

## **Resumen**

La música en el país está marcando una tendencia de negocio llamativa, lo cual obliga al emprendedor a identificar oportunidades en el mercado. Actualmente evidenciamos que no se cuenta con opciones de negocio claras que le permitan tener una buena elección. La economía lo sigue marcando como un plan de vida opcional y no definitivo para su desarrollo profesional y empresarial. Nuestro propósito es crear un documento con el que el artista/emprendedor pueda definir su proyecto de vida con unas bases fuertes en sus objetivos de desarrollo, sin ser económicamente estable sino financieramente libre, generando así más oportunidades de crecimiento laboral en esta industria.

**Palabras Clave** — Economía Naranja, Música, Bogotá, Emprendedor.

## ***Abstract***

*Music, in the country, is marking a striking business trend, which forces the entrepreneur to identify opportunities in the market. We currently show that there are no clear business options that allow you to have a good choice. The economy continues to mark it as an optional and not definitive life plan for your professional and business development. Our purpose is to create a document with which the artist / entrepreneur can define his life project with strong foundations in his development goals, without being economically stable but financially free, thus generating more opportunities for job growth in this industry.*

**Keywords** — Orange Economy, Music, Bogotá, Entrepreneur.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Al observar el escenario actual que se vive en el país, se realizan aproximadamente 100 festivales en los que se incluyen, en la mayoría, actividades musicales. Por ejemplo, en Bogotá anualmente realizan el festival Rock Al Parque (El festival gratuito más grande de Latinoamérica), espacio donde desde el año 1995 se reúnen artistas nacionales e internacionales (nuevos y reconocidos) con el fin de darse a conocer. Esto convierte a la capital como un expositor representativo en la industria, siendo un canal clave para que estos emprendedores logren reconocimiento. Teniendo en cuenta este tipo de actividades que promueven la música nacional, es necesario realizar un análisis desde el avance que este medio ha tenido, ya que hay estudios que confirman que los espectáculos en vivo no han evidenciado incrementos notables, ya que en un estudio realizado por el Ministerio de Cultura, del año 2005 al 2012 se evidenció un incremento de tan solo 28,2% durante el periodo, lo cual es tan solo una señal de que se encuentra en una evolución el medio por el cual llega al consumidor final. (Cultura, CULTURA A LA MEDIDA, 2015)

Ya en contexto a la situación cultural que Colombia presenta en estos momentos podemos evidenciar que tenemos una riqueza cultural muy grande a la cual no se le está sacando su máximo provecho, la industria musical puede tener un crecimiento exponencial en Colombia siempre y cuando el artista conozca el proceso que necesita para tener su propio negocio sostenible, saber y entender las políticas internas que le permitan tener una mayor influencia en este campo.

Lo que se busca es poder crear en los nuevos emprendedores ese pensamiento donde la música va más allá de un hobby, creándolo como un negocio y un estilo de vida accesible. ¿El emprendedor cuenta con una guía que le permita definir su proyecto emprendedor?

## **OBJETIVOS**

Crear el camino adecuado para que el emprendedor, desde el alcance que tiene la economía naranja en la industria dentro de la capital, logre llegar a una libertad financiera y desarrolle sus aptitudes con una guía que se adapte a sus necesidades y le permita proyectarse al éxito; conocer los canales de apoyo que existen actualmente; identificar la tendencia de los emprendedores actuales y así clasificar y optimizar el alcance del documento.

## **JUSTIFICACIÓN**

La creación, producción, promoción y distribución de bienes y servicios de contenidos creativos, culturales y gráficos que utilizan la creatividad, la propiedad intelectual, la cultura y la conectividad como sus principales insumos, se encuentran en un proceso de fortalecimiento desde las políticas públicas tanto nacionales como locales, dentro de ellas y como pilar de esta política, El Ministerio de Cultura, la Alcaldía Mayor de Bogotá y la Cámara de comercio de Bogotá quienes han unificado esfuerzos con el fin de fortalecer el sector de la música (entre otros) desde una visión económicamente sostenible, impulsando el crecimiento de la economía y generando empleo. Sin embargo, este mercado en desarrollo cuenta con muchas dificultades las cuales deben ser analizadas para lograr un crecimiento estable. Al generar un impacto optimizando el camino del emprendedor asegurando resultados positivos, aumentará la participación de la industria en la economía local generando un apalancamiento y mayor oportunidad de empleo.

El primer obstáculo con el que se confrontan los emprendedores es ver la cantidad de opciones que existen y no saber cuál elegir y qué camino coger para lograr explotar y crear su empresa sostenible. Al obtener un documento que les permita conocer cada alternativa de manera detallada, viendo así mismo ventajas y desventajas que éstas le presenten, los apoyará para que logren escoger el proceso que encaje en su proyecto.

## MARCO TEÓRICO

Según el ABC de La Economía Naranja; este término se adoptó en nuestro país como uno de los pilares para fortalecer el turismo y la multidiversidad cultural, haciendo referencia a las actividades comerciales de bienes y servicios con contenido creativo y/o cultural en el que muchas veces se respetan los derechos de propiedad intelectual (Cultura, ABC de la Economía Naranja, 2019). Lo que se busca es que, al implementar este concepto en la economía nacional, aumente la participación de los artistas creativos dentro del PIB de Colombia siendo guiados de manera óptima generando sostenibilidad en los negocios que se creen.

Ya que la economía naranja puede ser uno de los pilares para resolver los desafíos que tiene de desarrollo América latina y el Caribe donde la innovación es el principal recurso para el fomento de la diversificación económica y la economía competitiva basada en el conocimiento, como herramienta principal de esta importante ola de alternativas para el desarrollo sostenible como no lo ofrece la economía naranja es la creación de un conjunto de actividades que de manera homogénea transformen las ideas en bienes y servicios donde el principal actor sea la capacidad intelectual, economía cultural y las industrias creativas. Así mismo, como se mencionó anteriormente este es un desafío como lo define el Banco interamericano de desarrollo (BID) donde hace una fuerte apuesta al lanzamiento naranja donde busca financiar hasta US\$500 mil a entidades que tengan ideas innovadoras con herramientas tecnológicas que busquen un desarrollo socioeconómico en sus ambientes locales.

