



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
Comisión de Estudios de Postgrado
Maestría en Gestión y Políticas Culturales

**Emprendimiento y Turismo Cultural en Venezuela: De la Comprensión al
Fomento**

Trabajo de Grado para optar al Título de Magíster Scientiarum en Gestión y
Políticas Culturales.

Tutor:

Prof. Carlos Enrique Guzmán
C.I V- 5.610.738

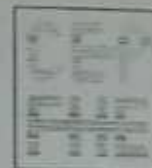
Autor (a):

Soc. Sofía Belandria Herrera
C.I V-18.967.846

Caracas, Julio de 2016



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



VEREDICTO

Quienes suscriben, miembros del jurado designado por el Consejo de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, para examinar el Trabajo de Grado presentado por: **SOFIA VICTORIA BELANDRIA HERRERA** Cédula de identidad N°18.967.846, bajo el título **"EMPRENDIMIENTO Y TURISMO CULTURAL EN VENEZUELA: DE LA COMPRENSIÓN AL FOMENTO"**, a fin de cumplir con el requisito legal para optar al grado académico de **MAGISTER SCIENTIARUM EN GESTIÓN Y POLÍTICAS CULTURALES**, dejan constancia de lo siguiente:

1.- Leído como fue dicho trabajo por cada uno de los miembros del jurado, se fijó el día **06 de Octubre de 2016** a las **10:00 AM.**, para que la autora lo defendiera en forma pública, lo que ésta hizo en el aula **16 del Centro Comercial Los Chaguaramos, piso 3**, mediante un resumen oral de su contenido, luego de lo cual **respondió satisfactoriamente** a las preguntas que le fueron formuladas por el jurado, todo ello conforme con lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

2.- Finalizada la defensa del trabajo, el jurado decidió **aprobarlo**, por considerar, sin hacerse solidario con la ideas expuestas por la autora, que se ajusta a lo dispuesto y exigido en el Reglamento de Estudios de Postgrado.

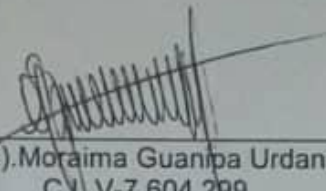
Para dar este veredicto, el jurado estimó que el trabajo examinado cumplió con los criterios fundamentales de evaluación, a saber: **A) Coherencia:** El Trabajo de Grado se inscribe explícitamente en un conjunto referencial teórico denominado **Gestión, Política y Economía Creativa de la Cultura**, que permitió comprobar por parte del jurado examinador el sentido unitario y la pertinencia de los temas desarrollados. **B) Relevancia.** El Trabajo de Grado se ubica en el contexto de una temática de gestión cultural referida al emprendimiento cultural en el sector turismo de Venezuela con la finalidad de formular estrategias para el fomento de los mismos como sector característico de las industrias culturales y creativas. **C) Precisión.** El trabajo de Grado se corresponde con un marco teórico claramente presentado sobre los emprendimientos culturales en la economía creativa. **D) Consistencia Teórica-Metodológica.** El Trabajo de Grado de carácter exploratorio/analítico parte de presupuestos claramente presentes que permitió profundizar sobre el problema de estudio a partir de estudios de casos relevantes así como la consulta a expertos por medio de entrevistas aplicando una matriz gerencial de posicionamiento estratégico DOFA para la recolección de información y el diseño de políticas culturales aplicadas al fomento de emprendimientos culturales en Venezuela.

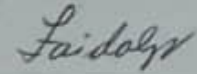
[Handwritten signatures]

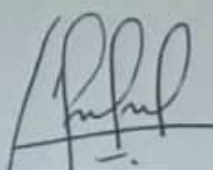


3.- El jurado por unanimidad decidió otorgar la calificación de **EXCELENTE** al presente trabajo por considerarlo de **excepcional calidad y rigor teórico**, con suficiente explicación justificativa y metodológica empleada que contribuye significativamente al desarrollo de líneas de investigación futuras referidas a Economía de la Cultura, Creación y Emprendimientos Culturales en el Turismo en Venezuela. En tal sentido, el Jurado por unanimidad recomienda su **PUBLICACIÓN** por lo argumentado anteriormente.

En fe de lo cual se levanta la presente ACTA, a los **06** días del mes de **Octubre** del año **2016**, conforme a lo dispuesto en el Reglamento de Estudios de Postgrado, actuó como **Coordinador** del jurado el Profesor Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.


Prof(a). Moraima Guanipa Urdaneta
C.I. V-7.604.299
Escuela de Comunicación Social
(UCV)
Profesor Agregado


Prof(a). Zaida S. García V.
C.I. V-6204226
Universidad Pedagógica Experimental
Libertador (UPEL)
Profesor Asociado


Prof. Carlos E. Guzmán C.
C.I. V-5.610.738
ININCO-UCV
Profesor Asociado
Tutor



UCV. ININCO
CEGC/rb
RF.-06/10/2016

DEDICATORIA

A todas esas personas valientes y audaces que siguen
apostando y creando en Venezuela, esperando además
que este trabajo les sirva como insumo

Este ejemplar es el n° 4602
N° depósito legal DC2017000344
Biblioteca Nacional

AGRADECIMIENTOS

A Papá Dios por la fuerza

A mis amigos en especial Winnie, Alexandra y Luna por entender que la tesis ocupaba gran parte de mí tiempo

A mi compañero de aventura, mi tutor Carlos Guzmán, por arriesgarse conmigo y apoyarme en esta travesía

A la profesora Maurelyn Rangel por esa jalada de orejas que significo poner en marcha el proceso de tesis

A la sra Nanci por sus Oraciones

A mis padres por prestarme la computadora

Y a todos aquellos emprendedores y expertos que me apoyaron con su testimonio Carlos Enrique Pérez, Carlos Raúl Gil, Orlando Osorio, Oscar Hernández, Rodrigo Capriles, Rosa Virginia Urdaneta, Rubén Díaz, Vanessa Rolfini, Luis Morales en especial a Carlos Brandt, Maurelyn Rangel, Darío Díaz, Rodrigo Capriles y Raúl Nava de las entrevistas más placenteras y enriquecedoras.

INDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
 CAPITULO I: PLANTEAMIENTO Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	 13
1.1 Planteamiento del Problema.	
Marco referencial para el análisis	13
1.1.1 Formulación del problema	15
1.2 Objetivos de la investigación	
1.2.1 Objetivo General	16
1.2.2 Objetivos Específicos	16
1.3 Justificación de la Investigación	17
1.4 Antecedentes investigativos sobre el objeto de estudio	21
1.5 Bases Teóricas	28
 CAPITULO II: ECONOMIA CULTURAL Y EMPRENDIMIENTO	 36
2.1 ¿Qué es cultura?	36
2.2 ¿Economía de la cultura o economía cultural?	39
2.2.1 Industrias y sectores culturales	43
2.2.2 Aporte de la cultura a la economía	54
2.3 Emprendimiento y desarrollo económico	59
2.4 Emprendimiento en América Latina y Venezuela	64
2.4.1 Políticas y gestión para el fomento del emprendimiento	69
 CAPITULO III: EMPRENDIMIENTO Y TURISMO CULTURAL	 74
3.1 Emprendimiento cultural	74
3.2 Turismo y cultura	77
3.2.1 Turismo cultural y patrimonio	84
3.3 Turismo cultural y desarrollo económico	87
3.4 Turismo Cultural en América Latina y Venezuela	90
3.5 Turismo y gestión cultural	98

3.5.1 Turismo y emprendimiento cultural en Venezuela	101
 CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO	 107
4.1 Paradigma de la investigación	107
4.2 Tipo de Investigación	108
4.3 Nivel de investigación	108
4.4 Método de la investigación	110
4.5 Diseño de la Investigación	111
4.5.1 Técnicas	111
4.6 Fases de la investigación	113
4.6.1 Fase I	114
4.6.2 Fase II	115
4.6.3 Fase III	122
 CAPITULO V: ANÁLISIS DE LOS DATOS	 124
5.1 Los emprendedores	125
5.1.1 El emprendedor y la oportunidad	125
5.1.2 Características del emprendimiento en el sector turismo	126
5.2 Matriz DOFA del emprendimiento cultural en el sector turismo en Venezuela	131
5.2.1 Potencialidades y debilidades del emprendimiento	133
5.2.2 Formación e innovación las claves del emprendimiento	142
5.2.3 ¿Qué ofrece el entorno para emprender en turismo cultural?	159
5.3 Estrategias de fomento para el emprendimiento y turismo cultural	183
5.3.1 Gestión cultural	183
5.2.2 El escenario ideal	187
5.3.3 El escenario posible, estrategias de gestión para el fomento del emprendimiento y turismo	190
 CONCLUSIONES	 200
RECOMENDACIONES	206
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	210
ANEXO DISCO COMPACTO CON DOCUMENTOS DE SOPORTE	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro n° 1 Antecedentes de estudio I	24
Cuadro n° 2 Antecedentes de estudio II	25
Cuadro n° 3 Conceptos claves	35
Cuadro n° 4 Composición de las Industrias Culturales Carlos Guzmán	53
Cuadro n° 5 Porcentaje de Empleos e Ingresos de las Industrias Culturales por Región	55
Cuadro n° 6 Contribución de las Industrias Culturales al PIB en LAC, 1993-2005 (%)	57
Cuadro n° 7 Sector cultural en Venezuela y Producto interno bruto (PIB)	58
Cuadro n° 8 Referencias Conceptuales sobre el Emprendimiento	60
Cuadro n° 9 Top 10 Tasa de Emprendimiento a nivel Mundial	64
Cuadro n° 10 Top 10 Tasa de Emprendimiento en América Latina	65
Cuadro n° 11 Actividades Turismo cultural	105
Cuadro n° 12 Diseño de la investigación	112
Cuadro n° 13 Guía de entrevista a emprendedores	117
Cuadro n° 14 Casos de Estudio	118
Cuadro n° 15 Grupo de informantes expertos	120
Cuadro n° 16 Guía de entrevista a expertos	123
Cuadro n° 17 Matriz FODA aplicada al emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo en Venezuela	134
Cuadro n° 18 Cuadro resumen Innovación y formación	157
Cuadro n° 19 Cuadro resumen Matiz Dofa	182
Cuadro n° 20 Cuadro resumen Gestión cultural	187

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico n° 1 Clasificación Industrias Culturales BID	35
Grafico n° 2 Relación Economía y Cultura	41
Grafico n° 3 Modelo de Sector Cultural por Luis Herrero Prieto	46
Grafico n° 4 Modelo de Composición Sectorial de la UNCTAD	48
Grafico n° 5 Modelo Composición Sectorial BID	51
Grafico n° 6 Actividades económicas características de la cultura PIB a precios constantes 2000-2002	58
Grafico n° 7 Caracterización Sociodemográfica Del Emprendimiento En Venezuela	66
Grafico n° 8 Emprendimiento y Desarrollo Económico	69
Grafico n° 9 Porcentaje de visitantes en los cinco destinos más demandados de Latinoamérica en 2012	92
Grafico n° 10 Turismo Receptivo. Llegada de visitantes internacionales 2004-2014	94
Gráfico n° 11 Llegada de visitantes internacionales según regiones 2010-2014	95
Grafico n° 12 Llegadas de visitantes internacionales según Entidades visitadas 2012-2014	96
Grafico n° 13 Flujograma de investigación	113
Grafico n° 14 Aspectos negativos del entorno	174
Grafico n° 15 Estrategias para el fomento del emprendimiento cultural en el sector turismo en Venezuela	191



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
Comisión de Estudios de Postgrado
Maestría en Gestión y Políticas Culturales

Emprendimiento y Turismo Cultural en Venezuela: De la Comprensión al Fomento

Autor: Soc. Sofía Belandria
Tutor: Prof. Carlos E. Guzmán C.

RESUMEN

La presente investigación de carácter exploratorio/analítico, aborda el estudio del emprendimiento cultural como fenómeno inserto en el sector turismo cultural en Venezuela y propone estrategias de gestión para el fomento de este tipo de emprendimientos a partir de una caracterización exhaustiva en base a estudios de caso y consulta a expertos en la materia. Ambas actividades, emprendimiento y turismo, con grandes potencialidades para el desarrollo económico por lo que el presente trabajo se inscribe en la línea de investigación Gestión Cultural, Innovación y Economía Creativa y de la Cultura desarrollada en el programa de postgrado de la maestría en Gestión y Políticas Culturales de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, ya que devela, en primer lugar, lo significativo de ambos sectores culturales a su vez considerados como sistemas económicos y en segundo lugar da cuenta de la gestión como elemento vital para el desarrollo de ambas actividades. Así mismo, la investigación realiza un recorrido teórico-conceptual sobre la economía y gestión cultural a partir de las posturas teóricas de autores clave como David Throsby, Herrero Prieto y Carlos E. Guzmán, por otra parte autores más vinculados al emprendimiento como Edna Dos Santos, Gerardo Neugosven, Magdalena Aninat y fuentes de información internacional como el Monitor Global de Emprendimiento. No menos importante, esta investigación se enfoca en el turismo cultural no sólo a través de autores como Luis Bonet o Throsby sino que también toma en cuenta criterios internacionales como el de la Organización Mundial de Turismo.

Palabras claves: *economía cultural, industria cultural, gestión cultural, emprendimiento, emprendimiento cultural, turismo cultural.*

Cultura, Economía y Emprendimiento (INTRODUCCIÓN)

Al analizar el emprendimiento cultural vinculado al sector turismo cultural que se desarrolla en Venezuela es imperioso entender que la cultura, la economía y el emprendimiento son nociones altamente vinculadas con las políticas y las gestiones culturales, especialmente con lo que se refiere a la gestión, entendiendo esta última como “La actividad profesional que proyecta, diseña y ejecuta productos y acontecimiento culturales. Entre la creación y sus públicos, junto al creador, ya sea conduciendo ejecutivamente como impulsándolo.” (Guzmán Cárdenas, 2009: 23) Bajo dicha perspectiva se perfila la gestión según el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (en adelante ININCO) y se desenvuelve con mayor claridad a partir del primer capítulo de la investigación, *Planteamiento y definición del problema de investigación*.

Por otra parte definir un concepto polisémico tan manipulado desde numerosos puntos de vista teóricos y áreas de conocimiento, como lo es la cultura, resulta arduo trabajo. Como plantea Guzmán Cárdenas (2004: 79) el imaginario común suele asociar la cultura con obras artísticas; si se parte de una visión antropológica se piensa en todas aquellas manifestaciones del ser humano, ambas visiones obstaculizan la comprensión del fenómeno, una por ser muy reducida y la otra por ser muy amplia. La perspectiva sociológica introduce un elemento interesante y plantea que la cultura es todo proceso de producción simbólica y aunque sigue siendo amplio en su planteamiento, este nos acerca a la producción de bienes y servicios culturales.

Aunque la definición de sector cultural está sujeta a variadas perspectivas y a su vez a distintas formas de clasificación, este agrupa un

conjunto de actividades, que van desde las artes tradicionales (la llamada alta cultura) como la música, danza, teatro, artes plásticas, entre otras, hasta la realización de películas, literatura, festivales, periodismo, edición, televisión, radio y de más, pasando por actividades como diseño, gastronomía, diseño de moda y producciones de contenido digital, en las cuales se profundizará durante los dos primeros capítulos de la presente investigación los cuales recopilan el grueso teórico de la misma. Ese conjunto de actividades hace que "...la cultura tome una dimensión profesional y se vea implicada de inmediato con aspectos económicos, gerenciales y administrativos." (Guzmán, 2004: 76)

Inserto en los sectores antes mencionados, se encuentran las industrias culturales las cuales se entienden como aquellas que aglutina bienes y servicios culturales de carácter reproducible, sector del libro y la edición, prensa, radio, televisión, cine, música grabada, entre otros "...son industrias que centran su atención en los procesos económicos por los cuales los bienes y servicios culturales se producen, comercian, distribuyen y venden a los consumidores." (Throsby, 2008: 156) aunque a veces pueda abordarse de manera peyorativa, no son mandatorias las motivaciones únicamente económicas de quienes participan en dicha industria, lo indiscutible es que esta industria, junto con otras actividades culturales, genera dividendos considerables, representando casi el 10% del Producto Interno Bruto (en adelante, PIB) mundial. (MCC, 2011:15)

Como diría el filósofo francés Jean Baudrillard "Ya no es posible separar el reino económico o productivo de los reinos de la ideología o de la cultura". [Baudrillard citado por Throsby 2008: 35] y esto en gran medida porque las actividades culturales implican procesos de producción, consumo e intercambio los cuales se constituyen como puntos de estudio para la

economía, por otra parte se toma en cuenta la influencia que la cultura genera en la economía de una sociedad a partir de las características de las organizaciones o instituciones encargadas de producción de productos simbólicos y de aquellas personas prestas al consumo de dichos productos, el análisis de este proceso se conoce como economía cultural.

Las actividades culturales en tanto implican procesos de producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales tienen un impacto significativo en la economía de un país, en este sentido el emprendimiento, a grandes rasgos, entendido como la puesta en marcha de una idea en un plan de negocios, es una actividad capaz de impulsar el desarrollo la economía cultural pero se relaciona, de manera especial, con el sector turismo por la incorporación de elementos novedosos en los productos y formas de comercialización así como por el alto potencial de desarrollo económico que tiene el mismo ya que es una de las industrias culturales que genera más empleos y tributa al Producto Interno Bruto a nivel mundial.

En Venezuela el emprendimiento y el turismo coadyuvan a la dinamización de la economía al generar más y mejores empleos, optimizar la distribución del ingreso, oxigenar el tejido productivo de una región, entre otras tantas particularidades de ambas actividades, las cuales se vislumbran, y en especial el emprendimiento, como “...una herramienta de transformación social y económica...” como afirma José del Catillo Saviñon (2014: 3) Ministro de Industria y Comercio de República Dominicana, por lo que resulta pertinente para el desarrollo económico del país caracterizar a través del estudio de casos de emprendimientos y la consulta expertos en ambos criterios (emprendimiento y turismo) cómo es la actividad emprendedora que se genera en dicho sector.

Para finalizar, en el último capítulo de la investigación, se dispone a Identificar potencialidades y debilidades de los emprendimientos y a su vez señalar cuales son los aspectos positivos y negativos que ofrece el entorno para contextualizar en el caso particular de Venezuela es lo que da oportunidad a proponer estrategias de gestión como el mapeo cultural, el establecimiento de redes, el fortalecimiento de la formación y la innovación a fin de fomentar el emprendimiento cultural que se desarrolla en el sector turismo en nuestro país.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema. Marco referencial para el análisis.

La cultura genera distintos bienes y servicios que tienen un impacto considerable en lo económico, desde las áreas convencionales de la cultura como el teatro, artes plásticas, danza, música o fotografía hasta las más innovadoras como diseño de moda, gastronomía o creación de múltiples contenidos digitales, se pueden identificar a nivel mundial numerosos emprendimientos que impulsan y desarrollan las actividades antes mencionadas.

El emprendimiento es “...cualquier intento de crear un nuevo negocio...una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma independiente o dentro de una empresa en funcionamiento.” [Reynolds citado por Hernández 2013:2] lo que genera como resultado final la creación de valor económico y social, sin embargo en lo que refiere a economía cultural estamos en presencia de emprendimientos, que efectivamente, en su análisis más inmediato, se refiere a la creación de nuevos negocios pero que de manera más profunda implican actividades de apropiación y multiplicación de valores simbólicos, es decir, actividades en las que el valor de uso o cambio comercial es sobrepasado por los significados que se le otorga de manera colectiva y generan identidad, por lo que el emprendimiento cultural se toma como objeto de interés.

Con la finalidad de complementar el objeto de interés, aún sin la intrepidez de llamarlo objeto de estudio, destacamos de los múltiples sectores culturales uno tan interesante y complejo como deleitable, que

aglutina distintas actividades, bienes y servicios culturales, y no es otro que el turismo, definido por la Organización Mundial de Turismo (en adelante OMT) (2007) como "... las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros". El turismo es en sí mismo una actividad cultural, pero qué lo hace un sector de la cultura, cuáles son esas actividades que lo definen y que le dan forma a dicho sector.

El Servicio Nacional de Turismo de Chile tras una acuciosa revisión teórico-metodológica plantea:

Turismo cultural es aquella forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino. (SERNATUR, 2012: 23)

Por otra parte el Banco Interamericano de Desarrollo (2007) señala que el turismo cultural como sector contempla la arquitectura, museos y galerías, gastronomía, productos típicos y ecoturismo como los cinco bienes y servicios que integran de manera directa dicho sector.

Los emprendimientos culturales que se desenvuelven en el sector turismo abarcan una gran gama de iniciativas, desde rutas a sitios históricos, arquitectónicos, museos o galerías, hasta la creación de productos típicos con algún componente innovador, pasando por iniciativas gastronómicas y sin dejar de lado el turismo que se hace en zonas rurales y de bajo impacto ambiental.

1.1.1 Formulación del problema

Si de problematización se trata no basta con señalar el emprendimiento y el turismo como actividades económicas y culturales de gran impacto ya que esto no expresa de manera contundente y unívoca ¿Cuáles son las características de los emprendimientos culturales que se desarrollan en el sector turismo cultural? Es decir si se trata de un emprendimiento que se desarrolla en función de aprovechar una oportunidad de negociación o por el contrario se hace por satisfacer una necesidad, así como plantea el Monitor Global de Emprendimiento, en adelante GEM (2012). Adicionalmente en cuanto a las características es vital identificar las particularidades que distinguen al emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo de cualquier otro tipo de emprendimiento particularmente sus potencialidades y debilidades.

En segundo lugar surge como inquietud ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos que ofrece el entorno venezolano para el desarrollo de este tipo de emprendimiento? Y esto nos da como resultado el análisis del contexto social, cultural y económico de Venezuela y su incidencia en el desenvolvimiento de la actividad emprendedora en el sector turismo cultural.

Por último, y no menos importante se planteó ¿cuáles podrían ser posibles estrategias para el fomento de la actividad emprendedora en el sector turismo cultural? Tomando en cuenta el bagaje conceptual de la investigación y los resultados obtenidos tras el encuentro con un panel de expertos conformado por Carlos Brandt, Darío Díaz, Rosa Virginia Urdaneta y Maurelyn Rangel, así como también una muestra de ocho emprendimientos conformada por Zoi Venezuela, Viaja Verde, Rutas Golosas, Soy tu guía, Te paseo, Tu red gourmet, Mi barranco, y Valle Canoabo Chocolate.

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General:

Analizar el emprendimiento cultural vinculado al sector turismo cultural que se desarrolla en Venezuela a partir de casos de estudio y consulta a expertos a fin de proponer estrategias para su fomento.

1.2.2 Objetivos específicos:

1.1 Identificar y caracterizar los enfoques teóricos-metodológicos, elaborados sobre emprendimiento y turismo cultural aplicados en el escenario Iberoamericano y venezolano.

1.2 Identificar el tipo de emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo cultural en Venezuela.

1.3 Analizar las potencialidades del emprendimiento cultural en el sector del turismo cultural por medio de la aplicación de una matriz de posicionamiento estratégico DOFA y consulta a expertos.

1.4 Proponer estrategias y acciones para el fomento del emprendimiento cultural en el sector turismo cultural en Venezuela.

1.3 Justificación de la Investigación

En estos tiempos, haciendo referencia a la última década del siglo pasado y estas primeras décadas del siglo XXI, el emprendimiento ocupa cada vez más espacios e intereses en distintos ámbitos, en lo que respecta a lo académico, las currículas universitarias (especialmente las de postgrado) incluyen el emprendimiento como parte de su plan de estudios; países como España, México, Chile, Colombia o Brasil han desarrollado notoria investigación en cuanto al tema, en Venezuela el Instituto de Estudios Superiores de Administración (en adelante IESA) cuenta con un Centro de Emprendimiento, la Universidad Metropolitana posee un Departamento de Emprendimiento y el Instituto de Investigaciones de la Comunicación mantiene constante formación en temas como la economía cultural, la gestión cultural y el emprendimiento, lo cual hace de dicho tema una línea de investigación importante.

Se ha realizado con anterioridad que la economía cultural posee industrias culturales y que en los sectores que las conforman se han dado gran cantidad de emprendimientos culturales, haciendo esto un área de investigación que exige la incorporación de variables analíticas que se alejen de la lógica puramente empresarial y financiera en la cual normalmente está inmerso el estudio del emprendimiento.

En Latinoamérica desde espacios gubernamentales también se ha buscado fomentar la cultura del emprendimiento, en países como Argentina, a través de la Subsecretaría de Desarrollo Económico de Buenos Aires y en Costa Rica con el Ministerio de Cultura y Juventud se han buscado mecanismos de apoyo como talleres de formación o publicación de materiales de apoyo para emprendedores, desde el ámbito legislativo

Colombia cuenta desde el año 2006 con una Ley para el Fomento de la Cultura del Emprendimiento, En Republica Dominicana existe una Red Nacional de Emprendimiento que delimita una estrategia nacional para el emprendimiento, estos son sólo algunos ejemplos de la importancia que va adquiriendo el fenómeno en la región.

Otro indicativo del creciente interés por el emprendimiento como fenómeno es la creación del Monitor Global de Emprendimiento, mejor conocido como GEM (Global Entrepreneurship Monitor), programa de investigación creado en 1999 por iniciativa de la Universidad de Babson Estados Unidos y la Escuela de Negocios de Londres, su objetivo es realizar estudios sobre la actividad empresarial a nivel Mundial, autores como Adrian Lebendiker (2013:14), Director General del Centro Metropolitano de Diseño de la Ciudad de Buenos Aires consideran los informes del GEM como la única fuente de información confiable con datos comparables a nivel mundial sobre el emprendimiento.

En Venezuela existe una gran cantidad de emprendimientos, en diversas áreas, desde los llamados emprendimientos sociales que aglutinan fundaciones sin fines de lucro que identifican un problema social y se abocan al mismo de manera innovadora y creativa, hasta emprendimientos de carácter económico que consisten en transformar una idea en un negocio viable. Según el Monitor Global de Emprendimiento, para el año 2012 Venezuela estaba de número 11 en el ranking de países con mayor vocación Emprendedora (Deniz, 2013) de acuerdo al estudio el 15,4% (véase cuadro n° 9 y n° 10) de la población se encontraba emprendiendo iniciativas innovadoras de variada índole.

Por otra parte, no menos importante, el turismo cultural es un sector que demanda cada vez más atención en el país, las potencialidades del mismo son ampliamente reconocidas, tanto en patrimonio natural, por la biodiversidad, así como el patrimonio cultural por los bienes arqueológicos y los bienes muebles como construcciones arquitectónicas de diversa índole y espacios culturales, dicho sector podría considerarse como la eterna promesa incumplida, ya que su desarrollo "...implica la interconexión de muchos otros sectores, de la capacitación en los servicios, la seguridad, infraestructura..." (Domínguez, 2014: 67) que no se han impulsado en el país y hacen cuesta arriba la posibilidad de hacer del turismo cultural una actividad económica más significativa de la que pudiera ser la renta petrolera.

Pese a una realidad socio-política, que desde décadas atrás, ha sido poco favorable para el turismo, en el año 2014 se establece este sector como área estratégica de desarrollo; en la Feria Internacional de Turismo Venezuela 2014 (Fitven), celebrada en Barinas, el antiguo Ministro de Turismo Andrés Izarra declaró que se esperaba que para el 2019 el turismo tributara en un 9% al producto interno bruto (PIB) de la nación es necesario aquí detenerse y hacer algunas consideraciones:

1° La crisis económica que atraviesa el país y un manejo inadecuado de las divisas con la política cambiaria actual han dificultado la posibilidad a los venezolanos de hacer turismo en el exterior por el impedimento de conseguir pasajes aéreos y los engorrosos procesos burocráticos de acceso a las divisas.

2° En el año 2012 el turismo tributó en casi un 3% al PIB y al año siguiente en un 3,4% (AVN, 2013) lo que sugiere que turismo nacional va en

aumento, lo cual no es resultado de una buena política comunicacional o de un mejoramiento en la seguridad o la vialidad en el país, ese aumento es en gran medida resultado de un cúmulo de personas con poder adquisitivo, que acostumbran a invertir en viajes como una forma de desarrollar el ocio y la recreación, que antes podían hacerlo en el exterior, y que actualmente sólo optan por hacerlo dentro del país.

Sin embargo, no todo es gris para el turismo nacional, salvando aspectos como la necesidad de mayor eficacia en la gestión gubernamental, Venezuela es un país con una riqueza natural y cultural espléndida, las posibilidades para explotar el sector turístico son muy amplias, existe una potencialidad en cuanto al turismo se refiere que no ha sido lo suficientemente aprovechada, pese a esto, es en el sector turístico que se han creado múltiples emprendimientos desde hoteles, posadas o restaurantes hasta operadores turísticos o agencias de viaje. En el año 2009 se decreta por Gaceta Oficial n° 39.251 la *Ley de crédito para el sector turismo* y para el año 2013, a través de distintos operadores bancarios, se otorgaron más de 1200 créditos (AVN, 2013) lo que devela que el emprendimiento en el sector turístico es favorable.

Emprendimiento y turismo son actividades económicas y culturales cuyo análisis es pertinente cuando se refiere a gestión cultural, innovación y economía creativa y de la cultura, la dinámica económica de actividades con alto grado de innovación como el emprendimiento y su impacto en el desarrollo territorial, desde la perspectiva financiera en tanto dinamiza la economía local o desde la perspectiva cultural por su valor simbólico, son de gran interés en la actualidad, en especial para los profesionales que aspiran desempeñarse en áreas vinculadas a la gestión cultural, quienes deben, ineludiblemente conocer la relación que tiene la economía y la cultura.

Este estudio permite aproximarse al emprendimiento en el sector turismo desde lo cultural, sin descuidar perspectiva económica y/o financiera con la que normalmente se ha abordado, ya que históricamente se ha trabajado desde el ámbito empresarial, por lo que, se debe empezar a investigar o abordar desde otra perspectiva el tema del emprendimiento, como se ha venido observando en la realidad venezolana como un emprendimiento cultural, buscando hacer un aporte teórico-metodológico tanto para la academia, como para los posibles emprendedores culturales del país y en especial a aquellos emprendedores que deciden arriesgarse a llevar a cabo una iniciativa en el sector turístico nacional.

1.4 Antecedentes investigativos sobre el objeto de estudio.

La línea de investigación *Gestión Cultural, Innovación y Economía Creativa y de la Cultura* del ININCO en la cual se inscribe el presente trabajo es el punto de partida para la pesquisa de antecedentes teórico-conceptuales, si se parte de la gestión cultural como tema matriz, por lo general se busca diseñar y ejecutar propuestas para la conducción o impulso de los distintos sectores culturales, en este caso se investiga el emprendimiento cultural en el sector turismo cultural para así poder proponer estrategias y acciones para su fomento y se hace un recorrido teórico-conceptual para conocer el estado del arte que da punto de inicio a esta investigación.

El emprendimiento como objeto de estudio se ha venido abordando desde tres perspectivas, una psicológica que centra su enfoque en el sujeto y busca identificar y caracterizar al emprendedor, así por ejemplo Schwartz (2001) se preocupa por pensar en los rasgos psicológicos o en los valores

que caracterizan a una persona emprendedora y a partir de allí el emprendedor se constituye como el eje de la acción, dejando de lado aspectos económicos y/o sociales en la búsqueda de generalidades en el sujeto emprendedor.

Desde la perspectiva financiera lo que interesa del emprendimiento es su vinculación con la lógica económica, el proceso de creación de empresas y la dinámica del capital inserto en los procesos de producción, este es uno de los campos que lleva la batuta desde mediados del siglo XX cuando el emprendimiento se vislumbraba conexas con las pequeñas y medianas empresas teóricos como Audretsch (2004) y Parker (2004) entre otros, son los clásicos que señalan esta actividad como análoga a los procesos empresariales incipientes.

Una última perspectiva de abordaje es desde el punto de vista sociológico que se orienta al entorno socio-cultural que de alguna manera condiciona la decisión de crear una empresa, autores como Throsby (2008) o Neugosvsen (2012), quienes han estudiado sobre formas de gestión institucional y políticas públicas en torno al área cultural, relacionan el emprendimiento con distintos los sectores culturales y a su vez con el desarrollo local que deviene de la actividad emprendedora.

El tema de los emprendimientos en Iberoamérica ha tendido a ser estudiado desde la perspectiva económica, Gerardo Neugosven (2012) por ejemplo, centra su atención en los procesos económicos que se dan en dicho fenómeno, en nuestro país el IESA lleva la batuta en cuanto investigación referente a emprendimiento, Claudia Valladares y Carlos Brandt, ambos profesores de dicho instituto son considerados mentores del emprendimiento en Venezuela. Adicionalmente, ha habido esfuerzos en Latinoamérica de

teóricos como Edna Dos Santos (2011) y Carlos Guzmán (2004) que son capaces de develar cómo procesos de creación de bienes y servicios culturales se pueden analizar desde la óptica económica sin dejar de lado las dinámicas sociales y los valores simbólicos que ellos existen. Para pensar en el emprendimiento cultural, hace falta restarle un poco de importancia al plan de negocios y empezar a teorizar sobre las dinámicas sociales y culturales que se entretajan en los emprendimientos de este tipo.

Es importante destacar que el tema de los emprendimientos culturales es novedoso, la bibliografía se suele orientar al emprendimiento como fenómeno, sin distinción en su aspecto cultural, paradójicamente se encuentran, en cuanto a Iberoamérica se refiere, gran cantidad de manuales metodológicos, folletos, cartillas y demás materiales, todos con la intención de fomentar la cultura del emprendimiento que aunque no hacen gran esfuerzo teórico en conceptualizar o dar modelos teóricos, alguno de ellos si hacen recopilación de los esquemas y nociones ya existentes.

En cuanto a gestión cultural se refiere los autores de cabecera son David Throsby, Luis Bonet y Carlos E. Guzmán quienes se han propuesto dar cuenta de cómo es la gestión cultural, especialmente Bonet y Guzmán C, para el caso latinoamericano, quienes coinciden en la falta de estadísticas y de indicadores unívocos para la elaboración de políticas culturales precisas y garantizar así una gestión eficaz, así como también para posibles estudios comparativos en la región, por otra parte el emprendimiento y la gestión cultural suelen estar enmarcado en el incremento de la actividad en el ámbito cultural y la necesidad de gestiones o gestores culturales que sumen al desarrollo económico sin desdibujar el valor simbólico de dichas actividades y puedan de igual forma contribuir a la generación de identidad o enriquecimiento espiritual e intelectual.

Cuadro n° 1
Antecedentes de estudio I

REGIÓN	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	AUTORES
Europa	Economía y Cultura	Bonet (2001)
		Throsby (2008)
	Emprendimiento cultural	Herrero (2011)
	Turismo Cultural	Bonet (2003)
Estados Unidos	Economía y Cultura	Quartesan (2007)
	Emprendimiento	Audretshch (2004)
		Austin (2006)
América Latina	Emprendimiento	Lebendiker (2013)
	Emprendimiento cultural	Dos santos (2011)
		Neugosven (2012)
	Turismo Cultural	Pérez (2014)
Venezuela	Economía y Cultura	Guzmán (2009)
	Emprendimiento	Brandt (2012)
		Deniz (2012)
	Emprendimiento cultural	Guzmán (2009)
	Turismo Cultural	Clemente torres (2015)
	Gestión Cultural	Guzmán (2009)
Globales	Economía y Cultura	UNESCO
		BID
	Emprendimiento	GEM
	Turismo	OMT

Fuente: Elaboración propia, 2016.

