturales se establece un estudio de carácter positivista, para describir la realidad tal cual se manifiesta. Se utiliza el método deductivo, es así como inicialmente se analiza información general recolectada de bases de datos sobre la temática, para luego entrar a concluir de forma particular, tomando como base las encuestas realizadas a la población objetivo.

El enfoque de investigación es mixto, combinando elementos de corte cuantitativo, de estadística descriptiva, con los cualitativos que giran en torno a la interpretación de los datos. En cuanto al tipo de estudio este es descriptivo, puesto que se describen las características de los negocios de los emprendedores del sector y como las actividades desarrolladas impactan en términos socioeconómicos,

En cuanto a técnicas de recolección de información se hace uso para la información secundaria de fichas de revisión bibliográficas y para la información primaria se utiliza la encuesta y como instrumento se aplica un cuestionario con preguntas de selección múltiple con única respuesta, en algunas de estas se les brinda la posibilidad a los encuestados que justifiquen la opción elegida. Es de anotar, que se aplica un muestreo por conveniencia, dado que no existe una fuente que tenga información precisa sobre el número de emprendedores culturales que tienen el municipio de Montería.

La importancia de tener en cuenta todo lo anterior es porque *“el método es requisito indispensable para la investigación y es la herramienta que ayuda a sistematizar u ordenar la investigación, asimismo, coadyuva al logro de los objetivos preestablecidos”* (Nateras, 2005, pág.278).

4. Resultados

El cuestionario se aplicó a 48 emprendedores culturales del municipio de Montería y la información obtenida se tabuló para dar respuesta al interrogante de investigación. Se seleccionaron las preguntas más relevantes, siendo las siguientes:

Existe un alto nivel de informalidad empresarial por parte de los emprendedores culturales en un 85,4%, esto se puede visualizar en la tabla 1. Esta situación de empresas operando sin el cumplimiento de las normas

legales vigentes que regulan el funcionamiento de los negocios es algo frecuente en las economías en desarrollo (Cárdenas & Rozo, 2009).

Tabla 1. Grado de formalidad empresarial

Detalle	Frecuencia	%
Si	7	14,6%
No	41	85,4%
Total	48	100%

Fuente: Calculo de los autores, 2022

Estos encuestados consideran que no existe ningún beneficio de estar formalizados y que existen excesivos trámites e impuestos que desestimulan. Los que están formalizados no perciben ventajas por esto y consideran más bien esto como algo que los perjudica porque asumen pagos que conllevan a vender a un precio mayor y con se tornan menos competitivos. Es de anotar, que estos resultados indican que se presenta mucha evasión de impuestos y con esto la posibilidad de que el sector aporte con recursos a las finanzas públicas. Al respecto, Velázquez & Vargas (2015) establecen:

La formalización es un aspecto de gran importancia para que las ideas de emprendimiento se materialicen y duren en el tiempo. Sin embargo, los establecimientos de comercio y las mipyme lo pasan por alto desde el inicio de sus actividades (pág. 62).

Se podría considerar que por el nivel de informalidad esta actividad aporta poco al desarrollo socioeconómico, pero el hecho de que estas personas estén realizando actividades de comercio generan por lo menos el sustento de un núcleo familiar, en tiempos donde existen altos niveles de desempleo y de pobreza. Además, con esto se evita que las personas al no tener ingresos para su sustento opten por la vía de la delincuencia para acceder a ellos. Frente a esto, Esquivel et al., (2019) formulan:

Los resultados permiten identificar al comercio informal como un medio de activación de la economía familiar, a través de este medio de trabajo son muchas las familias que optan por esa opción, unos por la falta de plazas de empleo o por la necesidad de generar un ingreso adicional en sus hogares (pág. 12).