La División de Innovación y Creatividad y el Departamento de Países de Centroamérica busca identificar modelos de negocio para apoyar su implementación en nueve países: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana (Banco Interamericano de Desarrollo, 2019), donde la convocatoria está abierta para otros 48 países que logren impactar a los principales sectores incluyendo proyectos emprendedores, start ups, ONGs, empresas, instituciones académicas, centros de investigación, empresas sociales, agencias públicas de innovación o entidades similares. Gracias a este tipo de actividades económicas y entre otras legislaciones se puede lograr por medio de la economía naranja mejorar procesos de negocios sostenibles para LATAM.

El consumo de espectáculos en Colombia es en un 63% de forma gratuita por parte de los consumidores finales y el 37% es consumido a través de la venta de boletería, Bogotá entra en un 17% de participación en realización de estos festivales culturales a nivel Nacional, lo cual lo hace como pieza clave dentro de la evolución que se busca en la industria. (Cultura, CULTURA A LA MEDIDA, 2015)

Llevándolo a cifras reales, desde el año 2005 al 2017, la industria cultural tuvo un aporte del 1.1% en el PIB nacional, moviendo 6.2 billones de pesos (PORTAFOLIO, 2018), teniendo en cuenta estos datos podemos ver que la industria musical ha tenido un incremento económico bastante alto en los últimos años, los artistas en Colombia no cuentan con un camino claro que puedan seguir para llegar a ser económicamente rentables individualmente. Bogotá cuenta con un recaudo del 43.51% en eventos y 53.56 (Bogotá, 2018) en producción demostrando la capacidad autónoma con la que cuentan los artistas que lo han hecho posible. La industria cultural ocupa 282.566 personas, lo que representa el 1.3% del total de trabajadores de Colombia, y en cuanto a formación, se han educado 1,2 millones de personas en el sector. (Martínez, 2019)

Si nos enfocamos en la Capital del país, en el 2016, Bogotá recibió el concurso de Diversidad Cultural de la Unesco, donde recibió 100.000USD que fueron utilizados para realizar un mapeo e identificar la potencialidad local. Dentro de los descubrimientos, identificaron que el 66% de emprendimientos culturales han sido creados en la última década, lo cual demuestra que hemos adquirido una importancia significativa en Colombia. En un estudio más sectorial, se observó que la Música y las Artes visuales son las que tienen empresas más pequeñas, con un promedio de 3 personas por proyecto, y es ahí donde observamos la oportunidad de mejoramiento al implementar el documento que diseñaremos. (Roa, 2018)

Ahora bien, Colombia cuenta con grandes oportunidades de crecimiento en cuanto a las empresas creativas-culturales como la ofrece la nueva ley de beneficios tributarios para la economía naranja, Ley de 1943 de 2018, para todo tipo de empresas que promuevan la tecnología, las artes, el diseño y el turismo (Gov., 2019). El viceministro de Creatividad y Economía Naranja, David Melo, afirma que su mayor reto ha sido alinear los incentivos fiscales para aquellos emprendimientos involucrados en éste sector, afirmando así que lo que se aproxima es la firma del decreto que permitiría una extensión de impuesto de renta por 7 años

para aquellas compañías que sean creadas hasta el año 2021, siempre y cuando éstas se enfoquen en general empleos creativos e impulsen financieramente el sector (Martínez, 2019). Lo que buscan con esto es generar un orden activo dentro del país, en el cual a largo plazo exista una estabilidad en el sector cultural.

Además de esto, desde el 2016 el observatorio de la economía en la música ha permitido obtener un importante análisis de la información respecto a la música en Bogotá donde la cámara y comercio juega un papel importante al desarrollo de esta mediante la implementación de clústeres que ayuden con el cambio de nuestras políticas de inversión, políticas de fomento y participación del público como lo expresa el artículo. (Bogotá, 2018)

Estos nuevos incentivos permitirán a este tipo de emprendimientos un apoyo económico por parte del gobierno para que este tipo de negocios consiga formar parte de este sector de negocio, también permitirá no solo un incremento en los emprendimientos sino un desarrollo socioeconómico que le brindará al país nuevos empleos y más facilidad de creación de empresa para estas personas que se dedican a este tipo de actividades culturales.

Por ende, se constituye una iniciativa para el fomento y el fortalecimiento de los sectores creativos de la economía colombiana, y así generar valor agregado en nuestro país.

Se puede evidenciar que es una oportunidad clara para el crecimiento del sector musical, dejando de ser empírico y generando mayor respaldo por parte del estado y afirmando que somos un país con un alto nivel MULTI CULTURAL, siendo pieza clave para la economía local un desarrollo exponencial.

## **METODOLOGÍA**

Para poder obtener resultados óptimos que nos lleven al resultado que buscamos, utilizaremos ambos métodos de investigación (Cuantitativo y Cualitativo).

Comenzaremos seleccionando a la cantidad de emprendedores sobre los cuales realizaremos una investigación más detallada para así lograr una expansión necesaria de conocimiento para lograr llegar a cada rincón posible de la industria; Según un reporte realizado en el año 2018, para Diciembre de 2017, la capital contaba con 1.765 empresas musicales (980 Eventos y Conciertos, 340 Grabación, 240 Producción Musical, 183 Programación y Transmisión, y el excedente en comercios varios) (Riomalo, 2018), teniendo en cuenta el volumen amplio del campo, llevamos a cabo un muestreo de Juicio en el cual se le realizará una encuesta a 30 emprendedores (nuevos y avanzados), continuando con un análisis profundo de documentos y proyectos sobre el estado actual el estado del sector Musical frente a las oportunidades y artistas que han crecido por ellas. Para poder establecer un camino adaptable, es necesario conocer al detalle lo que nos ofrece el país y la ciudad en la actualidad y qué caminos tienen las personas para llegar a esa información. De ahí partimos a definir los posibles caminos que los emprendedores pueden elegir según el enfoque que quieran tener para sus proyectos.