En concreto a lo que se refiere a la relación que existe entre los emprendimientos culturales y el turismo la teoría se vuelve cada vez más

escasa, tras una exhaustiva búsqueda se presenta a continuación un cuadro con alguna de las investigaciones que se pueden encontrar en dicha materia, por razones metodológicas el tiempo a considerar es el último lustro 2010-2015 lo que asegura contar con investigaciones recientes y de valor académico.

Cuadro n° 2
Antecedentes de estudio II

REGIÓN	AUTORES	TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN
España	Ana Gessa Nuria Toledano (2011)	Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos. El caso de Andalucía, España
Argentina	Julia Piñero Carreras (2011)	Los emprendimientos turísticos y sus efectos. El caso del Hotel-Casino en Victoria, Entre Ríos, Argentina
	Marina Cordisco, Liliana Scoponi y otros (2013)	Cultura, identidad y territorio: reflexiones para el desarrollo de una estrategia de diferenciación del servicio agroturístico en emprendimientos de un Grupo de Cambio Rural del partido de Coronel Suarez Buenos Aires
Brasil	Jésica Borges de Carvalho, Maria Salete Batista Freitag y otros (2013)	El aprendizaje empresarial en los emprendimientos sustentables del sector turístico del cerrado Brasileño
	Rógis Juarez Bernardy, Eliandro Gustavo Bortoluzzi y otros (2012)	Procedimientos metodológicos para el desarrollo del turismo de negocios y de intercambio en emprendimientos empresariales
	Dyego de Oliveira, Milton Augusto Pasquotto y otros (2013)	La relación entre la economía solidaria y el desarrollo local. Un estudio de caso volcado a los emprendimientos solidarios del turismo brasileño
Chile	María Cecilia Silva Francisco Gatica (2012)	Evaluación de la formación y activación del capital social frente a la aplicación de una política pública. Caso: Programa Emprende y su desarrollo durante el periodo 2005-

		2010 en la mesa Publico privada de turismo de Panguipulli
Venezuela	Benito Díaz (2013)	Innovación para emprendimientos en turismo, para la promoción de cooperativas y para políticas hacia la inclusión social.
	Mayra Rivero Díaz (2013)	Innovación, capital intelectual y capital social territorial: enfoques clave para el éxito de la empresa turística en el nuevo entorno socio económico

Fuente: Elaboración propia, 2016.

Entre los aspectos comunes a las investigaciones expuestas con anterioridad se encuentra el enfoque cualitativo como forma de abordaje, inclusive investigaciones como “Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos. El caso de Andalucía, España” de Ana Gessa y Nuria Toledano se realizan desde el método etnográfico que implica una dedicación considerable y por lo tanto un estudio a profundidad de los fenómenos.

Otro elemento común a las investigaciones son los estudios de caso, de un total de ocho investigaciones seis de ellas se hacen a través de estudios de caso, es decir un 75% y esto responde en buena medida a las capacidades humanas de abordar la realidad, generalmente se recurre a estudios de caso para poder contrastar posiciones teóricas con fenómenos de la realidad de manera concreta y minuciosa. Se tiene una información más fiable y profunda cuando se circunscriben los fenómenos a un espacio y tiempo manejable para el investigador.

También se encuentran investigaciones de emprendimientos asociados al desarrollo local, sin embargo no contemplan el sector turismo o este termina siendo consecuencia por añadidura del desarrollo de una región y no el foco

central del emprendimiento.

En nuestro país el foco en torno al emprendimiento se hace desde la perspectiva empresarial, lo concerniente a las famosas PyMES (pequeñas y medianas empresas) se lleva el protagonismo, esa tendencia en estudio de casos se extiende a Venezuela (aunque no precisamente relacionando el emprendimiento y el turismo) y se encuentran investigaciones descriptivas con respecto a las estrategias de emprendimiento que llevan al crecimiento económico de empresas como *Motores la Trinidad, Panaderías y restaurantes del este de la ciudad de Caracas, Empresas del sector servicio de la ciudad de Caracas, Empresas de alimentos que distribuyen el área metropolitana de Caracas*, entre otros estudios de caso los cuales se han constituido como trabajos de grado del IESA.

Desde perspectivas no economicistas se encuentra una investigación en la que se hace un *Perfil demográfico y psicográfico del emprendedor venezolano* realizado por la maestrante del IESA Mariluz Gómez en el año 2012, un año más tarde, del Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO se cuenta con el trabajo de grado realizado por Maurelyn Rangel quien describe y analiza *La cultura del emprendimiento en el Municipio Chacao de Caracas*.

En lo que concierne a la presente investigación uno de los antecedentes más resaltantes es el de Benito Díaz (2013), de la Universidad de Los Andes ULA, quien analiza las capacidades de innovación en empresas que prestan servicios turístico, así como también Mayra Rivero (2013), quien asoma la innovación como elemento cada vez más presente en las empresas turísticas considerando algunos emprendimientos.

1.5 Bases Teóricas

La gestión cultural es a grandes rasgos un conjunto de estrategias empleadas para la consecución de actividades culturales, Guzmán (2014: 23) plantea además la relación de la gestión cultural con el gestor propiamente dicho, pues no se trata únicamente de un conjunto de estrategias sino de una actividad profesional que “proyecta, diseña y ejecuta productos y acontecimiento culturales. Entre la creación y sus públicos, junto al creador, ya sea conduciendo ejecutivamente como impulsándolo.” No se trata entonces de cualquier tipo de gestión sino más bien de una actividad que se pone en marcha con la participación de múltiples actores, creadores, gestores y consumidores o espectadores.

Por otra existen características bien particulares para la gestión cultural, la primera de ellas es la incidencia que puede la gestión en si misma sobre los bienes y servicios culturales, es decir “La misión del gestor cultural no es modificar o hacer más comercial la obra (como a menudo se acusa), sino encontrar el mercado adecuado para la misma combinando adecuadamente el resto de las variables de la gestión (precio, canal de venta, promoción).” (Bernárdez, 2003: 6).

En segundo lugar está la participación del Estado en la gestión de bienes y servicios culturales, o si se quiere el alto nivel de intervención que este tiene a través de la generación de políticas públicas, esto se debe en buena medida a la responsabilidad que tiene el Estado en la salvaguarda del patrimonio cultural y a que el descanso y el disfrute de actividades culturales se reconoce como un derecho fundamental para los ciudadanos por lo que el Estado debe ser garante, lamentablemente es usual en Latinoamérica una actitud mesiánica y asistencialista por parte del Estado.

Como tercera característica de la gestión cultural es el uso de herramientas tecnológicas como redes sociales, aplicaciones, plataformas digitales entre otras, que además "...son aplicables en las diferentes fases del proceso que va desde la creación al consumo de un bien o servicio cultural. El diferente nivel de aplicación de los avances tecnológicos influye sobre el tamaño de la organización cultural, ya que condiciona la capacidad de generar (y por tanto de disponer) de recursos." (Bernárdez, 2003: 6). Esta característica es, si se quiere, una de las más vinculadas a la actividad emprendedora por el grado de innovación que implica bien sea en sus servicios o productos, en los procesos cómo los elaboran o principalmente en las formas en las que se comercializa a través de la web y distintas aplicaciones digitales.

El emprendimiento, suele ser entendido, a grandes rasgos, como "El proceso mediante el cual las personas adquieren conocimientos y destrezas que favorecen el desarrollo personal y social." (MCC, 2011: 43) Como características comunes en diferentes enfoques teóricos se encuentran riesgo al invertir un capital y deseo de llevar a cabo una actividad económica propia, a finales del siglo XX a dichas premisas se le suman la innovación tecnológica que marcó la llamada era del conocimiento y no menos importante el impacto social como elemento indispensable en la gestión de nuevas iniciativas.

En cuanto al emprendimiento, resulta casi indiscutible que es un fenómeno potencial para tributar considerablemente al desarrollo económico y social de una región, inclusive de una nación, el economista norteamericano David Audretshch (2004: 4) plantea que en un escenario global de crisis económica, en el que las tasas de desempleo aumentan de

manera sostenida, la creación de nuevas empresas coadyuvan a generar riquezas en las sociedades, además de factores económicos, creación de bienes y servicios, valor agregado y puestos de trabajo, el emprendimiento como fenómeno adquiere importancia porque se constituye como oportunidad de crecimiento laboral y profesional de personas logran hacer de un proyecto de negocios o un emprendimiento su ámbito para el trabajo, es por tal razón que no se puede dejar a la ligera de reducir el emprendimiento a la creación de empresas porque es un fenómeno que trasciende la lógica empresarial incorporando valores simbólicos.

En cuanto a los tipos de emprendimiento puede haber tantas clasificaciones como posturas teóricas hayan desarrollado categorías en base a experiencias concretas de emprendimiento, por ejemplo Ana Gessa Y Nuria Toledano de la Universidad de Huelva España (2011) fundamentadas en los aportes teóricos de Abrahamsson (2008) y Bramwell y Sharman (1999) plantean la existencia del emprendimiento ecológico y del emprendimiento pro-sostenible, la Subsecretaria de de Desarrollo Económico de Buenos Aires basados en sus registros de experiencias de emprendimiento proponen la consultoría¹, agronegocios y gastronomía como tipologías, por otra parte distinguen entre el emprendimiento científico-tecnológico y el digital dejando en este ultimo renglón desarrollos orientados a internet exclusivamente, software aplicaciones para celulares y/o tabletas, videojuegos y en general toda la industria de contenido digital.

¹

Debido al auge de la actividad emprendedora existe un tipo de emprendimiento que se dedica a asesorar a empresas u otros emprendedores y es desarrollado, generalmente, por personas con formación académica en diversas disciplinas como derecho, contabilidad, ingeniería industrial, ingeniería medioambiental, software, entre otros. (Adrian Lebendiker (2013), "Claves para Emprendedores" argentina)

Existe un tipo de emprendimiento que cuenta con un consenso teórico más o menos considerable y es el denominado emprendimiento social. Para autores como Roberts y Woods (2005: 49) “El emprendimiento social es la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el cambio social transformativo llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados.” Por otro lado, el Economista Howard Stevenson (2006: 2) lo define como “...una actividad innovadora, de creación de valor social, que ocurre al interior y a través de los sectores sin ánimo de lucro, de negocios y gubernamental.”, por último, Alexander Guzmán y María Trujillo, investigadores del departamento de Estudios Gerenciales e la Universidad de ICESI de Colombia, definen:

El emprendimiento social es un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales. (Trujillo y Guzmán, 2008: 110).

Como característica común se encuentra la búsqueda de soluciones a problemas sociales, así como también el hecho de que este tipo de emprendimiento no centra su atención en la creación de un negocio rentable sino en la oportunidad de un cambio social, generalmente son emprendimientos bajo la figura de *fundaciones sin fines de lucro* que operan económicamente con donaciones y/o apoyo de otras instituciones y no manejan un plan de negocios, a lo sumo se plantean como cubrir sus costos fijos, aunque también pueden presentar características innovadoras, la razón de ser de estos emprendimientos es el impacto social.

Retomando aquellos emprendimientos que no cuentan con definiciones unívocas nos encontramos con los emprendimientos culturales y creativos, el profesor Carlos Guzmán en una variación de concepto desarrollado por el Ministerio de Cultura de Colombia define:

El emprendimiento cultural como una actividad (individual o colectiva) de apropiación de los valores simbólicos **–de origen tangible** e intangible- de una sociedad, que tiene como propósito crear y **recrear** diversas formas de representación plasmadas en bienes y servicios culturales, mediante procesos económicos y sociales **–vinculados o no al mercado–** basados en el riesgo, la creatividad y la innovación. (Guzmán, 2014: 16)

El economista Gerardo Neugosven plantea que el emprendimiento cultural “Se trata de una forma fundamentalmente nueva de organización empresarial relacionada con el arte y la cultura que deja atrás el tradicional enfoque de la gestión del arte basada en el cómo se hace.” (Neugosven, 2012: 2) en este sentido el emprendimiento cultural no dista mucho de lo que se entiende por emprendimiento, se trata de creación de procesos económicos basados en la innovación e insertos en el sector cultural, mucho se ha escrito sobre emprendimiento cultural sin dar definiciones operativas y asumiendo que cuando se maneja el termino se hace referencia al surgimiento de iniciativas de negocios en actividades culturales.

Por otra parte el emprendimiento creativo se asocia a actividades como “...diseño, moda, cine, teatro, editoriales, artísticos, en general con una fuerte impronta cultural e identitaria. El foco en el producto y su diferenciación, y una suerte de enamoramiento hacia el mismo, son aspectos muy característicos de este tipo de emprendimientos”. (Lebendiker, 2013: 19). La aproximación conceptual que se ha hecho en relación a los

emprendimientos, en especial los culturales, devela que la misma está fuertemente sujeta a la caracterización que el autor y/o institución tenga sobre los sectores culturales.

Es importante destacar lo que han explicado autores como Throsby (2008) y Guzmán (2014), que el sector turismo tiene dos características sobresalientes: la primera de ella es que el mismo comprende componentes tangibles como: recursos, bienes e infraestructura; y componentes intangibles como: servicios, imagen, valor social; la segunda característica a mencionar es que este sector es tan amplio que se constituye de otros sectores culturales como: Patrimonio cultural, conocimiento tradicional, artes escénicas, servicios creativos, entre otros.

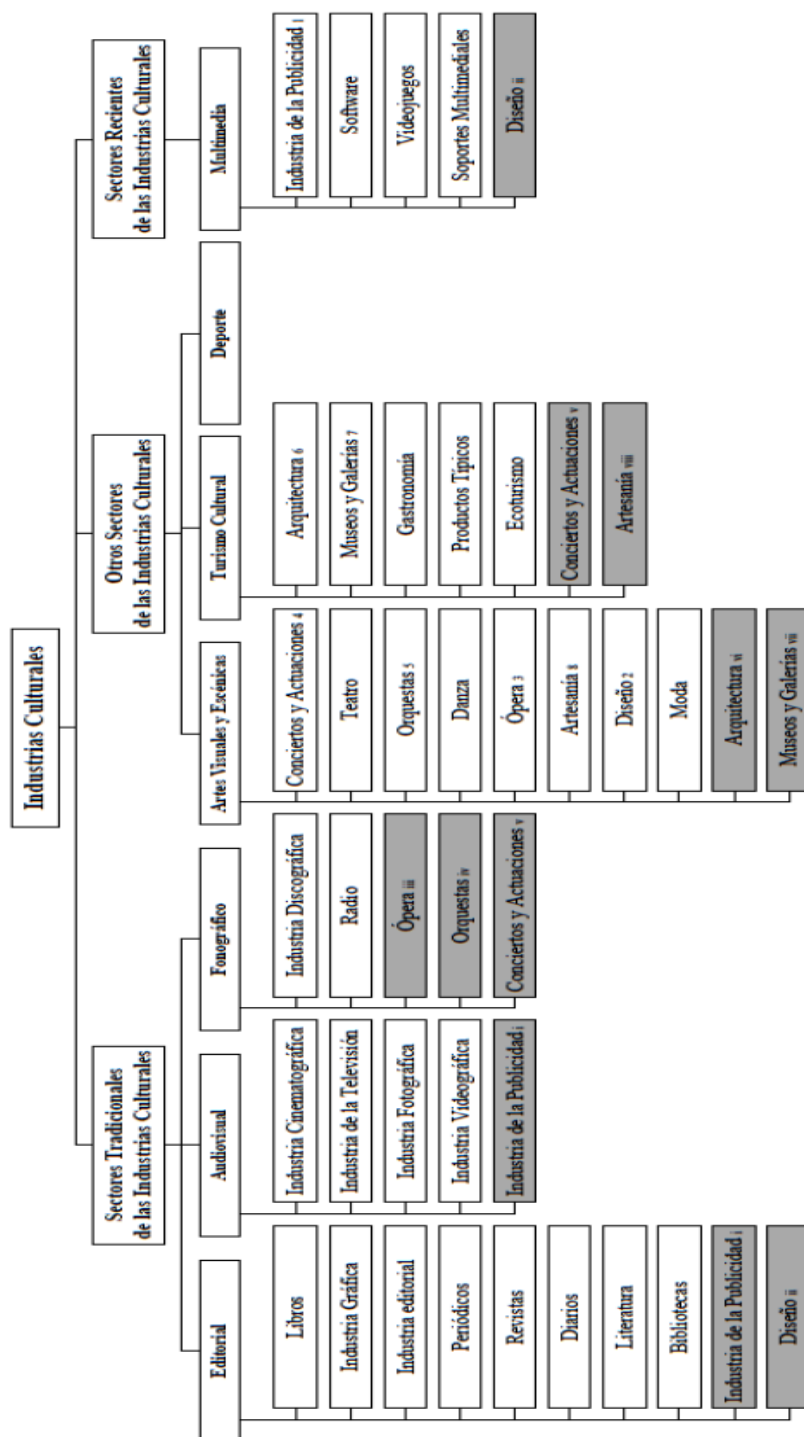
Para efectos de la investigación, de los numerosos modelos de composición sectorial de las Industrias Culturales, se tiene como referencia el creado por el Banco Interamericano de Desarrollo en su informe *“Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades”* (2007), que parte de las industrias culturales como una gran clasificación que se subdivide en tres sectores y estos a su vez contemplan múltiples bienes y servicios culturales.

Como se puede observar en el modelo del BID el turismo cultural se presenta como un sector de las Industrias culturales y las categorías que lo integran son:

1. Arquitectura 2. Museos y Galerías 3. Gastronomía 4. Productos típicos y 5. Ecoturismo

En menor medida artesanía, conciertos y actuaciones, los cuales no se tomaran en consideración como criterio para la escogencia de emprendimientos ya que pertenecen al sector turismo de manera secundaria.

Grafico n° 1
Clasificación Industrias Culturales BID



- i La industria de la publicidad pertenece primariamente al sector multimedia y secundariamente a los sectores editorial y audiovisual.
- ii El diseño pertenece primariamente al sector de las artes visuales y escénicas y secundariamente a los sectores editorial y multimedia.
- iii La ópera pertenece primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- iv Las orquestas pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- v Los conciertos y actuaciones pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- vi La arquitectura pertenece primariamente al sector de turismo cultural y secundariamente al sector de las artes visuales y escénicas.
- vii Los museos y galerías pertenecen primariamente al sector de turismo cultural y secundariamente al sector de las artes visuales y escénicas.
- viii Las artesanías pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector de turismo cultural.

Fuente: BID. (2007). Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades. p. 5

A continuación se presenta un cuadro con definiciones claves en el desarrollo de la investigación que permitirán al lector entender las categorías más trabajadas durante la tesis y que además se constituyen como conceptos operativos es decir, desde donde se parte conceptualmente en la investigación.

Cuadro n° 3
Conceptos claves

Categoría	Concepto
Economía Cultural	Análisis de la influencia que la cultura genera en la economía de una sociedad determinada tomando en cuenta las dinámicas y particularidades de las organizaciones y relaciones humanas asociadas a la producción y consumo de productos simbólicos. (CAB, 2001)
Industria cultural	Conjunto de bienes y servicios culturales de carácter reproducible, como el sector del libro y la edición, prensa, radio, televisión, cine, música grabada, entre otros, que centran su atención en los procesos económicos por los cuales los bienes y servicios culturales se producen, comercian, distribuyen y venden a los consumidores. (Bonet Ferrer, 2003)
Gestión cultural	Actividad profesional que proyecta, diseña y ejecuta productos y acontecimiento culturales. Entre la creación y sus públicos, junto al creador, ya sea conduciendo ejecutivamente como impulsándolo (Guzmán Cárdenas, 2014)
Emprendimiento	Cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluye autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma independiente o dentro de una empresa en funcionamiento, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Reynolds 2013)
Emprendimiento cultural	Actividad (individual o colectiva) de apropiación de los valores simbólicos –de origen tangible e intangible- de una sociedad, que tiene como propósito crear y recrear diversas formas de representación plasmadas en bienes y servicios culturales, mediante procesos económicos y sociales –vinculados o no al mercado- basados en el riesgo, la creatividad y la innovación (Guzmán Cárdenas, 2014)
Turismo cultural	Forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino. (SERNATUR, 2012)

Fuente: Elaboración propia, 2016

CAPITULO II: ECONOMIA CULTURAL Y EMPRENDIMIENTO

2.1 ¿Qué es cultura?

En un trabajo de investigación cuyos conceptos claves son economía, industria, gestión, emprendimiento y turismo, y estos además están acompañados del término *cultural* como característica peculiar develan al lector que no se trata de la economía, como ciencia, de la industria, como actividad de transformación de materia prima, no se plantea la gestión como simple consecución de procesos, y mucho menos se trata del emprendimiento o del turismo a grandes rasgos, no, muy por el contrario, la palabra *cultural* esta deliberadamente dispuesta para darle un valor distintivo a todas y cada una de las nociones a desarrollar durante la investigación.

Dicho lo anterior, es ineludible aproximarse a la cultura de manera conceptual. Se está en presencia de un concepto que tiene aproximadamente trescientos años en la palestra, desde que en la Alemania del siglo XVIII se usaba el termino Kultur para referirse al cultivo y la progresión personal en la búsqueda de la perfección espiritual, vinculado a la educación y formación (Barretto, 2007:16) podría decirse que se trata de cultivar el alma a través de la adquisición de un conjunto de conocimientos y experiencias.

Desde entonces se ha venido interpretando y reinterpretando, por ejemplo, en el imaginario común la cultura puede hacer referencia a un sinnúmero de cosas, como el arte o manifestaciones artísticas, nivel educativo de una persona o de un grupo de personas, tradiciones de una comunidad, región o país, inclusive expresiones de pueblos indígenas, entre tantos otros elementos.

El termino cultura también se ha definido y redefinido cuantiosas veces, diversos autores, variadas posturas teóricas y múltiples campos de estudio y es de forma rigurosa que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, tras muchos foros, mesas de trabajo y discusiones, define la cultura como:

...el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (UNESCO, 1982)

Desde la interpretación que se sucede en el imaginario común hasta las definiciones conceptuales la cultura pareciera abarcar todas aquellas manifestaciones del ser humano, lo que la convierte en un fenómeno tan amplio y complejo que pudiera acabar siendo inmanejable. La perspectiva sociológica introduce un elemento interesante y plantea que la cultura “...es todo proceso de producción simbólica.”, (Guzmán, 2004: 74) detengámonos aquí en dos acepciones 1.-Simbólica, 2.- Producción simbólica. En la primera acepción la cultura es simbólica en tanto:

Permite que el ser humano a través del lenguaje pueda traer al presente situaciones e ideas del pasado, u objetos que no se encuentran físicamente aquí y ahora. Esto implica que la cultura puede ser transmitida a la siguiente generación sin tener que estar atados a una materialidad específica, porque tenemos la posibilidad de simbolizar. Por ello, la cultura permite que tengamos memoria de lo que somos y hemos sido como grupo humano para proyectarnos hacia el futuro. (SERNATUR, 2012:16)

En segundo lugar la *producción simbólica* acerca la cultura a la idea de producción de actividades; se ha venido vislumbrando un fenómeno tan amplio que al hablar de producción simbólica, de alguna manera se busca advertir que en la cultura existen procesos de elaboración y creación, de productos o actividades que convierten toda esa carga simbólica en algo material y/o perceptible, bien sea a través de cosas o de experiencias.

Se habla entonces de actividades culturales, que según el economista Australiano David Throsby se caracterizan porque "...implican alguna forma de creatividad, en su producción; hacen referencia a la generación y comunicación de significado simbólico; y su producto representa, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual." (2008: 18). La cultura incluye, un conglomerado de actividades y bienes que involucra la creación, interpretación, conservación, transmisión y expresión de contenidos simbólicos. De esta manera, ese abstracto que es la idea de cultura se circunscribe en un espectro manejable y se suele pensar en bienes, industrias, instituciones o sectores culturales, objetos que le dan sentido a la cultura y permiten proporcionar una orientación funcional al término.

Para efectos de esta investigación interesa la visión del profesor colombiano Javier Machicado quien añade a todo lo desarrollado con anterioridad que la cultura es "...un elemento indispensable en la cohesión social y la reconstrucción de una identidad, un sector económico tan o más importante que cualquier otro sector productivo." (2004: 3) se reconoce la cultura como un fenómeno capaz de unir y relacionar distintos actores y aspectos sociales, así como también de generar procesos de identificación, todo esto bajo la óptica del sector económico. El autor reconoce también que:

Las transacciones económicas en el seno de la cultura generan efectos económicos positivos como el aprendizaje y el conocimiento. Es decir que el sector cultural contribuye al desarrollo tanto desde los ámbitos sociales e identitarios que le son propios como desde su participación en lo económico. (Machicado, 2004: 3)

La cultura entendida desde esta perspectiva permite entender la relación bidireccional que existe entre la cultura y la economía, la cual será desarrollada con mayor precisión en el siguiente apartado, en principio se entiende que la cultura posee procesos de producción, distribución y consumo, que se pueden analizar desde la visión económica y a su vez desde esta visión se puede entender el impacto de la cultura en la economía, aspecto que da forma a la presente investigación.

2.2 ¿Economía de la cultura o economía cultural?

Previo a ahondar en los conceptos de bienes, industrias, instituciones o sectores culturales es importante destacar que todas estas concepciones provienen de la economía, para Throsby “Buena parte de la economía que se enseña a los estudiantes en las universidades del mundo occidental hoy en día se refiere a la eficacia de estos procesos de producción, consumo e intercambio” (2008: 21), sin embargo existe otra acepción de la cultura que la define como un conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo siendo la economía mucho más que una ciencia de administración de bienes.

En el marco del Convenio Andrés Bello se generó, en el año 2001, un *Informe sobre el Impacto de la Cultura en la Economía Chilena*, del cual se debe rescatar argumentos vitales para entender la relación entre cultura y economía, según este informe:

La relación entre economía y cultura ha sido establecida desde al menos dos perspectivas: Economía Cultural y Economía de la Cultura. La primera, intenta conocer las influencias que la cultura genera en la economía en una sociedad determinada, de modo de revisar el pensamiento económico a la luz de las dinámicas y particularidades de las organizaciones y relaciones humanas asociadas a la producción y consumo de productos simbólicos. (CAB, 2001: 83)

En primera instancia se plantea la influencia de la cultura en la economía de una sociedad mientras que "...la segunda perspectiva, se ha abocado a entregar información sobre la esfera cultural a partir del saber económico. En particular, la Economía de la Cultura se interesa por la aplicación de la teoría y análisis económico sobre los problemas del arte y las prácticas culturales." (CAB, 2001: 83).

Parafraseando a Throsby (2008) de la misma forma en que el discurso económico y el funcionamiento de los sistemas económicos se encuentran dentro de un contexto cultural, a la inversa, es posible observar que las relaciones y los procesos culturales existen dentro de un entorno económico y pueden interpretarse en términos económicos, la economía de la cultura vendría siendo la interpretación económica de los procesos culturales. "En definitiva, mientras en la Economía Cultural, son las definiciones culturales las que tratan de ampliar el lenguaje económico, en la Economía de la Cultura es el lenguaje económico el que se aplica a los productos culturales." (CAB, 2001: 83).

En ambos casos, si se quiere, en ambas líneas de investigación se revela que las actividades y productos culturales tienen relación con la economía bien sea por el impacto que generan en el desarrollo económico

local, regional o nacional, o porque dichas actividades y productos están sujetos a procesos de creación, producción y distribución (véase, gráfico n° 2) de cualquier forma el reconocimiento y comprensión de esa relación es el punto de partida para la gestión cultural y el desarrollo de políticas culturales realmente valiosas y efectivas.

Grafico n° 2
Relación Economía y Cultura



Fuente: Guzmán. Tomado de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. UNESCO 2005. p. 6.

El profesor español Ramón Zallo (2007), en su empeño por demostrar la economía de la cultura como objeto de estudio tan válido para la economía como cualquier otro y explica que:

...cabe una economía general de la cultura como objeto de estudio porque –vista como un objeto de estudio para una ciencia social como la economía– la cultura nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y valorización peculiares por su propia naturaleza, supone siempre algún

proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasma en objetos o servicios culturales y demandados por tales, y tiene una eficacia social por su percepción social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva. (2007: 219).

Entre tanta conceptualización económica, pareciera haberse diluido esa característica tan fundamental que tiene la cultura, *valor simbólico*, dónde intervienen distintas disciplinas de las ciencias sociales, los procesos económicos se complejizan si son vistos desde una lente que incorpore la variable cultural más allá de la oferta y demanda, sin dejar de reconocer esto como parte importante del proceso, es por esta razón que en la presente investigación el foco no está puesto en la economía de la cultura sino más bien en la economía cultural, entendiendo esta última como el:

Análisis de la influencia que la cultura genera en la economía de una sociedad determinada tomando en cuenta las dinámicas y particularidades de las organizaciones y relaciones humanas asociadas a la producción y consumo de productos simbólicos. (CAB, 2001: 83)

No interesa conocer entonces el emprendimiento únicamente como actividad financiera que transforma una idea en un plan de negocios sino que más bien se trata de la actividad emprendedora como aquella capaz de dinamizar e impactar en la economía de una sociedad, comunidad o región determinada vinculandola además a un sector cultural que genera bienes y servicios concretos, por lo que se destaca lo que manifiesta el economista español Herrero Prieto (2002):

...bien cultural no **implica** sólo las creaciones y expresiones «vivas», como por ejemplo las artes escénicas y plásticas realizadas en un momento presente; sino también todo lo que

se considera como patrimonio cultural en un sentido acumulado, es decir y por lo tanto, con una perspectiva histórica o con un sentido de heredad. Así mismo han de considerarse también aquellas otras mercancías de carácter reproducible pero que constituyen, a la vez, una forma de creatividad o de expresión intelectual, como lo son una obra literaria, la composición de una sinfonía o la producción de una película de cine. En definitiva, cualquiera de estas tres gamas de objetos, cultura viva, cultura acumulada o patrimonio cultural, y cultura reproducible, representan productos culturales de naturaleza diferente, pero todos están cruzados por una característica común, que es su significado como creación artística, esencia de inteligencia o signo de identidad de una colectividad; y que contribuyen a lo que podríamos definir como valor cultural de dichos elementos (Herrero, 2002: 152 negrillas nuestras).

Herrero atisba sobre la noción de bienes culturales, donde incluye no sólo las artes escénicas y plásticas sino también aquellos productos de carácter reproducible siempre y cuando implique una forma de creatividad o de expresión intelectual, como podrían serlo la literatura o el cine, entre otros, mientras que retomando a Throsby (2008:16) los bienes culturales contienen las artes tradicionales como la música, la literatura, la danza, el teatro, las artes visuales y aquellas actividades como la realización de películas, la narración de relatos, los festivales, el periodismo, la edición, la televisión y la radio, el diseño, y demás actividades cuyas características principales, como se menciona en el apartado anterior, es que son creativas, generan un significado simbólico y son objeto de propiedad intelectual.

2.2.1 Industrias y sectores culturales

La escuela de Frankfurt, de la mano de Max Horkheimer y Theodor Adorno se dio a la tarea de teorizar como las industrias culturales resultan

una mercantilización inherente a la cultura de masas, una transformación y degradación de la cultura obedeciendo al capitalismo monopolístico que todo lo vuelve objeto de oferta y demanda, sin embargo, el término *industria cultural* no implica necesariamente un juicio ideológico o peyorativo ni impone motivaciones económicas o de otro tipo a quienes participan de ella, “...son industrias que centran su atención en los procesos económicos por los cuales los bienes y servicios culturales se producen, comercian, distribuyen y venden a los consumidores.” (Throsby, 2008: 156) se orientan hacia el potencial económico del quehacer cultural para generar bienes y servicios, empleos, ingresos y para satisfacer las demandas de los consumidores.

Para la UNESCO (2006) los bienes y servicios culturales son aquellos “...cuyo valor económico primario deriva de su valor cultural y tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual.” Mientras que las industrias culturales se definen como “...bienes y servicios protegidos por derechos de autor.” Entre los sectores usualmente enunciados por la UNESCO se encuentran la imprenta, editorial y producciones multimedia, audiovisuales, fotográficas y cinematográficas, artesanía y diseño.

Adicionalmente, el Banco Interamericano de Desarrollo (2007) define la industria cultural como un conjunto de “...sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor.” (BID, 2007: 9) Por otra parte plantea que dichos sectores ofrecen:

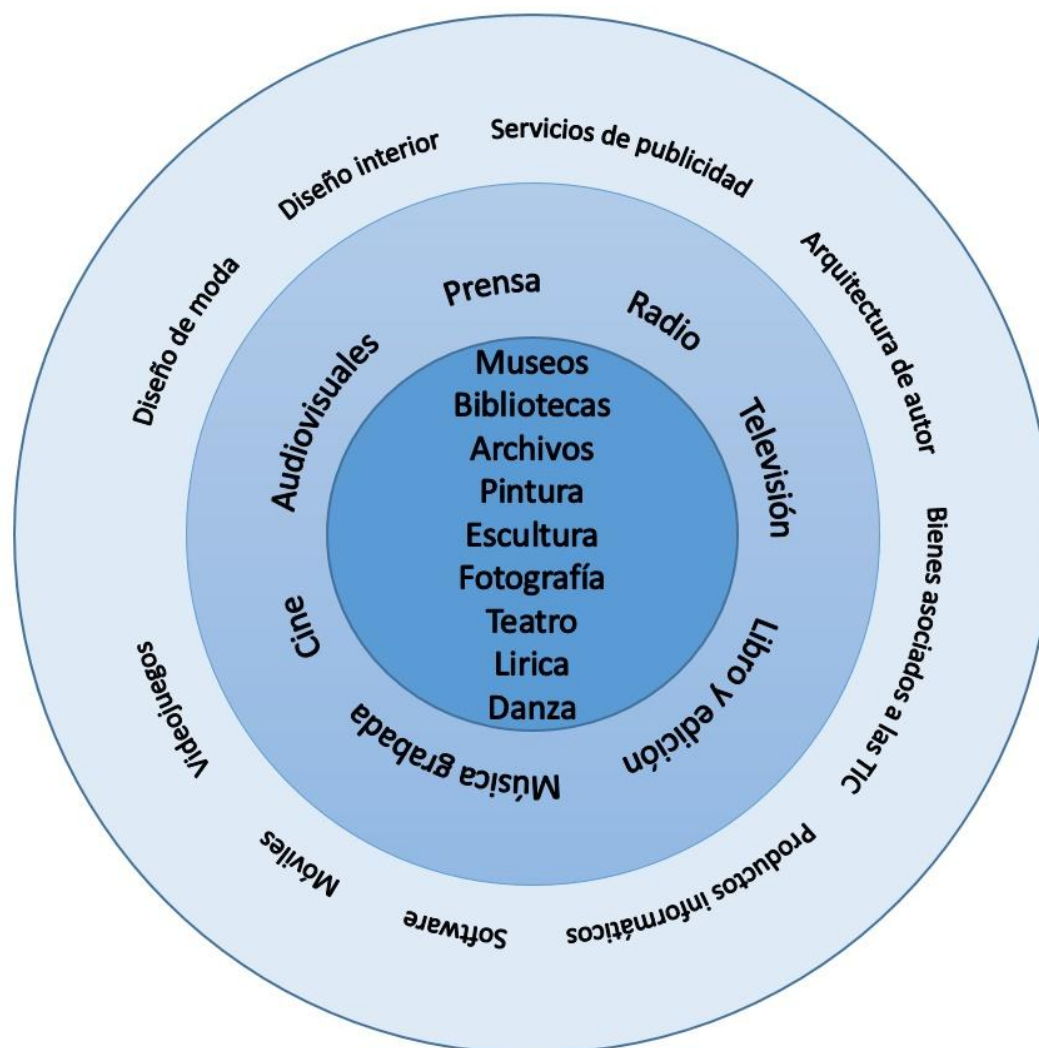
- 1) Servicios de entretenimiento, educación e información como películas, cd' s, medios impresos o museos.
- 2) Productos manufacturados con los cuales los creadores y

consumidores elaboran formas distintivas de individualidad y autoafirmación como diseño de modas y joyería.