Esta afirmación se complementa con la de Rodríguez & Calderón (2015) cuando plantean:

Se ha llegado a determinar que la economía informal puede llegar a ser una malla de seguridad, ya que en esta se encuentran cientos de miles de personas que carecen de empleo formal y que requieren de trabajo y de ingresos para subsanar sus necesidades básicas y las de sus familias (pág.42)

Es así, como estas actividades empresariales posibilitan generar alternativas de supervivencia a familias que cuentan con pocos recursos y posibilidades de acceder al mercado laboral formal, al tiempo que permite dinamizar las economías domésticas, satisfacen las necesidades de productos culturales, contribuyendo a preservar la tradición y las expresiones culturales propias de la región.

En cuanto a la actividad comercial desarrollada se tiene que el mayor promedio de ventas se encuentra en el intervalo \$100.001 a \$200.000 con un 43,8%, seguido de \$200.001 a \$300.000 con un 37,5%, la tabla 2 muestra estos resultados.

Tabla 2. Ventas diarias en promedio

Detalle	Frecuencia	%
\$0-\$100.000	7	14,6%
\$100.001-\$200.000	21	43,8%
\$200.001-\$300.000	18	37,5%
\$300.001-\$400.000	2	4,2%
Más de \$400.000	0	0,0%
Total	48	100%

Fuente: Calculo de los autores, 2022

Esto indica un promedio de ventas diario de \$181.250 y mensual de \$4.531.250, teniendo en cuenta que se labora en promedio 25 días. Este valor se encuentra en un nivel bajo de ventas. Lo anterior es normal, dado que estos negocios informales no tienen adecuadas estructuras de producción y/o comercialización que les

posibilite competir en un mercado cada vez más con mayor presencia de oferentes, tampoco poseen suficientes recursos de capital para invertir y mejorar su posicionamiento comercial. Con relación a la forma como operan las organizaciones enmarcadas en la informalidad, Santamaría & Rozo (2009) infieren:

Las empresas no tienen acceso a los mercados financieros ni a los mercados internacionales, entre otros, los cuales son pilares fundamentales del crecimiento empresarial y de la productividad. Por esa razón, por lo general tienen menores niveles de productividad y mantienen una escala de operación inferior a la óptima, generando un menor número de empleos, que usualmente son de baja calidad (i.e., bajos salarios). En definitiva, este proceso limita el desarrollo económico, reduciendo las posibilidades de un mayor crecimiento y evitando una reducción más rápida y consistente de la pobreza (pág. 271).

Valorando las utilidades en promedio que generan estas ventas, se tiene que los encuestados en mayor proporción obtienen entre \$40.001 a \$60.000 en un 47,9% y entre \$20.001 a \$40.000 en un 37,5%, esto se coloca de manifiesto en la tabla 3.

Tabla 3. Utilidades diarias en promedio

Detalle	Frecuencia	%
\$0-\$20.000	3	6,3%
\$20.001-\$40.000	18	37,5%
\$40.001-\$60.000	23	47,9%
\$60.001-\$80.000	4	8,3%
Más de \$80.000	0	0,0%
Total	48	100%

Fuente: Calculo de los autores, 2022

En promedio, la utilidad diaria es de \$41.667 y mensualmente de \$1.041.667. Este ingreso mensual está por debajo del salario mínimo legal en Colombia, lo que demuestra que esta es una actividad económica que no genera posibilidades de reinversión y con esto el crecimiento empresarial, más bien se constituye en economía de supervivencia. Se confirma lo planteado por Menni (2004) *“el trabajo informal no constituye una elección laboral sino una manera de rebuscársela, creando una fuente de ingresos que permita la propia subsistencia y la manutención del grupo familiar”* (pág. 52).

En cuanto a los empleos generados por los negocios de los encuestados, en su mayoría generan solo el empleo del emprendedor, es decir, un solo empleo (64,6%), mientras que el 31,3% generan dos empleos y solo el 4,2% generan tres empleos, la tabla 4 detalla estos valores.