Ya teniendo bases de las oportunidades con las que contamos, pasaremos a realizar las encuestas a distintos emprendedores del sector; que estén buscando crecer como artistas “Cantantes/grupos musicales”, producción musical “Dj”, y/ producción de artistas o eventos. Buscando así conocer de primera mano con qué panorama se encuentran desde el primer paso que dan para comenzar a crear su proyecto de vida, cuáles son los obstáculos a los cuales se enfrentan, qué estrategias han tenido que utilizar para poder avanzar, y distinguir en qué posición se encuentran hoy y a dónde se proyectan a mediano y largo plazo. Así mismo, poder definir con ellos las oportunidades de mejora para poder construir esos posibles caminos que les pueden presentar el camino adecuado según sus necesidades específicas.

## Cronograma de Trabajo

Definimos realizar la investigación en 1 mes, organizado de la siguiente manera:

Actividades a desarrollar	Inicio	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	FIN					
	6-oct	7-oct	13-oct	14-oct	20-oct	21-oct	27-oct	28-oct	3-nov	4-nov	8-nov	9-nov
Investigación proyectos actuales economía naranja												
Investigación proyectos de la industria musical												
Selección de los encuestados												
Realización de las encuestas												
Análisis de resultados												
Conclusión de la información obtenida												

### Investigadores

Quienes se encargarán de realizar el respectivo estudio será el especialista en Gerencia de Proyectos y Javier David Prieto Castro, profesional en Lenguas Modernas, Especialista en Gerencia de Proyectos.

### Recursos de Investigación

### Tiempo

Para poder llevar a cabo toda la investigación, contamos con 2 hitos (Inicio y Fin), dentro de los cuales definimos nuestro plan de acción en 5 semanas para realizar ambas actividades principales en paralelo, lo que nos va a permitir ver un macro comparativo entre lo existente y lo que conocen los emprendedores entrevistados y así lograr cumplir con nuestro objetivo.

## VARIABLES

En este proyecto de desarrollo se pretende definir inconsistencias que nos permitan identificar los fenómenos que se están viviendo en la industria cultural musical, y qué relación tienen entre sí para encontrar una ruta adecuada para resolver el problema que existe con el conocimiento de las oportunidades que hoy existen a nivel multicultural en Colombia, por eso definimos los siguientes aspectos que nos ayudarán a formular las variables y obtener un análisis más claro de la situación:

- Personas (artistas, emprendedores)
- Grupos (empresariales, de interés)
- Organización (entidades públicas, privadas, multiculturalidad, estado, gobierno)

Ahora bien, teniendo en cuenta los factores principales que se envuelven en esta problemática podemos decir que las variables son:

<b>VARIABLE</b>	<b>TIPO DE VARIABLE</b>	<b>OPERACIÓN</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad a un negocio sostenible por medio del talento creativo.</li> </ul>	Dependiente	Forma como se utiliza cada uno de los recursos institucionales para brindar una ayuda económica y social al desarrollo del emprendimiento creativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento de los recursos financieros</li> <li>• Inversiones extranjeras a competencia local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de proyectos</li> <li>• Documentación</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempleo generado por la falta de oportunidades.</li> </ul>	Independiente	Falta de información hacia el público emprendedor sobre las diferentes formas de crear un negocio sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento de los recursos humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• entrevistas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obstáculos a las que se enfrenta el emprendedor</li> </ul>	Independiente	Se refiere a los procesos legales, inconvenientes en el sector, retos propios como artista frente a la realización del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechamiento de los recursos propios como artista y conexiones con demás artistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• entrevistas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de emprendimiento</li> </ul>	Independiente	Falta de recursos creativos por parte del emprendedor para trazar sus objetivos profesionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El manejo oportuno de las herramientas de conocimiento y habilidades propias para proyectarse a mediano y largo plazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• entrevistas</li> </ul>

La accesibilidad a un negocio sostenible por medio del talento creativo es un tema arduo en Colombia. Ya como hemos podido identificar, a lo largo del estudio, muy pocas las alternativas que nos ofrece el estado para que las personas con estas habilidades musicales o culturales tengan un espacio en la economía sostenible, también esto conlleva a que se genere un fuerte desempleo en las diferentes zonas del país donde se desaprovecha el talento humano que existe o insatisfacción en muchos emprendedores ya que están trabajando en labores que no les corresponde teniendo ese tipo de habilidades culturales que pueden ayudar a un mejor desarrollo. Ahora bien, cabe mencionar que también una de las variables puede ser los obstáculos que puede tener el emprendedor a la hora de la implementación de la ejecución de su proyecto como

también lo puede ser su misma falta de generación de estrategias para hacerse frente a estas eventualidades que nos da el mismo sector.

Las variables nos ayudan a identificar un campo de acción en el cual podemos mejorar este proceso de comunicación tanto del estado hacia estas comunidades y como crear un plan estratégico para aprovechar este talento humano del cual esta enriquecido Colombia.

## **HIPÓTESIS**

Se podría decir a grandes rasgos que el principal obstáculo al que se enfrenta el emprendedor, es la dificultad a la accesibilidad a un negocio sostenible por las diferentes legislaciones que tiene este país y la falta de información que tienen los emprendedores de cómo usar sus recursos creativos en pro de la economía, actualmente por medio de la economía naranja y el departamento de países de centro América como se mencionó anteriormente han buscado identificar unos modelos de negocio sostenible en el país que les permita a estos emprendedores comenzar una nueva etapa de producción utilizando sus habilidades multiculturales.