Tanto la UNESCO como el BID demuestran que es casi imposible conceptualizar la industria cultural sin tener en cuenta los sectores que la conforman; esas industrias que se orientan hacia el potencial económico del quehacer cultural contienen un conglomerado de bienes y servicios que se agrupan en sectores culturales y que han sido estructurados de distintas formas, dependiendo del país o de las instituciones que procuran utilizar clasificaciones para su desempeño.

Para Herrero (2011: 204) el sector cultural se conforma en base a tres grandes círculos concéntricos, el núcleo duro de la creación y el patrimonio cultural, las industrias culturales y las industrias creativas como se muestra a continuación.

Grafico nº 3
Modelo de Sector Cultural por Luis Herrero Prieto



Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a Herrero. 2011. La Economía de la Cultura en España: Una disciplina incipiente p 204-207

El núcleo del sector cultural “...está conformado por el conjunto de obras y manifestaciones artísticas que constituyen la esencia del valor cultural...se trata de bienes únicos, no reproducibles...en definitiva el sector artístico propiamente dicho, a veces llamado de *alta cultura*” (Herrero, 2011: 204). Incluye todo el patrimonio histórico, arqueológico y documental, así

como las instituciones que se dedican a su salvaguarda (museos, bibliotecas, archivos) y creaciones de artes plásticas, incluida la pintura, escultura y fotografía, artes escénicas y musicales (teatro, lirica, danza, interpretación musical).

El segundo bloque del sector cultural esta "...conformado por las denominadas industrias culturales, cuyo rasgo definitorio es su naturaleza intrínsecamente reproducible...su explotación se basa ineludiblemente en la reproducción y distribución en masa." (Herrero, 2011: 205) Incluye el sector del libro y la edición, la música grabada y el sector de audiovisuales, el cine, la prensa, los medios de comunicación, radio y televisión, entre otros.

Por último el tercer bloque está constituido por las industrias creativas que:

...están adquiriendo una importancia creciente en los estudios culturales relacionados con el desarrollo económico...se conjuga el conocimiento y el talento, junto con la voluntad de transformación y creación de nuevos prototipos, para atender nuevas necesidades de consumo...trasciende la sociedad de producción industrial, donde imperaba lo físico y material por la sociedad del conocimiento basada en lo intelectual e innovador. (Herrero, 2011: 205)

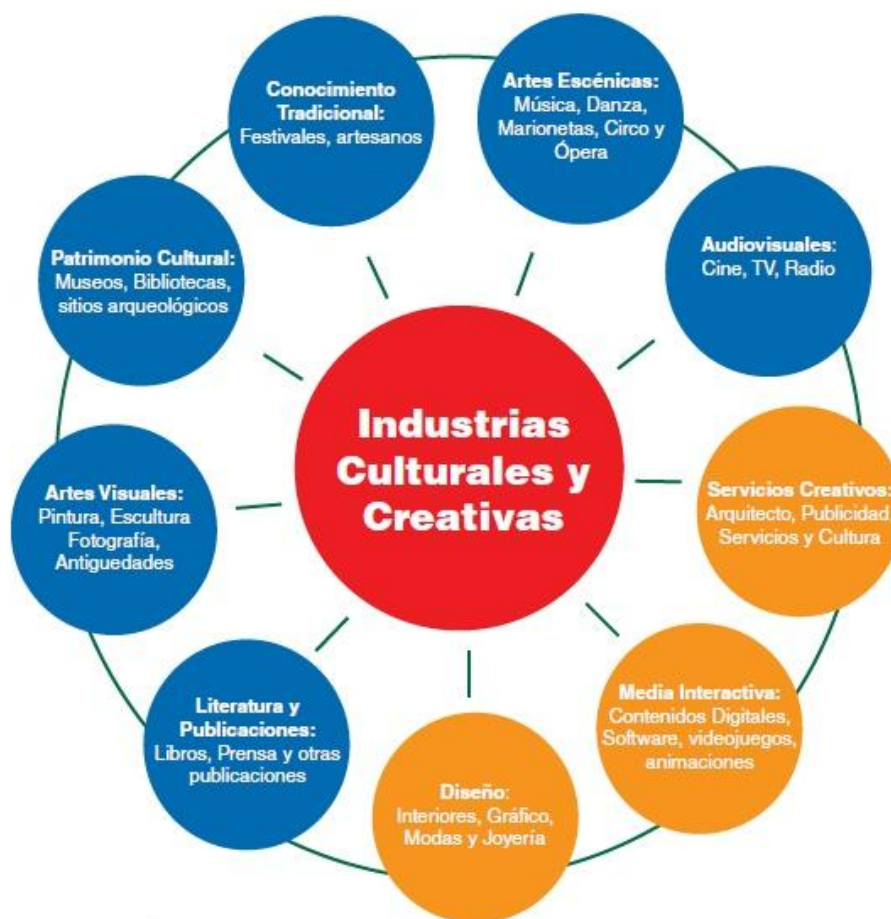
Este último bloque incluye actividades de diseño (moda, diseño interior, artesanía) servicios de publicidad, arquitectura de autor, bienes asociados a las TIC, productos informáticos, software, móviles, videojuegos y en general industrias de contenido.

Uno de los modelos más usados en instituciones públicas y privadas, observatorios de investigación y manuales metodológicos de emprendimiento, con respecto a la composición sectorial de la economía cultural, es el modelo de las Naciones Unidas, que es el resultado de la Conferencia sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD), que en el año 2008

en uno de sus foros, se llegó al acuerdo entre sus 194 miembros, de una taxonomía en relación a las industrias culturales y creativas, y sus sectores.

Grafico n° 4

Modelo de Composición Sectorial de la UNCTAD



Fuente: CreaCali. 2011. Manual de Emprendimiento Cultural p. 27

En este modelo se plantea dos tipos de industria, cultural por una parte, con sectores asociados como literatura y publicaciones, artes visuales, patrimonio cultural, conocimiento tradicional, artes escénicas y audiovisuales, y creativas por otra parte, con sectores como el diseño, media interactiva y servicios creativos. A diferencia del primer modelo (véase, gráfico n°3) en lo

que refiere a cultura no existe una nivelación entre *alta cultura* y bienes o servicios reproducibles, es decir que la categorización no acuña valor preponderante a una pintura o escultura en relación a festivales o artesanía.

Los seis sectores que conforman las industrias culturales, según el modelo de la UNCTAD, poseen igual correlación el uno del otro y se distinguen por los productos y actividades que ofrecen. Por otra parte se muestran otros tres sectores diseño, media interactiva y servicios creativos los cuales se asemejan mucho al tercer bloque del que hace referencia Herrero (2011:206) ya que incluye actividades como diseño gráfico o de moda, contenidos digitales, software o videojuegos.

De ambos modelos podemos rescatar dos nociones que no se han desarrollado hasta el momento, industrias y sectores creativos. Las actividades culturales se han venido diversificando e innovando, en buena medida por los adelantos tecnológicos que se han dado en las últimas décadas, de las áreas convencionales, teatro, artes plásticas, danza, entre otras, se ha pasado al diseño gráfico o de moda, la joyería, la creación de múltiples contenidos digitales como software o aplicaciones y un sin fin de actividades ingeniosas, lo que algunos autores consideran industrias creativas.

Este conjunto de actividades novedosas se adecuan al nuevo paradigma productivo y tecnológico basado en la experiencia, creatividad y conectividad superando a la sociedad de producción industrial, donde primaba lo físico y lo material; actividades como la gastronomía, diseño de modas o de interiores, publicidad, joyería, bienes vinculados a las TIC, aplicaciones informáticas, software, videojuegos y demás contenidos digitales están adquiriendo una importancia creciente en los estudios

culturales relacionados con el desarrollo económico según Herrero “En este sector el talento y la cultura no son un fin en sí mismo, sino un *input* más para la producción de bienes y servicios de carácter no cultural en sentido estricto.” (Herrero, 2011: 207) Así, se define la economía creativa como:

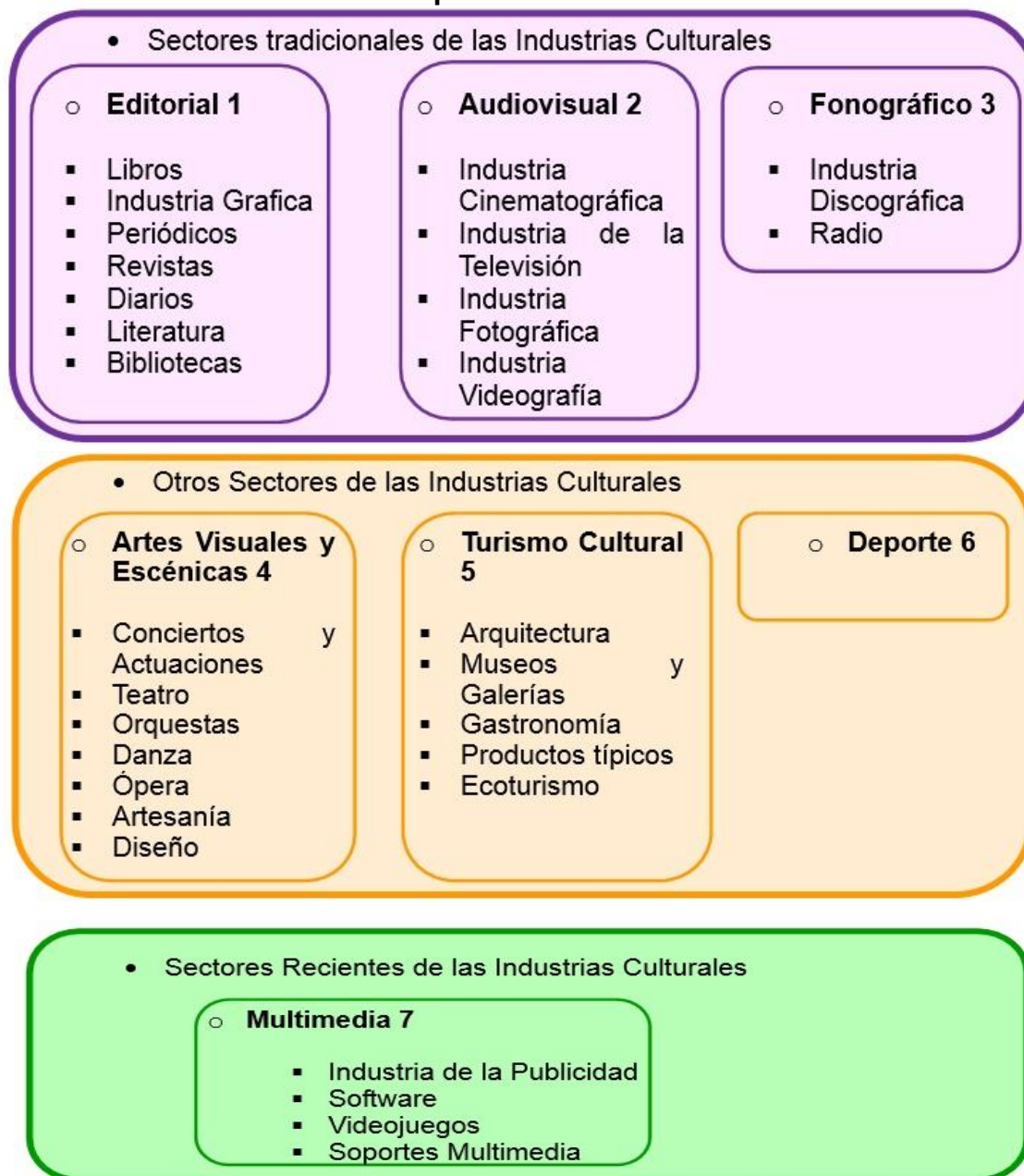
El conjunto de actividades basadas en el conocimiento que interactúan de forma transversal con toda la economía con un alto potencial para generar ingresos, empleo e inclusión social, diversidad cultural y desarrollo humano. En el centro de la economía creativa están las industrias creativas. (Dos Santos, 2011: 23)

Como característica principal de las industrias creativas es que en todas sus actividades “...se conjuga el conocimiento y el talento, junto con la voluntad de transformación y creación de nuevos prototipos, para atender también nuevas necesidades de consumo.” (Herrero, 2011: 206) Se reitera que la diferenciación entre un tipo de industria y otra depende del modelo de composición sectorial del que se parta. Para algunos autores existe una economía cultural y una economía creativa con industrias y sectores característicos para cada una, como se muestra en los dos modelos desarrollados hasta ahora. (véase, gráfico n°3 y grafico n° 4).

Desde otras perspectivas la economía o las industrias creativas no se diferencia de manera concreta o antagónica puesto que todas esas actividades innovadoras y creativas se consideran en sí mismas actividades culturales. Por ejemplo el Modelo de Composición sectorial del Banco Interamericano de Desarrollo (véase, gráfico n°5) hace referencia únicamente a Industrias Culturales con siete sectores agrupados de la siguiente manera:

Grafico n° 5

Modelo Composición Sectorial BID



Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a BID. 2007. Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades p 5.

Bajo este modelo el diseño o diseño gráfico, gastronomía, software o videojuegos, están distribuidos en clasificaciones que se adecuan al campo de acción de dichos bienes o servicios y no necesariamente a su tiempo de creación o al grado de innovación que implican, es decir que aquellas actividades que podrían considerarse pertenecientes a una industria o economía creativa se diluyen en el entendido de que todas las actividades culturales implican un proceso de creación que es sí mismo creativo.

De igual forma, el profesor del ININCO Guzmán Cárdenas en su ponencia sobre *Las industrias culturales y el emprendimiento en Venezuela* (2014 :15), toma en cuenta los Modelos UNCTAD (véase, grafico n°4) y BID (véase, grafico n°5) y presenta una composición sectorial de las industrias culturales en la cual, nuevamente actividades consideradas creativas quedan repartidas en categorías que atienden a campos de acción como los conocimientos tradicionales, las artes, o los medios.

En esta taxonomía, propuesta por Guzmán, no se deja de lado una categoría que él llama *creaciones funcionales*, constituida por el diseño y servicios creativos como la publicidad, gastronomía, investigación y desarrollo, ecoturismo entre otros, que al igual que actividades como la media interactiva que incluye, contenido digital, software o videojuegos, advierten la existencia de una economía creativa aunque en su ubicación sectorial no este restringida a esa variable.

Cuadro n° 4
Composición de las Industrias Culturales Carlos Guzmán

- 1. CONOCIMIENTOS TRADICIONALES**
 - a. Expresiones Culturales Tradicionales (Artesanías, Festivales, Celebraciones, Conocimientos Ancestrales)
 - b. Sitios Culturales (Monumentos, Museos y Galerías, Bibliotecas)
- 2. ARTES**
 - a. Visuales (Pintura, Escultura, Antigüedades, Fotografía)
 - b. Escénicas (Conciertos y Actuaciones, Teatro, Danza, Títeres, Opera, Circo)
 - c. Literatura
- 3. MEDIOS**
 - a. Editorial y Publicaciones (Libros, Industria Gráfica, Industria Editorial, Prensa, Otras publicaciones)
 - b. Audiovisuales (Cine, Radio, Televisión, Videos)
 - c. Fonográficos (Industria Discográfica)
 - d. Media Interactiva (Contenido Digital, Software Interactivo y Recreacional, Videojuegos, Animaciones, Soportes Multimediales)
- 4. CREACIONES FUNCIONALES**
 - a. Diseño (Interiores, Gráfico, Moda, Joyería)
 - b. Servicios Creativos (Arquitectura, Publicidad, Investigación y Desarrollo Creativo, Música, Gastronomía, Servicios Culturales, Ecoturismo)
- 5. DEPORTES Y JUEGOS**

Fuente: Guzmán. 2014. Las industrias culturales y el emprendimiento en Venezuela p. 15

No se deja de reconocer a la economía y a las industrias creativas como objeto de estudio pero no es menester en esta investigación desarrollar sus implicaciones y alcances, basta con señalar su existencia y explicar que según el modelo a desarrollar en la presente investigación (véase gráfico n°5) la economía e industrias creativas quedan al margen, pues la innovación y creatividad, aunque son tomadas en cuenta, no llevan la preeminencia en relación a la caracterización por sector, y en el caso que atañe de manera inmediata el *Turismo Cultural* el cual será desarrollado de manera vasta en el siguiente capítulo.

2.2.2 Aporte de la cultura a la economía

Una vez conceptualizada las Industrias Culturales y descritos los sectores que la conforman en sus diferentes clasificaciones, cabe preguntarse cuánto aporta la cultura a la economía, es decir cuál es la contribución de los bienes y servicios culturales en la generación de riqueza capital. Según el manual metodológico *Indicadores de Cultura para el Desarrollo* UNESCO (2014). El sector cultural representó durante el 2007 el 3,4 % del Producto Interno Bruto mundial y su valor alcanzó la suma de 1,6 billones de dólares, en la Unión Europea el 2,6% del PIB lo tributa el sector cultural mientras que en Estados Unidos esa cifra es de 6,4%, además de estos datos gruesos la UNESCO plantea que:

Las industrias culturales y creativas son uno de los sectores más dinámicos de la economía global con un ritmo de crecimiento en torno al 17,6% en el Oriente Medio, 13,9% en África, 11,9% en América Latina, 9,7% en Asia, 6,9% en Oceanía y 4,3% en América del Norte y Central. La demanda y el consumo de servicios mediáticos y de productos culturales y creativos están aumentando exponencialmente, debido al impulso que les imprimen tanto la distribución por conducto de los medios electrónicos y de la telefonía móvil como la evolución de las formas en que la cultura se está creando y difundiendo. (UNESCO, 2014: 22)

Además de la riqueza capital, el sector cultural aporta en lo económico al generar fuentes de empleo directas e indirectas. Para el año 2015 el sector cultural sigue representando un 3% del PIB mundial, la UNESCO (2015: 2) en una infografía llamada: *Tiempos Culturales*, muestra que ese 3% del PIB mundial representa 29,5 millones de personas empleadas en el sector cultural. A continuación se detalla en términos de porcentaje el volumen de empleos y de ingresos mundiales de las industrias culturales por región:

Cuadro n° 5
Porcentaje de Empleos e Ingresos de las Industrias Culturales por
Región

Región	% Empleos	% Ingresos
Europa	25%	32%
Norteamérica	15%	28%
Asía	40%	34%
África y Oriente Medio	8%	3%
América Latina y el Caribe	15%	6%

Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a Unesco, 2015. Tiempos culturales. El primer mapa mundial de las Industrias culturales y creativas.

Como se puede observar en el cuadro, Europa cuenta con el 25% de los empleos y el 32% de los ingresos mundiales de las Industrias culturales, a su favor esta región posee una concentración única de monumentos y patrimonio, más de 5.500 escuelas de arte y 7 de los 10 museos más visitados del mundo.

Norteamérica supone el 28% de los ingresos mundiales de las Industrias culturales y el 15% de los empleos, a su favor es el primer mercado en consumo de contenidos digitales, n° 1 en venta de películas y contenidos de televisión, líder en artes escénicas y sólido mercado de música en vivo.

Asía concentra el mayor volumen de ingresos con un 34% así como también la mayor cantidad de empleos 40%, a su favor es el primer mercado en industrias culturales con la mayor base de consumidores y una clase media floreciente, el N° 1 en videojuegos, arquitectura y películas.

En África y oriente medio se encuentran los porcentajes más bajos, 8% en empleo y 3% de ingresos mundiales de las industrias culturales, sin embargo poseen a su favor que la televisión se constituye como primera industria cultural en África así como también una industria cinematográfica en rápido crecimiento.

En lo que concierne a América Latina y el Caribe se muestra un 6% de ingreso de las industrias culturales pero un 15% en materia de empleo, a su favor, Argentina y Colombia se encuentran entre los cinco primeros exportadores del mundo de programas de televisión, por otra parte, el cine es un sector clave en Argentina, Brasil y México y más de 400 películas producidas al año en esta región.

A su vez, el Banco Interamericano de Desarrollo también ofrece cifras sobre el aporte de la cultural al Producto Interno Bruto en América Latina y el Caribe, en su Informe *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades* (2007: 5). Cabe destacar que en dicho papel de trabajo el BID subraya las dificultades para sistematizar y comparar información debido a que esta región no se caracteriza especialmente por llevar estadísticas de forma constante y uniforme.

Cuadro n° 6
Contribución de las Industrias Culturales al PIB en LAC, 1993-2005 (%)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Argentina	6,6	...	...	...	...	...	...	2,32	2,40	2,47	2,63	2,85	3
Brasil		...	...	...	...	...	...	1,64	1,57	1,5	1,57	1,46	1,36
Chile	2,3	2,50	2,7	2,2	2	2,8	...	2	1,8	1,9	1,9	1,8	...
Colombia	...	...	2,3	2,1	2,1	2	2	1,83	1,83	1,81	1,77	...	...
Ecuador	...	...	...	...	...	0,8	...	...	1,79	...	...	...	...
México	5,4	...	...	...	...	5,7	...	...	...	...	...	...	...
Perú	...	...	...	...	...	...	...	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,6
Paraguay	...	...	1	1	1	1	1	...	...	...	...	...	...
Uruguay	...	...	...	2,82	3,1	3,3	...	3,05	2,92	2,97	3,15	3,36	3,43
Venezuela	...	...	...			2,3	...	1,4	1,4	1,4	1,6	...	...
EE.UU.	5,3	5,65	5,95	6,1	6,35	7	7	7,6	7,75	...	...	...	...

Fuente: BID, 2007. Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades p.7

Si nos detenemos en el caso Venezuela se observa con tristeza una disminución en la contribución de las Industrias Culturales al PIB, se pasa de 2,3% en el año 1998 a un 1,4% en el 2000 que continúa estable por tres años hasta un leve crecimiento en 2003 de 0,2%. De manera más detallada Guzmán Cárdenas, con un equipo de trabajo en el marco del Convenio Andrés Bello, muestra en el libro *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB* (2004b) el aporte real de la cultura al PIB y puntualiza montos en Bolívares y Dólares (véase cuadro n°7)

Adicionalmente se detallan 10 actividades económicas como actividades características de la cultura (publicidad, servicios culturales, deportivos y de esparcimiento, edición, radio y televisión, entretenimiento, cine, servicios de investigación y desarrollo y grabaciones u otros productos de edición) y se muestra su aporte al PIB en Millones de Bolívares durante un periodo comprendido de tres años 2000-2003. (véase gráfico n°6)

Cuadro n° 7

Sector cultural en Venezuela y Producto interno bruto (PIB)

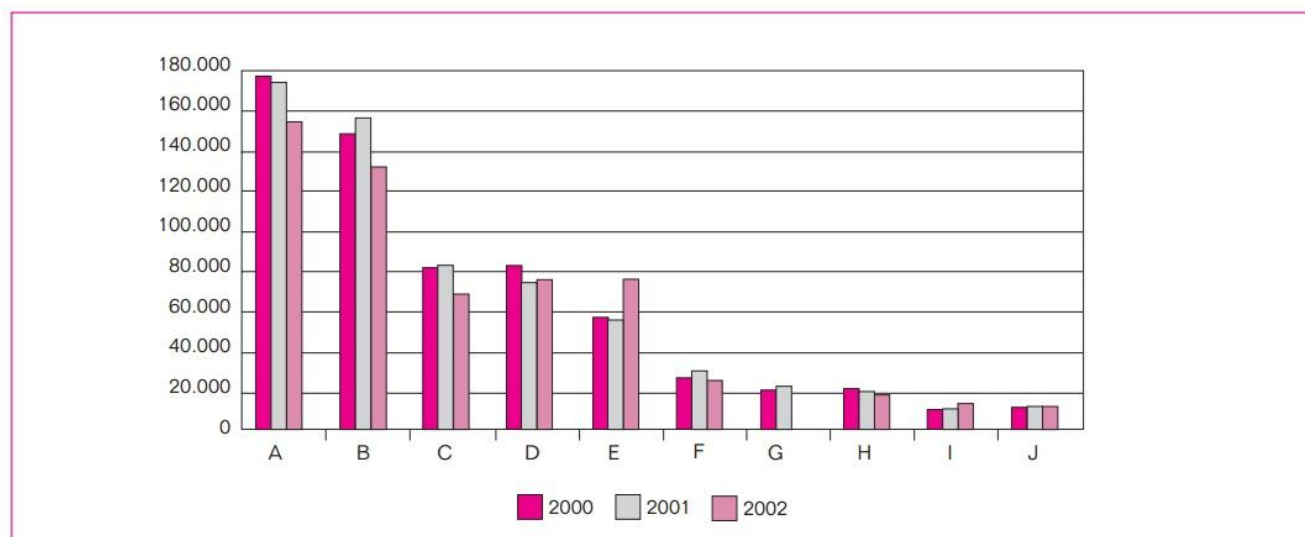
Año	Aporte al PIB real país /1	A precios corrientes		A precios constantes /1		Crecimiento %	
		Millones de bolívars	Dólares US\$	Millones de bolívars	Dólares US\$	Constante	Dólares US\$
1997	1,9	733.347	1.500,9	733.374	1.500,9	—	—
1998	1,8	956.424	1.295,3	672.584	910,9	-8,3	-39,3
1999	1,8	1.178.043	1.944,9	646.674	1.067,6	-3,9	17,1
2000	1,7	1.348.069	1.982,7	638.191	938,7	-1,3	-12,1
2001	1,6	1.492.026	2.061,9	636.477	879,6	-0,3	-6,3
2002	1,7	1.604.456	1.382,0	595.031	512,5	-6,5	-41,7

Notas: /1 A precios del año base 1997=100.

Fuente: Guzmán Cárdenas. 2004b. La dinámica económica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB p. 70

Grafico n° 6

Actividades económicas características de la cultura PIB a precios constantes 2000-2002



- A Servicios de Publicidad.
- B Servicios culturales, deportivos y otros servicios de esparcimiento (ej. biblioteca).
- C Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas.
- D Servicios de radio y televisión.
- E Servicios de informática y servicios conexos.
- F Otros servicios de entretenimiento n.c.p. (ej. teatro).
- G Servicios de cine y similares.
- H Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones.
- I Servicios de investigación y desarrollo.
- J Grabaciones y otros productos de edición.

Fuente: Guzmán Cárdenas. 2004b. La dinámica económica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB p. 70

A este punto resulta indiscutible el aporte de la cultura en la economía, un 3% del PIB mundial, que además se estima vaya en ascenso con el pasar de los años, un mercado cultural que se abre paso cada vez más en las economías regionales y un compendio de industrias y sectores culturales que van en rápido crecimiento. La inversión pública y privada en cultura no es descabellada y exige de manera más firme la elaboración de políticas públicas y gestiones efectivas, que se ajusten a los tiempos que corren, a las necesidades de los ciudadanos y a las potencialidades culturales del territorio y sus habitantes.

2.3 Emprendimiento y desarrollo económico

Si de desarrollo económico se trata existe una actividad que aporta impulso considerable a la economía y no es otra que el emprendimiento, fenómeno que se vincula además con los sectores culturales, es importante en primera instancia detenerse a caracterizar dicho fenómeno, así como también explicar su relación con el desarrollo económico, todo esto previo a profundizar en el emprendimiento cultural como objeto de estudio.

El emprendimiento, como se dijo con anterioridad, suele ser entendido, a grandes rasgos, como “El proceso mediante el cual las personas adquieren conocimientos y destrezas que favorecen el desarrollo personal y social.” (MCC, 2011: 43) Como características comunes en diferentes enfoques teóricos se encuentran riesgo al invertir un capital y deseo de llevar a cabo una actividad económica propia. A continuación algunas referencias conceptuales:

Cuadro n° 8

Referencias Conceptuales sobre el Emprendimiento

No existe una definición única de emprendimiento. <u>Davidsson</u> (2001)
Actividad que posibilita crear, sostener y agrandar una empresa rentable. <u>Cole</u> (1942)
Comportamiento que conduce a la creación de una organización. <u>Gatner</u> (1990)
El emprendimiento constituye un proceso innovador...que excluye las imitaciones o las simples adquisiciones realizadas por los gerentes. <u>Curran Burrows</u> (1986)
Una producción de bienes y servicios que responden a una oportunidad, con todas sus consecuencias...Nuevas iniciativas de negocio inicialmente concebido y enseguida desarrollado para atender a un mercado. <u>Venkataraman</u> (1997)
Una manera de ver las cosas y un proceso para crear y desarrollar actividades económicas con base en el riesgo, la creatividad y la innovación, al gestionar una organización nueva o una ya existente. <u>LÓCDE</u> (2003)

Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a CreaCali. 2011. Manual de Emprendimiento Cultural p 29.

El termino emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), que se usó originalmente para referirse a aventureros como Colón que se iban al continente americano, sin saber con certeza que esperar. Posteriormente esta palabra se usa para identificar a las personas que comienzan una empresa y el término se fue enlazando a la idea de empresarios innovadores. Es introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. (Castillo Holley, 1999: 4). Emprendimiento, podría definirse también como:

Conjunto de personas, variables y factores que intervienen en el proceso de crear una empresa. Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la

economía y la sociedad. (Rangel, 2013: 51 Tomado del Ministerio de Cultura de Colombia)

Asociado al emprendimiento existen un concepto fundamental el cual se mencionara a lo largo de la investigación y es el plan de inversión o conocido también como plan de negocios “Documento que plasma el proyecto empresarial de una entidad para ser viable. Sirve de diario de a bordo en el que se establece la filosofía de la empresa, su marco jurídico, la definición del producto y las estrategias de financiación, marketing, organización y recursos humanos, entre otras.” (UNESCO, 2014: 140)

Por otra parte, el catedrático estadounidense Paul Reynolds, doctor en sociología de la Universidad Stanford define el emprendimiento como “...cualquier intento de crear un nuevo negocio...una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma independiente o dentro de una empresa en funcionamiento.” (Reynolds, 2013: 3) y es de esta conceptualización que parte el Monitor Global de Emprendimiento² para realizar sus estudios.

El GEM (2015) plantea como características de la actividad emprendedora:

1. No es un acto heroico de un individuo, independientemente del entorno en el que se realiza la actividad.

²

GEM su siglas en ingles Global Entrepreneurship Monitor es un proyecto de investigación que ha contribuido a entender la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo. Desde los inicios del proyecto, en el año 1997, donde se estudiaron 10 países, el GEM ha procurado subsanar la carencia de datos por medio de la recolección de información relevante sobre la dinámica emprendedora. El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el papel y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Informe GEM Chile 2014, 2015: 13.

2. Es consecuencia de la interacción entre la percepción de oportunidades que detecta un individuo, la capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre esto y las condiciones del entorno en el que se encuentra el individuo.

Entonces se tiene que el emprendimiento implica la *iniciativa* de una persona o un conjunto de personas, el *riesgo* o la *oportunidad* de invertir un capital para la *creación de una actividad económica* (empresa) que en muchos casos involucra un proceso de *innovación*.

Existe un tipo de emprendimiento que cuenta con un consenso teórico más o menos considerable y es el denominado emprendimiento social. Para autores como Roberts y Woods “El emprendimiento social es la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el cambio social transformativo llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados.” (2005: 49) Por otro lado, el Economista Howard Stevenson lo define como “...una actividad innovadora, de creación de valor social, que ocurre al interior y a través de los sectores sin ánimo de lucro, de negocios y gubernamental.” (2006: 2) por último, Alexander Guzmán y María Trujillo, investigadores del departamento de Estudios Gerenciales e la Universidad de ICESI de Colombia, definen:

El emprendimiento social es un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales. (2008: 110).

Como característica común se encuentra la búsqueda de soluciones a problemas sociales, así como también el hecho de que este tipo de emprendimiento no centra su atención en la creación de un negocio rentable sino en la oportunidad de un cambio social, generalmente son emprendimientos bajo la figura de *fundaciones sin fines de lucro* que operan económicamente con donaciones y/o apoyo de otras instituciones y no manejan un plan de negocios, a lo sumo se plantean como cubrir sus costos fijos, aunque también pueden presentar características innovadoras, la razón de ser de estos emprendimientos es el impacto social. En Venezuela algunos ejemplos podrían ser Fe y Alegría, Fundación La Salle, Hogares Crea, Doctor Yaso y muchos otros.

Existen también los emprendimientos culturales, los cuales serán desarrollados en el Capítulo III de esta investigación, la tipología que más interesa a este punto del desarrollo teórico es la propuesta por el GEM, que tras años de investigación formula dos tipos de emprendimiento:

1. OEA (Opportunity Entrepreneurship Activity) emprendimiento que se desarrolla cuando uno o varios individuos identifican una oportunidad de negocios y aplican sus habilidades y conocimientos para desarrollar una actividad productiva.
2. NEA (Necessity Entrepreneurship Activity) emprendimiento que desarrollan las personas como forma de subsistir y no necesariamente como una alternativa de desarrollo económico.

Por un lado están los emprendedores por necesidad, aquellos que emprenden como forma de ganarse la vida y, por otro, los emprendedores por oportunidad o por elección. Es de esta primera clasificación que se analizarán los casos de estudio a tomar en la investigación con el fin de identificar y desarrollar la actividad emprendedora en nuestro país.

2.4 Emprendimiento en América Latina y Venezuela

En el Informe GEM 2011-2012 se revela que América Latina se encuentra a la delantera en cuanto emprendimiento se refiere de un ranking 55 países a nivel mundial 7 de las diez primeras posiciones se las lleva América Latina y el Caribe. En países cuya economía está basada en actividades extractivas o directamente relacionadas con la explotación de recursos naturales las mayores tasas las obtuvo Guatemala (19,31%) y Venezuela (15,43%), mientras que en países cuya economía se basa en actividades de valor agregado en la producción y generación de bienes y servicios las mayores tasas fueron las de Chile (23,69%) y Perú (22,89%).

Este informe demuestra que América Latina es una región con alta vocación emprendedora, a pesar de la inestabilidad económica que la caracteriza, el emprendimiento figura como una acción económica favorable, la misma inestabilidad económica que se traduce en falta de empleo o una inflación que no se correlaciona con el salario son variables que incentivan la actividad emprendedora.

Cuadro n° 9
Top 10 Tasa de Emprendimiento a nivel Mundial

País	Tasa de Emprendimiento
Nigeria	35%
China	24,01%
Chile	23,69%
Perú	22,89%
Trinidad y Tobago	22,7%
Colombia	21,4%
Argentina	20,8%
Panamá	20,8%
Tailandia	19,5%
Guatemala	19,31%

Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a GEM. 2012. Informe Ejecutivo Venezuela 2011-2012.