Tabla 4. Número de empleos generados

Detalle	Frecuencia	%
Uno	31	64,6%
Dos	15	31,3%
Tres	2	4,2%
Cuatro	0	0,0%
Más de Cuatro	0	0,0%
Total	48	100%

Fuente: Calculo de los autores, 2022

En promedio se genera 1,4 empleos por cada emprendimiento cultural de baja calidad porque no se paga ningún tipo de seguridad social ni prestaciones sociales y la contratación de los pocos trabajadores se hace por pagos de los días efectivamente laborados. En este caso, la poca generación de ventas y de utilidad hace que no se tenga la posibilidad de aumentar la planta de personal que atiende los negocios.

Es así, como se genera más el autoempleo del emprendedor y por esto le corresponde hacer de todo para el desarrollo del objeto social de la unidad empresarial. Esta poca capacidad de producir fuentes de empleo no le resta méritos al impacto del sector, considerando que posibilita llevar a cabo una alternativa ocupacional para una gran parte de la población que no es jalonada por la formalidad empresarial y que permite su subsistencia y de su círculo cercano (Gómez, 2007).

Las posibilidades de financiación de estos emprendedores se describen en la tabla 5 e indican que son mínimas con el sistema financiero formal, solo el 10,4% accede a entidades financieras, mientras que el 72,9% la mayor parte de ellos lo hace con los prestamistas informales, por otra parte, una proporción significativa lo hace con familiares y amigos en un 16.7%.

Tabla 5. Fuentes de acceso a recursos financieros

Detalle	Frecuencia	%
Entidades financieras	5	10,4%
Prestamistas informales	35	72,9%
Socios	0	0,0%
Amigos y familiares	8	16,7%
Otro	0	0,0%
Total	48	100%

Fuente: Calculo de los autores, 2022

Cuando se revisa esta información se destaca que el acceso a las fuentes de financiamiento se realiza con la más costosa que es el acceso al mercado financiero informal, esto según los encuestados se debe a que las entidades financieras solicitan muchas garantías y hay que realizar excesivos trámites, además por el carácter informal de las unidades de negocios no se tornan en un mercado atractivo y potencial. En este sentido, Ochoa et al., (2016) afirman:

Los créditos informales influyen en los propietarios de pequeños negocios, porque ellos adquieren este financiamiento para poder continuar con la marcha de sus actividades. Debido al limitado acceso a fuentes formales por las barreras que se presentan para realizar un crédito de este tipo (papeleos, garantías), dichos financiamientos posibilitan complacer las necesidades básicas del prestatario, pero debido a su informalidad los prestamistas se aprovechan de la cantidad de dinero prestado, principalmente por la excesiva tasa de interés, por la carencia de algún organismo que controle, y la deuda no tiene el debido proceso financiero que una institución formal realiza (pág. 114).

En cuanto a la revisión del conocimiento de las fuentes de fomento que se han creado para apoyar a los emprendimientos culturales, se evidencia en la tabla 6 que el 100% de los encuestados afirma que no han accedido a ninguna financiación o ayuda de organizaciones públicas o privadas.

Tabla 6. Acceso a fuentes de fomento empresarial

Detalle	Frecuencia	%
Si	0	0%
No	48	100%
Total	48	100%

Fuente: Calculo de los autores, 2022

Se observa que los encuestados no conocen los mecanismos que brindan las entidades de fomento para acceder a recursos económicos para el desarrollo de sus actividades económicas. Esto da cuenta de la inadecuada gestión de las entidades encargadas de apoyar al sector. Es de anotar, que las entidades públicas tales como la administración municipal deben ser más protagonistas en el papel de impulsor de iniciativas de negocios, considerando el gran impacto que se genera en el entorno local (Osorio & Salinas, 2012). La importancia de apoyar el accionar de estos emprendedores también es dimensionado por Duarte & Ruiz (2009) cuando postulan:

El desarrollo local y regional busca aumentar las posibilidades de una sociedad, aprovechando las potencialidades de los sujetos como iniciadores de ideas innovadoras que causan impacto económico y social, posibilitando el crecimiento progresivo no solo en el empleo sino a nivel productivo y económico y social en las comunidades (pág. 327).