Realmente estas herramientas no han sido suficientes para suplir las necesidades de millones de emprendedores que pueden generar un valor agregado a la economía cultural que tiene nuestro país, otra barrera puede ser también la falta de interés que tienen los emprendedores a la hora de formar empresa, al momento de ver la complejidad que se tiene para formar un proyecto y adicionándole a esto la falta de información limitada con la que cuentan, prefieren trabajar de manera informal o eligen cambiar de sector, dejando de lado sus sueños.

Lo cual se puede poner a favor de la economía colombiana si estos recursos humanos se pudieran aprovechar donde las principales entidades, como el ministerio de cultura y el estado puedan generar ciertos parámetros que le permitan a estas comunidades tener un acceso más sencillo a la información del como poder construir un negocio sostenible por medio de sus habilidades culturales. Por tal motivo, se pretende llegar a una conclusión más concreta con los resultados que obtengamos después del proceso de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos y así poner como objetivo una guía que se adapte a las necesidades

de ellos y les aclare el camino que deben seguir, teniendo claros los canales de apoyo, identificación de tendencias, procesos a seguir estas comunidades puedan llegar a tener un éxito en sus proyecciones financieras y culturales.

## **INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **La Encuesta**

1. ¿Cuántos años llevas cómo artista?
  - a) 1-3
  - b) 3-5
  - c) Más de 5
2. ¿Cuál o cuáles fueron los obstáculos con los que te encontraste que impidiera formalizar tu proyecto?
  - a) Financiero
  - b) Falta de información sobre la industria musical
  - c) Definición del Enfoque
  - d) Competencia
  - e) Alianzas
3. ¿Crees que este obstáculo pudo haberse sobrellevado?
  - a) Si
  - b) No
4. ¿Sabes en que consiste la Economía Naranja?
  - a) Si
  - b) No
5. ¿Sabes que es el Ideartes o CCB?
  - a) Si
  - b) No

6. ¿Te gustaría ser músico un reconocido? ¿Por qué?
- a) Si
  - b) No
7. ¿Qué preferencia tienes dentro de la industria musical?
- a) Músico
  - b) Empresario
8. ¿Consideras que el proyecto musical te daría para vivir?
- a) Si
  - b) No
9. ¿Crees que el estado y las entidades culturales colombianas te brindan las herramientas y oportunidades en tu desarrollo profesional?
- a) Si
  - b) No
10. ¿Alguna vez has ido a un evento de emprendimiento cultural?
- a) Si
  - b) No
11. ¿Has escuchado alguna vez sobre alguna de estos eventos culturales?
- a) Plantario
  - b) Plan nacional de música para la convivencia PNMC
  - c) Made in Bogotá
  - d) Bogotá music market (BooM)
12. ¿Alguna vez te apoyaste a lo largo de tu carrera con Ideartes, ministerio de cultura o el EMMAT para desarrollar tu proyecto profesional?
- a) Si
  - b) No
13. ¿Si tu proyecto no se efectuó por falta de información te gustaría iniciar este camino emprendedor desde un inicio?
- a) Si
  - b) No

## ANÁLISIS DOCUMENTALES

- Economía Naranja 2019
- Estudios Ministerio de Cultura
- Ideartes
- Cámara de Comercio de Bogotá (BOmm)

En Bogotá existen una serie de oportunidades que pueden incentivar al emprendedor musical a desarrollarse a nivel profesional, uno de estos ejemplos se puede evidenciar con un proyecto que genero la alcaldía junto con el instituto distrital de las artes (idartes) el 25 de septiembre del año 2019 que pretende realizar un ciclo de talleres donde quiere incentivar los proyectos musicales emergentes llamado Plantario. Dicha propuesta fue generada por la administración distrital don busca fortalecer los proyectos musicales de Bogotá, esta serie de actividades está dirigida a gestores, manejadores y artistas en las cuales estarán involucrados en unos ejercicios que tendrán una durabilidad de 36 horas donde podrán ver temas como: el ecosistema de la industria musical, colectivos de trabajo en torno a un proyecto musical, propiedad intelectual y herramientas de contratación, distribución de música grabada; Gestión de giras y planeación estratégica y presupuestos. Todos estos temas con el fin de enfocar al emprendedor para que gestione mejor sus procesos de alcance profesional teniendo unas bases claras de como alcanzar sus logros tanto a nivel profesional como económica.

Por otro lado, el Plan Nacional de Música para la Convivencia PNMC, orienta las políticas para el fomento para el campo de la música, este plan está conformado por el ministerio de cultura para incentivar la importancia de la música en la cultura colombiana donde este tipo de actividades culturales pueden generar un valor humano al país enriquecido por un mejor desarrollo perceptivo, cognitivo y emocional que fortalece valores individuales y colectivos. Con esta propuesta se han creado escuelas musicales para niños y jóvenes que desean ser parte de esta industria ayudándolos a desarrollar mejor sus habilidades artísticas y culturales, principalmente en Bogotá se han creado alrededor de unas 30 escuelas distribuidas en las zonas más vulnerables de la capital. Como principal objetivo de las escuelas es promover la educación musical y la

actualización, profesionalización de intérpretes, organización comunitaria, diálogo intergeneracional, afirmación de la creatividad y la personalidad cultural de cada contexto.

Ya que en Bogotá se está centralizando la esencia de la industria musical el instituto distrital de las artes (idartes) anunció que para todo el año 2019 proporcionará alrededor de 770 millones de becas para los proyectos musicales *made in Bogotá*, con esta oportunidad pretende financiar los proyectos de manera económica o de infraestructura en cualquiera de las fases de los proyectos emprendedores. También está la opción de la formación como tal que se llevará a cabo con el instituto EMMAT (escuela de música, medios, arte y tecnología), lo cual pretende formar estudiantes con estas habilidades culturales y llevarlas a un punto profesional para la vida de estas personas y por último esta la opción de becas de giras para bandas o solistas que pueden sonar a nivel nacional o internacional todo dependiendo de la calidad del producto que puedan presentar al proyecto.