Cuadro n° 10
Top 10 Tasa de Emprendimiento en América Latina

País	Tasa de Emprendimiento
Chile	23,69%
Perú	22,89%
Trinidad y Tobago	22,7%
Colombia	21,4%
Argentina	20,8%
Panamá	20,8%
Guatemala	19,31%
Uruguay	16,7 %
Venezuela	15,43%
Brasil	14,9%

Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a GEM. 2012. Informe Ejecutivo Venezuela 2011-2012.

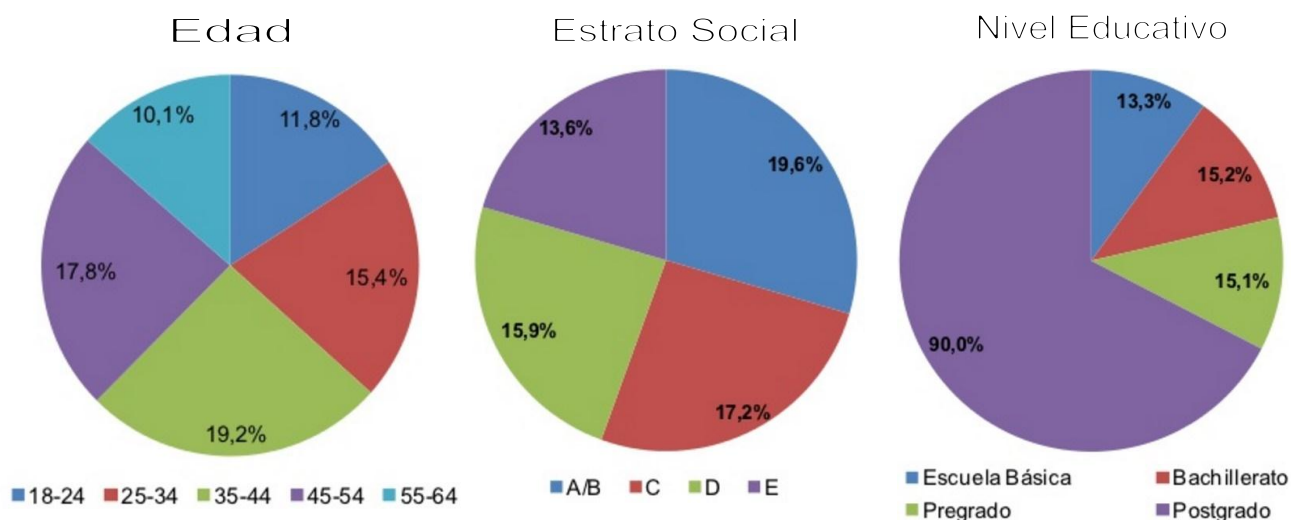
Por otra parte el mismo informe que hace mención especial del caso Venezuela revela que el país tiene una tasa de emprendimiento de 15,43%, de un estudio en más de 50 naciones a nivel mundial, Venezuela se ubica en el puesto número 12 del ranking de países con mayor vocación Emprendedora y en el puesto número 9 en Latinoamérica.

Según Aramis Rodríguez, coordinador del Centro de Emprendedores del IESA, alrededor de 2.000.000 de negocios se crean en Venezuela anualmente y entre el 18 % y el 20% de los venezolanos mayores de edad están iniciando un nuevo negocio. Tanto el profesor Rodríguez como el GEM coinciden en la alta vocación emprendedora del país.

El venezolano como tal es muy positivo hacia la idea de emprender. Es decir, ve el tema del emprendimiento como una carrera deseable, una carrera muy buena. Eso en otros países no es tan así, en otros países prefieren todavía graduarse, tener una profesión y después, si acaso emprender. Incluso antes, en la misma Venezuela la preferencia era primero graduarte y después si quieres montar un negocio propio, ahora no, ahora la tendencia, o la gente ve con buenos ojos el tema de emprender y es por eso que hay muchos emprendedores en Venezuela. (Rodríguez Orosz, 2014).

Del 2003 al 2009, en Venezuela, la proporción de mujeres emprendedoras superaba la de hombres, para el 2012 no existe diferencia estadísticamente significativa entre los niveles de emprendimiento femenino y masculino, haciendo una caracterización la actividad emprendedora, se podría decir que en el país es desarrollada en su mayoría por personas entre los 35 y 44 años de edad 19,2%, que pertenecen a los estratos sociales A y B 19,6% y manifiestan tener estudios de postgrado 90%.

Grafico n° 7
Caracterización Sociodemográfica Del Emprendimiento En Venezuela



Fuente: GEM, 2012. Informe Ejecutivo Venezuela 2011-2012.

Otro dato interesante es que el 83% de la actividad emprendedora es que se concentra en sectores tradicionales de la economía como el comercio y la fabricación, adicionalmente más de la mitad de los emprendimientos, 57,6%, los constituyen el comercio al menor, hoteles y restaurantes.

Retomando la idea del emprendimiento como fenómeno que coadyuva al desarrollo económico tenemos que es una actividad que dinamiza e impulsa la economía desde lo local hasta lo nacional a través del desarrollo productivo, "...la clave para conseguir crecimiento económico y mejoras en la productividad se encuentra en la capacidad empresarial de una economía...la creación de empresas representa el motor de las economías en los países desarrollados." (Noel, 2010: 84) y el emprendimiento supone la capacidad para identificar y coordinar de recursos productivos al servicio de una idea o innovación con el fin de materializar un negocio.

Para el profesor del IESA Carlos Brandt, asesor y experto en la materia, el emprendimiento contribuye al bienestar y la riqueza de la sociedad:

El emprendimiento es uno de los principales motores dinamizadores de las economías e impulsores del desarrollo productivo. Esta afirmación está respaldada por innumerables ejemplos en países de todos los continentes del planeta (Nueva Zelanda, Australia, Sudáfrica, Finlandia, Bulgaria, India, Japón, Israel, Tailandia, Brasil, Colombia, Irlanda, Chile, México, China, etc.)...El emprendimiento ha sido el ingrediente base de las recetas económicas exitosas para masificar el empuje y empleo individual, logrando el arranque y desarrollo de la economía de un país. (2012).

Brandt (2012) asume en su exposición la masificación del empuje y empleo individual como estrategia para el desarrollo y es que emprendimiento promueve en los ciudadanos una visión proactiva y participativa en la generación de riqueza.

La sobreoferta de trabajo en las zonas urbanas genera emprendimientos de subsistencia en la medida que los trabajadores excedentes procuran crear oportunidades de empleo como una vía para ganarse la vida....el emprendimiento está asociado a una economía que carece de la capacidad de generar suficientes puestos de trabajo para su población. (Noel, 2010: 84)

De esta forma los emprendimientos promueven el empleo y el autoempleo y descongestionan la demanda laboral de instituciones y empresas, aunque el entorno socio-económico en el que se desarrolla el emprendimiento tiene su grado de importancia, la actividad emprendedora de uno o más invidos no depende necesariamente o de manera directa de políticas de Estado o de la inversión de la empresa privada sino en buena medida de la voluntad y el conocimiento del emprendedor, que es capaz en algunos casos de tomar un riesgo económico e invertir su capital a expensas de un marco jurídico, crediticio o administrativo que lo soporte, no se deja de reconocer la necesidad de que el Estado, la banca y el empresariado impulsen esta actividad como forma de impulsar la economía.

El emprendimiento pues genera empleos, bienes y servicios, abre nichos de mercado, dinamiza la economía, puede atender demandas y necesidades que no son cubiertas por los grandes sectores industriales y es, además, un fenómeno cíclico que se autosustenta, el emprendimiento genera desarrollo económico y este a su vez genera más emprendimientos

Grafico n° 8
Emprendimiento y Desarrollo Económico



Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a Brandt, 2012. Emprendimiento y Desarrollo económico.

2.4.1 Políticas y gestión para el fomento del emprendimiento

Otro aspecto fundamental para entender el emprendimiento en América Latina lo constituyen los esfuerzos que se hacen desde las instituciones públicas y privadas para su fomento, entendiendo esto último desde la gestión cultural, lo que implica promover, mediante incentivos económicos, fiscales, formativos, entre otros, la actividad emprendedora. Aunque el fomento puede ser visto de manera no tan positiva como la protección, el auxilio o el amparo que brinda el Estado a una actividad determinada para esta investigación se tiene presente la visión del ensayista y escritor Gabriel Zaid quien tiene basto conocimiento en relación a la cultura mexicana.

El fomento entonces, parafraseando a Zaid (2006) no se trata de un Estado benefactor, proveedor, protector y patrocinador de la cultura, es más bien un intento por impulsar y promover las actividades culturales creando circunstancias sociales y económicas favorables para su desarrollo, el autor reconoce además la importancia de considerar al Estado y a los particulares (empresas o iniciativas privadas) como actores fundamentales en el fomento, deslastrándose así de esa anticuada idea que el fomento proviene nada más

del Estado y que este es el único responsable de incentivar actividades culturales.

En la región latinoamericana los casos más resaltantes de fomento al emprendimiento son Colombia, República Dominicana y Costa Rica, en el primero de ellos cabe destacar que según el GEM Colombia al igual que Venezuela se caracteriza por ser un país con alta vocación emprendedora, es por esto que se cuenta con un marco regulatorio que incentiva el emprendimiento desde el Código de Comercio y de manera especial con la *Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento* decretada en 2006, además en el 2002 se crea el Fondo Emprender (FE) adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje, con el objetivo de financiar estas iniciativas empresariales.

Adicionalmente desde el Estado a través del Ministerio de Cultura de Colombia se tiene como política permanente la formación de emprendedores, incluye talleres y cursos presenciales u online, así como también publicaciones periódicas de manuales y guías prácticas para la transformación de ideas en planes de negocios. Desde esta visión de fomento la formación es sumamente importante, no se le resta importancia a los aspectos legales o tributarios pero para el Ministerio de Cultura de Colombia la clave está en formar, entendiendo la formación como el proceso en el cual se brindan herramientas y conocimientos a los ciudadanos con vocación emprendedora, las cuales permiten que sus iniciativas se traduzcan en planes de negocios viables y sostenibles en el tiempo, es por esto que los esfuerzos para el fomento se concentran en la formación y la investigación en torno a este fenómeno.

Por otra parte la banca juega un papel importante en el desarrollo del emprendimiento en Colombia pues existe en este país distintas entidades

bancarias que ofrecen créditos a pequeñas y medianas empresas PyMes en las cuales se encuentran aglutinadas algunas iniciativas emprendedoras.

En el caso de República Dominicana se crea la Estrategia Nacional de Emprendimiento como una clara línea de acción del Ministerio de Industria y Comercio de ese país para “...fomentar la cultura emprendedora con un enfoque integral, articulador e interinstitucional. Así la ENE tiene como objetivo central promover el quehacer del emprendedor y su iniciativa en todo su ciclo de vida productiva.” (Castillo, 2014: 1) Desde la institución se hace un primer diagnóstico para caracterizar el Ecosistema Nacional de Emprendimiento, es decir los actores involucrados y los sectores en los que se desenvuelven y como política pública se conforma un espacio técnico de articulación denominado Red Nacional de Emprendimiento “...en el cual, se definió como prioritaria la evaluación y creación de un marco normativo para el fomento y regulación del emprendimiento. En la actualidad, en el Congreso de la Republica se encuentra en trámite legislativo un proyecto de ley de emprendimiento.” (Castillo, 2014: 20).

Desde Republica Dominicana los esfuerzos para el fomento de la actividad emprendedora se concretan en el fortalecimiento del ecosistema emprendedor lo que implica “...lograr una mayor capacidad de respuesta en la industria de soporte, el sistema de financiación y la articulación institucional.” (Castillo, 2014: 55) no se descarta la formación y la vocación emprendedora, sin embargo el grueso de las estrategias se orientan a crear las condiciones favorables jurídicas, financieras e institucionales para el desarrollo de la actividad emprendedora.

En lo que a Costa Rica se refiere se crea una Política de fomento al emprendimiento 2014-2018 que al igual que Republica Dominicana, parte de un diagnóstico del ecosistema de emprendimiento y resulta en la creación de

una Red Nacional de Incubación de Emprendimiento que integra los distintos actores que convocan dicha actividad desde instituciones gubernamentales hasta iniciativas privadas pasando por universidades y centros de investigación.

Desde el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica a través de la Política de fomento al emprendimiento se pretende “...fortalecer y articular la oferta institucional, robusteciendo la cadena de servicios financieros, con instrumentos innovadores e inclusivos, que permitan la creación y desarrollo de emprendimientos con potencial de crecimiento.” (MEIC, 2014: 20) y se plantean como áreas estratégicas: 1. Industria de soporte 2. Educación 3. Financiamiento 4. Articulación institucional e 5. Innovación. La política de Costa Rica es muy parecida a la de República Dominicana, sin embargo esta incorpora de manera más evidente la innovación como aspecto esencial vinculado al emprendimiento.

La innovación hace referencia a “...la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.” (OCDE, 2005: 47) y es un elemento altamente significativo en los emprendimientos porque ante un mercado tan competitivo, las iniciativas de negocios deben imperiosamente introducir elementos nuevos y novedosos en los productos, procesos o formas de comercialización con el objetivo de poder competir frente a bienes y servicios ya consolidados. El apoyo a la formación de personas en campos científicos y tecnológicos es una las políticas claves de Costa Rica en cuanto a la innovación como área estratégica.

La formación y la innovación se constituyen como aspectos primordiales para la consecución del emprendimiento como actividad económica y en lo que se refiere a políticas y gestión pública las acciones en torno a estos dos aspectos suele visualizarse como la forma de fortalecer los ecosistemas de emprendimiento es valioso notar que existen varios casos en Latinoamérica donde se tiene presente este binomio, y además se cuentan con claras políticas públicas para el fomento. La presente investigación incluye además el turismo cultural como sector con amplio potencial de desarrollo económico, por lo que resulta ineludible desarrollar de manera acuciosa el emprendimiento y turismo cultural en el capítulo a continuación para así poder contextualizar teóricamente el objeto de estudio.

Conocer la relación entre el emprendimiento y el turismo cultural y entender este último como una actividad económica de gran impacto permite analizar y caracterizar posteriormente como son los emprendimientos culturales que se desarrollan en dicho sector.

CAPITULO III: EMPRENDIMIENTO Y TURISMO CULTURAL

3.1 Emprendimiento cultural

Un emprendimiento que no cuenta con definiciones univocas es el cultural, que según el economista Gerardo Neugosven “...se trata de una forma fundamentalmente nueva de organización empresarial relacionada con el arte y la cultura que deja atrás el tradicional enfoque de la gestión del arte basada en el cómo se hace.” (2012: 2) en este sentido el emprendimiento cultural no dista mucho de lo que se entiende por emprendimiento, se trata de creación de procesos económicos basados insertos en el sector cultural.

La Red Colombiana de Universidades en Gestión Cultural lo define como “...un conjunto de acciones que motivan y se fundamentan en nuevos modelos gerenciales, económicos, organizacionales que valorizan, en el sentido amplio de la palabra, productos y prácticas que hacen parte del quehacer cultural de la sociedad.” [RCUGC citado por Rangel, 2013:17] Hasta los momentos ambos conceptos se limitan a considerar los emprendimientos culturales como actividades económicas que se desarrollan en el sector cultural.

Por otra parte la Red de Investigadores para el Emprendimiento y la Economía de la Cultura procura introducir características más complejas para este tipo de emprendimiento, además de que se desarrolle en sectores de la economía cultural, y lo define como:

...toda actividad de apropiación de los valores simbólicos e intangibles de una sociedad para crear diversas maneras de representación plasmados en bienes y servicios culturales, a

través de procesos económicos basados en el riesgo, la creatividad y la innovación, que en su conjunto deben permitir la consolidación de una idea de negocio, empresa u organización. [OCE citado por Rangel, 2013: 17]

Esta última red destaca que en los emprendimientos culturales se da una apropiación de valores simbólicos, es decir se utilizan valores que escapan a la lógica económica tradicional (de uso o cambio) en la producción de bienes y servicios los cuales adquieren un sentido más allá de su utilidad o valor monetario, además en dichos bienes y servicios se evidencian formas de representación cultural. Este concepto es utilizado por el Ministerio de Cultura de Colombia erigiendo el marco conceptual del que parte la generación de políticas públicas en torno al emprendimiento.

Para la investigación utilizaremos como concepto una variación del anterior propuesta por el profesor Guzmán en su ponencia *Industrias culturales y el emprendimiento en Venezuela 2014*:

Actividad (individual o colectiva) de apropiación de los valores simbólicos –*de origen tangible e intangible*- de una sociedad, que tiene como propósito crear y recrear diversas formas de representación plasmadas en bienes y servicios culturales, mediante procesos económicos y sociales –*vinculados o no al mercado*- basados en el riesgo, la creatividad y la innovación. (2014: 16)

Entre los aportes de esta definición el emprendimiento incluye a sus actores, que bien podría ser un individuo o un conjunto de personas, los valores simbólicos son de carácter tangible como artesanía, monumentos o museos, e intangible como festivales o fiestas populares, a su vez se plantea que los procesos económicos de dicho fenómeno podrían estar o no vinculados al mercado, es decir que pudieran ajustarse o no a una lógica de

oferta y demanda.

El apostarle al **emprendimiento cultural**...es apostarle a una **actividad económica** que se destaca y se diferencia de otras: la cultura en si misma puede generar un sinnúmero de ganancias sociales;...Además, permite el enriquecimiento espiritual y económico; se desarrolla de manera amable con el entorno y la naturaleza, genera cohesión social y permite la participación ciudadana. (Rangel, 2013: 54, negritas nuestras).

Al igual que las industrias culturales contribuyen al crecimiento económico de una nación y permiten mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos por medio de la oferta y la demanda de bienes y servicios de cultura propia, el emprendimiento cultural posee estas mismas cualidades. De manera muy clara y ejemplar la socióloga y profesora Maurelyn Rangel explica que las industrias y emprendimientos culturales se relacionan y constituyen en:

...ejes fundamentales para generar las condiciones armónicas de desarrollo en los sectores culturales y creativos de gran generación bienes y servicios, y los cuales se encuentran vinculados directamente con la creación de fuentes de trabajo, desarrollo del capital social, vinculación directa con el consumo de materias primas locales/regionales, fortalecimiento al valor de identidades e imaginarios individuales y colectivos, tradición, arraigo y respeto por nuestra producción nacional. (Rangel, 2013: 56-57).

En otro orden de ideas, es importante destacar también que los emprendimientos que se desenvuelven en el sector cultural podrían ir desde agrupaciones de danza o teatro independientes, escuelas comunitarias de cine, red de museos para el trabajo articulado, mejor conocido como co-

*working*³, hasta iniciativas más novedosas como producción de artículos de diseño innovador y funcional o estudios de diseño industrial para la creación de espacios itinerantes de trabajo.

Existen también otras iniciativas como rutas a sitios históricos, arquitectónicos, museos o galerías, creación de productos típicos con algún componente innovador, propuestas gastronómicas o excursionismo de bajo impacto ambiental en zonas rurales. Estos últimos casos de emprendimiento son característicos de un sector cultural en particular: el Turismo y aunque esta es una actividad cultural propiamente dicha porque involucra la movilización y estancia que hace un individuo o un conjunto de personas en un lugar distinto a su entorno habitual y las implicaciones que eso su pone al contrastar, al menos, los sentidos, las ideas o la manera de vivir de su lugar de origen con el que visita, sin embargo el turismo cultural tiene unas características particulares que se desarrollaran en los siguientes apartados.

3.2 Turismo y cultura

Previo a entrar en materia de turismo cultural, sus características o su vinculación con el desarrollo económico es necesario advertir en qué consiste el turismo propiamente dicho para poder entender porque esta investigación se centra de manera particular en el turismo cultural y los emprendimientos que en este sector se desarrollan.

Una de las primeras definiciones que se concibe, a nivel académico, del turismo es realizada a mediados del siglo XX por los economistas suizos

³ Profesionales de diferentes sectores, autónomos, emprendedores y empresarios comparten el mismo espacio físico para trabajar en sus propios proyectos. Zona CoWorking, revista online sobre coworking y emprendimiento. Disponible en: <http://www.zonacoworking.es/que-es-coworking/>. Consulta el: 3 de Julio de 2016.

Walter Hunziker y Kurt Krapf, quienes manifiestan que:

El Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas. (Saavedra, 2012: 3)

Hunziker y Krapf fundan además el Instituto de Investigaciones de Turismo de la Universidad de San Galo en Suiza donde se comienza el desarrollo conceptual del turismo como objeto de estudio particular y válido. Entre la caracterización que proponen los autores del turismo se plantea que:

- El turismo no es solo el viaje de ida y vuelta, sino todo el conjunto de relaciones que se generan (económicas, humanas, ecológicas, jurídicas y de muchos otros tipos).
- Ha de existir desplazamiento (de ahí la importancia del transporte), por lo que no es posible hacer turismo en el lugar en donde uno vive o trabaja.
- La estancia es siempre temporal, porque cualquier visitante siempre tiene la intención de regresar. El turismo es un viaje de ida y vuelta.
- El viaje, se realiza siempre fuera de su lugar de residencia
- Se excluyen las actividades lucrativas. (2012: 4)

Para un primer intento de aproximación conceptual estos autores sintetizan aquellos aspectos que usualmente se suelen vincular al turismo, sin embargo, como casi todo en sus inicios, existe limitaciones en algunos planteamientos, en primer lugar el turismo se da solo fuera del lugar de residencia de una persona, ya se desarrollará con más detalle cuando se llegue al turismo cultural que si se vive en la ciudad de Caracas y se hace un recorrido histórico por el caso central de la ciudad esta actividad puede y debe seguir siendo considera turismo. En segundo lugar, los autores

excluyen las actividades lucrativas, obviando que el turismo puede hacerse, de igual manera, en el marco de una actividad comercial o profesional.

En el ámbito internacional existe un organismo de la Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible, llamado Organización Mundial del Turismo (en adelante OMT). Dicha organización aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.⁴

Actualmente cuenta con 157 países miembros y 5 comisiones regionales (África, América, Asia y el pacífico, Europa y Medio Oriente) esto con la intención de hacer estudios que puedan dar datos contrastables a nivel mundial ya que la OMT se dedica también a la investigación y genera un Reporte Anual del status del turismo por regiones.

Tras un arduo trabajo de tres años de coordinación y consenso entre los diferentes actores de la actividad turística, académicos y la OMT, en 2007 se define, de manera oficial, el turismo como:

...fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*.

⁴

Más información disponible en la web oficial de la OMT <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

(OMT, 2007).

A partir de este referente internacional instituciones encargadas de la gestión y políticas públicas asociadas al turismo como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú define en documentos previos a la elaboración de su Plan Estratégico Nacional de Turismo (2008-2018):

El turismo es una actividad multisectorial muy compleja que genera, directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad. Para ello, moviliza a diversos agentes y grupos sociales de manera ordenada y planificada. Dada sus múltiples implicancias, el turismo es considerado un fenómeno propio de la sociedad actual. Por ejemplo, posee carácter social, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas. También tiene naturaleza económica, ya que es capaz de generar divisas al país receptor de los flujos turísticos; política, porque responde a los lineamientos y planes de desarrollo de los sistemas de gobierno; cultural, porque permite conocer la vida e idiosincrasia de personas de diferentes realidades geográficas y educativa, en tanto que puede ser un medio de formación personal e intelectual. (MINCETUR, s/f: 1)

Hasta este punto resulta indiscutible la complejidad del sector turístico pues es una actividad que se hace a su vez de la conjunción de bienes y servicios pertenecientes a múltiples actividades de la economía. En cuanto a lo que Venezuela se refiere el Ministerio del Poder Popular para el Turismo lo define como:

...cualquier tipo de viaje de una persona fuera de su lugar de residencia fija por más de 24 horas, generalmente con fines de recreación o disfrute. Por lo que se podría decir que el turismo, es aquella actividad que implica desplazamiento momentáneo con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción con los bienes y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa. (MINTUR, s/f: 8)

Mientras que la Ley Orgánica de Turismo de Venezuela (2014) Decreto n° 1.441 G.O n° 6.152, acota en su capítulo primero numeral 14 que:

El turismo es un conjunto de actividades realizadas por personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, esparcimiento, recreación, por negocios y otros, así como el conjunto de productos y servicios que se prestan para satisfacer las necesidades y requerimientos de tales personas a cambio de una contrapartida económica. (LOT, 2014: 16).

Ambos conceptos no distan mucho uno del otro y se caracterizan por ser, básicamente, conceptos operativos, no procuran mayor caracterización del sector ni evidencian su carácter multidimensional, es por esto que en un análisis, más completo, de todas las definiciones expuestas se infiere que en los viajes y las permanencias en lugares distintos al entorno habitual (o lugar de residencia) se producen, inevitablemente, intercambios culturales entre los visitantes o viajeros y los habitantes del lugar que los recibe.

El turismo es también entonces una experiencia cultural, ya que todos los desplazamientos de personas dan lugar a nuevos conocimientos, experiencias y encuentros. “Ahora, si bien todo el turismo es, en un sentido amplio, una experiencia cultural, hay un tipo específico de turismo en el que la dimensión cultural es el atractivo y eje principal de la experiencia.” (Secretaría Nacional de Turismo de Chile en adelante, SERNATUR, 2012: 22). Este turismo se conoce, o se le suele llamar, *Turismo Cultural*:

En la década del setenta, cuando comenzó la reflexión sobre este tipo de turismo, las definiciones que se elaboraron sobre turismo cultural se restringían a la visita a sitios y monumentos (arqueológicos, históricos, patrimonio inmueble). Pero con el paso del tiempo, fue surgiendo una visión más amplia de este tipo de turismo, de modo de incluir las artes escénicas, los

eventos culturales, la arquitectura, el diseño, las artesanías y el patrimonio inmaterial en general. Una de las definiciones más relevantes de turismo cultural es la elaborada por Greg Richards (1997), uno de los investigadores más importantes en el tema, quien comprende este tipo de turismo como el movimiento de personas a atracciones culturales distantes de sus lugares normales de residencia, con la intención de recolectar nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales. De acuerdo a Richards (2001), estas necesidades culturales, incluyen no solo el consumo de productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o el “estilo de vida” de una comunidad o región. Por otra parte, para la Secretaría de Turismo de México (2002), que viene trabajando de forma prioritaria el turismo cultural desde hace más de una década, éste puede definirse como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad. (SERNATUR, 2012: 22)

Richards y la Secretaría de Turismo de México dan origen a un aspecto vital a destacar, la motivación del turismo cultural viene dada por una necesidad, intención o deseo de conocer. Para el profesor español Luis Bonet, el turismo cultural tiene origen en una creciente clase media, que según el autor posee un alto nivel de estudios y se encuentra localizada en zonas urbanas, este grupo característico de la población no se conforma con el turismo tradicional y desea conocer y experimentar actividades con contenido cultural, simbólico, espiritual o histórico.

...la realidad actual del turismo cultural a pesar de compartir con estas experiencias la curiosidad y el anhelo de apertura y descubrimientos de mundos y culturas diversos, tiene poco que ver con la aventura romántica o el interés científico. Ha dejado de ser aquel fenómeno aislado y minoritario donde el viajero debía de resolver por su cuenta las necesidades de alojamiento y transporte, para convertirse en una oferta más del sistema turístico con los consecuentes servicios complementarios. En cambio, emerge como una consecuencia del propio desarrollo

del mercado turístico y su necesidad de diversificación y de la creciente importancia de la nueva clase media urbana, con un alto nivel de estudios, interesados en conocer y experimentar algo especial, diferente de la oferta turística masiva, con contenido cultural, simbólico, espiritual o histórico. (Bonet Ferrer, 2003: 2-3)

A efectos de la presente investigación se entiende el turismo cultural como forma de turismo impulsada por "...conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino." propuesta por SERNATUR (2012: 23) quienes además detallan tres elementos básicos que caracterizan este tipo de turismo:

- Un deseo por parte de los visitantes de conocer y comprender los lugares visitados, los objetos muebles y las obras materiales, las tradiciones y prácticas culturales, y a la población local.
- El consumo de uno o más productos turísticos que contengan un significado cultural (ciudades y conjuntos históricos, monumentos, obras de arte, festividades y tradiciones inmateriales, intercambio de ideas, gastronomía, artesanía, entre otros.)
- La intervención de un mediador, que tenga la función de subrayar el valor del producto cultural, su presentación y explicación, propiciando una interpretación efectiva y auténtica de lo que se conoce. (2012:23)

Throsby (2008) le acuña también una característica particular al turismo cultural y es que según el autor este está compuesto por elementos tangibles como: recursos, bienes e infraestructura, e intangibles como: servicios, imagen, valor social, al hablar de componentes tangibles e intangibles, Throsby introduce así el patrimonio como aspecto enlazado al turismo cultural.

3.2.1 Turismo cultural y patrimonio.

El patrimonio se vincula de forma directa con la cultura y el turismo cultural, más que con el emprendimiento, sin embargo es necesario en este apartado aclarar algunos aspectos conceptuales en relación a dicho elemento para poder entender como la actividad emprendedora que se desarrolla en el turismo cultural se vincula con el patrimonio, rutas turísticas, tours, encuentros, y demás actividades que se hacen de espacios públicos con alto valor histórico y cultural.

Iniciando el segundo capítulo de la investigación se desarrolló la cultura como un proceso de producción simbólica, de ideas y sentidos, que se reflejan tanto en sus manifestaciones materiales como inmateriales, que pueden a su vez convertirse en patrimonio y es de esta forma que la cultura adquiere la capacidad de trascender el paso del tiempo, entendiendo el patrimonio, muy someramente, como un conjunto de elementos que se traspasan de generación a generación y que se construye socialmente en la medida que cada sociedad o comunidad selecciona aquello que considera debe ser preservado y transmitido a esas generaciones.

Como una primera referencia conceptual la UNESCO en su Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural, distingue ya para 1972 entre patrimonio natural y cultural y define:

- **Patrimonio natural:** conjunto de monumentos naturales, formaciones geológicas o fisiográficas, hábitat de especies animales o vegetales y lugares o zonas naturales que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.
- **Patrimonio cultural:** incluye los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un

valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. (UNESCO, 1972)

En esta primera definición de patrimonio cultural la UNESCO se limita a considerar obras arquitectónicas, estructuras de carácter arqueológico o grupos de construcciones hechos por los seres humanos con un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico, pero años más tarde, empezando el nuevo milenio, la UNESCO reconoce que las tradiciones o expresiones vivas heredadas de una generación a otra tales como: tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional, entre otras, también forman parte del patrimonio cultural de la humanidad.

La Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos de Chile, en base a las distinciones desarrolladas por la UNESCO, define:

- **Patrimonio cultural:** conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos y resignificados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes
- **Patrimonio cultural material o tangible:** manifestación de la cultura a través de expresiones materiales, tales como monumentos y/o colecciones de objetos, que puede ser mueble y ser trasladado de un lugar a otro, o inmueble, sin posibilidad

de ser trasladado.

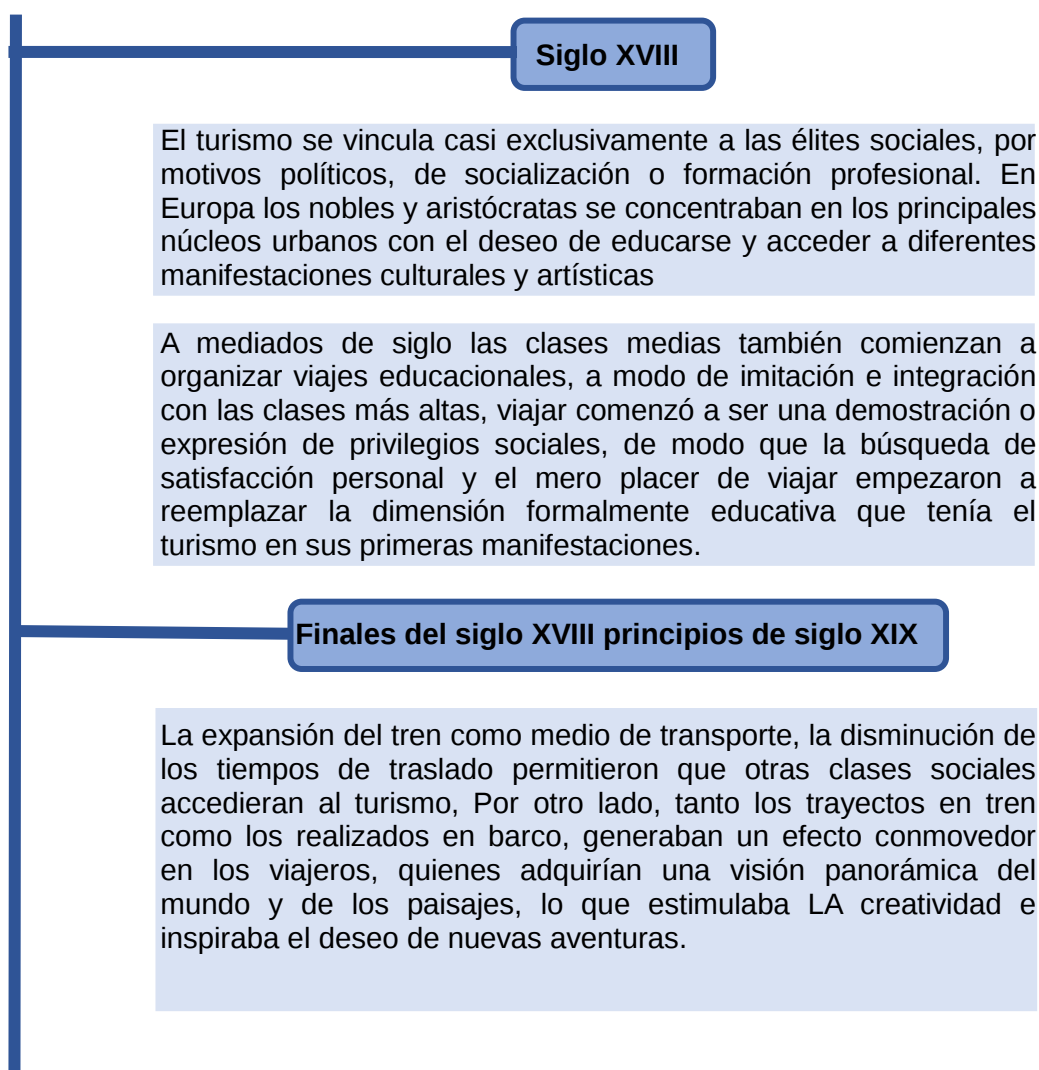
- **Patrimonio cultural inmaterial o intangible:** usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana (DIBAM, 2005: 8)

Por otra parte la OMT (2013) plantea que el patrimonio cultural intangible se manifiesta en 1: Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial 2: Artes del espectáculo 3: Usos sociales, rituales y actos festivos 4: Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo 5: Técnicas artesanales tradicionales. Con o sin distinciones, el patrimonio es un testimonio cultural, se cimienta en la memoria de una comunidad y permite registrar y evidenciar quiénes son y cómo viven.

El patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, representa una enorme fuente de oportunidades para crear nuevas experiencias turísticas o bien, para enriquecer las que ya existen. Esto no solo es aplicable a destinos consolidados que cuentan con importantes sitios arqueológicos o reconocidas festividades, sino que también puede aplicarse a localidades más pequeñas, que si bien no cuentan con una oferta turística consolidada, sí tienen una historia, una cultura y un patrimonio propio altamente atractivo para los visitantes. (SERNATUR, 2012: 20-21)

3.3 Turismo cultural y desarrollo económico

El turismo cultural, es una forma de turismo que se consolida cada vez más en el mercado mundial, se estima que el turismo (sin distinción de tipo) tributa alrededor de un 8% del Producto Interno Bruto a nivel mundial (Moragues, 2006: 59) y la cultura un 3,4% del PIB, es por esto que se hace ineludible entender qué sucede con el turismo cultural como esa intersección entre dos actividades con gran potencial de desarrollo económico como lo son el turismo y la cultura, para ello se partirá de una línea de tiempo que da cuenta del desarrollo histórico de la actividad turística.



Mediados del siglo XIX

Surgen en Europa los primeros resorts o recintos de servicios de hospedaje y recreación en modalidad todo incluido. Al principio, estos servicios fueron de nicho, encontrando su principal demanda en la clase media, poco numerosa por entonces, pero en vías de crecimiento. En la misma época nacieron las primeras agencias de viaje y se escribieron las primeras guías de turismo

Los balnearios, se consolidan como símbolos de bienestar, relajó, deporte y diversión, y resultan accesibles para los sectores menos pudientes de la sociedad. El turismo fue dejando de ser una actividad exclusiva de las clases más acomodadas, para transformarse en una actividad masiva y transversal. Paralelamente, la promulgación de diversas leyes laborales que aseguraban el derecho al descanso, contribuyó a la consolidación del turismo vacacional.

Siglo XX

Desde principio de siglo en adelante, el aumento de la capacidad adquisitiva de la población, permitió que las vacaciones fueran accesibles para las familias y los hijos. La presencia de visitantes durante los meses más cálidos del año motivó la creación de infraestructura turística

Las guerras mundiales, por su parte, generaron dos efectos que marcaron el desarrollo del turismo en general así como el surgimiento del turismo cultural.

1. Después de la Segunda Guerra Mundial, se logró un consenso internacional en torno a la necesidad de proteger el patrimonio cultural mundial
2. La recuperación económica, los acelerados avances tecnológicos y comunicacionales, la reducción de las jornadas laborales y la masificación del derecho al descanso laboral, sumado a la conformación de un mundo cada vez más interconectado, configuraron las bases del turismo actual

El Turismo cultural también fue, en principio, exclusivo para sectores con más recursos, pero rápidamente se fue ampliando a otros segmentos de turistas, puesto que el crecimiento del parque automotriz, la baja en los precios del combustible y de los pasajes de avión así lo permitieron, acortando aún más los tiempos de los viajes y aumentando la cantidad de personas posibles de transportar.



Siglo XXI

De finales del siglo XX a principios de nuestro siglo surge una rápida y profunda diversificación de la demanda turística. Los visitantes querían vivir otras experiencias, que incorporaran elementos culturales de los destinos visitados. Gracias al surgimiento de la llamada “economía creativa”, los recursos culturales y la creatividad son comprendidos como motores para la innovación y como ventaja comparativa para el desarrollo de negocios. Desde esta perspectiva el turismo cultural es innovación y plantea enormes oportunidades para el desarrollo.

Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a SERNATUR, 2012. Turismo Cultural: Una oportunidad de desarrollo local. Guía Metodológica.

Como se observa en la línea de tiempo la actividad turística se ha resignificado a lo largo de tres siglos, hasta el punto que hoy en día el auge del turismo cultural de ciudades, centros patrimoniales o de festivales, ferias, fiestas tradicionales y otros acontecimientos culturales “...ha tenido un efecto positivo directo sobre la situación financiera no solo de las actividades culturales propiamente dichas, sino sobre el conjunto de la economía” (Bonet, 2003:10) y es que este tipo de turismo procura una expansión económica general por la gran cantidad de bienes y servicios que aglutina.

El Departamento de Comercio de Estados Unidos revela que entre 2004 y 2010, la cantidad de turistas culturales aumentaron en un 44% pasando de 10,6 millones a 15,3 millones mientras que la Organización para la Economía, Cooperación y Desarrollo (OCDE) estima que en Europa, durante el 2005 más del 50% de la actividad turística fue impulsada por el legado cultural. En efecto se esperaba que el turismo cultural fuese el tipo de turismo con mayor crecimiento dentro de la industria y en 2007 el turismo cultural representó el 40% del turismo internacional.

Autores como Bonet ratifican que la mayor parte de los estudios sobre turismo cultural y desarrollo "...se centran en la medida del impacto económico del gasto cultural, y no solo lateralmente en el impacto del turismo cultural." (Bonet, 2003: 10), este tipo de turismo suele considerarse como una actividad en la cual se expresa de manera integral el papel que juega la cultura en el desarrollo económico, que en términos generales se mide a través de la cantidad de empleos que genera el sector cultural y el porcentaje que tributa al PIB.

No se puede obviar que el turismo al igual que la cultura implican además de un desarrollo económico, mejoramiento de la calidad de vida de una comunidad, valoración de la pluralidad de las manifestaciones culturales humanas, mayor relación entre países y regiones, transformaciones sociales, desarrollo local en la medida en que una misma comunidad da respuestas a sus demandas o desarrollo nacional a partir de la generación de políticas públicas que conduzcan al crecimiento del sector.

3.4 Turismo Cultural en América Latina y Venezuela

El turismo cultural en América Latina no ha sido la actividad económica con mayor desarrollo, no por falta de potencialidades, esta región cuenta con amplio patrimonio cultural y natural, pareciera más bien que no se ha visualizado aun desde todos los Gobiernos de la región el nicho de desarrollo que tiene esa actividad, contrariamente la iniciativa privada le apuesta un poco más a dicho sector.

El Catedrático estadounidense George Yúdice profesor de Estudios Latinoamericanos en la Universidad de Miami tiene vasto recorrido teórico sobre economía cultural y políticas culturales y es conocedor de manera

peculiar en cuanto a nuestra región se refiere, preocupado por evidenciar el papel de la cultura como recurso para el desarrollo plantea:

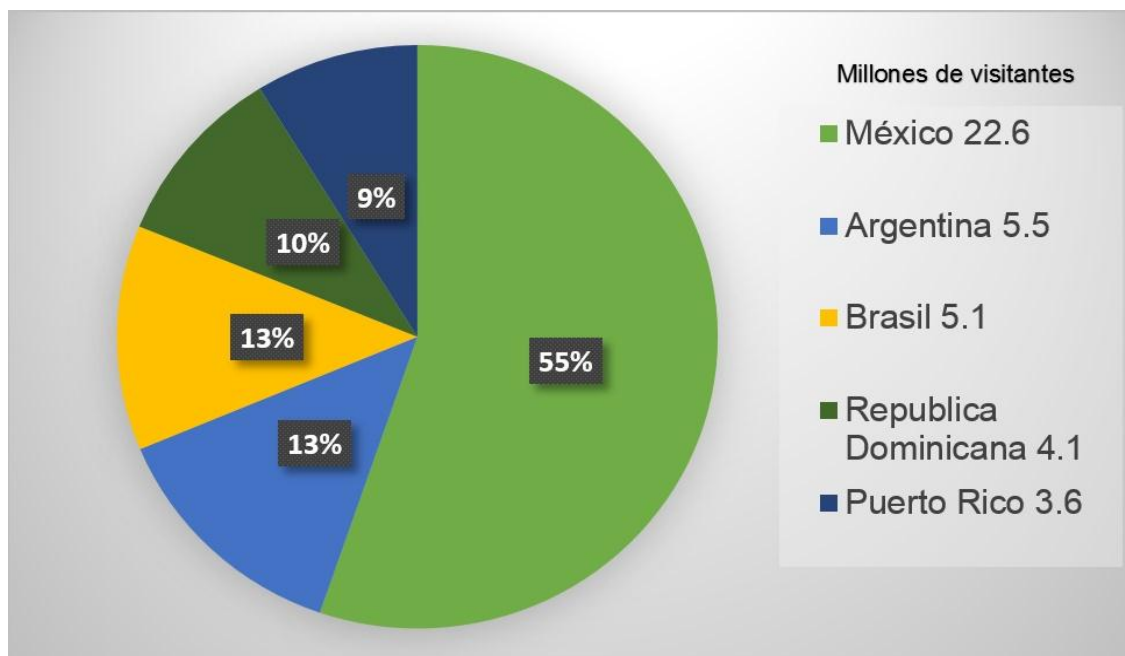
...la cultura material y la cultura expresiva son recursos desestimados en los países en vías de desarrollo. Pero pueden generar ingresos mediante el turismo, las artesanías y otras actividades culturales...el patrimonio genera valor...trátase de edificios y monumentos o de la expresión cultural viva como la música, el teatro y las artesanías indígenas. (2002: 27-28).

Tal como plantea Yúdice y como se desarrolló con anterioridad la cultura y en especial las actividades vinculadas al patrimonio o la artesanía que a su vez se relacionan con el turismo cultural, son actividades que generan valor, económico, social y cultural, lamentablemente, según el autor, no han sido del todo apreciadas en Latinoamérica.

Existen visiones más optimistas que manifiestan que el turismo en general se constituye como una fuente de crecimiento económico e importante generadora de divisas, inversión y empleo para los países en vías de desarrollo Boucher (2008) asegura que tras la Cumbre del Desarrollo Sostenible de Johannesburgo en 2002 en el 83% de América Latina y África el turismo es una de las tres principales fuentes de recursos.

Según la OMT en su informe anual 2014 América Latina se encuentra como el tercer destino predilecto para los turistas a nivel mundial con un 16% de turistas y un 20% de ingresos, mientras que en 2012, según la misma organización, los 5 países de la región con mayor turismo fueron México con 22,6 millones de visitantes, Argentina con 5,5 millones le sigue de cerca Brasil con 5,1 millones de turistas, República Dominicana con 4,1 millones y Puerto Rico con 3,6 millones de visitantes durante ese año.

Grafico n° 9
Porcentaje de visitantes en los cinco destinos más demandados de
Latinoamérica en 2012



Fuente: Elaboración propia, 2016 en base a OMT Reporte Anual 2012

Entre los países que más repuntaron el año pasado en turismo se encuentra Colombia y Brasil. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia reveló que en Diciembre de 2015 que llegaron al país 229.762 turistas foráneos, un aumento de 10% frente al mismo mes en 2014 y en el caso de Brasil un informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo para 2015 proyectaba un aumento de al menos 5,3% en los ingresos del país por turismo en 2015 comparado con el año anterior (BBC, 2016)

Según el BID (s/f) el turismo internacional en América Latina y el Caribe ha crecido un 50% en los últimos 10 años, en el 2009 el turismo representa un 6,4% del empleo total de la región y un 6,6% de aporte al Producto Interno Bruto, en América Latina va vislumbrándose la posibilidad

de desarrollar el turismo como actividad económica primaria y generadora de valor agregado frente a la economía extractivista de materias primas que caracteriza a muchos de nuestros países.

Por otra parte es necesario acotar que no es azaroso que México sea el destino con mayor turismo de América Latina y que además supere por más del triple a Argentina que es el país que le sigue con más visitantes por año, y es que México posee el mayor número de nombramientos y declaratorias patrimoniales de la UNESCO en toda América, no se trata de cualquier tipo de turismo el que se realiza en este país, se trata de turismo cultural, los visitantes se ven atraídos por la riqueza patrimonial y gastronómica de esta nación.

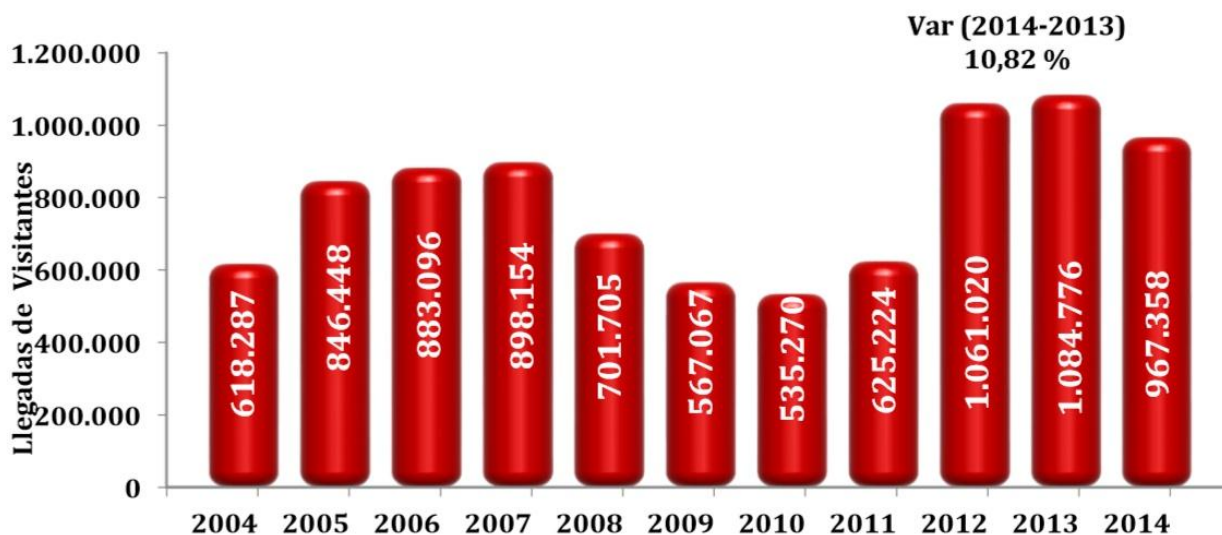
De igual forma Brasil, que representa el tercer destino más visitado de la región, posee gran cantidad de recursos naturales y culturales, en 2009 según el Índice de Competitividad en Viajes y Turismos realizado por el Foro Económico Mundial, (BBC, 2016) Brasil se encuentra en la posición número 2 en recursos naturales y número 14 en recursos culturales a nivel mundial, aunque fue clasificada en el ranking general de 45 por deficiencias en infraestructura y seguridad pública, no por esto, se deja de reconocer su valor cultural y es este, a su vez, el que sustenta el turismo de esta nación, nuevamente nos encontramos ante el turismo cultural como actividad de desarrollo.

En general la región no se escapa de lo que le sucede a Brasil, la falta de infraestructura, la inestabilidad económica e inseguridad merman el desarrollo cabal que podría tener esta actividad en Latinoamérica. Según la OMT, en el 2010 Venezuela junto con Paraguay, Bolivia y Honduras, es uno de los países con menor número de visitantes de la región, ni siquiera

superan el millón de visitantes por año.

No todo es gris para el turismo nacional ya que durante el 2012 y 2013 se logra superar el millón de turistas internacionales con 1.010.020 y 1.084.776 respectivamente (véase gráfico n° 10) cifra histórica para el turismo nacional. En 2013 en contraste con la buena cifra de turistas internacionales Venezuela se ubica en el puesto 113 de un total de 140 en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, descendiendo así siete posiciones en relación al 2011 y aunque el país resulta bien valorado en cuanto a biodiversidad y recursos culturales ocupa los últimos lugares con respecto al marco regulatorio, la inseguridad y la infraestructura terrestre. (El Universal, 2013)

Gráfico n° 10
Turismo Receptivo. Llegada de visitantes internacionales
2004-2014



Fuente: MINTUR (2015) Cifras oficiales cedidas por la Oficina de Estadísticas Turísticas. (Por publicar) Tomado de Clemente Torres. 2015. Venezuela: Una visión estratégica para el desarrollo del turismo cultural p.101

Entre los aspectos resaltantes de la demanda turística en Venezuela se encuentra que la mayor cantidad de turistas son de la misma región es decir, sudamericanos con una llegada de 542.552 turistas y en segundo lugar europeos con 210.129 para el año 2014 (véase gráfico n° 11) las causas que dan al primer mercado receptor apuntan a la cercanía de los países del sur de América con Venezuela.

Gráfico n° 11
Llegada de visitantes internacionales según regiones 2010-2014

REGIONES	2010	2011	2012	2013	2014	Var (%) 2014-2013
África	717	1.243	3.272	4.755	4.738	-0,36
Asia	11.141	13.345	33.973	47.960	45.274	-5,60
Centroamérica	8.783	12.118	15.639	19.348	19.173	-0,90
Caribe	35.897	39.773	49.554	53.099	50.094	-5,66
Europa	194.498	196.453	292.606	269.030	210.129	-21,89
Medio Oriente	7.511	8.857	16.800	20.033	17.267	-13,81
Norteamérica	97.785	107.865	118.450	102.556	77.071	-24,85
Oceanía	749	1.581	2.047	1.454	1.060	-27,10
Suramérica	178.189	243.989	528.679	566.539	542.552	-4,23
TOTAL	535.270	625.224	1.061.020	1.084.774	967.358	-10,82

Fuente: MINTUR. 2015. Cifras oficiales de la Oficina de Estadísticas turísticas. Tomado de Clemente Torres Venezuela: Una visión estratégica para el desarrollo del turismo cultural. p 102

En segundo lugar la demanda de turistas Europeos puede obedecer más a la búsqueda de playas y al clima tropical del país pues Nueva Esparta, Falcón y Anzoátegui son de los tres estados más visitados durante el 2014, tras la Gran Caracas, (véase gráfico n° 12) con una llegada de visitantes de 198.910 en el caso de Nueva Esparta principalmente por las Islas de Margarita y Coche, 88.926 en Falcón que posee el parque nacional Morrocoy con playas y gran cantidad de biodiversidad y en el caso de Anzoátegui con 69.674 llegadas al año y cuyo Estado comparte junto con Sucre el parque

nacional Mochima que también cuenta con cayos, playas y gran diversidad de flora y fauna.

Grafico n° 12
Llegadas de visitantes internacionales según Entidades visitadas
2012-2014

ENTIDAD	2012	2013	2014	Var (%) 2014-2013
DTTO CAPITAL	320.766	284.900	218.325	-23,37
NVA ESPARTA	189.646	208.572	198.910	-4,63
BOLÍVAR	74.350	86.996	88.926	2,22
FALCÓN	54.059	69.582	69.674	0,13
ANZOÁTEGUI	58.153	57.886	58.404	0,89
ARAGUA	44.905	44.773	45.564	1,77
MIRANDA	57.937	51.159	43.359	-15,25
CARABOBO	48.461	47.541	40.853	-14,07
LARA	31.270	36.010	33.100	-8,08
MÉRIDA	32.089	38.108	30.892	-18,94
ZULIA	33.605	37.793	28.173	-25,45
VARGAS	33.044	32.703	27.789	-15,03
SUCRE	25.065	24.833	25.173	1,37
DEP. FEDERALES	19.301	23.305	21.664	-7,04
MONAGAS	13.726	14.786	13.782	-6,79
TÁCHIRA	9.325	10.322	8.269	-19,89
BARINAS	2.498	2.557	2.516	-1,60
YARACUY	2.198	2.342	2.287	-2,35
COJEDES	2.270	2.138	1.940	-9,26
GUARICO	1.607	1.504	1.471	-2,19
TRUJILLO	1.459	1.495	1.440	-3,68
APURE	1.733	1.679	1.316	-21,62
PORTUGUESA	1.302	1.397	1.252	-10,38
D AMACURO	1.160	1.249	1.170	-6,33
AMAZONAS	1.091	1.146	1.109	-3,24
TOTAL	1.061.020	1.084.776	967.358	-10,82

Fuente: MINTUR. 2015. Cifras oficiales de la Oficina de Estadísticas turísticas. Tomado de Clemente Torres Venezuela: Una visión estratégica para el desarrollo del turismo cultural. p 104.

Por otra parte, cómo bien señalan varios expertos como Carlos Brandt, Rubén Díaz, el FEM y lo confirman las cifras de inscritos en el Registro Turístico Nacional, existe deficiencia entre la demanda y la oferta en cuanto a la capacidad de hospedajes y alojamientos en relación a las agencias de viajes lo que atisba que la demanda puede ser mayor a la oferta turística, es

importante destacar que no todos los prestadores de servicios se encuentran inscritos en este registro, sin embargo este hecho reafirma la necesidad de infraestructura que existe en el país.

En Julio de 2013 el Ministerio del poder popular para el turismo lanza la campaña “*Venezuela el destino más Chévere*” con el objetivo de promocionar los atractivos culturales y naturales del país y a principio del 2014 se crean mesas intersectoriales entre MINTUR y el Ministerio del Poder Popular para la Cultura con la finalidad de fortalecer a través del aprovechamiento del patrimonio tangible e intangible la oferta turística de la nación. (MINTUR, 2014) Aunque la gestión y las políticas culturales del gobierno no han sido acertadas, mucho menos efectivas existe un reconocimiento del potencial patrimonial y cultural necesario para apalancar el sector turismo.

Venezuela entonces debe apuntar ineludiblemente al turismo cultural como forma de desarrollo y aunque la gestión gubernamental o la iniciativa privada no hayan consolidado el sector, por múltiples razones que no interesan desarrollar en la presente investigación, el emprendimiento podría ser la clave para que la propia ciudadanía tribute a su desarrollo, a través de iniciativas individuales o colectivas, locales o de vocación nacional que proyecten el turismo cultural como oportunidad de negocios haciéndolo así un sector cada vez más valioso de la economía.

3.5 Turismo y gestión cultural

El turismo es un sector cultural tan amplio que se constituye de una gran cantidad de bienes y servicios, además posee un impacto directo en la economía, el entorno cultural, las zonas urbanas, los habitantes y los visitantes de los lugares turísticos, es por esto que se hace "...necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales." (OMT, 2007) en otras palabras, este sector tan complejo requiere de gestión y en particular de gestión cultural.

Por otra parte la UNESCO (1982) señala que en el turismo cultural convergen políticas culturales y turísticas. Tanto la UNESCO como la OMT apuntan la importancia de aplicar gestión al turismo cultural como recurso para el desarrollo, entendiendo por gestión cultural "La actividad profesional que proyecta, diseña y ejecuta productos y acontecimiento culturales. Entre la creación y sus públicos, junto al creador, ya sea conduciendo ejecutivamente como impulsándolo." (Guzmán, 2009: 23). De esta manera el turismo no queda exento de ser objeto de planificación y gestión.

Para el profesor Damián Moragues (2006: 140) existen un conjunto de consideraciones a hacer para entender la relación entre turismo y gestión cultural, en primera instancia existe un primer grado de dependencia entre gestión cultural y gestión turística al considerar el turismo como una experiencia cultural y más concretamente el turismo cultural como un tipo de turismo que se hace en rigor de experiencias culturales.

En segundo lugar se debe considerar la base organizativa de la gestión cultural y del turismo ya que juegan un papel importante en dichos

procesos, la primera suele relacionarse con la administración pública mientras que en la segunda intervine de manera más activa el sector privado.

El uso mayoritario de la cultura que se hace en el ámbito del turismo es sobre el pasado cultural (el patrimonio, la historia, etc.), que casi siempre gira en la órbita de lo público. Otra cosa sería si tratásemos en turismo —y quizás fuera deseable— de la evolución cultural o el presente cultural, donde el papel de la industria cultural privada es mucho más relevante. (Moragues, 2006: 145).

Cabe destacar que en Venezuela coexiste la administración pública y el sector privado en la gestión cultural y turística sin embargo la falta de cohesión y coparticipación en la planificación y ejecución es lo que incide en el lento desarrollo del turismo cultural.

En tercer lugar el campo profesional de donde provienen los gestores tiene repercusión directa en el establecimiento de expectativas “La gestión cultural está dominada por el mundo académico, con una dinámica propia, en la que el éxito profesional no se mide por número de visitantes o por las cifras de rentabilización económica de los activos culturales” (Moragues, 2006: 146) la gestión cultural suele destacar el valor simbólico de las actividades culturales por sobre el valor comercial “...mientras que los profesionales de la gestión turística están definitivamente inmersos en el mundo de la gestión económica y mercadológica.” (Moragues, 2006: 146) Habrá quienes planteen el equilibrio de ambas visiones como la clave para el impulso del turismo cultural.

En definitiva para el Moragues la gestión del turismo cultural al ser asumida por gestores culturales debe implicar un compromiso con los adelantos tecnológicos del sector turismo, así como también, el reconocimiento y la aplicación de estrategias propias del mercado. En la

actualidad, según Moragues Cortada (2006:148), la gestión de este sector no siempre se caracteriza por conectar de manera efectiva la riqueza cultural y/o patrimonial con la actividad turista, dos claros ejemplos de ello podrían ser:

1° La habitual rehabilitación arquitectónica de monumentos emblemáticos, que no es acompañada del entorno de servicios que precisa la afluencia turística.

2° La proliferación de parques temáticos de origen norteamericano, con una tipología de contenidos descontextualizados, en zonas turísticas con un entorno histórico y patrimonial de primera magnitud.

En el segundo ejemplo se debe acotar que no se trata de un hecho casual "...sino la demostración de un claro déficit en la capacidad de los gestores culturales para interpretar de manera atractiva y comercializable la riqueza cultural auténtica de esos destinos." (Morages, 2006: 147) por otra parte tampoco se debe apuntar a "...turistizar la cultura, creando o sobredimensionando monstruosas ofertas culturales espectacularizadas, ya que se correría el riesgo de perder la autenticidad." (Morages, 2006: 147).

La gestión del turismo cultural debe entonces enfocarse en atraer turistas a partir de la propia realidad cultural con el objetivo de promover y salvaguardar la cultura así como también de obtener un rendimiento económico y es en este punto que el emprendimiento se devela como una actividad idónea para el desarrollo del turismo cultural puesto que no incurre en la falla que menciona Moragues Cortada (2006) de pretender industrializar de manera indiscriminada e invasiva las actividades culturales.

El emprendimiento puede ser perfectamente ese conjunto de servicios que acompañe la rehabilitación de monumentos o podría ser el compendio de bienes y actividades que atraigan turistas partiendo de la propia realidad cultural, podría ser también esa experiencia que promueva la cultura y genere un beneficio económico.

3.5.1 Turismo y emprendimiento cultural en Venezuela

En el caso de Venezuela resulta difícil dar una cifra exacta o un estimado de cuantos emprendimientos se desarrollan actualmente en el sector turismo, se pueden mencionar tres fuentes de información, la primera de ellas son los centros de emprendimiento, entre los que destaca la Escuela de Emprendimiento del Municipio Chacao, una iniciativa que lleva a cabo la Fundación Cultural del municipio, el Centro de emprendimiento del IESA y de la Universidad Metropolitana estos centros se constituyen como espacios incubadoras donde se forman y asesoran emprendedores en las áreas de negocios, normativas legales y marketing los cuales cuentan con cohortes anuales o semestrales de entre 20 a 50 emprendedores. Aunque en estos centros de emprendimiento, no siempre incluye el sector turismo propiamente dicho, se consideran emprendimientos gastronómicos o de productos típicos y estos interesan según la clasificación del BID.

Una segunda fuente de información a considerar son los espacios gubernamentales, el Ministerio del Poder Popular para el Turismo realiza desde hace aproximadamente cuatro o cinco años jornadas de asesoría y asistencia técnica a proyectos turísticos a nivel nacional las cuales congregan entre 30 y 40 personas⁵. Una tercera fuente de información, tiene

⁵ Ver <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/emprendimientos-turisticos-pilar-fundamental-para-consolidar-a-venezuela-como-destino-de-excelencia/>

que ver con el financiamiento, para el 2015 la banca otorgo 34.525 millones en créditos destinados a pequeños y medianos empresarios del sector turismo.⁶

Banco de Venezuela, Banco del Tesoro, Banco Bicentenario, Banesco y Banco Exterior ofrecen *crediturismos* con tasas de interés y plazos de pagos ajustados a lo establecido por la Ley de Inversiones Turísticas y del Crédito para el Sector Turismo, pero definir la cantidad de proyectos o emprendimientos que se benefician de esos 34.525 millones de Bolívars resulta casi imposible, unos diecisiete créditos por aquí⁷ otros nueve créditos por allá⁸ y así, pese a la falta de información en datos más de 30 millones es bastante para la inversión, según la Superintendencia de Bancos (Sudeban) la cartera agrícola y de turismo son privilegiadas por las leyes y muestran en los últimos dos años un crecimiento sostenido.⁹

Como último dato concreto se tiene que en 2013 se entregaron, a través de distintos operadores bancarios, 1283 créditos turísticos¹⁰, es decir más de 1200 proyectos o iniciativas de pequeñas y medias empresas en todo el territorio nacional con el objetivo de fomentar el desarrollo turístico.

Por otra parte Esposak¹¹, organización Venezolana sin fines de lucro, para el financiamiento particular de emprendimientos que no cuentan con las características necesarias para acceder a la banca, contabiliza alrededor de 40 iniciativas. Otro caso a destacar son los más de 80 emprendedores que el pasado mes de febrero, del presente año, presentaron sus proyectos en una

⁶ Ver: <http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/banca/cartera--agricola-y-turismo-privilegiadas-por-las-.aspx>

⁷ <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/mas-de-8-millones-en-creditos-reciben-emprendedores-turisticos-de-vargas/>

⁸ <http://www.vtv.gob.ve/articulos/2016/04/22/mintur-entrego-nueve-creditos-para-reimpulsar-el-turi-5772.html>

⁹ <http://www.elmundo.com.ve/noticias/economia/banca/cartera--agricola-y-turismo-privilegiadas-por-las-.aspx>

¹⁰ <http://www.avn.info.ve/contenido/cartera-tur%C3%ADstica-ha-crecido-115-2013>

¹¹ <http://eposak.org/site/pages/about>

de las mesas de trabajo del sector Turismo realizadas por MINTUR y el Consejo Nacional de Economía Productiva¹².

Expertos como el economista Daniel Velásquez (2016) afirman que el turismo es una gran oportunidad para emprender y ve como un gran logro la Ley de Inversiones Turísticas y del Crédito para el Sector Turismo publicada en Gaceta Oficial 6.153 del año 2014 en Venezuela

Con la caída del precio del petróleo, el Gobierno está incentivando otros sectores de la economía para atraer ingresos en dólares al país proveniente de otras actividades que no sean de la renta petrolera...Esta nueva ley presenta oportunidades para emprender y mejorar las instalaciones turísticas en Venezuela, en la que cada actor tiene que poner de su parte. (2016).

Aunque falta mucho en el país por articular y profundizar los esfuerzos dirigidos al desarrollo de emprendimientos en el sector turismo se entiende que ambas actividades poseen un gran potencial para generar valor cultural y económico, es por esto que se hace necesario especificar qué compone el turismo cultural para así, saber qué tipos de emprendimientos se pueden constituir como casos de estudio para la presente investigación.

El turismo cultural constituye una forma de turismo que obedece a necesidades y motivos propios de los consumidores por lo que su delimitación es altamente subjetiva. Lo que es turismo cultural para unos (por ejemplo asistir a un concierto de rock) es turismo de ocio para otros. El reflejo académico de esta realidad es que no existe consenso en la literatura sobre los límites del concepto **y de las actividades que comprenden este tipo de turismo** (Mallor, 2013: 270 negritas nuestras).

¹² <http://www.entornointeligente.com/articulo/7847855/VENEZUELA-Mas-de-80-emprendedores-presentaron-propuestas-al-Motor-Turismo-en-Zulia-05022016>

El turismo cultural es una actividad casi tan amplia como la cultura en sí misma, es por esto que exige delimitar actividades, bienes o servicios que lo componen. El Banco Interamericano de Desarrollo en su composición sectorial de industrias culturales da luces en relación a los bienes y servicios asociados al turismo cultural y propone la arquitectura, los museos y galerías, gastronomía, productos típicos y ecoturismo como los cinco componentes del turismo cultural.

Esta tipología corresponde básicamente a dos espacios geográficos, los urbanos y los rurales, en el turismo en áreas urbanas se hace énfasis en monumentos, arquitectura e instalaciones culturales como museos y galerías mientras que en las áreas rurales se refiere al ecoturismo en particular. (BID, 2007: 26). Los productos típicos bien podrían encontrarse en espacios rurales como las famosas artesanías en madera del pueblo de Magdaleno en el Estado Aragua o el pan andino de la panadería el Torbes en Caracas, aunque no es un producto típico caraqueño esta panadería se ha hecho punto de referencia para quienes buscan pan andino en la ciudad.

Aunque el BID no da mayor detalle en la conceptualización de la tipología que plantea, se parte del recorrido teórico ya andando en la investigación y se propone, en el cuadro a continuación, aquellas actividades, lugares o prácticas que incluye cada componente del turismo cultural:

Cuadro n° 11
Actividades Turismo cultural

Componente	¿Qué incluye?
Arquitectura	Edificios, monumentos o espacios públicos de valor histórico, estético y/o cultural
Museos y Galerías	Espacios para la promoción, conservación y exhibición de colecciones de arte o ciencia (por lo general) también incluye conjunto de objetos o información que representen algún aspecto de la existencia humana o de su entorno
Gastronomía	Conocimientos y prácticas relacionadas con la alimentación, incluye recetas, ingredientes, técnicas y su evolución histórica así como también restaurantes, panaderías, pastelerías, fruterías, entre otros
Productos típicos	Bienes de tipo agroalimentario o material pertenecientes a un espacio geográfico en particular
Ecoturismo	Recorridos o actividades de bajo impacto ambiental en zonas rurales

Fuente: Elaboración propia, 2016 en base al BID. Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades 2007.

Las iniciativas en el sector turístico son múltiples y variopintas, sin embargo es importante mencionar que para la investigación no se trata de cualquier emprendimiento, el componente de innovación y creatividad es fundamental, no se trata del local de comida a orillas de la playa, o del puesto de empanadas, tampoco interesa la pequeña agencia de viajes familiar o la posada que construye una pareja joven para alejarse de la urbe, si bien en todas estas actividades hay una vocación emprendedora lo fundamental para efectos de la investigación es la incorporación de aspectos novedosos en el

En base a la caracterización propuesta se pretende entonces identificar iniciativas como rutas a espacios públicos, arquitectónicos, museos o galerías con relevancia histórica, estética o cultural, creación de productos

típicos con algún componente innovador en su proceso de producción o en el producto en sí mismo, propuestas gastronómicas en productos o recorridos y rutas por restaurantes, panaderías, pastelerías, fruterías o mercados, así como también excursionismo de bajo impacto ambiental en zonas rurales. Por mencionar solo alguna de las actividades que podrían considerarse como emprendimientos culturales.

Las iniciativas seleccionadas en ese amplio espectro que abarca el emprendimiento y turismo cultural serán descritas de manera más expedita en el capítulo que viene a continuación, en el cual se detallarán demás aspectos metodológicos necesarios para la consecución de los objetivos de investigación.

CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO

Presentar la metodología de investigación que guio este proceso investigativo es muestra de la necesidad que existe en precisar el cómo se produce el conocimiento, no es menester ahondar en las múltiples posibilidades metodológicas así que se procede a exponer de manera concreta los aspectos que orientaron desde la pesquisa teórica hasta el análisis de los resultados, pasando por la recogida de información.

4.1 Paradigma de la investigación

El profesor estadounidense Thomas Kuhn se ha propuesto dar múltiples concepciones de paradigmas científicos, en una reinterpretación del Dr Gustavo Hernández (2012) el paradigma vendría siendo un “Nuevo modo de ver la realidad, principio organizador que determina y guía nuestras percepciones, patrón o modelo aceptado científicamente, que establece los límites de los enfoques teóricos.” (Hernández, 2012:49) En este sentido el paradigma es el punto de partida para la consecución de una investigación, tener este punto claro permite al investigador continuar en la senda apropiada durante todo el recorrido investigativo.

