

Artículo de Investigación

# Acciones y estrategias de Inclusión productiva para los emprendimientos culturales en Colombia

## Actions and strategies for productive inclusion for cultural enterprises

Anibal Montiel Ensuncho<sup>1</sup>: Docente Investigador Corporación Universitaria Remington, Colombia.

[anibal.montiel@uniremington.edu.co](mailto:anibal.montiel@uniremington.edu.co)

Lenys Ester Vásquez López: Docente Investigador Corporación Universitaria Remington, Colombia.

[lenys.vasquez@uniremington.edu.co](mailto:lenys.vasquez@uniremington.edu.co)

Fecha de Recepción: 23/04/2024

Fecha de Aceptación: 23/07/2024

Fecha de Publicación: 28/11/2024

### Cómo citar el artículo

Montiel Ensuncho, A. y Vásquez López, L. (2025). Acciones y estrategias de inclusión productiva para los emprendimientos culturales [Actions and strategies for inclusion for cultural enterprises]. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 01-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-673>

### Resumen

**Introducción:** La actualidad económica muestra un alto nivel de desempleo, informalidad e inflación, entre otros flagelos que afectan la calidad de vida de las personas. En este contexto, algunas de estas tienen una marcada vocación empresarial y orientación hacia el fomento cultural, quienes buscan enfrentar la realidad existente. Por tal motivo, se pretende identificar acciones y estrategias de inclusión productiva para ellos. **Metodología:** Se consideró un enfoque cualitativo, mediante el análisis de casos, la recolección de información se hace con un grupo de emprendedores culturales utilizando una entrevista semiestructurada. **Resultados:** Estos negocios enfrentan dificultades de acceso a recursos financieros, adolecen de estrategias que apunten a generar competitividad y posicionamiento comercial, reciben poco apoyo del Estado. **Discusión:** A pesar de las dificultades que

<sup>1</sup> Autor Correspondiente: Anibal Montiel Ensuncho. Docente Investigador Corporación Universitaria Remington, Colombia.

enfrenta el sector, los emprendedores tratan de generar alternativas de desarrollo buscando combinar sus conocimientos y experiencia en materia cultural con la creación de fuentes de sustento propio y el de otras personas. **Conclusiones:** No se puede seguir asociando estas unidades de negocios a un tema de supervivencia económica por parte del emprendedor, deben orientarse a una oportunidad empresarial rentable, que se mantenga en el tiempo y que genere crecimiento.

**Palabras clave:** Inclusión productiva; emprendimientos culturales; estrategias empresariales; posicionamiento comercial; sostenibilidad; competitividad; productividad; desarrollo cultural.

#### **Abstract:**

**Introduction:** The current economic situation shows a high level of unemployment, informality and inflation, among other scourges that affect people's quality of life. In this context, some of them have a marked entrepreneurial vocation and orientation towards cultural promotion, who seek to face the existing reality. For this reason, the aim is to identify actions and strategies for their productive inclusion. **Methodology:** A qualitative approach was considered, through the analysis of cases, the collection of information is done with a group of cultural entrepreneurs using a semi-structured interview. **Results:** These businesses face difficulties in accessing financial resources, lack strategies aimed at generating competitiveness and commercial positioning, and receive little support from the State. **Discussion:** Despite the difficulties faced by the sector, the entrepreneurs try to generate development alternatives by seeking to combine their knowledge and experience in cultural matters with the creation of sources of livelihood for themselves and others. **Conclusions:** These business units can no longer be associated with a matter of economic survival on the part of the entrepreneur; they should be oriented towards a profitable business opportunity that is sustained over time and generates growth.

**Keywords:** Productive inclusion; cultural entrepreneurship; business strategies; commercial positioning; sustainability; competitiveness; productivity; cultural development.

## **1. Introducción**

Durante muchos años los procesos de educación en Colombia se enfocaron en formar para el empleo, lo cual funcionaba en ese momento histórico. Esto se debía a la existencia de un Estado que generaba muchos puestos de trabajo debido al tamaño burocrático con que contaba y también por el proteccionismo económico que existía. En el cual las empresas tenían bajos niveles de competencia y una alta demanda lo que permitía contratar mano de obra, pero operando de forma ineficiente por el alto grado de atraso tecnológico que se disponía.