En cuanto a la formación y la experiencia en términos administrativos para el manejo eficiente del negocio se tiene que muy pocos son los que cuentan con esto. La tabla 7 muestra tal situación, solo el 16,7% afirman que por sus estudios y por el manejo de emprendimientos en su vida ocupacional poseen de habilidades y destrezas en el ámbito gerencial.

Tabla 7. Formación y experiencia administrativa

Detalle	Frecuencia	%
Si	8	16,7%
No	40	83,3%
Total	48	100%

Fuente: Calculo de los autores, 2022

Estos resultados dimensionan la importancia de la educación empresarial para los emprendedores culturales. Esto en la medida que el ambiente económico en la que se desenvuelven las actividades de producción y/o comercialización se encuentran inmersos en un gran nivel de competencia y de ambientes de incertidumbre y por ende solo una visión gerencial exitosa podrá mantener a flote a las organizaciones. Para lo anterior, es clave el diseño de estrategias encaminadas al logro de los objetivos de rentabilidad, crecimiento y supervivencia, lo que requiere de conocimientos y competencias específicas. Hernández (2013) complementa con lo siguiente:

Lo cierto es que gran parte de los emprendedores, sobre todo en el sector cultural, continúan con el rol de administradores de sus proyectos, por lo que es indispensable que desarrollen destrezas gerenciales para asegurar la sostenibilidad de sus proyectos (pág. 80).

5. Discusión

La realidad económica del sector empresarial en Colombia muestra que se enfrentan grandes dificultades como resultados de una serie de procesos que convergen y que han generado crisis económica, la anterior situación no es ajena para los emprendedores culturales. Los cuales por la globalización económica han enfrentado excesiva competencia, además la pandemia del covid-19 y los efectos colaterales por las medidas económicas y sociales ha generado afectaciones negativas en términos de ventas, rentabilidad y pérdida de mercados.

En este contexto se puede establecer que los emprendedores culturales desarrollan actividades de negocios que se caracterizan por funcionar en términos informales, generan volumen de ventas y utilidades mínimas. Se pueden considerar de autoempleo para el gestor de la iniciativa, considerando que producen pocas fuentes de empleo, trabajan en mayor proporción con recursos de prestamistas informales con altos costos y no han accedido a fuentes de fomento empresarial. Por todo lo anterior, se puede inferir que estos negocios hacen parte de una economía de subsistencia.

Estas personas llevan la puesta en marcha de actividades de producción y/o comercialización buscando reducir el impacto de las limitaciones de recursos que enfrentan y las nuevas dinámicas que el mercado les impone. Con esto aportan al desarrollo local de forma mínima, pero es claro que aunque no sea la situación ideal, se evidencia un efecto positivo en la generación de empleos directos e indirectos, en el dinamismo económico y en los efectos colaterales positivos. De igual manera, fortalecen las tradiciones, generan sentido de pertenencia a sus raíces, conservan el conocimiento empírico que se traslada de generación en generación.

Se requiere prontamente que el Estado intervenga en el sector de los emprendimientos culturales y les haga conocer de las diversas políticas públicas que se han diseñado para la financiación y asesorías de sus unidades de negocios. También, que les interiorice la idea de que formalizarse empresarialmente les genera beneficios tangibles, los cuales se reflejaran en el incremento en las ventas y de las utilidades. La idea es que no lo vean como un incremento en los desembolsos que deben hacer para mantener el funcionamiento de sus organizaciones.

En este orden de ideas, se debe tener en cuenta que la tarea de generar procesos de consolidación del sector empresarial en las pequeñas unidades de negocios, no debe ser el resultado del esfuerzo individual del emprendedor o del Estado. Aquí cumple un rol importante la academia, quienes deben orientar a sus estudiantes al estímulo de una cultura emprendedora y crear centros de apoyo que brinden consultorías y asesorías empresariales gratuitas o a bajo costo.