En la presente investigación se planteó el abordaje desde el **paradigma interpretativo**, como aquel que “...sustituye los principios del paradigma positivista (predicción, explicación causal, control de variables), para comprender de manera profunda el significado de los fenómenos sociales, sin establecer leyes universales.” (Hernández: 53) el interés es comprender el emprendimiento cultural como fenómeno y proponer estrategias para su promoción en materia de turismo cultural a través de la sistematización de teorías, conceptos y principios provenientes del entorno, desde teorías hasta

experiencias de los emprendedores pasando por el análisis de expertos en la materia.

4.2. Tipo de investigación

La presente investigación es de **tipo cualitativa** y aunque los enfoques cualitativo y cuantitativo tienden a ser definidos por oposición, sin tomar en cuenta que no necesariamente tienen que ser antagonistas ya que en muchos casos se complementan, en esta investigación la cualidad se lleva el protagonismo "...la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones...". (Martínez Miguélez, 2004: 66) Dicha perspectiva es idónea para aproximarse al emprendimiento desde una óptica socio-cultural más que económica, no interesa de manera imperiosa el ¿cuánto? en términos de capital sino el ¿cómo? es el emprendimiento cultural.

4.3 Nivel de investigación

La investigación tiene un **nivel exploratorio/ analítico**, ya que para la consecución de los objetivos, se requiere conocer un fenómeno cuyos antecedentes de investigación no son lo suficientemente bastos, por otra parte se busca hacer propuestas a través del análisis y comprensión del emprendimiento cultural como fenómeno, es decir se desagrega y examina de manera minuciosa elementos de la realidad para así analizar el emprendimiento cultural vinculado al sector turismo cultural.

El conocimiento teórico en cuanto a emprendimientos culturales en Iberoamérica es cada vez más amplio, no sucede lo mismo con el

emprendimiento circunscrito al turismo cultural, esta investigación propuso sentar un precedente para abrirle paso a este objeto de estudio en las ciencias sociales y en particular a la investigación en gestión y políticas culturales, es por esto que se considera en principio una investigación exploratoria.

Los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, **o poco estudiados**, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación particular. (Grajales, 2000: 2 negrillas nuestras)

Por otra parte el profesor Hernández Díaz (2012) define diferentes tipos de investigación, cada uno ajustado a características concretas del objeto de estudio y del proceso investigativo, partiendo de dichas tipificaciones se tiene que:

Investigación Exploratoria: examina fenómenos escasamente conocidos o desconocidos en un determinado campo del saber. En este caso los antecedentes de la investigación no ofrecen suficiente información sobre el tema.

Investigación analítica: radica en comprender un fenómeno determinado atendiendo a las relaciones que se establecen entre sus diversas partes...Se analiza partiendo de criterios teóricos y conceptuales bien definidos; razón por la cual es muy importante formular las bases teóricas del estudio para interpretar la realidad. (Hernández, 2012: 155)

Se considera también la presente investigación como analítica puesto que para proponer estrategias de fomento se debe comprender el emprendimiento cultural como fenómeno que se relaciona de manera particular con el sector turismo cultural. Hernández explica la necesidad de partir de criterios teóricos y conceptuales bien definidos por lo que el recorrido teórico fue realizado con mucha minuciosidad y atención, sin

embargo por ser también esta una investigación exploratoria los conceptos utilizados no se establecen como cánones unívocos, más bien invitan a la comunidad científica a darle mayor fuerza a este objeto de estudio.

4.4 Método de la investigación

Es usual que los métodos que acompañen la perspectiva cualitativa sean hermenéuticos, porque permiten analizar ideologías, actitudes, valores subjetivos y creencias, como plantea Hernández (2012: 158) sin embargo no es el interés último de esta investigación conocer ideologías, actitudes o valores de los emprendedores. En este sentido la **metodología constructivista** se acerca de manera cabal al objeto de estudio y es el mismo Hernández quien nos da la clave:

Es constructivista porque el objeto de estudio se edifica, de manera consciente y creativa, sobre la base de una serie de factores: **bases teóricas, conceptos, casos de emprendimiento, consulta a expertos, entre otros**. Esta metodología enfatiza en el proceso cognoscitivo de autoestructuración ya que somos capaces de construir, planificar, esbozar y esquematizar de acuerdo a los significados previos que resultan de la experiencia del investigador. (Hernández, 2012: 16 negrillas nuestras)

Para la consecución del objetivo general de esta investigación se apeló entonces a la construcción de estrategias para el fomento de la actividad emprendedora en el sector cultural del turismo, las cuales aunque parten de la comprensión y análisis de los casos de emprendimiento no son dadas por la realidad misma sino que se establecieron como una construcción por parte del investigador a través de la información que obtuvo

de la realidad (entrevistas con emprendedores y expertos) en contraste con la teoría desarrollada.

4.5 Diseño de la investigación

Una vez identificado el paradigma y el nivel que da comienzo a esta aventura científica que es la investigación se planteó su diseño, el marco metodológico entonces resulta la parte más operativa del trabajo de investigación pues, parafraseando a Hernández (2012) describe las técnicas y procedimientos en función de lograr el objetivo central que es el Análisis del emprendimiento cultural vinculado al sector turismo cultural que se desarrolla en Venezuela a partir de casos de estudio y consulta a expertos a fin de proponer estrategias para su fomento.

4.5.1 Técnicas

En cuanto a las técnicas de investigación, se hizo uso de al menos tres herramientas, una por cada fase de la investigación. En primer lugar se utilizó el **análisis documental**, con una revisión de materiales en dos renglones básicos, posturas teóricas en relación al emprendimiento cultural y al turismo cultural, para así luego relacionarlos.

En segundo lugar, como parte de las técnicas de investigación, se usó también, **la entrevista a expertos y emprendedores** basados en una guía de preguntas de carácter flexible, donde "...lo común de todas las entrevistas...es que pasa por captar el discurso y el lenguaje del entrevistado." [Orozco, 1997: 107 citado por Hernández 2012] así la dinámica con el interlocutor no se hizo de forma unidireccional y el análisis de lo que en el discurso se presenta resulta de gran riqueza sin obviar la confiabilidad

de los datos obtenidos.

Por último, y no menos importante, se desarrolló una **matriz DOFA** que como explica el profesor Blanco (2014) permite analizar los fenómenos de acuerdo a sus características internas (debilidades y fortalezas) así como también ponerlo en contexto a partir de las amenazas y oportunidades presentes en el entorno.

Al proponer estrategias de fomento para el desarrollo del emprendimiento cultural en el sector turismo cultural, el análisis documental), las entrevistas a expertos y emprendedores, y la matriz Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA) se constituyeron como las herramientas idóneas para la consecución de los objetivos planteados en la presente investigación.

Cuadro n° 12
Diseño de la investigación

Criterios de investigación	Descripción
Paradigma	Interpretativo
Tipo	Cualitativa
Nivel	Exploratoria/analítica
Metodología	Constructivista
Técnica de investigación	Análisis documental Entrevista a expertos/emprendedores Matriz Dofa

Fuente: Elaboración propia, 2016

4.6 Fases de la investigación

Para la elaboración de esta investigación se establecieron tres fases procedimentales, una primera de carácter teórico, una segunda para la aproximación con actores (emprendedores y expertos) y una última que contemplo el análisis y la elaboración de propuestas como resultado del compendio teórico, las entrevistas de las fases anteriores y la matriz Dofa.

Gráfico n° 13
Flujograma de Investigación



Fuente: Elaboración propia, 2016

4.6.1 Fase I:

Esta primera fase se desarrolló a través del análisis documental que según la profesora Lourdes Castillo (2005) es un:

Conjunto de operaciones encaminadas a representar un documento, **o una serie de documentos** y su contenido bajo una forma diferente de su forma original, **es también** una operación intelectual que da lugar a un subproducto o documento secundario...El calificativo de intelectual se debe a que el documentalista debe realizar un proceso de interpretación y análisis de la información de los documentos y luego sintetizarlo. (Castillo, 2005: 1 negrillas nuestras)

En este sentido el análisis documental es la transformación de gran cantidad de información proveniente de fuentes primarias y secundarias como libros, revistas, artículos especializados, videos documentales de profesionales en el área, estudios previos validados, documentos oficiales de organismos multilaterales, entre otros, en un instrumento de trabajo.

En el caso concreto de la investigación se hizo una búsqueda exhaustiva de información referente al emprendimiento y turismo cultural, así como también nociones vinculadas a este objeto de estudio como cultura, patrimonio, desarrollo económico, entre otras, esto en el contexto Iberoamericano y venezolano, desde postulados teóricos de autores expertos en el tema hasta consensos conceptuales por parte de instituciones como la UNESCO, el BID, redes de investigadores o Ministerios de cultura con el objetivo de sintetizar todo ese recorrido teórico en un único documento que en este caso se refiere al marco teórico referencial.

A su vez este análisis documental se desagregó en los tres primeros capítulos del Trabajo Final de Grado: Capítulo I: Planteamiento del problema, Capítulo II: Economía cultural y emprendimiento y Capítulo III: Emprendimiento y turismo cultural. Los cuales aglutinan el bagaje teórico-conceptual de la presente investigación.

4.6.2 Fase II:

La segunda fase, implicó la selección de los ocho casos de estudio de emprendimiento cultural y los criterios a considerar se basaron en:

- 1° Emprendimientos orientados en las distintas actividades que contempla el turismo cultural (arquitectura, gastronomía, museos y galerías, ecoturismo).
- 2° Emprendimientos que posean innovación en los productos, procesos o formas de comercialización.
- 3° Emprendimientos de vocación nacional, localizados preferiblemente en la Ciudad de Caracas.
- 4° Emprendimientos con presencia en redes sociales

Esta segunda fase contemplo la realización de entrevistas a los emprendedores (casos de estudio), que se encuentran como anexos en un disco compacto de soporte, esta es una de las técnicas más usadas en la investigación social y a grandes rasgos se podría decir que "...consiste en una conversación entre dos personas, por lo menos...que dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas acerca de un problema o cuestión determinada..." (Ander Egg, 1995: 226). Se trató de establecer un diálogo con el informante lo más cercano a una conversación, con un lenguaje accesible a ambos interlocutores.

Entre los distintos modelos existentes de entrevista se utilizó la entrevista a profundidad la cual "... se apoya en una lista de temas que pretende desarrollar, requiere de conocimiento previo de los entrevistados para abonar un mayor acercamiento interpersonal." (Hernández, 2012: 164) Esta entrevista conto como recurso con la clarificación retrospectiva, es decir, con repetir en algún momento parte de la narración del entrevistado para así estimularlo a profundizar, replantear o reformular una idea que sea de Interés para la investigación.

Esta segunda fase planteó también la consulta a expertos, a través de una entrevista a profundidad al igual que con los casos de emprendimiento, sin embargo esta técnica particular "...permite consultar un conjunto de expertos **para abordar el emprendimiento y turismo cultural** sustentado en sus conocimientos, investigaciones, experiencia, estudios bibliográficos, etc." (Hurtado, 2012 negrillas nuestras). Además esta consulta a personas conocedoras del tema permitió enriquecer la pesquisa teórica y contrastar los elementos expuestos por los casos de estudio con la visión de aquellos que conocen de manera académica y profesional como se desarrolla el emprendimiento en nuestro país.

Expertos y emprendedores, ambos resultaron actores claves para la formulación de estrategias de fomento, se toma en cuenta un gran espectro de visiones en relación al emprendimiento y turismo cultural y se enmarcan, a su vez, en el contexto nacional.

Cuadro n° 13
Guía de entrevista a emprendedores

Tipo de emprendimiento	
1	¿Está involucrado en la puesta en marcha de este negocio (emprendimiento) para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tiene mejores opciones de trabajo en este momento?
2	¿Qué razón considera usted es la más importante para perseguir esta oportunidad (emprendimiento)?
Emprendimiento y turismo cultural	
3	¿Qué diferencia al emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo de cualquier otro tipo de emprendimiento?
4	Según su perspectiva ¿Qué características tiene un emprendimiento cultural vinculado al turismo?
5	¿De qué forma considera que este tipo de emprendimiento dinamiza e impacta en la economía?
Análisis de entorno	
6	En su experiencia ¿Cuales son los aspectos positivos que ofrece el entorno para el desarrollo de este tipo de emprendimientos?
7	¿Cuáles son los aspectos negativos que se presentan en el entorno y obstaculizan el desarrollo de este tipo de emprendimientos?
8	¿Cuáles son las potencialidades que posee su emprendimiento y le permite llevar a cabo una actividad de negocios exitosa?
9	¿Cuáles son las deficiencias o fallas de estos emprendimientos que se constituyen en debilidades para el desarrollo de un negocio exitoso?
Fomento	
¿Cómo es su percepción del emprendimiento cultural en relación a:?	
10	La formación de los emprendedores en áreas como finanzas, negocios y emprendimiento
11	La formación de los emprendedores en materia de turismo
12	La innovación de los productos que se ofrecen en el mercado
13	La innovación en los procesos de producción de bienes y servicios
14	La innovación en las formas de comercialización

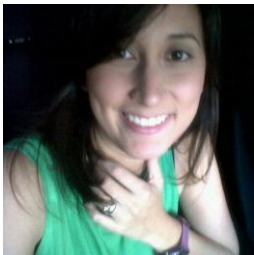
Cuadro n° 14
Casos de Estudio

N°	Emprendimiento	Descripción	Observaciones
1	Te paseo 	Rutas en los cinco municipios de la ciudad de Caracas en espacios patrimoniales como Cascos históricos, Zonas coloniales, edificaciones históricas, plazas y monumentos. Inicio: 2016	Sofía Selgrad Agustina Ríos Rodrigo Capriles 0412-2373795 tepaseoytecuento@gmail.com  @Tpaseoytcuento  Te paseo y te cuento  Tepaseoytecuento
2	Soy tu guía Venezuela 	Rutas en espacios urbanos de Caracas principalmente espacios patrimoniales como Cascos históricos, Zonas coloniales, edificaciones históricas, plazas y monumentos. Viajes a zonas rurales como el Catatumbo, Apure y Delta Amacuro Inicio: 2015	Patricia Tintori ptintori@gmail.com  @Soytuguiave  soytuguiave  soytuguiave
3	Mi Barranco 	Iniciativa que ofrece productos orgánicos y típicos tradicionales tales como casabe, miel, moringa, cascós de parchita, dulce de lechosa, hasta productos típicos innovadores como Waffles de plátano, harina de cambur, jalea de ají dulce, aunque no es abierto a todo público ofrecen recorridos por su hacienda Inicio: 2014	Carlos Raul Gil info@mibarranco.com  @mi_barranco  Mibarranco  mibarranco
4	Valle Canoabo Chocolates 	Iniciativa que elabora barras de chocolate artesanal a partir de cacao del Valle de Canoabo en Carabobo y además realizan una ruta turística llamada el <i>Tour del Chocolate</i> que muestra a los visitantes el proceso de producción desde el cultivo de cacao hasta la planta chocolatera. Inicio: 2014	Luis Morales Rodrigo Morales  @chocolatecanoabo  Chocolatesvallecanoabo  chocolatecanoabo

5	Rutas Golosas 	Ruta por la ciudad de Caracas en zonas de riqueza cultural y gastronómica como la Av Victoria o el Municipio Chacao Inicio: 2013	Vanessa Rolfini rutasgolosas@gmail.com  @rutasgolosas  rutasgolosas  rutasgolosas
6	Tu red gourmet 	Portal 100% venezolano creado con el objetivo de facilitar al usuario encontrar restaurantes, cafés, vinaterías y también recetas, reportajes sobre la salud y el buen comer, consejos, etc. De igual forma, la página web brinda información sobre eventos, lanzamientos de productos, apertura de locales, catas de vino, entre otros. Inicio: 2013	Darío Díaz Raúl Nava  @turedgourmet  Turedgourmet  turedgourmetve
7	ZOI Venezuela 	Plataforma online que permite conectar usuarios y operadores turísticos a través de una comunidad en línea. Se enfoca en el turismo de aventura y Naturaleza en distintas partes del territorio nacional. Inicio: 2014	Atilio Ferrando Orlando Osorio hola@zoivenezuela.com  @zoivenezuela  zoivenezuela  zoivenezuela
8	Viaja Verde 	Iniciativa dedicada a ofrecer servicios de turismo desde la perspectiva ecológica cuenta con los más básicos servicios, desde boletería nacional e internacional, reservación de hoteles y posadas, hasta los itinerarios de paseos y aventuras en las zonas más recónditas. Inicio: 2014	Oscar Hernández oscarhernandez@viajaverde.com  @viajaverde  Viaja-Verde  ViajaVerde

Fuente: Elaboración propia, 2016

Cuadro n° 15
Grupo de informantes expertos

Experto		Área de desarrollo
	Carlos Brandt	*Abogado (UCAB) *Master en administración de empresas (IESA) * Profesor del IESA *Fundador del programa Pro-emprendimiento chbrandt@proemprendimiento.com 0412-2282437
	Rosa Virginia Urdaneta	*Gerente General Fundación Chacao para la Cultura y el Turismo lostoreros@gmail.com bibliotecalospalosgrandes@gmail.com 0212 286.4122
	Maurelyn Rangel	*Master en gestión y políticas culturales *Directora General Fundación Cultural el Hatillo mrhatillocultura@gmail.com maurelyn@g mail.com
	Rubén Darío Díaz	*Contador público (UCAB) *Master en administración de empresas (IESA) *Profesor del Centro de Emprendimiento del IESA *Experto en organización, políticas y cultura aplicada ruben.diaz@cafeinnovacion.com rubenddiaz@outlook.com ruben.diaz@iesa.edu.ve

Fuente: Elaboración propia, 2016

Cuadro n° 16
Guía de entrevista a expertos

Tipo de emprendimiento	
1	Según su percepción ¿El emprendedor, por lo general, se involucra en la puesta en marcha de un negocio (emprendimiento) para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tiene mejores opciones de trabajo en este momento?
2	¿Qué razón considera usted es la más importante para los emprendedores al perseguir una oportunidad de negocios?
Emprendimiento y turismo cultural	
3	¿Qué relación considera que existe entre el emprendimiento y la economía cultural?
4	¿Cómo considera usted que es la gestión cultural del país en torno al emprendimiento?
5	¿Qué diferencia al emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo de cualquier otro tipo de emprendimiento?
6	Según su perspectiva ¿Qué características tiene un emprendimiento cultural vinculado al turismo?
7	¿De qué forma considera que este tipo de emprendimiento dinamiza e impacta en la economía?
Análisis de entorno	
8	En su experiencia ¿Cuáles son los aspectos positivos que ofrece el entorno para el desarrollo de este tipo de emprendimientos?
9	¿Cuáles son los aspectos negativos que se presentan en el entorno y obstaculizan el desarrollo de este tipo de emprendimientos?
10	En general podría mencionar ¿cuáles son las potencialidades que poseen estos emprendimientos y le permiten llevar a cabo una actividad de negocios exitosa?
11	¿Cuáles son las deficiencias o fallas de estos emprendimientos que se constituyen en debilidades para el desarrollo de un negocio exitoso?
Fomento Cómo es su percepción del emprendimiento cultural en relación a:	
12	La formación de los emprendedores en áreas como finanzas, negocios y emprendimiento
13	La formación de los emprendedores en materia de turismo
14	La innovación de los productos que se ofrecen en el mercado
15	La innovación en los procesos de producción de bienes y servicios
16	La innovación en las formas de comercialización
17	Por su experiencia y conocimiento ¿podría mencionar algunas estrategias para el fomento del emprendimiento cultural en el sector turismo?

4.6.3 Fase III:

Esta tercera y última etapa de la investigación sintetizó todo el conocimiento adquirido a través del bagaje teórico y las entrevistas con la finalidad de dar cumplimiento al objetivo general de esta investigación que se centra en analizar el emprendimiento cultural vinculado al sector turismo cultural que se desarrolla en Venezuela a partir de casos de estudio y consulta a expertos a fin de proponer estrategias para su fomento.

Se utilizó, entonces, una técnica aplicada para el mejoramiento de procesos de gestión, es decir, se diseñó una matriz DOFA con la intención de identificar dos aspectos fundamentales de la actividad emprendedora, uno primero relacionado con las potencialidades y desaciertos de los emprendimientos, este aspecto es primordialmente de carácter interno, parafraseando a Blanco (2014) se identifican las fortalezas que representan ventajas para la iniciativa y las debilidades que ponen en riesgo la consecución de una idea de negocios exitosa.

El segundo aspecto que permitió identificar la DOFA como herramienta de análisis esta relacionado con las variables externas, es decir el contexto socio-económico en el que se desarrolla el emprendimiento “Lo primero que suele hacerse con la información de una matriz DOFA es un ejercicio de jerarquización de las oportunidades y amenazas más relevantes **que se presentan en el entorno.**” (Blanco 2014: 35 negrillas nuestras) esta información permitió situar la actividad emprendedora en un contexto concreto al caracterizar y además jerarquizar los elementos que lo integran.

Una vez identificados los aspectos internos (debilidades, fortalezas) y los externos (oportunidades, amenazas) se tuvo una vista más nítida de la

situación en la que se encuentra el objeto de estudio y esto permitió que la construcción y formulación de estrategias para el desarrollo de emprendimientos culturales en el sector turismo fuera el resultado de un análisis lo más completo posible, desde la perspectiva de múltiples actores, las particularidades del emprendimiento y el contexto socio-económico que lo envuelve.

CAPITULO V: ANÁLISIS DE LOS DATOS

El objetivo final de este trabajo de investigación es analizar el emprendimiento cultural vinculado al sector turismo cultural que se desarrolla en Venezuela a partir de casos de estudio y consulta a expertos a fin de proponer estrategias para su fomento, entendiendo el emprendimiento y el turismo como actividades de gran potencial para el desarrollo económico.

Se hizo una selección de emprendimientos vinculados a las categorías que maneja el BID en cuanto a turismo cultural. *Te paseo y Soy tu guía Venezuela* quienes se dedican a hacer rutas patrimoniales destacando la arquitectura, museos, galerías y lugares históricos de la ciudad de Caracas, mientras que *Valle Canoabo* y *Mi barranco* hacen uso de materia prima Venezolana y presentan productos típicos de forma innovadora, mermelada de ají dulce o harina de cambur, por mencionar algunos, y/o se hacen de estrategias como rutas o recorridos por sus haciendas de producción; por otra parte *Rutas golosas* y *Tu red gourmet* se constituyen como iniciativas relacionadas con la gastronomía y por último y no menos importante *Zoi Venezuela* y *Viaja Verde* dan muestra de lo que a ecoturismo se refiere.

Para hacer más completo el análisis se seleccionó un grupo de expertos conocedores del emprendimiento y el turismo, Carlos Brandt, Rosa Virginia Urdaneta, Rubén Darío Díaz y Maurelyn Rangel, quienes dieron sus valiosos aportes. En primer lugar es importante identificar el tipo de emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo cultural en Venezuela, en segundo lugar analizar el contexto en el que se desarrollan estas iniciativas y a partir de esto formular estrategias para el fomento. Para orientar la lectura a continuación se diferencia la opinión emitida por los expertos en letras azules mientras que la del emprendedor se presenta en color negro.

5.1 Los emprendedores

5.1.1 El emprendedor y la oportunidad

El emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo no dista mucho de lo que el informe Gem (caso Venezuela 2012) nos deja saber con anterioridad, esta es una actividad que se desarrolla por una población bastante joven, entre los 25 y 34 años de edad, de estrato social A/B y altamente formada, se está hablando de emprendedores que cuentan con estudios de postgrado, algunos inclusive en el exterior (véase gráfico n° 7).

Esta caracterización socio-demográfica explica porque Venezuela tiene una tasa de emprendimiento por oportunidad (aquel que se desarrolla con el objetivo de aprovechar una oportunidad de negocios) que supera en más del doble al emprendimiento que se lleva a cabo por necesidad, en función de mantener o mejorar ingresos personales, en el primer caso Oportunidad 10,78% mientras que por necesidad 4,4%, las personas que desarrollan actividades emprendedoras en general y se muestra así también en el sector turismo, lo hacen con el objetivo de tener mayor independencia laboral, es por esto que por cada emprendimiento por necesidad existen 3 que están aprovechando un nicho de mercado o una oportunidad de negocios.

En Venezuela la oportunidad es lo que manda... la independencia es lo que mueve al emprendedor a todos y cada uno de los emprendedores con quienes yo he trabajado, más que los ingresos... ¡es así es independencia!. Carlos Brandt

¡Ser independiente!, ese deseo de ser tu propio jefe, ese deseo de poder crear, de poder tomar la decisión de “esto va o esto no va o esto se hace de esta forma”. Maurelyn Rangel

Lo principal fue porque quise tener mi propio negocio ¿no?, y vi que existía esta oportunidad, debido a la falta de este tipo de proyectos en el mercado. Darío Díaz-Tu red gourmet

¡Mayor libertad! porque como emprendedor tú puedes: eres dueño de tu propio tiempo y libre de desarrollar o ir, o que tú negocio vaya moviéndose hacia donde tú crees que está mejor. Carlos Pérez-Soy tu guía

Fue sencillamente una oportunidad que se presentó. Carlos Raúl Gil- Mi barranco

El emprendimiento fue hecho a partir de una oportunidad de negocios, también el hecho que era algo que entendíamos no existía en ese momento en el mercado, entonces queríamos hacer esa idea. Raúl Nava-Tu red Gourmet

¡Pues nada! yo lo que pensé fue: “esta es la oportunidad de hacer alguna cosa diferente”...después que tuve esa idea empecé a dar todos los pasos necesarios para concretar el proyecto...esto era un sueño, un sueño que yo me imagine y verlo concretado da una gran satisfacción. Luis Morales – Valle Canoabo Chocolates

En síntesis se está en presencia de personas jóvenes y formadas que desean poner en marcha una iniciativa para aprovechar una oportunidad, tener mayor independencia laboral, control sobre su tiempo y más capacidad de decisión.

5.1.2 Características del emprendimiento en el sector turismo

El emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo tiene varios aspectos distintivos y más aún aquel que se desarrolla en Venezuela. Como primera característica los entrevistados plantean que el turismo es un sector amplio que implica y conecta muchos elementos, dándole fuerza a lo que Throsby de alguna manera indica (2008) el sector turismo comprende componentes tangibles como: recursos, bienes e infraestructura; y

componentes intangibles como: servicios, imagen, valor social y es un sector tan amplio que se constituye de otros sectores culturales como: Patrimonio cultural, conocimiento tradicional, artes escénicas, servicios creativos, entre otros.

Todo lo que una actividad turística conlleva, implica muchas cosas: una persona que va a hacer una actividad turística tienen que comprarse equipos deportivos, tiene que trasladarse, tiene que alojarse, tiene que comer. Orlando Osorio-Zoi Venezuela

Yo creo que el turismo involucra muchas cosas externas, que no solo dependen de uno, sino que hay un servicio, una hospitalidad y una; un servicio que uno tiene que brindar al turista, sea venezolano o extranjero, que ya de por sí le cambia completamente la cara al emprendimiento. Carlos Pérez- Soy tu guía

Esta capacidad que tiene el turismo de relacionar múltiples elementos hace en buena medida que los emprendedores sientan que dependen del entorno y de lo que en él ocurre para el desarrollo de su iniciativa. Aunque no es menester en este apartado desarrollar de manera meticulosa las relaciones del entorno con este tipo de emprendimiento es importante destacar que los emprendedores consideran esa dependencia con el entorno como una característica importante de este tipo de emprendimiento.

Si yo soy un emprendedor independiente pequeño tengo que ¡a juro!; yo dependo de la línea aérea, de autobuses yo dependo de las industrias hoteleras, ¡que son industrias gigantescas! y yo como emprendedor todo va a depender de ellas, entonces lamentablemente un emprendedor pequeño es muy vulnerable a que esas industrias fallen como está pasando hoy en día. Carlos Pérez- Soy tu guía

La situación país también me parece que depende mucho, aquí por ejemplo en Venezuela ¡no te digo que nos ha ido mal! pero tampoco nos ha ido bien, o sea, en mi caso ¿no? particular, quizás si estuviéramos en una economía un poco más estable hubiera más consumo, ahorita el problema en Venezuela es que hay menos consumo porque el poder adquisitivo está muy

bajo, este; fuera más fácil sacarle mayor proyecto al proyecto, no quiere decir que las cosas puedan cambiar en un futuro y podamos ser más productivos de un día para otro. Darío Díaz- Tu red gourmet

Vas a depender de situaciones de calle, o sea es decir, este medio de trabajo es un medio impredecible porque en la calle puede pasar cualquier cosa, una de las características que va a tener este emprendimiento es que la persona que trabajen allí pues, van a tener que ser personas que tienen que resolver situaciones muy espontáneamente. Rodrigo Capriles- Te paseo

El servicio es otra de las características claves que se le acuñan a este tipo de emprendimientos, el sector turismo ofrece en gran medida servicios y esto se relaciona a su vez con la capacidad de dar respuesta o satisfacer a los consumidores.

Bueno el sector turismo normalmente ofrece servicios, servicios culturales que están asociados bien sea a hospedajes o asociados a gastronomía, o sea, principalmente dentro de los emprendimientos turísticos están enfocados hacia servicios, bienes y servicios. Maurelyn Rangel

¡El servicio! eso es lo principal, facilitarle este; las herramientas a las personas, al turista como tal, para que su visita o su experiencia sea mucho más fácil. Raúl Nava- Tu red gourmet

El servicio al público si es muy importante por lo mismo que te decía: eso es una característica muy importante que debe tener el proyecto turístico porque son distintos públicos los que estas tratando y el consumidor puede ser más exigente o menos exigente, dependiendo de donde provenga o el país etc, también su nivel cultural, educativo todo eso influye. Darío Díaz- Tu red gourmet

Hay que ser muy preciso con el emprendimiento en cuanto a lo que se está ofreciendo en el caso del turismo sea traslado, o sea todo lo que abarca el turismo como el traslado etc etc, hospedaje o comida o este; recreación digamos todo lo que abarca la parte turística, hay que ser muy preciso en que es lo que quiere el cliente. Carlos Pérez- Soy tu guía

Bueno, yo creo que te tiene que gustar entender a las personas, o sea, las personas tienes que saberlas entender, entender que son ellas las que van a tomar la decisión, a las que les estas proponiendo tu propuesta de valor...¡tienes que ser muy empático! tienes que entender las expectativas de cada quien y la forma de cada quien conoce un lugar nuevo una actividad distinta. Orlando Osorio- Zoi Vnezuela

En otro orden de ideas, asociado al valor simbólico que posee la actividad turística, como características del emprendimiento se tiene el enriquecimiento espiritual e intelectual y el afianzamiento de la identidad a través de valorar y reconocer el patrimonio tangible e intangible, se habla del carácter emocional que tiene esta actividad, que permite conocer lugares y personas nuevas por lo tanto hay un aprendizaje y un enriquecimiento personal, inclusive de la ciudad o la localidad donde se desarrolla el emprendimiento

La emoción del país porque ¡es muy fácil vender Venezuela!, el turismo es una actividad muy emocional, porque si es emocional conecta. Carlos Brandt.

Yo diría que, esto es como un poquito más, como más por encima todo lo que tiene que ver con el patrimonio tangible e intangible, debería de reflejarse el patrimonio cultural ¿no?, eh, con todo lo que tiene que ver con; si es patrimonio cultural, ¡wow! con el tema poblacional, con el tema; todo lo que tiene que ver con buenos valores autóctonos en este caso Venezolano diría yo, eso incluye lo gastronómico, ¿sabes?, lo artístico, el área del teatro, o sea, en las diferentes áreas. Rosa Virginia Urdaneta

El usuario conoce algo completamente nuevo, lo que más me gusta del turismo es que la gran mayoría de las veces las personas cambian, regresan con un aprendizaje importantísimo, su percepción cambia, bien sea cultural, porque conoció personas distintas culturas distintas o por conocer un lugar nuevo se asombra y eso le genera emoción, o sea creo que el turismo es una industria que el ser humano lo ayuda muchísimo por lo bien que lo puede hacer sentir tanto emocionalmente como intelectualmente. Orlando Osorio- Zoi

Venezuela

Bueno es una combinación entre; de verdad a nivel de persona se enriquece mucho, pero bueno al mismo tiempo, obviamente es un negocio... entonces bueno la cultura puede verse como, como un negocio pero ese negocio finalmente va a tener un fin que le va a quedar a la ciudad... Para mí son negocios que van a tener esa cualidad: que por un lado vas a trabajar culturalmente, pero va a ser un aporte que siempre le va a quedar al entorno más allá de al emprendimiento, o sea, es una cosa que va a beneficiar a ti pero también permite que otros tengan una mejor calidad de vida a través de tu trabajo. Rodrigo Capriles-Te paseo.

Por otro parte está la conexión con la comunidad, no solamente de los turistas sino de los mismos emprendedores quienes hacen de zonas particulares un espacio para el desarrollo de su iniciativa y estos se ven en la necesidad de conocer y relacionarse de manera armoniosa con la gente que habita esos espacios.

¿La conexión con la comunidad puede ser? que es muy importante; ya cuando vas a visitar un pueblo, la gente de la comunidad tienes que conocer, hay que buscar como en las comunidades locales, entonces, una característica puede ser esa. Carlos Pérez-Soy tu guía

Este es un trabajo donde realmente lo que se hace es un trabajo de comunidad ¿no?, o sea no habría una ruta golosa en la av Victoria si yo no tuviese apoyo de mis vecinos. Yo creo que en una actividad de este tipo es muy importante que la persona esté vinculada con la zona porque yo trabajo con edificios, con historias, pero también trabajo con gente ¿no?. Vanessa Rolfini- Rutas Golosas

Por último, el uso de herramientas tecnológicas se mencionó en reiteradas oportunidades como elemento característico sin embargo se ahondará en este aspecto en el siguiente apartado, ya que la implementación de nuevas tecnologías es además de una característica propia de este sector un aspecto potencial para su desarrollo. En síntesis el cómo, es decir cómo es el emprendimiento en el sector turístico en

Venezuela tiene varias aristas, en un esfuerzo por concretar podríamos enunciar seis aspectos vitales que caracterizan el emprendimiento en este sector:

1. Es una actividad amplia que implica y conecta muchos elementos: bienes, infraestructura, vialidad, hospedaje, comida, vuelos, etc.
2. Depende ineludiblemente del entorno para su desarrollo, efectivo si las condiciones son favorables o inapropiado si el contexto no es conveniente.
3. Aglutina múltiples servicios los cuales están dispuestos para satisfacer las demandas de los consumidores.
4. Implica valores simbólicos que dan enriquecimiento espiritual e intelectual y afianza la identidad al valorar y reconocer el patrimonio tangible e intangible del país.
5. Se relaciona de manera activa y directa con la comunidad donde se lleva a cabo el emprendimiento.
6. Hace uso de herramientas tecnológicas, principalmente en su promoción y comercialización.