En los años noventa el país implementó el modelo de globalización que llevó a la apertura económica y a la llegada de muchos oferentes de bienes y servicios con mejores niveles de productividad y competitividad, lo que incrementó la competencia y la quiebra de muchas empresas que no pudieron enfrentarse en igualdad de condiciones. Algunas de estas organizaciones reconocidas que desaparecieron por este fenómeno fueron: Grulla, Coltabaco, Icollantas, Gillette Colombia, entre otras. Igualmente, el efecto se sintió en todas las empresas y con mayor intensidad en las pequeñas y microempresas. Algunas organizaciones de gran tamaño aprovecharon que contaban con una gran capacidad financiera y decidieron en la coyuntura que se presentaba ampliar su radio de acción e internacionalizarse con gran éxito, como es el caso de Servientrega, Grupo Nutresa, Bancolombia, etc.

Es de anotar, que esta situación unida a otros factores propios de la implementación del modelo neoliberal que impulso la apertura, tales como la implementación de la ley 789 del 2002 de flexibilización laboral, afectó de forma negativa a los trabajadores por las condiciones desfavorables de contratación. Otra imposición fueron los procesos de modernización del Estado, lo que condujo a su reducción dejando de ser el gran empleador. Vale mencionar que con la globalización el país experimentó la posibilidad de utilizar en sus procesos productivos un mayor grado de desarrollo tecnológico que terminó desplazando mano de obra. Toda esta serie de situaciones descritas conllevó un panorama desolador en el mercado laboral incrementándose el desempleo, la informalidad, empleos mal remunerados, etc.

Esa realidad marcó los esquemas económicos del país por tres décadas y se unió al fenómeno vivido por la pandemia del Covid-19 a comienzos del 2020. En esta etapa histórica el país enfrentó pérdidas de empleos, cambios en los esquemas de producción y efectos colaterales por las medidas económicas y sociales que produjeron afectaciones negativas en términos de ventas, rentabilidad, pérdida de mercados, entre otros. Inclusive, en la actualidad a pesar de haberse dado solución a la situación sanitaria, todavía se sienten los efectos en términos económicos.

Estos fenómenos descritos entre otros han marcado la dinámica económica y social y hoy se reflejan en indicadores tales como los siguientes: informalidad del 56,3% para el primer trimestre móvil de diciembre 2023 a febrero del 2024 (DANE, 2024a); desempleo del 11,3% para el mes de marzo del 2024 (DANE, 2024b). La realidad muestra que se debe cambiar de mentalidad en cuanto a la búsqueda de empleos, lo ideal es que se formen emprendedores que en vez de contribuir a engrosar las listas de desempleo e informalidad generen alternativas a estos flagelos y es allí donde el Estado debe intervenir creando condiciones para el fomento y desarrollo de una cultura emprendedora.

Frente a este escenario económico se encuentran los emprendedores culturales del municipio de Montería. En su mayor parte se dedican a la producción y comercialización de artesanías de la región, también se destacan otras actividades como la gastronomía, repostería, producción de calzado, bolsos y todo tipo de trabajos de marroquinería, artículos de decoración del hogar y la oficina, desarrollo de actividades culturales, organización de eventos académicos, entre otros. Es de anotar que estas unidades de negocios buscan aprovechar las oportunidades del mercado mediante el uso de materiales o insumos que tienen como objetivo llevar a cabo acciones concretas de oferta de bienes y/o servicios que buscan mantener las tradiciones, fomentar la cultura, incentivar la lectura y el deporte, etc.

En este contexto, estos emprendedores han visto como la dinámica económica los enfrenta a nuevas realidades y escenarios de negocios distintos en donde se requiere para mantenerse en el mercado de recursos económicos, de conocimientos en materia gerencial, de apoyo logístico, entre otros. La idea es sortear las dificultades para seguir aportando al desarrollo local y regional con unidades de negocios que, al tiempo de generar efectos colaterales positivos en su entorno, puedan seguir aportando al desarrollo cultural fortaleciendo las tradiciones y el sentido de pertenencia hacia lo que nos identifica como colectivo social que habita en un espacio geográfico determinado.

Considerando lo expuesto, la presente investigación se justifica en la medida en la que posibilitará realizar un diagnóstico situacional de los emprendedores culturales en términos socioeconómicos y con base a él identificar acciones y estrategias que conlleven el mejoramiento de la capacidad de gestión en términos comerciales de los emprendedores culturales del municipio de Montería.