El Bogotá Music Market en el 2019 es una de las apuestas que tiene la cámara y comercio para abrir una convocatoria de la plataforma más importante del país en la industria musical. El (Boom) como bien así lo llaman a esta nueva tendencia que se ha buscado durante los últimos 15 años por los sectores creativos y culturales pretende principalmente en su octava edición reunir a empresarios y artistas tanto a nivel nacional como internacional que puedan ofrecer e invertir en el talento colombiano.

Cada emprendedor colombiano tiene la oportunidad de conocer una alternativa que lo pueda llevar a la fama teniendo un proyecto de negocio sin importar si es artista, mánager, representante o un sello musical, lo más importante es presentar ante esta plataforma un proyecto sólido donde la cultura y el ser creativo presente unas bases sólidas para un futuro sostenible en esta industria. Esta plataforma durante todo este año 2019 busca posicionar a Bogotá como una de las grandes ciudades más impactantes a nivel musical en Latinoamérica y poderla llamar *the music city* y obviamente que se vuelva un referente para economía sólida en la industria musical. Todos estos beneficios se pueden obtener en la página oficial de la cámara y comercio o en

Bogotá music market, con esto cumplir con los requisitos básicos que confirmen que podrá ser un negocio sostenible y que generara una ventaja competitiva en el mercado.

Como hemos podido observar en el año 2019 se pretende maximizar las oportunidades para este sector y de una manera poder ayudar a tantos artistas que en este momento desean emprender su proyecto o su carrera musical, para esto se necesita desarrollar las habilidades tanto intelectuales como profesionales en el campo y la alcaldía local de Bogotá ofrece un acompañamiento con una serie de talleres como por ejemplo el de derechos de autor en la industria musical, que tiene que ver con toda la parte de logística, organizaciones culturales, producción de los eventos culturales o creativos que vaya a realizar el negocio, todo esto con el fin de que los emprendedores sepan cómo distribuir su material o su proyecto sin involucrarse en procesos legales como garantizar derechos de los creadores, promotores de la industria y obtener un enfoque internacional para dichos proyectos.

Entonces con todo esto que se puede analizar que el estado y diferentes empresas en Bogotá buscan mejorar las condiciones en el sector musical mediante alianzas estratégicas que busquen una solución al potencial cultural colombiano que se tiene, con esto a lo largo de esta investigación identificando los puntos clave del sector podremos desarrollar una metodología más eficiente para que el emprendedor cumpla con su objetivo de manera más eficaz y podamos brindarle los recursos suficientes y sólidos para esto.

## **MUESTREO**

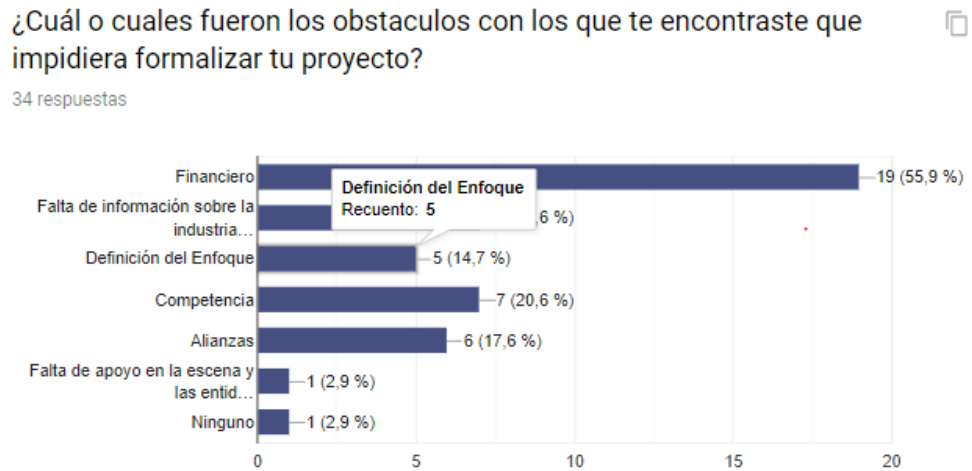
Esta investigación se está realizando mediante una encuesta que toma por referente a una muy pequeña porción de la población de artistas que están en el medio musical para analizar ciertos parámetros que nos indiquen si estas personas conocen o no de las diferentes temáticas que ofrece el estado y las diferentes entidades que se dedican a la promoción y apoyo de estos emprendimientos culturales, los resultados de estas encuestas nos llevarán a analizar si efectivamente el país si les provee a estos emprendedores oportunidades de crecimiento y es falta de información por parte de estos mismos o si el país no está generando oportunidades de crecimiento para ellos. Dependiendo de los resultados buscaremos una alternativa para mostrarles a estos emprendedores el camino a seguir para obtener estos beneficios y como ellos pueden crecer en esta industria.

Para este proceso se tomaron 13 preguntas clave que nos pueden mostrar si la población está enterada de los diferentes beneficios que nos ofrece el ministerio de cultura, IDEARTES, el EMMAT y los diferentes proyectos y eventos que permiten un desarrollo profesional y de negocio que les permitirá crear su propia empresa, también identificaremos una estimación de la duración de sus proyectos y ver que tipo de proyecto se genera más si ser artista o empresario en el medio.