5.2 Matriz DOFA del emprendimiento cultural en el sector turismo en Venezuela

A continuación se presenta una matriz DOFA con los aspectos positivos y negativos, así como también internos y externos de los emprendedores y el entorno en el que desarrollan su actividad, el objetivo es sintetizar en este instrumento de gestión el análisis que se hace en el presente apartado. a partir del análisis de la actividad emprendedora y el contexto socio-económico en el que se desarrolla, tanto los aspectos internos (características de este tipo de emprendimientos, potencialidades y debilidades) como el análisis del contexto socio-económico (amenazas y oportunidades que ofrece el entorno)

Cuadro n° 17
Matriz FODA aplicada al emprendimiento que se desarrolla en el
sector turismo en Venezuela

	Factores Internos	Factores Externos
	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Aspectos positivos	1. Implementación de herramientas tecnológicas 2. Equipo joven, preparado y comprometido 3. Manejo de otros idiomas 4. Vocación al servicio	1. Riqueza natural, variedad de ecosistemas 2. Clima ventajoso, cálido y fresco 3. Riqueza cultural asociada al patrimonio 4. Posibilidades de desarrollo casi infinitas en el sector
	DEBILIDADES	AMENAZAS
Aspectos Negativos	1. Población joven con poca experiencia 2. Carencia de algunas herramientas tecnológicas 3. Desarticulación de los emprendedores con la industria turística y entre los mismo emprendedores. 4. Salarios bajos o poco competitivos 5. Falta de foco 6. Falta de formación en negocios y turismo	1. Inseguridad 2. Inflación 3. Inestabilidad 4. Desabastecimiento 5. Problemas de agua y electricidad 6. Disminución en los vuelos 7. Control cambiario 8. Transporte y vialidad 9. Trabas administrativas y legales 10. Dificultad para obtener financiamiento

Fuente: Elaboración propia, 2016.

5.2.1 Potencialidades y debilidades del emprendimiento

Entre los rasgos potenciales de este tipo de emprendimiento se encuentra en primer lugar el uso de tecnologías de información y comunicación como redes sociales, páginas webs o blogs, que además de ser una característica se constituye como un aspecto que fortalece este tipo de emprendimientos. El empleo de este tipo de herramientas tecnológicas se hace principalmente para la comercialización, sin embargo iniciativas como Zoi Venezuela o Tu red gourmet que son en esencia plataformas digitales, se hacen de estas herramientas para consolidar sus procesos de distribución y organización.

Característica, ¿podría ser? la implementación de las nuevas tecnologías de la comunicación: redes sociales, páginas webs, blogs, esto sería como una de las características que a diferencia del sector cultural el sector turismo lo maneja de manera como mucho más explícita.
Maurelyn Rangel

Hay un crecimiento y desarrollo importante en materia tecnológica, entonces, ¡es muy importante! que todas las empresas se apunten a tener las tecnologías de punta para sus procesos de reserva, para su relación con cliente. Oscar Hernández- Viaja Verde

¿Si es tecnológico? tienes que entender el mundo de la tecnología, tienes que entender el poder que tiene una plataforma web, este; y entender que las mejores soluciones, hoy en día, y las de mayor escala, son en tecnología, ¿si es exactamente el de turismo con tecnología? que es el de nosotros, tienes que valorar a las personas y darle una solución tecnología a las personas, que haga empatía para que cada quien tenga la capacidad de reservar y entender lo que tú le estas ofreciendo a través de la plataforma. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

En segundo lugar es importante destacar que las mismas características de la gente que emprende en este sector se consideran como potencialidades, equipos jóvenes de personas comprometidas en lo que hacen; el Gem establece que Venezuela es uno de los países con mayor vocación emprendedora, donde emprenden principalmente personas jóvenes, con buen nivel académico y que además lo hacen por razones ajenas a la necesidad económica, es decir que los motiva son factores emocionales, pasión o expectativas de un nuevo reto.

¡Oye mira! creo que una de las cosas positivas, importantes es que somos jóvenes dispuesto a emplear nuestro tiempo y todo nuestro esfuerzo en desarrollar este emprendimiento ¡pues! y no hemos, digamos, no hemos tirado la toalla como dicen, ni abandonado la idea como tal, eso es; bueno, lo más importante...Buen equipo, nuestro personal humano es número uno, tenemos nuestro guías capacitados y por eso se llama Soy tu guía, porque todos nuestros viajes recorridos y paseos están siempre acompañados de un guía experto en el tema, que vaya o que va a otorgarle al cliente una experiencia única cultural de aprendizaje. Carlos Pérez-Soy tu guía

En primer lugar: el equipo, es un equipo eficiente, ¡es clave!, segundo: que ese equipo comparte la visión y la misión que tiene de base el emprendimiento, en este caso: ViajaVerde tiene una misión, una visión bien clara de lo que nosotros esperamos ofrecer como servicio y de lo que nosotros queremos dejar como mensaje, entonces, el equipo tiene que compartir esos elementos. Oscar Hernández- Viaja Verde

Mira lo que más tiene este emprendimiento es la resiliencia, un equipo completamente entregado al proyecto, no nos fijamos prácticamente en las noticias malas, somos extremadamente optimistas en el equipo, trabajamos como; como debería ser, ¡incluso muchísimo!, trabajamos muchas horas extras, somos un proyecto que no trabaja solo de 8 a 5, sino un proyecto que trabaja de ocho a nueve de la mañana hasta casi diez de la noche varias personas del equipo y que hay un compromiso total con lo que estamos haciendo. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

Lo positivo que hace tu red gourmet para nosotros es que ha sido un emprendimiento de pasión, o sea, como te decía anteriormente, no fue hecho principalmente en un tema económico, ¡claro! como todo la idea es que por ser emprendimiento el día de mañana surja y podamos vivir de él, pero es más que todo la pasión que nos nació en el camino por la gastronomía. Raúl Nava- Tu red gourmet

Otro aspecto potencial que tiene que ver con el grado de preparación que poseen los emprendedores es el idioma, la gran mayoría tiene buen dominio del inglés y esto le permite documentarse en una lengua foránea para aprender u obtener conocimiento de cosas puntuales que necesiten para mejorar su iniciativa, como aspectos administrativos o de marketing, adicionalmente hay propuestas como Tu red gourmet o Te paseo que pueden ofrecer sus servicios en otros idiomas.

¡Bueno mira! que nosotros somos muy minuciosos al momento de trazar rutas, y al mismo tiempo, tenemos la posibilidad de ofrecerlas en distintos idiomas, actualmente ¡pues! todas las guías que hacemos también las ofrecemos en inglés y en portugués y eso permite no solamente que venezolanos se apropien de su patrimonio, sino, que cualquier persona que este interesada, y que obviamente, tengamos ese lenguaje en común pues, pueda, nada, puedan también gozar de una experiencia urbana de calidad en caracas. Rodrigo Capriles-Te paseo

También pienso que es mucho más exigente un emprendimiento turístico, debido a que tienes que darle cierto extra, por lo menos en idioma, en el lenguaje, ¿cómo tu estas mostrando? o ¿cómo tu pones tu oferta?, si tu producto está en varios idiomas es más factible de que sea más exitoso que un emprendimiento local...¡el tema de los idiomas es fundamental!, el lenguaje, el marketing o mercadeo tiene que ser mucho más, segmentado, directo al segmento que tú quieres. Darío Díaz- Tu res gourmet

Como último aspecto surge, la vocación al servicio, pudiera parecer una contradicción decir que en Venezuela atendemos mal pero tenemos vocación al servicio sin embargo la realidad es que coexisten ambos fenómenos, la

atención al cliente en nuestro país por lo general no suele ser muy efectiva, por ejemplo los call center bancarios o de telefonía móvil están dispuestos a brindar soluciones al usuario y pocas veces eso sucede de manera cabal, esto solo por dar un ejemplo de tantos, sin embargo en el sector turismo la calidez que tanto se le acuña como característica al venezolano resulta ser un punto a favor, el emprendedor se ve en la necesidad de procurar que los turistas reciban el mejor trato posible por parte de los servicios de los cuales hacen uso como hospedaje, traslado, comida, actividades recreativas, entre otros.

Tenemos también una vocación natural de servicio, somos atentos, ¡gente chévere!, los venezolanos somos simpáticos... no somos flojos, pero atendemos mal y se dice pero eso es venezolano. Carlos Brandt.

Yo admito que toda la vida he trabajado como con público, entonces, se me hace muy fácil ese tema, de hablar en público, me he informado sobre la zona, llevo una relación estrecha con mi comunidad. Vanessa Rolfini- Rutas golosas

En un esfuerzo por concretar aspectos potenciales de los emprendimientos que se llevan a cabo en el sector turismo en nuestro país se destacan cuatro elementos los cuales hacen de estas iniciativas actividades exitosas, en su gran mayoría estos componentes se asocian a las características de las personas que emprenden, por ser una población joven está más presta al uso de herramientas tecnológicas, adicionalmente es una población con estudios universitarios, inclusive de postgrado y manejan otros idiomas en especial el inglés.

1. Implementación de herramientas tecnológicas
2. Equipo joven, preparado y comprometido
3. Manejo de otros idiomas
4. Vocación al servicio

En contraposición a los aspectos positivos antes mencionados la actividad emprendedora tiene algunas fallas, las cuales se constituyen como debilidades y obstaculizan o tienen una incidencia negativa en torno al desarrollo y consecución de la iniciativa de negocios, en primer lugar la misma juventud es percibida como aspecto negativo pues implica la falta de experiencia o de paciencia, lo emprendedores reconocen que hace falta mayor constancia cuando se decide emprender.

¡Mira! las debilidades son a veces las más comunes, somos un equipo joven, nos falta muchísimo por aprender, aquí la edad promedio es de 25 años más o menos, y entonces somos un equipo joven, que nos toca constantemente ir aprendiendo, este, hay cosas que no las hacemos exactamente como tal vez debería ser pero cuando revisas, normalmente, ese es el camino del emprendimiento, es el camino de ir aprendiendo e ir agarrando experiencia sobre la marcha. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

Bueno como todo emprendimiento, todo comienzo no es fácil y mucha gente, las personas que emprenden, porque tienen una buena idea o porque la ponen en marcha y creen que de la noche a la mañana ya van a hacer exitosos, ya van a tener un impacto, y no es así. Yo creo que el punto más fuerte o la debilidad de toda persona que emprende es: el no tener la paciencia suficiente para darle el tiempo a su proyecto para que este le rinda fruto, a pesar de todas las dificultades que pueden haber en su entorno. Raúl Nava- Tu red gourmet

Inconstancia, no buscar soluciones, falta de dedicación y seriedad. Carlos Raúl Gil- Mi barranco

Propio también de las características del emprendedor, quien se hace de múltiples herramientas tecnológicas, es considerar que la falta de alguna de ellas es una debilidad prominente para el emprendimiento, aunque hacen uso activo y competente de las redes sociales para su comercialización y muchos emprendimientos cuentan con páginas web inclusive con punto de venta digital, algunos emprendimientos consideran que todavía les hace falta

herramientas tecnológicas para su cabal desarrollo, plantean que la situación económica no les permite invertir en desarrollos tecnológicos que hagan más eficiente o potencien sus iniciativas.

No tenemos un bunker económico con el que podamos desarrollar herramientas tecnológicas más avanzadas ¡que por supuesto!, involucran una inversión, entonces ¿quizás nos hace falta eso?, ¿o buscar un inversionista o ver cómo podemos desarrollar esas herramientas tecnológicas sin tanta inversión?, ¿quizás con aliados?, yo creo que esa es una de nuestras fallas, no tenemos tanta tecnología para potenciar nuestra idea. Carlos Pérez- Soy tu guía

No tenemos, en este momento, una página web, entonces, nuestra presencia se ve limitada, de ese punto de vista, a las personas que nos conocen, por otro lado, ¡pues! al tener una página web tu podrías centralizar la operación de todas las opciones que se van exhibiendo en tus rutas, actualmente operamos bajo un correo electrónico Gmail y aunque, ¡bueno, es claro que funciona! no tendría la misma efectividad que si nosotros tendríamos una página web que fuera capaz de responder en formato preestablecido, que te ahorre tiempo, que te centralice toda la gente que se inscribe...y al mismo tiempo pues como el tema país te afecta los ingresos y pues eso te impide a ti generar algunas inversiones necesarias para que el emprendimiento sea más eficiente Rodrigo Capriles-Te paseo

Como otra de las debilidades de este tipo de emprendimientos es la imposibilidad de ofrecer a sus trabajadores salarios que cubran todas sus necesidades, como bien plantea Orlando Osorio en cualquier otro país esto es indiscutiblemente una debilidad de gestión propia del emprendimiento, sin embargo el no ofrecer salarios competitivos en Venezuela tiene la particularidad de que es un fenómeno generalizado, la inestabilidad político-económica y la inflación tienen una incidencia directa.

Se le hace difícil a un emprendimiento tener buenos salarios que aquí tenemos salarios bastante competitivos pero la gente no cubre igual todas sus necesidades y eso ¡por supuesto! trae preocupaciones, pero ya esas son preocupaciones en todo el

país, por eso no las atacaría en este emprendimiento, si me compararía con emprendimientos en otros países sería una debilidad que aquí las personas no estén satisfaciendo todas sus necesidades con los ingresos mensuales, pero si lo vemos solo en Venezuela no lo vería como una debilidad porque es el entorno. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

También mucha gente empieza a trabajar y como los sueldos y los salarios están muy bajos, y nuestras ventas tampoco están muy bien que se diga, no podemos ofrecer sueldos altos, entonces, también la gente se retira, o renuncia, o buscan otras oportunidades en otros lugares. Darío Díaz-Soy tu guía

Por otra parte la desarticulación de los emprendedores es otro aspecto que resulta negativo, iniciativas andando cada una por cuenta propia, el sector turismo es un sector que conecta bienes y servicios y exige que las iniciativas de negocios se vinculen unas con otras y allá cooperación para lograr optimizar la experiencia turística sin embargo esto no suele suceder

¡Es muy desarticulado! (el sector) las alianzas en Venezuela no están articuladas. Si se articula a uno se trae todo lo que esa persona ha venido articulando, su red....el proceso también está desarticulado, si el proceso se hace articulado, que todo funcione, se facilitan las cosas, pero está atomizado. Carlos Brandt

Debilidades, ¡oye mira!, hay un tema de cooperación, la cooperación se da en distintos niveles, hay un aspecto de cooperación privado, lo que son como clúster, y esa técnica está más o menos funcionando, se agrupan asociaciones de productores, asociaciones de posaderos etc y hay más o menos sponsor, pero yo creo que eso tiene que escalar más hacia arriba. Rubén Díaz

El profesor del IESA Rubén Díaz menciona como aspecto importante a destacar que el emprendimiento que se realiza en este sector parte de una idea muy *romántica* de querer hacer algo de trascendencia en el sector turístico y que le deje valor agregado a la ciudad o al país pero que termina por descuidar los aspectos gerenciales, en efecto, aunque no fue un común

denominador si nos encontramos con emprendedores que reconocen no llevar cuentas al día o no haber realizado estudios de mercado y factibilidad económica previo a la puesta en marcha de una idea de negocios. Estas personas emprenden por un deseo de ejecutar una actividad que consideran valiosa más allá de los beneficios económicos que puedan obtener de ellas.

Muchos de esos emprendimientos que se hacen tienen una expectativa muy romántica ¡este! mucha ilusión, con muchas ganas ¿sabes? de dejar una huella pero no tienen ¿como mucho?, mucha efectividad, desde el punto de vista gerencial, entonces no trascienden o no son sostenibles... ¡oye! yo creo que la característica que más define es eso, hay como una confusión entre el romanticismo propio ¿sabes? de la gastronomía y el turismo de los aspectos culturales ¿y hay como? o sea se enfocan mucho en esos aspectos y no se refuerza los temas gerenciales, de negocios que es lo que le da sostenibilidad. Rubén Díaz

Admito que a veces yo soy un poco desordenada con el dinero, yo no llevo un registro exacto de cuánto dinero entra y cuánto dinero sale, me gustaría ser más organizada en el tema financiero ¡algún día lo aprenderé!...nunca me falta nada pero yo si fuera organizada con la plata me iría mejor...Yo admito que estudio de factibilidad económica, ¡nunca lo he hecho!, capaz que si lo hubiera hecho no haría las rutas porque me diera cuenta a esto no es negocio ¿o sí? y haría más, no lo sé. Vanessa Rolfini- Rutas golosas

Para Carlos Brandt, fundador de pro-emprendimiento, el talento juega un punto fundamental coincide en la importancia de mantener el foco como plantea el profesor Rubén Díaz, sin embargo no considera que el emprender por dinero significa tener un negocio exitoso ni emprender por pasión se traduce en fracaso, lo importante resulta mantenerse enfocado en la consecución del proyecto.

Hay mucha de falta de foco, gente que se lanza a esto de emprender por dinero y no les va bien y otros que lo hacen con pasión y les va mejor. La gente tiene que apostarle al

talento... En Venezuela al emprendedor le hace falta formación, ¡muchísima formación!...¡en materia turística falta muchísima formación!; la formación son varios aspectos: es saber utilizar las redes, saber hablar bien, conocer el manual del Carreño, es calidad de servicio, es atender a los clientes de igual forma como uno quiere que le atiendan a uno. Carlos Brandt

Brandt destaca también la falta de formación en materia de emprendimiento por una parte, y de turismo por otra parte, sin dar una sentencia definitiva al respecto se puede intuir que la falta de foco de la que hablan los expertos puede tener relación con la falta de formación en aspectos financieros y administrativos o relacionados con el turismo propiamente dicho, sin embargo existe una visión optimista por parte de los emprendedores quienes creen que en el emprendimiento se aprende en la medida que se lleva a cabo, lo cual se desarrollará de manera más expedita en el próximo apartado.

En resumen aquellas fallas o deficiencias que tienen los emprendimientos que hacen vida en el sector turismo se pueden sintetizar en seis aspectos:

1. Población joven que no posee experiencia y en algunos casos es inconstante y poco paciente.
2. Carencia de algunas herramientas tecnológicas que restan efectividad a la iniciativa.
3. Desarticulación de los emprendedores con la industria turística y entre los mismo emprendedores.
4. Salarios bajos o poco competitivos
5. Falta de foco en la consecución de una idea para que se concrete en un plan de negocios sustentable.
6. Falta de formación de forma administrativa (finanzas, negocios

emprendimiento) y de fondo en cuanto a turismo.

5.2.2 Formación e innovación las claves del emprendimiento.

Como categorías fundamentales relacionadas al emprendimiento y turismo cultural, se destaca la formación y la innovación, todas las políticas públicas y la gestión que se hace en torno al emprendimiento en países como Colombia, Costa Rica o Republica Dominicana la formación y la innovación se contemplan como áreas estratégicas.

En Venezuela existen carencias en torno a la formación de los emprendedores, si bien existen Centros de Emprendimiento como el del IESA o el de la Universidad Metropolitana, no existe una línea establecida en cuanto a contenido programático, por lo general se imparte conocimiento relacionado a finanzas y marketing en modalidad de cursos o módulos, Desde la banca privada, Banesco o Bancaribe por ejemplo, también se hacen cursos o talleres no mayores a 12 horas académicas y se centran en el plan de negocios y los créditos financieros.

También existen iniciativas como pro-emprendimiento, incubadoras como Wayra o espacios de trabajo colaborativo como Impact Hub que contemplan de alguna manera la parte formativa, es importante mencionar la escuela de emprendedores de la Fundación Cultura Chacao, la cual imparte clases a emprendedores locales en relación al plan de negocios, la comercialización, aspectos legales y financiamiento, pese a la existencia de todos estos espacios la formación sigue siendo muy débil, cada curso, taller o modulo abarca un grupo pequeño de emprendedores, aborda aspectos genéricos del emprendimiento, son pocas horas de estudio, tienen a ser cursos más prácticos que teóricos y no forman parte de un proceso

constante de formación para el emprendedor.

Los expertos consultados señalan que existe un desconocimiento por parte de los emprendedores en áreas como finanzas, negocios, aspectos legales o emprendimiento propiamente dicho y que además no necesariamente todas las personas que deciden emprender el en sector turismo tienen conocimiento sobre el sector.

Razones del fracaso: ¡falta de formación! y falta de acompañamiento...formarse es ir en contra del pretender ser todero, zapatero a sus zapatos, el conocimiento sobre el emprendimiento es muy importante para que este tenga éxito. Carlos Brandt

Normalmente hay un desconocimiento, ¡un gran desconocimiento!...no solamente desconocimiento de la parte financiera sino también de la parte legal, la parte financiera ¡bueno chévere! te permite tener un negocio sustentable y tener tus planes a largo y mediano plazo, pero la parte legal también influye para que tú puedas cobrar como vuelo con esa propuesta que tienes. Maurelyn Rangel

Son pocas las ofertas que se dan (en formación) sino van por vía bancaria ¿no? hay bancos que le han dedicado al tema del emprendimiento formación pero lo que yo busco o veo es escaza son escasas las oportunidades. Rosa Virginia Urdaneta

Hay esfuerzos pero creo que es insuficiente, se necesita un conocimiento mucho más amplio, mucho más extenso mucho más profundo... o sea, porque el emprendimiento perse ya es todo un tema de cómo desarrollar un negocio pero el turismo como industria tiene, necesita unas capacidades también mucho más profundas, más específicas, no es lo mismo manejar un ¿no sé?, un kiosco en un centro comercial que ¡conchale! atender una posada o un restaurant en la playa, o sea, desde el punto de vista de calidad de servicio, de producto, de gerencia, de inventario en tema de refrigeración o sea hay asuntos

técnicos que son muy propios del sector turismo que yo creo que hay que trabajar mucho en eso. Rubén Díaz.

En contraposición a los expertos, los emprendedores no consideran la falta de formación como una debilidad, explican que la actividad emprendedora requiere más voluntad que conocimiento y manifiestan que a medida que van desarrollando el proyecto es que van aprendiendo sobre el tema, bien sea financiero, legal o turístico, señalan además la carencia de espacios para estudiar formal o académicamente sobre el emprendimiento. Maurelyn Rangel, directora general de *Cultura el Hatillo* y parte de nuestro panel experto considera como relativo la falta de formación ya que el desconocimiento en términos académicos no significa que el emprendedor no busque conocer o investigar para mejorar su desempeño.

Yo diría que el desconocimiento es relativo, o sea, tú puedes tener emprendedores que lo desconocen pero que tienen una gran inclinación a conocer me explico, o sea busca expertos, buscan un buen material referencial que le permita a ello mejorarse, buscan información en la web. Maurelyn Rangel

Bueno yo creo que muchos emprendedores, todos trabajaron antes en una empresa formal ya constituida de donde absorbieron mucha experiencia en cuanto a negocios, en cuanto a organizaciones de trabajo, administración, mercadeo etc...¡en concreto nadie estudia como para ser emprendedor! sino que adquiere cierta habilidad en una industria y después quiere desarrollar cierta idea. Carlos Pérez-Soy tu guía

¡En lo absoluto!, son personas que aprenden trabajando el día a día. Carlos Raul Gil- Mi barranco

Es que el emprendimiento no hay escuelas como tal, o sea, la escuela es los amigos que te van explicando o mentores que te vas consiguiendo y las cosas que te vayan tocando en el camino son las que te van enseñando. Orlando Osorio.- Zoi Venezuela

¡Eh!, en muchos casos no están formados académicamente, simplemente lo hacen porque de repente de pequeños han tenido experiencias en negocios, han vendido comprado cosas han estado en la calle de repente comerciando como tal y esto les ha dado ciertas herramientas pero de su propia experiencia para emprender. Darío Díaz- Tu red gourmet

¡Bueno este!, la formación de un emprendedor realmente no se da, no sale de una universidad o de un curso, la formación de un emprendedor nace con las ganas la intención de poder desarrollar ese emprendimiento y un proyecto que alimenta, realmente la oportunidad de crecer eso es la clave de un emprendedor...cursos existen, talleres existen, herramientas que, pero hay tantos cursos, porque te puede servir un curso específico para los temas administrativos, como te puede interesar un curso para el tema del mercadeo, te puede interesar un curso para conocer la burocracia de los temas cambiarios te puede interesar un curso para conocer, las actualizaciones de las leyes laborales, o sea hay muchos temas que se pueden manejar que pueden agregar valor agregado al proceso de aprendizaje del emprendimiento. Oscar Hernández- Viaja Verde

Eso es clave en cualquier emprendimiento (la formación), o sea, muchas veces, iniciativas de repente se caen a veces justamente por falta de este tipo de conocimiento en cuanto al manejo, la proyección que uno tiene, a veces por falta de conocimientos de repente del manejo del medio financiero, de las cosas de la logística, de los temas que tienen que ver con regulaciones y permisos. Luis Morales- Valle Canoabo Chocolates

Bueno mira yo creo que el emprendedor no necesariamente tiene formación en esas cosas, yo pienso que a veces nosotros ¡pues no!, no tenemos esa formación lo que tenemos es una pasión por hacer las cosas. Rodrigo Capriles- Te paseo

Esta visión, si se quiere optimista, se recoge también en el informe Gem, la percepción que tiene el venezolano sobre sus capacidades para emprender son bastante altas, aunque en realidad este sepa poco de emprendimiento o vaya aprendiendo en la medida en que lo ejecute. La cuota de fracaso de emprendimientos en nuestro país es alta también, emprendimientos que no sobrepasan los tres años de desempeño, sin

embargo la misma vocación emprendedora y la idea de contar con las cualidades necesarias para emprender hacen que las personas a pesar del fracaso vuelvan a intentar “De cada diez proyectos en Venezuela fracasan nueve, hay reemprendimientos y hay un 90% de la gente que lo reintenta.” Carlos Brandt.

Por otra parte el venezolano aprecia la actividad emprendedora como una opción de carrera deseable y considera que los emprendedores gozan de un alto nivel de vida y respeto, *El nivel de optimismo del Venezolano está por encima del promedio global*, así lo indica el informe Gem (2012, 22) más de un 70% de venezolanos considera que tiene los conocimientos y habilidades necesarias para emprender, mientras que el promedio global apenas sobrepasa el 40%, tan solo un 25% indica que el temor al fracaso le impediría iniciar un negocio, es decir que tenemos un 75% de venezolanos dispuestos a emprender con o sin formación, aunque por lo general la percepción del emprendedor sobre su conocimiento es positiva y proactiva, si bien reconoce no estar formado se muestra presto a buscar información y aprender.

En lo que a turismo se refiere sucede lo mismo, el conocimiento viene dado por la experiencia más que por una formación académica y la percepción sobre ese saber doxa es positiva, el valor de la experiencia y la disposición predominan sobre el conocimiento y se asume también que el conocimiento se adquiere a través de la experiencia.

Yo te podría decir que bueno: “que sí, que hay un desconocimiento muy grande”, pero si por ejemplo tienes al emprendedor que no tiene una formación académica formal en el área turística pero que ha viajado durante mucho tiempo, que ha vivido un par de años fuera del país yo te puedo decir que esa persona si bien no está,

calificada académicamente su experiencia de vida le proporciona herramientas y conocimientos tales para entender cómo podría eso funcionar de alguna forma en Venezuela. Maurelyn Rangel

Yo creo que muy poco, es mucho más experiencia que la formación como tal, si la tienen quizás no son parte emprendedores sino en las ramas turísticas formales como es la hotelería, el transporte o la comida, ¡creo yo pues!, no sé, lo que conozco sí creo que hay una falla en la parte de lo que es servicio. Carlos Pérez-Soy tu guía

Bueno nuevamente, no existe tal cosa como la formación de los emprendedores en el área de turismo, sino existe la disposición y las ganas de poder ser novedosos en este tipo de áreas ...en el área del turismo dependiendo de la perspectiva en que lo veas, puedes encontrar desde una operadora hasta un hospedaje y si tú te consigues un terreno frente a la playa más bella tu emprendimiento lo más seguro es que sea bastante necesario y popular para generar éxito, este , por más buena que sea tu idea le falta a tu locación esos pueden ser factores que te impidan a eso y bueno en el turismo es realmente aprender la experiencia. Oscar Hernández- Viaja Verde

Es una idea que se emprendió y terminamos conociendo sobre turismo pero ninguno de los dos estudio para eso, por ejemplo: hay mucha gente que se mete en sectores que desconoce pero sencillamente les va bien pues, yo creo que a nivel que te diga “bueno hay personas que estudian para hacer emprendimientos turísticos” ¿no sé si exista alguna carrera así? yo creo que simplemente una idea, sea cual sea la categoría en la que vaya a estar, la tratas de llevar a cabo y si tienes que aprender más de ese sector ¡lo aprendes pues! es eso, gajes del oficio como dicen. Raúl Nava- Tu red gourmet

A mí me gusta mucho el tema de turismo de naturaleza, lo que llaman también un poco agroturismo, ecoturismo etc, entonces el tema del Cacao surge de lo que yo había empezado a ver en mis lecturas, yo soy muy aficionado a leer en temas de historia, de gastronomía, de turismo y ahí aparecía entonces esa frase que decía que el Cacao Venezolano es el mejor del mundo. Luis Morales- Valle Canoabo chocolates

En gastronomía sí, de echo yo soy cocinera graduada en un instituto...en turismo admito que yo en mi vida me he leído un libro sobre turismo, he visto muchas cosas de turismo ¡soy una

viajera incansable! ¿pero la conceptualización? si tú me preguntas a mi conceptos asociados al turismo: yo admito que allí ¡estoy raspada! puede ser que los saque por lógica.
Vanessa Rolfini- Rutas golosas

Otro de los aspectos claves del emprendimiento es la innovación, las iniciativas de negocios deben imperiosamente introducir elementos nuevos y novedosos en los productos, procesos o formas de comercialización con el objetivo de poder competir frente a bienes y servicios ya consolidados. En relación al emprendimiento y turismo cultural en nuestro país las visiones en cuanto a la innovación se encuentran marcadamente divididas, Brandt, Díaz o Rolfini consideran que no existe innovación considerable en este tipo de emprendimientos, bien sea en los productos que ofrece o en los procesos que los acompañan mientras que Urdaneta, Capriles u Osorio consideran que si existe innovación importante en este tipo de emprendimiento.

¡Creo que es vital!, es importante que se enfoquen todos los emprendimientos desde el área de innovación ¡es vital!...quizás las metodologías que utilicen las técnicas que utilicen, que busquen que sean productos que no se hayan desarrollado que investiguen en lo tradicional pero visto desde la actualidad ¿no?. Rosa Virginia Urdaneta

El emprendimiento en turismo es muy bajo en innovación no hay aporte de valor nuevo de lo que se hace...tiene un bajo nivel de innovación. Carlos Brandt

¿A nivel de innovación? creo que aquí ya se está dando una apuesta interesante que vale la pena seguir viendo porque es incipiente pero se está dando. Rodrigo Capriles- Te paseo

Conviene desagregar la innovación en tres componentes, producto, procesos y comercialización, con el objetivo de comprender de manera más profunda la disparidad en las perspectivas. En primer lugar en cuanto a producto se refiere, rutas, destinos, paquetes o experiencias, algunos entrevistados consideran que no hay nada nuevo o innovador, que mucho de

los bienes o servicios que se ofrecen son típicos, tradicionales y ya se venían ofertando o realizando con anterioridad.

Productos en el sector turismo como concepto es el típico paquete turístico, ¡vente pa'aca!, pagas tanto, es decir que la persona me pague a mí y yo le doy toda la experiencia completa, un paquete total, esto no es nada innovador. La innovación es que tu generes alianzas... desde el punto de vista producto eso es innovación. Carlos Brandt

Las cosas que uno encuentra son típicas, que uno puede encontrar en cualquier país, ¡entonces! ese tema de innovación son muy escasas, ¡no es que no existan!, pero yo creo que hay la oportunidad de hacer cosas maravillosas ¡tremendas! pero eso requiere ¡oye! formación, entrenamiento, desarrollo, experiencia. Rubén Díaz

Mira en nuestro caso hay muy poca innovación, digamos que es un tipo de emprendimiento muy específico, como son las guías turísticas y la poca innovación que puede haber es ¿quizás? en los lugares nuevos más que nada, experiencias nuevas, no hay mucha innovación en ese sentido, como tal nosotros no fue que inventamos el guía turístico, es decir, que desde hace muchísimo tiempo existía. Carlos Pérez- Soy tu guía

Bueno, aunque ahorita te parezca esto de hacer rutas es ahora como relativamente normal cuando empezamos en Chacao nadie hacia eso en Caracas sin embargo, en Venezuela ya se hacían, ¿yo no sé si tú conoces el proyecto de Empresas Polar las rutas que ellos hacen allá en Lara con sus viñedos en los Valles de Altigracia?. Hay cosas que ya se han hecho así que esto de las rutas en realidad no era tan nuevo o novedoso. Vanessa Rolfini- Rutas golosas

Otra parte de los entrevistados considera que existe innovación en los productos ya que entienden la innovación como una característica propia de los emprendimientos, es decir que todo emprendimiento es mandatoriamente innovador, hay emprendedores que de hecho aseguran haber encontrado un nicho de mercado inexplorado y que sus productos son

únicos en el mismo.

Bueno de los productos: siempre son productos innovadores... en cuando al producto siempre tiene que ser un producto diferente que lo aleje de otros productos que ya la gente pueda encontrar en el mercado. Maurelyn Rangel

El producto yo sí creo que es innovador, de hecho cualquier emprendimiento que sea similar al nuestro ¡siempre va a ser innovador!, porque siempre van a tener algo nuevo y algo diferente a los demás, o sea, por ejemplo: alguien puede montar un proyecto como el nuestro pero siempre va a tener algo diferente para diferenciarse en el mercado entonces siempre va a haber innovación. Darío Díaz-Tu red gourmet

Bueno si lo vemos en Venezuela es un producto distinto ¡pues! tienes la posibilidad de reservar viajes y actividades por internet o sea a nivel de producto estamos haciendo eso, cuando lo ves a fuera ya eso es bastante común en ciertos países donde tú puedes reservar varias actividades por internet, aquí todavía en Venezuela es más por teléfono, es más ir a una agencia de viajes, el mail, estamos tratando de digitalizar eso lo más posible igual va tomar tiempo porque eso es cultural. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

La idea de tu red gourmet en nuestro caso nos pareció innovadora porque; cuando muchas veces tu ibas a buscar un restaurante en internet, resultaba que no tenía página o simplemente la página estaba muy obsoleta o era muy difícil de encontrar ¿entonces qué pasa?, con la guía gastronómica como tal lo que se busca es darle presencia a los negocios que no la tienen darle, la facilidad a los usuarios que encuentren donde comer, innovar no solo en que sea un buscador sino simplemente que tenga un sistema de reserva que la gente pueda comunicar su experiencia en el restaurant por la web 2.0 que es lo que se maneja hoy en día. Raúl Nava-Tu red gourmet

Es importante acotar que efectivamente todo emprendimiento debe ser novedoso más no necesariamente en los productos que ofrece, sino en los procesos o en las formas de comercialización, en Venezuela ha sido tradicional la oferta de destinos como Canaima o los Roques por ejemplo, el producto no varía, sin embargo el planificar todo un paquete turístico a

través de una plataforma web que permite conectar proveedores y elegir vía online una serie de actividades en espacio, tiempo y con operadores determinados por el mismo usuario es innovador y le permite al turista mayor participación y control sobre su experiencia.

La innovación en los procesos de producción o distribución implican un mejoramiento considerable de dichos procesos, para algunos entrevistados estos están desarticulados o no distan mucho de los procesos tradicionales con los cuales se maneja un negocio. En cuanto a los procesos de distribución nuevamente las redes o las aplicaciones tecnológicas como correo electrónico juegan un papel importante.