Para soportar teóricamente el trabajo desde el enfoque cultural se toma a Timarán et al., (2022) quienes destacan la importancia de la cultura para el desarrollo de los grupos sociales en su entorno y su relación con la economía. En este contexto, plantean que la integración de la cultura con la economía se refleja en las industrias culturales y creativas las cuales permiten dar a conocer y fortalecer las tradiciones y los valores culturales a través de bienes y servicios, al tiempo que posibilitan generar alternativas de crecimiento económico. Igualmente, consideran que el emprendimiento en este sector se convierte en un impulsor de la puesta en práctica de las experiencias en el ámbito cultural y la capacidad creativa que disponen las personas y las transforman en activos culturales que estimula la demanda de los mismos.

Aportan también Montiel y Vásquez (2023) los cuales destacan la importancia de los emprendimientos culturales frente a la situación de crisis generalizada e incertidumbre económica que vive la sociedad en la actualidad. Es así como se establece que estas unidades de negocios creadas por emprendedores si bien son pocas generadoras de empleos permiten crear económicas de subsistencias para un importante grupo de familias, que encuentran en estas unidades de negocios la posibilidad de articular su pasión por la cultura con la generación de ingresos.

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

Por otra parte, con relación al concepto de Inclusión productiva se tiene que Córdova et al., (2021) dan cuenta que no solamente se puede ver en las organizaciones empresariales una finalidad de carácter comercial, sino que hay que entender que ellas están compuestas por personas quienes interactúan con una serie de recursos. En esta vía generan así una serie de beneficios a la sociedad tales como la generación de empleos, forman personas en experiencias y conocimientos, aportan con pago de impuestos, aportan con la creación de alternativas de desarrollo económico y social, entre otros. Se puede entonces inferir según estos autores que las empresas son actores activos de inclusión productiva que en su accionar económico logran equilibrio social de los actores involucrados y de los demás integrantes de la sociedad.

De manera particular interesan los aportes de Peralta y Espinoza (2023) que relacionan los conceptos de desarrollo humano e inclusión productiva con el de emprendimientos culturales en el ámbito musical. Estos autores concluyen que se requiere que el sector público local se convierta en actor clave que permita el fortalecimiento e inclusión productiva de las personas dedicadas a la música de banda, para lo cual se debe trabajar de forma articulada para generar mejores condiciones de acceso al mercado.

También reflexionan sobre el tema Cogollo y Arrieta (2014), en su estudio dimensionan la importancia de que las organizaciones empresariales que no cuentan con gran capacidad financiera lleven a cabo procesos de asociatividad. A esto se le une que debe unir un marco normativo que a través de la implementación de políticas brinde las posibilidades de brindar las oportunidades de inclusión productiva y mejora de las desigualdades en procura de un desarrollo más equitativo para todos los integrantes de la sociedad.

## 2. Metodología

El abordaje de esta investigación se realiza considerando el paradigma investigativo cualitativo, esto se debe a que interesa ubicar como centro de estudio a los emprendedores culturales como sujeto activo, plantear la ruta de inclusión productiva desde los significados que estos le dan a su situación empresarial o realidad social de forma concreta (Ugalde y Balbastre, 2013). En cuanto al método este es el inductivo, en ese sentido se caracterizaron inicialmente algunos casos de emprendimientos culturales, para luego entrar a un proceso de identificación de acciones y estrategias para fortalecer las actividades de distribución y venta de los bienes y servicios que comercializan estos emprendedores y que pudiera servir de base al sector. En cuanto al tipo de estudio se decidió utilizar el estudio de casos, para lo cual se tomarán un número determinado de emprendedores culturales. Este es uno de los medios más adecuados para la comprensión de la realidad empresarial de forma exploratoria y explicativa, puesto que permite establecer relaciones casuales, comprensión de cambios, describir contextos, manejar teorías y analizar de forma integral el objeto de estudio (Villarreal y Rodríguez, 2010).

El desarrollo de esta investigación se fundamentó en el análisis de la información primaria suministrada por los emprendedores culturales por medio de entrevistas semiestructuradas. Las respuestas se agruparon por temas con base a los momentos secuenciales requeridos para el logro del objetivo de investigación, siendo estos los siguientes: caracterización de la población objetivo, evaluación de su situación socioeconómica e identificación de acciones y estrategias para lograr su inserción productiva. Todo este proceso se complementó con el análisis documental tomando las bases de datos de revistas científicas de gran prestigio y reconocidas por su calidad académica y seleccionando artículos relacionados, esto para darle una mayor solidez teórica y científica a los resultados obtenidos.