## RESULTADOS

Ya obtenidos los resultados de las encuestas procederemos a analizar lo que los artistas conocen o no sobre las oportunidades que ofrecen las diferentes entidades encargadas a los temas culturales e identificar si es falta de información por parte de los artistas frente a las oportunidades o si efectivamente las oportunidades que ofrece el medio no son suficientes al crecimiento profesional de ellos, a continuación, están las gráficas con los resultados de la encuesta realizada:

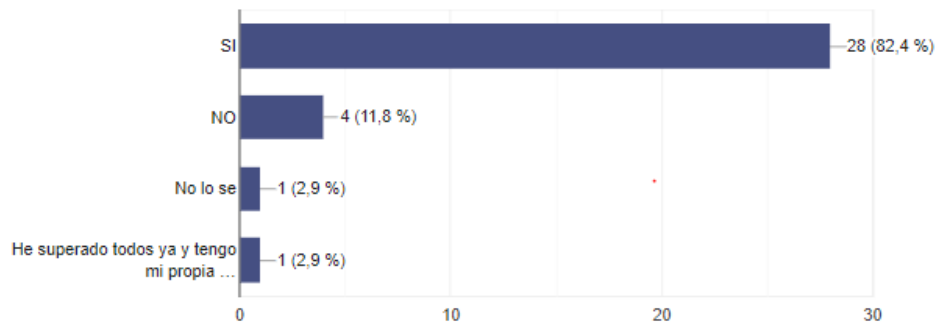
### GRAFICA 1:



## GRÁFICA 2:

¿Crees que este obstáculo pudo haberse sobrellevado?

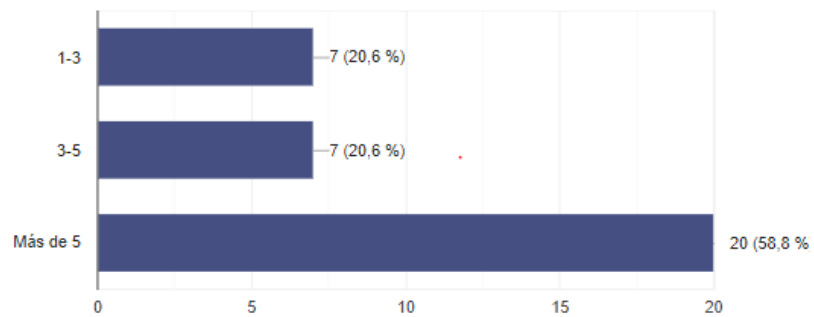
34 respuestas



## GRÁFICA: 3

¿Cuántos años llevas cómo artista?

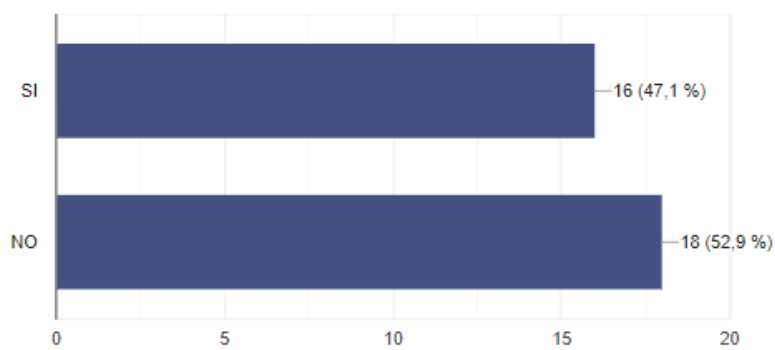
34 respuestas



#### GRAFICA 4:

¿Sabes en que consiste la Economía Naranja?

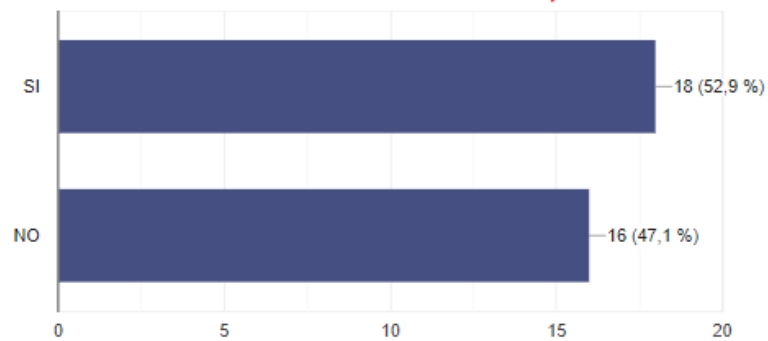
34 respuestas



#### GRÁFICA 5:

¿Sabes que es el Ideartes o CCB?

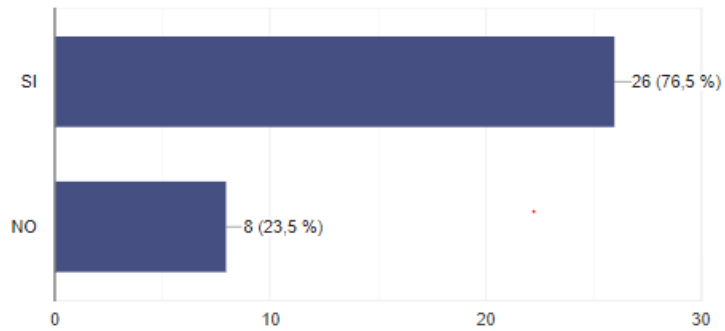
34 respuestas



## GRÁFICA 6:

8. ¿Consideras que el proyecto musical te daría para vivir?

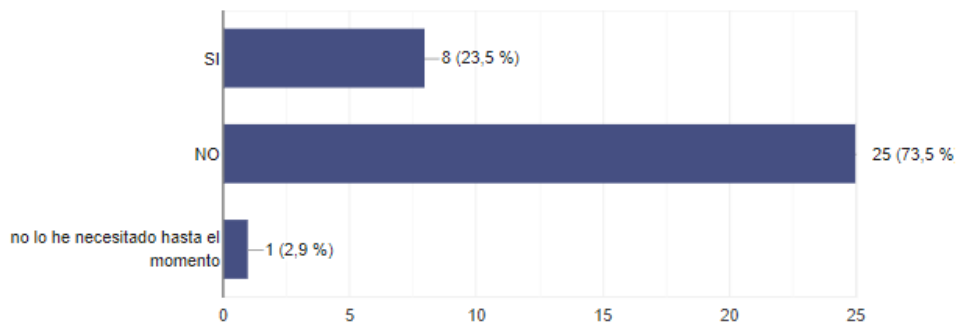
34 respuestas



## GRÁFICA 7:

¿Crees que el estado y las entidades culturales colombianas te brindan las herramientas y oportunidades en tu desarrollo profesional?