6. Conclusiones

La realización de la presente investigación permitió determinar que los procesos empresariales que se llevan a cabo en el sector de los emprendimientos culturales se convierten en una opción tangible que coadyuva a mitigar los problemas de subsistencia de la persona que lleva a cabo la oferta de productos culturales y de su núcleo familiar. Pero que no están dadas las condiciones para ser una alternativa de desarrollo socioeconómico que

permita reducir en una alta proporción las cifras de desempleo, informalidad, pobreza y a generar las bases de un desarrollo económico y social sostenible.

Así mismo, permitió identificar que la mayoría de estos emprendedores carecen de los conocimientos y la experticia gerencial, también que enfrentan una serie de condiciones adversas en términos de capacidad financiera, logística y de marketing que los condiciona para desarrollar su labor con visos de informalidad.

7. Referencias

- Cárdenas, M., & Rozo, S. (2009). Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones. *Desarrollo y Sociedad*, (63),211-243. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169113809006>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2022). *Boletín informativo empleo informal y seguridad social*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2022). *Boletín informativo empleo y desempleo*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2022). *Boletín informativo pobreza y desigualdad*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-monetaria>
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 15(43),326-331. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Esquivel, R., & García, J., & Ormaza, M. el comercio informal y su influencia en los emprendedores de la universidad técnica de manabí. *Revista ECA Sinergia*. 10 (3), 7-13. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1487/2124>
- Gómez, L. (2007). La informalidad en la economía, algo incuestionable. *Semestre Económico*, 10 (19),47-67. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=165013672003>
- González, E. (2013). El ecosistema de las industrias culturales en Colombia. *Revista UIS Humanidades*, 41 (2), 81-103. <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistahumanidades/article/view/4932/5049>
- Hernández, J. (2013). La educación empresarial para el emprendedor cultural. *Forum Empresarial*, 18(2),73-97. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63131334003>
- 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. https://www.redjurista.com/Documents/ley_2069_de_2020_.aspx#/
- León, C., & Sorhegui, R. (2004). El desarrollo local en la globalización. *Revista Economía y Desarrollo*, 138 (2), 1-11. <http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/view/529/382>
- 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>
- Menni, A. (2004). Cómo rebuscarse: trabajo informal en tiempos de crisis. *Política y Cultura*, (22),47-70. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26702204>
- Nateras, M. (2005). La importancia del método en la investigación. *Espacios Públicos*, 8(15),277-285. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67681519>
- 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>
- Ochoa, C., & Sánchez, A., & Benítez, J. (2016). Incidencia del crédito informal en el crecimiento económico de los microempresarios en el cantón La Troncal, Ecuador. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 20(80), 114-123. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212016000300003&lng=es&tlng=es.
- Osorio, L., & Salinas, F. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (75),128-151. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798008>
- Rodríguez, G., & Calderón, M. (2015). La economía informal y el desempleo: el caso de la ciudad de Bucaramanga (Colombia). *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 25 (55),41-58. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81832838004>
- Santamaría, M., & Rozo, S. (2009). Análisis cualitativo y cuantitativo de la informalidad empresarial en Colombia. *Desarrollo y Sociedad*, (63),269-296. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169113809008>
- Sosa, M., & Riquelme, Y., & Diez, O. (2020). Consideraciones sobre el desarrollo local. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 309-315. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-309.pdf>
- Timarán, A., & Rivera, R., & Ascuntar, M. (2022). El emprendimiento cultural y su relación con los nuevos escenarios económicos y sociales. *Revista Tendencias*, 23 (2), 220-245. <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v23n2/2539-0554-tend-23-02-220.pdf>
- Uribe, J., & Valenciano, J., & Bonilla, J. (2013). El desarrollo local y empresarial: La formación como factor básico para orientar al emprendedor. *Capital Intangible*, 9 (3),644-677. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54928893005>
- Velázquez, J., & Vargas, L. (2015). Hacia la formación de un espíritu emprendedor, orientado a la formalidad. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 7 (1),57-64. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=517751487007>