Se utiliza una técnica de muestreo no probabilístico, considerando que es un análisis de casos donde interesa tomar algunos de los emprendimientos culturales y no todo el universo poblacional. De manera particular, para la selección de los individuos que han de facilitar la información se empleará el criterio de muestreo por conveniencia, considerando que se tienen identificados ciertas zonas geográficas donde se desarrollan estas actividades de negocios.

## 3. Resultados

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

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

en estos emprendedores.

Al abordar las motivaciones para dar inicio al emprendimiento se pueden identificar las siguientes: las necesidades de generar fuentes de sustento porque estos emprendedores se encontraban sin empleos, sin ningún tipo de ingresos estables para mantenerse a nivel personal o familiar; la posibilidad de aprovechar las habilidades, destrezas, hobbies y una gran pasión por el desarrollo de la cultura, lo que podía ser tangible con la producción de bienes y servicios de carácter cultural; existencia de una oportunidad de negocios con una potencial viabilidad y factibilidad, identificadas por la cercanía a personas que las desarrollaron actividades en este sector.

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

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

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

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

En términos de las ventas que logran estos emprendedores culturales, se tiene que estas se dan en un promedio diario de \$632.250, lográndose una utilidad media de \$104.625 después de descontar los egresos que se requieren en términos operacionales, administrativos y comerciales. Se logra obtener un margen de utilidad ponderado en términos netos del

16,55%, si se considera que se trabaja 25 días regularmente al mes se obtendría un ingreso mensual de \$2.615.625. Si se compara con el número de personas a cargo que es de dos (2) más el emprendedor (1) se tendría un ingreso per cápita de \$871.875. Lo que indica que la actividad desarrollada les permite a estos empresarios y a sus familias ubicarse en la clase media en Colombia, lo cual es positivo en la medida que varios de ellos iniciaron estos negocios por necesidad al no poseer opciones de empleabilidad y de obtención de recursos. Inclusive para algunos que reciben apoyo económico de su pareja o familiares la situación mejora un poco más.

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

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

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

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

El diagnóstico que estas personas hacen de las dificultades que enfrentan en la implementación de sus procesos al interior de las organizaciones permite vislumbrar estas cuatro ideas: 1) Quince (15) de ellos, que representan el 75%, coinciden en que presentan grandes limitaciones para disponer de los recursos financieros para invertir en la infraestructura óptima que les permita funcionar de forma eficiente; 2) Dos (2) afirman que se les complica por no tener los conocimientos ni la experiencia para ser más efectivos en el

logro de los objetivos empresariales y financieros; 3) otros dos (2) plantean que se les dificulta acceder a la materia prima e insumos ya sea por escasez o por falta de proveedores de forma oportuna; 4) el 5% restante enfrenta una dificultad particular por el desarrollo de su objeto social y es que la legislación internacional en materia de educación conlleva trámites complejos.

Dada la problemática en torno a la falta de recursos financieros se les preguntó a los emprendedores sobre las fuentes a las que se recurre, obteniendo lo descrito seguidamente: el 30% no presta dinero, reinvierte lo que se va obteniendo del mismo negocio, aunque esto atrasa el crecimiento empresarial; el 25% acude al mercado financiero informal pagando tasas de interés exageradas entre el 10% y el 20% mensual que puede incrementarse cuando el pago se hace de forma diaria, lo que hace que se destine gran parte de la utilidad bruta a solventar estos pagos; otro 25% opta por familiares o amigos a quienes se les reconoce rendimientos que oscilan entre el 3% y el 5%; el 15% decide ir a entidades financieras formales, a las que están más enfocadas al tema de los microcréditos y de forma mínima a la banca tradicional, a los que se les paga tasas entre el 2% y el 3%; solamente el 5% le solicita a socios que suministren capital.

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

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

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

En cuanto a la valoración de la gestión de las entidades públicas en el apoyo de los emprendimientos culturales, los entrevistados que lo perciben de forma negativa corresponde al 65%. Estas opiniones se fundamentan en que no se evidencian en la práctica

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

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

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

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

Finalmente, los emprendedores afirman que con su accionar aportan al desarrollo cultural de diferentes formas, algunas de estas son: mantenimiento de las tradiciones a través de licores y comidas típicas; dar a conocer la producción de accesorios y artesanías de la región; brindar la oportunidad a jóvenes de conocer culturas del extranjero de manera vivencial; dignificación del quehacer de los artistas y la promoción del arte y el teatro; apoyo del crecimiento deportivo de los niños; fortalecimiento de la fe en términos religiosos; formación de competencias blandas del talento humano de las organizaciones. El proceso de análisis de los resultados se enfoca a tomarlos como base para definir un diagnóstico situacional en términos empresariales del sector, que se tomarán como base para identificar las acciones y estrategias que han de favorecer la inclusión productiva.