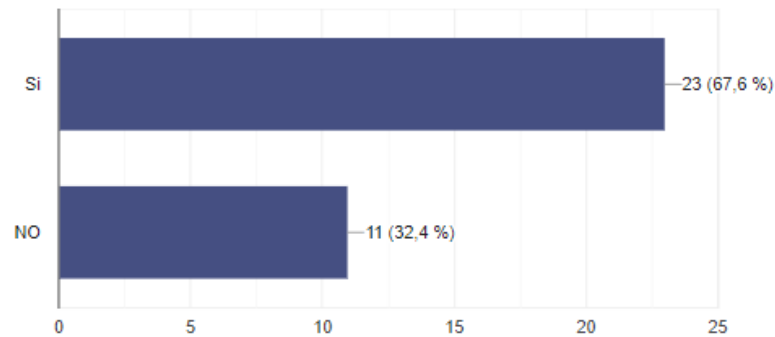
34 respuestas



### GRÁFICA 8:

¿Alguna vez has ido a un evento de emprendimiento cultural?

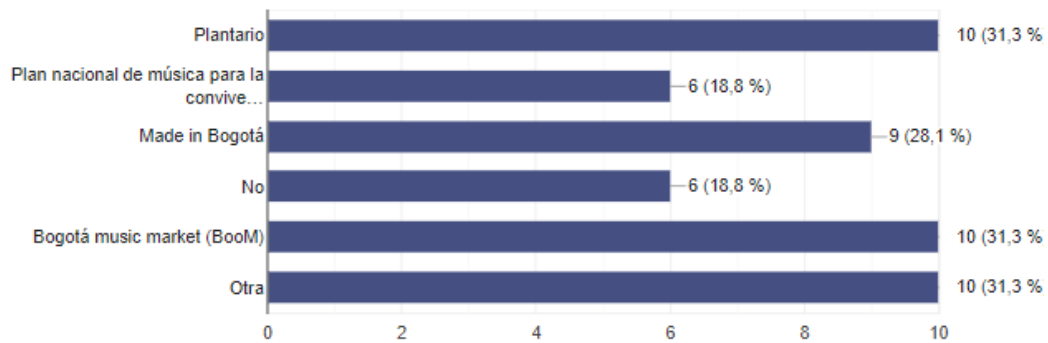
34 respuestas



### GRÁFICA 9:

¿Has escuchado alguna vez sobre alguna de estos eventos culturales?

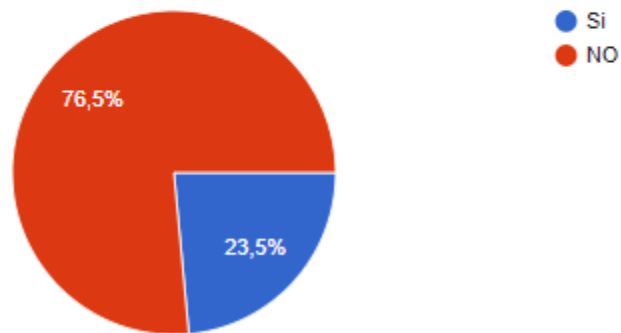
32 respuestas




**GRÁFICA 10:**

¿Alguna vez te apoyaste a lo largo de tu carrera con Ideartes, ministerio de cultura o el EMMAT para desarrollar tu proyecto profesional?

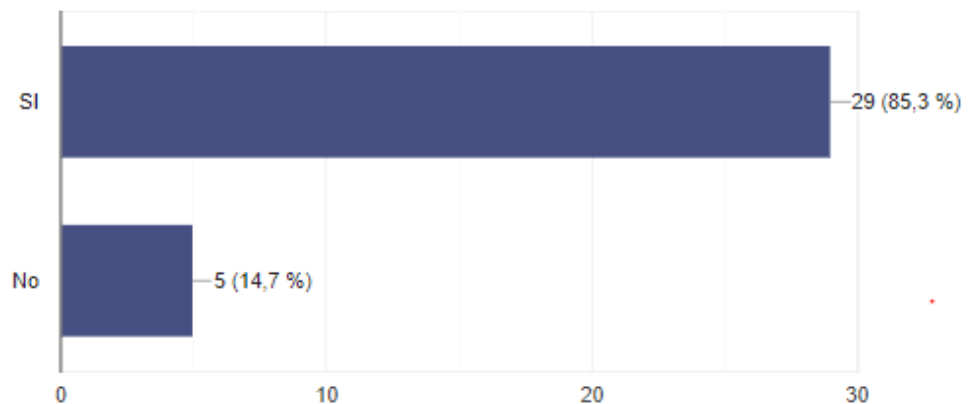
34 respuestas



**GRÁFICA 11:**

¿Si tu proyecto no se efectuó por falta de información te gustaría iniciar este camino emprendedor desde un inicio? 

34 respuestas



## DISCUSIÓN

Ya teniendo el resultado de las gráficas podemos ver que en la grafica número 1 todos los artistas tienen una trayectoria profesional más de 5 años y que su principal problema u obstáculo que tuvieron para gestionar mejor su proyecto artístico fue la falta de financiación o recursos que les impulsara a tener un mayor reconocimiento en la industria con un alto índice del 55 % de las encuestas generadas. Por otro lado, con un 20,6% encontramos la competencia que hace referencia a otras bandas o artistas que si lograron tener un mejor proceso en la industria con respecto a sus géneros musicales que hacían directamente una competencia y la falta de información que da la industria a los ciudadanos también se posiciona con el mismo porcentaje. Sin embargo, se manifestó en la siguiente pregunta en el grafico 3 que son cosas que siempre pudieron ser sobrellevadas pero que de uno u otro modo tuvieron otra salida económica más rápida que les impidió continuar con su proyecto personal.