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

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

En este contexto, la inclusión productiva de estos emprendedores implica buscar un mayor protagonismo de sus negocios en el desarrollo económico y social a nivel local y regional. De tal forma, que aporte en mayor proporción a la generación de empleos decentes y a la acumulación de capitales, y que estos se reinviertan para apuntar al incremento en el volumen de unidades producidas y/o comercializadas y que se refleje en el Producto Interno Bruto (PIB). Lo cual se espera irradie efectos colaterales positivos en términos sociales, tanto para el emprendedor, su núcleo familiar y la sociedad en general. Para esto es fundamental que se integre el Estado, el sector privado y la academia y se busquen implementar acciones y estrategias integrales y multidimensionales.

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

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

- Elaborar un inventario de las diferentes instituciones financieras que ofertan créditos con condiciones favorables para el fortalecimiento empresarial. En particular de aquellas que se han destacado por ofrecer líneas de crédito al pequeño y microempresario tales como Fundación de la Mujer, Fundación Microfinanzas BBVA, Interactuar, entre otras. Esto debe llevarse a cabo con el asesoramiento de los

funcionarios de estas entidades y organizar ruedas financieras para poner en contacto al emprendedor con las opciones disponibles.

- Realización de un convenio de cooperación entre las autoridades municipales y el banco de desarrollo empresarial Bancóldex, para lograr la oferta de líneas de crédito enfocadas al segmento de los emprendedores analizados. Esto puede fundamentarse en procesos de acompañamiento para el desarrollo de planes de negocios por parte de las unidades de emprendimiento de las diversas organizaciones gubernamentales.
- Acceder a la red de entidades orientadas a crédito microempresarial con que cuenta Bancóldex.
- Gestión frente al Fondo Nacional de Garantías S.A (FNG) de la apertura de créditos al sector con condiciones especiales de plazos y tasas de interés.
- Realizar un inventario de las diferentes convocatorias de financiación que ofrece el sector público y privado a través de capital semilla en sus diferentes instancias para la promoción de los emprendimientos culturales. Esto amparado en la ley 1834 de 2017 y en la gestión que realiza la Agencia de emprendimiento e Innovación del Gobierno nacional (Innpulsa). En este sentido, en el ámbito internacional el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) tiene el programa Fondos de Capital Emprendedor.
- Revisar el acceso a recursos financieros por medio de nuevas estrategias de financiación tales como Ángeles Inversionistas o la utilización de Fondos de Capital de Riesgo.

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

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

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

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

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

## 4. Discusión

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

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

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

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

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

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

## 5. Conclusiones

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

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

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

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

## 6. Referencias

- Cogollo, A. y Arrieta Flórez, R. (2014). La organización empresarial asociativa como estrategia para la inclusión productiva de la pequeñas y medianas empresas. *Revista Palabra, Palabra Que Obra*, 14(14), 100-116. <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/palabra/article/view/51>
- Córdova León, F., Duque Espinoza, y Sigüencia Muñoz, A. (2021). La concentración empresarial y estrategias de inclusión. *Revista Latinoamericana de Economía Problemas del Desarrollo*, 52(205), 173-200. <https://www.redalyc.org/journal/118/11868331007/html/>