Después de esto se generaron una serie de preguntas para analizar si los artistas tenían algún conocimiento sobre la industria como tal o sobre los proyectos que generan las diferentes entidades que están apoyando el desarrollo cultural del país, con respecto a la gráfica número 4 sobre que es la economía naranja 16 personas con un 47,1% saben que es y a que se dedica este proyecto y las otras 18 con un 52,9% no tienen conocimiento sobre este auge que tiene la economía cultural y empresas creativas en estos últimos años, esto nos lleva a pensar que es equitativo las personas que tienen o no conocimiento sobre esto y que las personas que si saben de este tema llevan en la industria llevan mas de 3 años como artistas.

En la gráfica 5 donde preguntamos si tienen conocimiento de que es el ideartes, nos muestra lo contrario a la gráfica 4 donde el 52,9% si tiene el conocimiento de que es y el otro 47,1% no tiene conocimiento de tal. Ahora bien, se continuó con unas preguntas si tenían alguna preferencia en la industria musical ya sea como artista, como empresario o como manager y la mayoría de los artistas eligió con un 94,1% ser músico con sus orquestas o bandas y 6 personas

con 17,6% también ven una opción de negocio más allá de la generación de música. También es importante conocer si estas personas estaban dispuestas a vivir de esta labor o lo tomaban como un hobby, pero se descubrió una gran mayoría de personas 76,5% que les gustaría o están viviendo de sus proyectos musicales (gráfica 7) pero lastimosamente como se muestra en la gráfica 8 con un 73,5% se cree que la industria o el estado no brinda un apoyo a este tipo de actividades culturales y artísticas. Sin embargo, la mayoría de estos artistas han participado en eventos culturales y han conocido los diferentes proyectos que nos ofrecen como se puede ver en la gráfica 9 pero nunca buscaron apoyo tanto profesional como financiero en alguna de ellas como se puede ver en la gráfica 10 donde el 76,5% de los artistas no busco un apoyo por parte de ellos ya sea por desinformación o por el simple hecho de no adquirir una deuda y para finalizar se realizó una pregunta para validar que sin importar el motivo por el cual no pudieron realizar su proyecto volverían a comenzar con la información y el enfoque requirió para llevarlo a cabo y 85,3% eligió que si lo haría de nuevo ya que para ellos es una pasión y más que un hobby será un sueño realizar sus proyectos musicales a grandes escalas.

## CONCLUSIONES

En primera instancia se realizó una investigación del sector musical para ver y analizar los diferentes factores por las cuales los diferentes artistas musicales no se han podido desenvolver en este medio que tiene una fuerte presencia económica que podría ayudar a mejorar las condiciones de muchos emprendedores colombianos, fomentando así una economía creciente, nuevos negocios y posibilidades de crecimiento.

Según los estudios realizados mediante las diferentes fuentes de las entidades que ayudan al desarrollo de estas actividades económicas y las encuestas realizadas a los emprendedores se ha llegado a una conclusión la cual indica un fuerte déficit de conocimiento de la población frente a las oportunidades que se generan en Bogotá para crecimiento de los proyectos sostenibles culturales donde la mayoría de las personas no tenían el conocimiento de las diferentes proyectos que se realizan con el fuerte auge de la economía naranja y las actividades que generan las entidades culturales, otro factor importante en el fracaso de estos casos en su posibilidad de desenvolvimiento económico para tener una mayor influencia en la industria. Sin embargo, gracias a estas encuestas y la recopilación de datos se puede evidenciar que la hipótesis generada al inicio de esta investigación fue cierta en puntos específicos como la falta de información por parte de la población, donde estos emprendedores pierden muchas oportunidades de negocio o crecimiento por el simple hecho de estar enterados de estas alternativas, entonces podemos definir que esta comunidad no ha tenido los recursos de información necesarios y muchos de ellos más no tener la capacidad económica para invertir en sus negocios.

Los proyectos mencionados anteriormente como los de ideartes, ministerio de cultura, EMMAT nos han hecho entender que existen muchas posibilidades y apalancamientos para estos proyectos que esperan una oportunidad, entonces esto hace que nuestro objetivo del proyecto de

brindarle un camino al emprendedor sea más fácil ya que los medios existen es simplemente perderle llegar a este publico objetivo con estas noticias u ofertas que brinda el estado colombiano.

Finalmente podemos decir que si existe en Colombia y principalmente en Bogotá la posibilidad de crecimiento sostenible en el sector musical y que se debe formar una estrategia de comunicación para que todos estos emprendedores desinformados puedan acceder a estos recursos y beneficios que les puede brindar una puerta al negocio sostenible deseado y lo mas importante poder enfocar sus habilidades culturales al crecimiento personal y profesional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2019). *BID lanza desafío Innovación Naranja para dinamizar las industrias culturales y creativas*. Bogotá: BID.
- Bogotá, C. d. (2018). *CCB*. Bogotá: Documento Observatorio de la Música 2018.
- Cultura, M. d. (2015). *CULTURA A LA MEDIDA*. Min de Cultura.
- Cultura, M. d. (2019). *ABC de la Economía Naranja*. Bogotá: MinCultura.
- Gov., S. d. (08 de Agosto de 2019). *Secretaria Senado*. Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1943\\_2018.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1943_2018.html)
- Martínez, V. C. (14 de AGOSTO de 2019). Economía naranja: listo decreto que dará beneficios tributarios. *PORTAFOLIO*.
- PORTAFOLIO. (20 de AGOSTO de 2018). Industrias culturales le aportan más al PIB del país que el café. *PORTAFOLIO*.
- Riomalo, S. (2018). En cifras: el estado actual de la industria musical colombiana. *Canal Trece*, 1.
- Roa, M. C. (03 de Agosto de 2018). En la última década, economía naranja despegó en Bogotá. *PORTAFOLIO*.

## LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Javier David Prieto Castro

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1010212765

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Oportunidades de emprendimiento sostenible en el  
Sector Musical para Bogotá

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Javier David Prieto Castro</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1010212765</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Humanidades</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Gerencia de Proyectos</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 05/12/2019