- Departamento Nacional de Estadísticas- DANE. (2024). *Gran Encuesta Integral de Hogares. Empleo y desempleo. Información marzo 2024*. <https://lc.cx/-tkkkq>
- Departamento Nacional de Estadísticas- DANE. (2024a). *Gran Encuesta Integral de Hogares. Empleo informal y seguridad social. Información diciembre 2023 - febrero 2024*. <https://lc.cx/WmrSMq>
- Hernández Acosta, J. (s.f.). La educación empresarial para el emprendedor cultural. *Forum Empresarial*, 18(2), 73-97. <https://www.redalyc.org/pdf/631/63131334003.pdf>
- Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. 29 de diciembre de 2010. D.O. No. 47.937.
- Ley 1834 de 2017. Por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja. 23 de mayo de 2017. D.O. No. 50.242.
- Ley 397 de 1997. Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. 7 de agosto de 1997. D.O. No. 43.102. [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0397\\_1997.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0397_1997.html)
- Londoño López, F., Sabogal Suárez, C., y Gómez Álzate, A. (2019). Stakeholders y fortalecimiento de los emprendimientos culturales y creativos en el departamento de Caldas por medio de tecnologías digitales. *Kepes*, 16(20), 523-546. <https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/197>
- Matíz B., Francisco Javier y Fracica Naranjo, Germán (s.f.). La financiación de nuevas empresas en Colombia, una mirada desde la demanda. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 70, 118-130. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20620709010.pdf>
- Mendivil Hernández, P. (2017). *Activos culturales e inclusión productiva: El caso de Morroa (departamento de Sucre -Colombia)* [Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar]. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0073231.pdf>
- Montiel Ensuncho, A. y Vásquez López, L. (2023). Las empresas culturales como alternativa de desarrollo local. *Human Review, Revista Internacional de Humanidades*, 17(6), 1-9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8840185>
- Oliva Abarca, J. (2018). Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural. *Nova scientia*, 10(20), 442-462. <https://www.redalyc.org/journal/2033/203358383022/html/>
- Ortiz, D. (5 de octubre de 2022). ¿Formalización de las empresas? Por qué sí y por qué no. *Diario Portafolio*. <https://lc.cx/ZYFXfv>
- Peralta Farak, Y. y Espinosa Espinosa, A. (2023). Desarrollo humano e inclusión productiva en la música popular colombiana: el caso de las bandas de viento en Sucre (Colombia). *Revista Finanzas y Política Económica*, 15(2), 403-439. <https://revfinypolecon.ucatolica.edu.co/article/view/4888>

- Redondo Méndez, A., Pinzón Muñoz, C. y Ospina Martínez, O. (2020). Internacionalización de emprendimientos culturales de Latinoamérica. *Pódium*, 38, 87-104. <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/489/471>
- Timarán Rivera, A., Ortega Enríquez, R. y Ascuntar Rivera, M. (2022). El emprendimiento cultural y su relación con los nuevos escenarios económicos y sociales. *Revista Tendencias*, 23(2), 220-245. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8520424>
- Ugalde Binda, N. y Balbastre Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Ciencias Económicas*, 31(2), 179-187. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730/11978>
- Villarreal Larrinaga, O. y Landeta Rodríguez, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa: Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones Europeas*, 16(3), 31-52. <https://lc.cx/OmgJyo>

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

### Contribuciones de los autores:

**Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:**

Montiel Ensuncho, Anibal; Vásquez López, Lenys Ester

### Financiación:

Esta investigación recibió aportes económicos de la Corporación Universitaria Remington.

### Agradecimientos:

El presente artículo nace en el marco de un proyecto de la corporación Universitaria Remington titulado "Diseño de una ruta de inclusión productiva para los emprendimientos culturales del municipio de Montería".

### Anibal Montiel Ensuncho:

diseño de la investigación, recolección de datos, análisis de resultados, revisión crítica de los contenidos, redacción y aprobación del informe final.

### Lenys Ester Vásquez López:

Recolección de información primaria y secundaria, revisión del estado del arte, análisis y aprobación del informe final.

**AUTOR/ES:****Anibal Montiel Ensuncho**

Docente Investigador Corporación Universitaria Remington, Colombia.

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.

[anibal.montiel.ensuncho@uniremington.edu.co](mailto:anibal.montiel.ensuncho@uniremington.edu.co)

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

**Google Scholar:** <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=BziWF7cAAAAJ>

**Lenys Esther Vásquez López:**

Docente Investigador Corporación Universitaria Remington, Colombia.

Lenys Esther Vásquez López, Administradora de empresas de la Universidad del Sinú, especialista en Gerencia Empresarial de la Universidad de Córdoba, Magister en Administración de Negocios con Énfasis en RRHH de la UMECIT Panamá. Docente investigadora de la Corporación Universitaria Remington, su interés de investigación incluye las líneas de investigación de gestión en las organizaciones, innovación, emprendimiento e intraemprendimiento y sostenibilidad y competitividad en las organizaciones.

[lenys.vasquez@uniremington.edu.co](mailto:lenys.vasquez@uniremington.edu.co)

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