El proceso también está desarticulado, Si el proceso se hace articulado, que todo funcione, se facilitan las cosas, no está atomizado. Carlos Brandt

y en cuanto a los procesos depende del tipo de emprendimiento, y el tipo de servicio que tu estés generando porque por ejemplo: el servicio gastronómico muy bien te puede funcionar en Instagram, pero un servicio de hoteles por ejemplo: si bien puedes utilizar el instragram no es suficiente para darle la información a esta persona o a las personas que estén interesadas quizás otros medios digitales como una página web, como un blog que genere como más información y más contenido específicamente a ese servicio que la gente busca. Maurelyn Rangel

En procesos es; básicamente, no hay mucha innovación porque se maneja como cualquier otro negocio o sea realmente es muy similar. Darío Díaz- Soy tu guía

Sobre procesos pues nos hemos apoyado mucho todos los emprendimiento en esas herramientas como te estaba comentando gratuitas por ejemplo un correo Gmail, por ejemplo redes. Rodrigo Capriles- Te paseo

Es idóneo destacar como uno de nuestros entrevistados manifiesta que los procesos en un emprendimiento deben ser cambiantes, es decir que

la manera en la que se establece una metodología de trabajo o las formas con las cuales se producen los productos, en este caso el desarrollo de aplicaciones web, debe estar presto a cambios constantes en la medida que se aprenden nuevas formas de producir y llevar a cabo la iniciativa, esto devela como en los emprendimientos la innovación juega un papel fundamental, no solo en la idea que más adelante se convierte en un plan de negocios sino en la consecución de la misma iniciativa, durante su ejecución la introducción de elementos novedosos no se detiene y este fenómeno es parte de la clave para lograr un emprendimiento exitoso, a diferencia de empresas ya constituidas con estructuras rigurosas e inflexibles el emprendimiento permite incorporar cambios y le da una mayor adaptabilidad a las demandas de los consumidores.

A nivel de procesos es completamente cambiante, todos los días estamos tratando de aprender metodologías nuevas y puede que en dos meses estas usando un tipo de proceso y el tercer mes es completamente distinto, estás viendo en internet que hay una mejor forma de desarrollar aplicaciones web lo conversas con el equipo y lo empiezas a implementar, mañana lees que hay una forma de llevar los indicadores del proyecto de equis forma, también lo cambias, yo te diría que los procesos son, si hay algo que los describe son: completamente cambiantes por eso te piden que si quieres emprender tienes que estar dispuesto a ser flexible y a veces tirar cosas buenísimas a la basura porque conseguiste algo mejor en el camino. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

En relación a la innovación en la comercialización las visiones fueron univocas, existe un alto grado de innovación en la forma en la que se comercializan los productos, inclusive más que en los propios servicios que se ofrecen, el uso de las redes sociales se llevó el protagonismo, los entrevistados manifiestan la vital importancia de tener presencia en estas estructuras de comunicación, de hecho aquellos emprendimientos que no cuentan con página web se hacen de redes sociales para su promoción.

Las redes sociales han cambiado el mundo para muchas cosas, ¡le dieron poder al usuario!. Venezuela es uno de los países que más accesa a las redes sociales...nosotros somos un país que tiene más teléfonos inteligentes que otros países, ¡un teléfono y medio por persona!, un 80% de la población con teléfonos inteligentes y el consumo de redes es altísimo, twitter con un alto uso en el país, ¡esto no pasa en otros países!, si tú quieres hacer saber algo lo haces por redes sociales, redes sociales son arena de comunicación de ciertas cosas y en turismo es absolutamente vivencial y el efecto demostración en el país es muy grande, del boca a boca se pasó a las redes, ahora son las redes herramientas de comunicación del turismo. Carlos Brandt

Especialmente en la parte de comercialización es cuanto más creativo es el emprendedor, porque ya no solamente piensa, o se queda en el “que bueno yo ya tengo el negocio y no puedo comercializar mis productos”, acá es cuando entonces inicia todo un proceso creativo, en el que comienza a buscar líneas de comercialización que bien puede ser tiendas que ya tienen punto, que la gente reconoce, puede utilizar medios web, digitales también para promocionar sus productos de hecho ahorita está de moda el Instagram en donde los emprendedores, bueno ellos hacen su propuesta y la comercializan a través de este canal, entonces bueno, los canales normalmente para los emprendedores siempre, casi siempre, son alternativos y hoy en día principalmente están enfocados en medios digitales. Maurelyn Rangel

Mucha innovación en el sentido que estamos usando todas las herramientas nuevas, redes sociales, Instagram, twitter, Facebook, etc por donde por ahí cada vez van surgiendo nuevas formas de comunicar con la gente y mercadear tu producto, snapchat ahorita creo que esta nuevo, bueno no yo creo se está usando más snapchat que twitter por ejemplo, o por ejemplo las páginas web, ¡las páginas web siempre se van actualizando!, hay mucha creatividad y mucha innovación en la parte del ofrecimiento del servicio como tal más que en el servicio. Carlos Pérez- Soy tu guía

En cuanto a la comercialización aquí en Venezuela nosotros apostamos muchísimo las redes sociales y sobre todo al poder audiovisual y desde el inicio innovamos en la forma en que presentábamos los videos de nuestra marca ¡este! siempre

recurrimos mucho al video y eso ayudó muchísimo también estamos, valoramos la fotográfica y cada foto que copiamos a las redes. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

La forma de comercializar el producto redes sociales, boca a boca y algunas alianzas importantes con tiendas, revistas o compañías. Carlos Raúl Gil-Mi barranco

El uso de redes sociales está asociado a una corriente reciente de mercadeo que es el Marketing digital, los emprendedores suelen manifestar que han ido aprendiendo a usar las redes sociales como herramientas de marketing “sobre la marcha”, inclusive manifiestan la desactualización en la educación en cuanto mercadeo digital, muchas universidades aun no contemplan el marketing en redes sociales como un aspecto esencial de la formación. Varios aspectos a destacar, el primero es que nuevamente nos encontramos con la falta de formación académica para el emprendedor, aquellas personas que se aventuran en una iniciativa de negocio tienen que optar por cursos o talleres en cuanto al uso de redes sociales se refiere.

¡Si hay innovación! pero más que todo generados por los cambios tecnológicos en la actualidad, por ejemplo: ahorita muchísimos emprendedores ya no están haciendo publicidad o dirigiendo su marketing a través de medios convencionales como revistas, este; medios impresos como periódicos o cosas así, están yendo más a la parte digital, de hecho me parece que los emprendedores están más adelantados o están ejecutando sus planes de marketing en las redes sociales así como que por ensayo y error, o sea, la educación se ha quedado atrás en ese sentido o sea es más lenta, la educación ha sido más lenta en los nuevos canales para hacer publicidad, por ejemplo, que la que los emprendedores están tomando, de hecho hay universidades que todavía no dan lo que es marketing en redes sociales, cuando ya todos los emprendedores están utilizando esos medios, por darte un ejemplo, ¡entonces sí me parece innovador! por parte de los emprendedores que están siguiendo las tendencias del mercado tecnológico y se adaptan a eso más rápido. Darío Díaz- tu red gourmet

En segundo lugar, la falta de conocimiento no resulta un impedimento para iniciar un proyecto de negocios, como se mencionó con anterioridad, el emprendedor posee una visión optimista en la cual la formación y el aprendizaje se va dando paralelo a la ejecución del negocio, así sucede con el marketing digital, si bien el emprendedor conoce y hace uso de redes sociales va aprendiendo a comercializar sus productos por esta vía en la medida que lo pone en práctica.

Es importante el uso de redes sociales, a través de allí las organizaciones hemos logrado posicionarnos, no solo a nivel nacional, sino, inclusive a nivel internacional por lo que creo que usando herramientas que tenemos a la mano, que a veces no le vemos el alcance, más bien el turismo venezolano ha dado una lección, que usando esas herramientas que están a la mano inclusive puedes lograr posicionarte aquí y fuera del país, aunque no sea lo idóneo por la situación en la que nos encontramos, eso no quiere decir ¡pues! que de alguna manera eso no esté funcionando y que el turismo que se está moviendo y se está generando es precisamente gracias a esas herramientas que se están usando y que hemos ido aprendiendo sobre la marcha como utilizar de manera efectiva. Rodrigo Capriles-Te paseo.

Los adelantos tecnológicos se ajustan a nuestras dinámicas y preferencias de consumo o la forma en la que consumimos es producto de los adelantos tecnológicos, sería como debatir qué vino primero el huevo o la gallina, algunos apuntan más a lo segundo, aunque no es menester en esta investigación ahondar sobre ese tema resulta importantísimo destacar como en el turismo la web 2.0 a jugado un rol fundamental, al igual que en muchos otros aspectos de la vida humana, la oportunidad de recibir referencias sobre destinos, actividades o servicios desde la visión de otro usuario u otro turista ha cambiado notoriamente la forma en que se consume, a un turista ya no le basta lo que un establecimiento pueda decir sobre sí mismo sino que valora de forma oportuna lo que otros como el puedan decir sobre su experiencia.

Tripadvisor es la herramienta que usa cualquier persona que viene a Venezuela por ejemplo: ya la gente no quiere que tú le cuadres el viaje, ya la gente no quiere que tú le digas que es lo que tiene que hacer, ¡ahora la gente quiere tener experiencias propias cuadradas por sí mismo!, este, adaptados a la medida de lo que cada quien necesite, entonces tripadvisor es esta típica herramienta en la que esas personas, solas, porque quieren hacer un viaje a su medida, se aproximan al país, consultan a las organizaciones que les pueden interesar para también conocer opiniones de otros usuarios a través de esas organizaciones y es la manera pues de tener una opinión fundamentada, no en lo que una organización dice de sí misma sino lo que un par, o sea, otro turista va a decir de la organización, este, tirpadvisor en ese sentido es otra herramienta clave de las redes que te permite a ti estar en, ¿digamos? en el mundo y especialmente ofertar en ese segmento internacional que desea visitar Venezuela en ese caso. Rodrigo Capriles- Te paseo

A su vez, la relación entre las personas que ofrecen bienes y servicios y los usuarios puede ser bidireccional, al dueño de un restaurante o de una posada, a los creadores de un bar o a las personas que ofrecen viajes de acampada le interesa saber de primera fuente la opinión que tienen los usuarios sobre los servicios que estos ofrecen, con el uso de redes sociales o de plataformas digitales hay mayor participación de los usuarios.

Tener un contacto más directo con el empresario o el restaurant como tal y eso es algo muy importante también, de hecho, la mayoría de los restaurantes está hecho por personas adultas o que no están muy pendientes del área actual del socialmedia y todo este tipo de publicidad y con esta experiencia nos dimos cuenta que muchas personas se dieron la oportunidad de tener este tipo de publicidad y conocer la opinión de sus usuarios, ver lo que la gente comentaba en sus perfiles, a modo de interactuar con ellos en las redes sociales. Raúl Nava- Te red gourmet

En cuanto a innovación se refiere los emprendimientos que se desarrollan en el sector turismo tienen un punto a favor, estos se hacen de

redes sociales y demás herramientas tecnológicas como páginas web o aplicaciones digitales para la comercialización o mejora de sus procesos de producción, esto tiene que ver en buena parte porque la población de emprendedores es bastante joven y está de alguna manera familiarizada con el uso de tecnología.

Cuadro n° 18

Cuadro resumen Innovación y formación

Categoría / Entrevistado	Innovación	Formación en negocios	Formación en turismo
Carlos Brandt	*Poca innovación	*Falta formación, por eso fracasan los emprendimientos	*Falta formación: 1 en relación a oficios, recepcionistas, botones, posaderos, etc 2 Formación en especificidad, gastronomía, ecoturismo, etc.
Rosa V. Urdaneta	*Innovación en productos	*Falta formación	*Si existe emprendedores formados en turismo
Rubén Díaz	*Innovación en comercialización más que en los productos	*Falta formación, motivo de fracaso para los emprendimientos	*Falta formación, el turismo cultural tiene elementos bien particulares como sector
Maurelyn Rangel	*Innovación en productos y formas de comercialización	*Falta de formación	*Falta de formación, relativa, el emprendedor puede no tener formación académica en turismo pero viajar con frecuencia entonces conoce desde la experiencia
Luis Morales (Valle Canoabo)	*Innovación en productos y oferta de servicio	*Falta de formación	*Formación desde la experiencia
Carlos Gil (Mi barranco)	*Innovación en los productos y formas de comercialización	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)
Carlos Pérez (Soy tu guía)	*Poca innovación en productos (las guías turísticas no son actividades novedosas)	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)	*Parte de su equipo si cuenta con formación en turismo
Vanessa Rolfini (Rutas Golosas)	*Poca innovación en productos (las guías turísticas no son actividades novedosas)	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)
Orlando Osorio (Zoi Venezuela)	*Innovador en su oferta por el uso de herramientas tecnológicas	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)
Oscar Hernández (Viaja verde)	*Oferta innovadora, de las pocas iniciativas en el país que se dedican al turismo ecológico	*Formación desde la experiencia	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)
Rodrigo Capriles (Te paseo)	*Innovación en las formas de comercialización	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)	*Parte de su equipo tiene formación en turismo *Formación desde la experiencia
Darío Díaz (Tu red gourmet)	*Producto innovador (cualquier emprendimiento es innovador incluso si se parece a tu red gourmet)	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)
Raúl Nava (Tu red gourmet)	*Producto innovador	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)	*Falta de formación (se aprende de la experiencia)

Fuente: Elaboración propia, 2016

5.2.3 ¿Qué ofrece el entorno para emprender en turismo cultural?

1. *El emprendimiento es economía cultural*

Para comprender la estrecha relación que tiene el emprendimiento con el entorno es necesario abordar el impacto que tiene esta actividad en la economía, de esta forma se visualiza mejor el emprendimiento como un objeto que se enmarca en un contexto determinado y no como un fenómeno circundante en la economía.

Los expertos consultados reconocen la relación directa que existe entre el emprendimiento y la industria cultural, unos inclusive mencionan las industrias creativas o el sector creativo de la economía conocido también como la *Ola Naranja* como sector que alberga gran potencial creativo y por lo tanto emprendedor. Las iniciativas de negocios vinculadas al sector cultural son vistas como actividades que incrementan y desarrollan la economía del sector en la medida que expanden o se relacionan con las industrias pertenecientes a dicho sector.

Emprendimiento vinculado con economía cultural, engancha lo de actividad cultural y cuan importante es la ola naranja o el emprendimiento cultural dentro de la torta de generación de valor de un país, ¿en Venezuela es importantísimo! está el Sistema Nacional de Orquestas, el miss Venezuela y Criollitos de Venezuela, es la posibilidad de llegar a cualquier parte del mundo como el mejor, eso es lo que empieza a generar valor como parte cultural. Carlos Brandt

Bueno la relación es básicamente directa, sobre todo si el emprendimiento está en ese sector cultural ¿no?, en el sector de la industria creativa, de la industria cultural, hay diferentes tipos de emprendimiento culturales, uno de estos emprendimientos culturales que en Venezuela tiene mucho auge es el tema del turismo y el tema por ejemplo: de la publicidad o del diseño de modas, el emprendimiento tiene una estrecha relación con estas áreas de industrias creativas y bueno, se enriquece principalmente porque están enmarcados en ese concepto, en esa estructura

macro que le permite al desarrollarse y tener múltiples interpretaciones en simultaneo. Maurelyn Rangel

Yo creo que el emprendimiento es parte importante de la economía cultural, debe representar un porcentaje importante es los países, o sea, ¡yo creo que es economía cultural!. Rosa Virginia Urdaneta

Bueno desde el punto de vista general, no necesariamente específico, a esta industria es que el emprendimiento lo que ayuda es al incremento o desarrollo de la economía, si nos referimos al aspecto cultural sería desarrollar o expandir la economía cultural lo que sería, ¡que obviamente hay unas industrias establecidas etc!, pero lo que, digamos las oportunidades grandes están en esos emprendimientos muy puntuales en cualquiera de las áreas de la economía cultural. Rubén Díaz.

De forma particular, se reduce ese abstracto y amplio espectro que es la economía cultural a un sector en concreto, el turismo, los entrevistados saben que el turismo como actividad tiene un impacto económico enorme, la industria turística es de las que más genera capital y empleo a nivel mundial, es una actividad que permite el desarrollo local e inclusive está considerada como solución para eliminar la pobreza en países sin un alto nivel de desarrollo industrial.

Bueno esta ya considerado que el turismo es la cuarta industria más fuerte de aporte de capital a nivel mundial, o sea, que ya hay muestra de que impacta enormemente en la economía, pero aparte de eso ya las naciones unidas lo declaro y lo consideró que es una solución clave para erradicar la pobreza en los países menos desarrollados, entonces, también hay que considerar las oportunidades que genera esto, directas e indirectas, a las diferentes regiones del país a las comunidades locales, a las poblaciones menos favorecidas donde poder encontrar una nueva oportunidad a través de los servicios turísticos, ¡sin duda impacta positivamente!. Oscar Hernández- Viaja Verde

El emprendimiento que se desarrolla en el sector turístico es

considerado además como vital para el crecimiento de su industria y más en un país como Venezuela donde hay tanto por hacer en ese sector, el emprendimiento es visto como potenciador, enriquecedor y dinamizador de las capacidades turísticas ya instaladas a nivel nacional, podría decirse que a través del emprendimiento se explotan las capacidades reales del sector.

El turismo es una industria mundial muy importante, incluso hay países que viven del turismo y Venezuela también podría perfectamente vivir del turismo, lamentablemente, somos esclavos del petróleo y el turismo nunca se tomó en cuenta, ¡y el turismo podría ser un muy importante motor económico para el país!... sin emprendimiento yo creo que la industria como tal se limitaría a lo poco que podrían ellos abarcar, yo creo que una industria sin pequeños emprendimientos no crecería o no, creo que crecería de una manera más lenta o no, o con otra dinámica quizás menos interesante para el país, yo creo que el emprendimiento le da mayor riqueza a la industria a nivel cultural, a nivel de intercambio, a nivel de nuevas ideas de creación de actividad, muchos emprendimientos pequeños yo creo que es muy positivo para la industria y podría potenciarla mucho más. Carlos Pérez – Soy tu guía

La proliferación de empleos es otro aspecto que sobresale, recordemos que según la OMT en 2014 uno de cada diez empleos a nivel mundial lo genera el sector turístico, es por esto que los entrevistados destacan que los emprendimientos dinamizan e impactan en la economía al generar empleos principalmente.

Hay un factor de creación de patrimonio, creación de empleo, mejora en los ingresos de las personas vinculadas a los emprendimientos, incremento de la capacidad de los proveedores, de las empresas, entonces ¡ahí hay una capacidad dinámica de crecimiento o de expansión de la economía!. Rubén Díaz

¡Mejoramos también el empleo!, en cierta forma tenemos un impacto también en el empleo, este, porque obviamente si esos restaurantes están vendiendo más tienen que contratar más personal, todo es una cadena. Darío Díaz- Tu red gourmet

¡Impacta directa y positivamente!, nosotros por ejemplo,

vendemos productos hechos en Venezuela, mano de obra venezolana, creamos empleo y beneficios para nuestros empleados y proveedores. Carlos Raúl Gil- Mi barranco

Bueno primero porque si estas emprendiendo estas creando un trabajo nuevo y eso crear un trabajo nuevo vas a tener que generar sin duda aunque sea un empleo nuevo en la sociedad.
Orlando Osorio-Zoi Venezuela

Adicionalmente, los entrevistados describen como las iniciativas de negocio repercuten en otros aspectos de la economía, aumentan la competitividad y las mejoras en la oferta de servicios, contribuye a la promoción y aumento en ventas de otros negocios y a su vez incentivan a la creación de nuevos emprendimientos en el sector.

Uno de los aspectos positivos que impactan, de proyectos como estos, en la economía, es que hacemos que los restaurantes vendan más, de hecho nuestro proyecto contribuye con otros emprendedores en el área gastronómica porque por ejemplo: no era lo mismo en los años 50 inaugurar un restaurante y que nadie supiera de ti, tendrían que pasar como varios años para que fueras agarrando tu clientela, ya en este caso es más rápido. Darío Díaz- Tu red gourmet

Si tu emprendimiento es bueno, estás haciendo aunque sea un mercado pequeño o la zona, en que lo estés haciendo eres un competidor más, eso hace que los demás, ¡si tú eres bueno! tienen que mejorarlo para así ir compitiendo contigo, o si estas trayendo una solución nueva al mercado es buenísimo para la sociedad, normalmente cuando hay mucha competencia, generalmente, terminas ayudando a la sociedad porque todas las compañías están tratando de generar el mejor servicio, el mejor precio, la mejor calidad y eso es lo que debería suceder entonces, por ese lado sería eso, por el otro, un emprendimiento normalmente le da animo a otras personas que también lo hagan porque se enteran de historias de personas que también empezaron proyectos y se dan cuenta que tal vez no son súper personas, ¡sino que son personas comunes con muchas ganas y mucha dedicación y sacrificando muchas cosas que es algo importantísimo!, un emprendimiento normalmente inspira pequeñas personas pero las que logre inspirar las inspira también a perseguir su sueños y sus retos.

Orlando Osorio-Zoi Venezuela

El emprendimiento turístico también un fenómeno que impulsa el desarrollo local, es capaz de posicionar territorios como espacios de desarrollo económico en base a la actividad turística, puede ayudar a una ciudad o un pueblo a crecer económica y culturalmente, además el desarrollo local se hace en buena medida del patrimonio y con esto se reivindican y fortalecen los valores identitarios de una comunidad.

El emprendimiento turístico es algo que, bueno definitivamente, tiene la capacidad de posicionarte espacios, lugares, de transmitirte por ejemplo: una tradición a través de un servicio que se oferta, o sea tu puedes hablar de patrimonio cultural a través de una ruta patrimonial y eso es turístico, y eso te genera un ingreso, y una movilización de economía a lo interno y eso, de eso espacios y de esas ciudades de donde se esté planteando de manera muy clara, eh, igualmente te permite trabajar con todos los actores te permite involucrar articular evidentemente, el impacto económico que genera el sector turístico es bastante fuerte y es dramático comparativamente con el de cultura...con el sector turismo ya tú lo haces mucho más explícito generas servicios, bienes y servicios, generas rutas patrimoniales, posicionas la gastronomía, hablas de su gente, hablas de temas de identidad, hablas del tema de pertinencia, que te conecta a esos actores con los cuales tu trabajas, entonces es como más tangible si se quiere. Maurelyn Rangel.

Tu fin no solo es promocionar desde el área cultural algo, sino introducirte en la economía local, el desarrollo de todo lo local, el estímulo a la creación con lo que tenemos acá, con lo que es nuestro con lo que nos pertenece. Rosa Virginia Urdaneta

Incluso creo que eso ha ayudado a la ciudad económicamente si viene más gente, si creo que ha contribuido a mover, ¡incluso a que venga otra gente para acá que bajo otras circunstancias no hubiese venido!. Vanessa Rolfini- Rutas golosas

Nosotros estamos al tanto del impacto que provoca el turismo en la economía de una localidad como Canoabo por ejemplo: y se ve, ya por ejemplo hay un restaurant que está creciendo hay

rutas, ya hay agencias que organizan viajes regulares, las personas necesitan donde comer, donde dormir etc, entonces todo eso está dinamizando un poco, eso el objetivo ¡es convertir a Canoabo como una referencia del chocolate! y eso va a tener un impacto positivo en la localidad. *Luis Morales-Valle Canoabo chocolates*

Para comprender de manera más expedita lo concerniente al desarrollo local extrajimos el ejemplo de Te paseo, Rodrigo Capriles explica de manera bastante grafica como una ruta por el casco histórico de Caracas va generando toda una dinámica económica en el sector, mientras hacen el recorrido de la ruta los guías van señalando actores de la zona, pequeños comerciantes, restaurantes, personajes emblemáticos o productos típicos, esto impulsa la actividad económica y cultural del sector. Rodrigo manifiesta que no se trata de una red de actores formal que se ha establecido con rigurosidad, resulta un proceso más bien orgánico, pero indiscutiblemente esa ruta que es en sí misma una actividad económica y cultural, estimula el crecimiento y desarrollo del centro de Caracas.

Mientras visitamos a las comunidades por donde vamos transitando solemos promover a las personas que allí hacen vida ¡pues!, por ejemplo: bien podría yo promover a un chichero, un restaurante, por ejemplo: productos con material de reciclaje o sea, carteras bultos, o sea tu negocio siempre va hacer referencia a la comunidad a donde estas y eso le genera una oportunidad económica también a otros actores que tu incluyes dentro de tu recorrido, así que no eres nada más tu sino es la relación directa que tienes tú con el entorno y al entorno le impacta en la medida que tú lo vas recomendando y promoviendo. Por ponerte un solo ejemplo para que quede así gráficamente, en el centro hay un chichero que se para en la plaza el Venezolano, en la propia esquina San Jacinto se para un chichero, ¡que hace una chica por cierto genial!, entonces nosotros cuando pasamos y no hay cola porque el sr se le forman unas colas espectaculares de la chica buena que hace, entonces por ejemplo cuando no hay cola podemos parar a las personas para que compren una chica, si el grupo es manejable, o bien si el grupo es grande y hay mucha cola tú lo manejas pero igual no dejas de hacer la recomendación, entonces es eso pues, en la medida que tu estas operando es lo que tú estás

haciendo vas impactando a otros actores económicos que no es como que tenemos una red pero de una manera tu estas vinculado con el entorno y por eso o sea buscas impactar.
Rodrigo Capriles- Te paseo

El emprendimiento tiene un impacto económico en el entorno, como bien se muestra en el ejemplo de Te paseo, pero a su vez el contexto en el que se desarrolla la actividad emprendedora incide sobre la ejecución de las iniciativas de negocios, a continuación se profundiza sobre los aspectos provechosos y perjudiciales presentes en el entorno.

2. La situación país

Es paradójico ver como a personas comprometidas con el turismo nacional se les pregunta cuales son los aspectos positivos que ofrece el país e inmediatamente hablan de la inseguridad, el control cambiario o el desabastecimiento de alimentos, resulta difícil lograr que expliquen las cosas que tienen a favor en el entorno para desarrollar su actividad turística, sin embargo se entiende que el momento en el que fueron realizadas las entrevistas (Junio 2016) la inestabilidad política y social de Venezuela es muy grande, la incertidumbre y preocupación están a flor de piel en casi todos los venezolanos.

Los entrevistados a lo largo del discurso se refieren a la *situación país* como ese conjunto de elementos desfavorables presentes en el entorno y que además son percibidos con una incidencia directa en el desarrollo del emprendimiento, por ejemplo si son rutas turísticas en la ciudad de Caracas están a expensas de las posibles manifestaciones que puedan haber, si se trata de restaurantes este último año ha habido un decrecimiento en el consumo proveniente de la disminución del poder adquisitivo del venezolano, a rasgos generales esto que los entrevistados llaman *situación*

país es la inestabilidad política, social y económica en la que se encuentra el país actualmente.

¡La situación país te va a complicar! ya que tu trabajo se desarrolla gran parte en la calle, todo lo que sucede en la calle sean hechos socioculturales o políticos te va a impactar de manera muy directa, en estos momentos en que pues es apreciable ¡la conflictividad en la calle está a flor de piel! tenemos algunos impedimentos para operar por qué: por dos cosas porque en el recorrido eso te va a impedir tomar ciertos espacios que de repente tu tenías contemplado tomar, o bien las cosas suceden inclusive antes, la gente viendo la situación conflictiva que hay en la calle ya se abstiene de participar en tus actividades así que eso es uno de los grandes desafíos que podemos enfrentar... ¡esa es una de las amenazas!, cualquier cosa que pueda pasar en el entorno tanto socioeconómico como político te afecta de manera directa. Rodrigo Capriles- Te paseo

Yo diría que principalmente lo que es la situación país, bueno lo que ya conocemos todo el mundo, eso ha hecho que bajen las inversiones a nivel de restaurantes y las mismas inversiones de restaurantes que tienen año en Venezuela y también influye directamente en el consumidor, en el comensal que debido a las alzas de los precios, ¿sea como qué? restado el privilegio de ir a comer, así como lo hacía antes, yo creo que eso ha sido lo más negativo que se consigue, el frenado de la evolución y el crecimiento económico. Raúl Nava- Tu red gourmet

La situación país también me parece que depende mucho, aquí por ejemplo en Venezuela no te digo que nos ha ido mal pero tampoco nos ha ido bien, o sea, en mi caso no particular, quizás si estuviéramos en una economía un poco más estable hubiera más consumo, ahorita el problema en Venezuela es que hay menos consumo porque el poder adquisitivo está muy bajo. Darío Díaz- Tu red gourmet

Para comprender de forma clara y manifiesta como las condiciones económicas del país afectan el desarrollo de los emprendimientos es preciso mencionar el caso de Soy tu guía y Te paseo quienes no han podido establecer un piso económico que les permita hacer inversiones constantes para el mejoramiento de sus proyectos, en ambos casos mejoramientos de

carácter tecnológico.

El crecimiento económico es muy lento, por lo tanto no tenemos un bonquer económico con el que podamos desarrollar herramientas tecnológicas más avanzadas que por supuesto involucran una inversión... ojala en un futuro próximo podamos salir de esta situación y poder trabajar mejor, ahorita como estamos, estamos trabajando con las manos atadas y poco hacemos pues. Carlos Pérez- Soy tu guía

La situación país también hace que los ingresos ¡pues! no sean los ideales y a veces se ve restringido en la posibilidad de seguir creciendo, por ejemplo: lo de la página web seria prioritario pero, al tener tus ingresos afectados tu más bien te apoyas en las redes sociales...entonces digamos que entre esas dos cosas hay dos grandes debilidades lo que es la página web y al mismo tiempo ¡pues! como el tema país te afecta los ingresos y pues eso te impide a ti generar algunas inversiones necesarias para que el emprendimiento sea más eficiente. Rodrigo Capriles- Te paseo

La inseguridad es otro común denominador a casi todas las entrevistas, es uno de los fenómenos que aquejan a todos los venezolanos y que hace más mella en el sector turístico porque el cliente o turista se abstiene de venir a Venezuela si es foráneo o se abstiene de salir o conocer el país o la ciudad si es venezolano, las personas sienten un riesgo elevado en cuanto a su seguridad personal y esto se traduce en una disminución del consumo.

Necesita el turismo de apoyo en cuanto infraestructura, seguridad. Carlos Brandt

Bueno pienso que aquí en particular en Caracas se vive una situación es la inseguridad muy fuerte. Rodrigo Capriles- Te paseo

¡La inseguridad influye mucho! porque eso hace que mucha gente tenga muchas dudas a la hora de hacer un viaje, piensa en la carretera, piensa que no conoce la zona y por no conocerla le genera desconfianza. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

El tema de la inseguridad, es fundamental, porque la inseguridad afecta a todos los niveles del mercado y como todo está interconectado cada negocio está conectado uno con otro de alguna forma complica un poco más las cosas y baja los volúmenes de venta un poco por eso mismo, porque no hay seguridad la gente se abstiene de salir a la calle y ciertamente de consumir. Darío Díaz- Tu red gourmet

Un segundo elemento a destacar es la responsabilidad que se le acuña al gobierno actual en relación a esta situación, un gobierno totalitario que no permite garantías, entre esas, una de las más importante, la garantía a la vida, ineficiencia en abordar esa realidad o peor aún es concebida como una política de Estado desarrollada deliberadamente para infundir miedo en la sociedad.

El tema de la inseguridad... tenemos a contra corriente un sistema de ¿ok?, que no nos garantiza el derecho a la vida. Maurelyn Rangel

Lo que busca un viajero y un turista es seguridad y ¡Venezuela no la garantiza!, estemos bien claros de que no la garantiza porque es una política de Estado desarrollada para generar temor entonces en un país de temor no puede haber turismo. Oscar Hernández – Viaja Verde

Aunque algunos entrevistados apenas enuncian el tema de la inseguridad, este aspecto tiende a aparecer varias veces durante la disertación de las personas entrevistadas como es el caso de Carlos Pérez (Soy tu guía) quien a lo largo de todo el discurso manifiesta que la inseguridad es un aspecto negativo que limita de manera notoria el desempeño de su emprendimiento reduciéndole la posibilidad espacios por visitar o disminuyendo la afluencia de turistas.

En Venezuela a pesar de la situación que estamos tocando casi que fondo y todo lo malo, hay que seguir poco a poco trabajando...si bien los médicos trabajan con medicinas y no tienen medicinas o los ingenieros no tienen material de construcción nosotros por suerte digamos que es un trabajo positivo, trabajamos el patrimonio y a pesar de que la inseguridad nos ha limitado a no visitar tantos lugares como

nos gustaría... nuestro trabajo siempre le busca un lado positivo. Carlos Pérez- Soy tu guía

Lamentablemente creo que no hay más cosas positivas porque de hecho todo ha ido empeorando, han venido menos turistas por la inseguridad...hay menos vueltos entonces es más difícil viajar. Carlos Pérez- Soy tu guía

No hay rutas para viajar, o hay lugares que no se puede ir porque es muy peligroso, por ejemplo el área de Barlovento es muy peligrosa para ir a pesar de que tiene mucho potencial turístico. Carlos Pérez- Soy tu guía

Muy de la mano del tema de la inseguridad aparece el desabastecimiento como otro factor del entorno que afecta el desarrollo de los emprendimientos turísticos, el problema de la escasez que se venía viviendo de unos años para acá se ha recrudecido este 2016 de manera implacable, aunque esta es una situación se vive con a productos de higiene personal, medicinas y alimentos, es en este último renglón que da una pérdida en la calidad de servicio del sector turismo, ya que este incluye la parte gastronómica y debería ofrecer servicios de alimentación.

Ante la situación tan crítica, como por ejemplo, lo es el tema de la inseguridad, como lo es, el tema de desabastecimiento de comida, o sea, es un reto hoy en día plantearse proyectos turísticos. Maurelyn Rangel

Bueno número uno la situación del país económica y social pues, ¡hay mucho peligro en la calle, hay un gran desabastecimiento! entonces la gente Venezuela ahorita este; no hay; a cualquier viajero le dicen que no vengán para acá, entonces ya por ahí el turismo se ha reducido muchísimo, digamos que nos hemos visto afectados por todo eso. Carlos Pérez- Soy tu guía

Bueno es un poco frustrante, ahorita por lo menos tengo las rutas paradas, no puedo hacer una ruta y decirle a la gente “bueno señores cuando hay comida aquí se hacen estos dulces o se hace esto otro pero ahorita como no hay”, ¡una ruta gastronómica sin comer o degustar no es una ruta gastronómica!. Vanessa Rolfini- Rutas golosas

Cese de operaciones de líneas aéreas, disminución en los vuelos, problemas con el transporte terrestre y la vialidad fueron también aspectos que afectan el desarrollo de los emprendimientos, es importante hacer mención de ello aunque el grado de afectación a la actividad emprendedora es colateral en realidad la disminución de vuelos, los problemas en vialidad o infraestructura son parte de los problemas que afectan directamente el sector turismo, más en concreto la industria turística, efectivamente trastoca el desempeño de pequeñas iniciativas de negocios pues estas hacen vida en el sector y se relacionan con la industria.

El tema del transporte, el tema de la calidad de servicio, o sea, en el país se perdió absolutamente lo que es ese criterio de calidad de servicio. Maurelyn Rangel

Los vuelos, las compañías aéreas han reducido sus vuelos y otras bueno han dejado de viajar por lo que se ha limitado nuestras opciones para ofrecerle a los turistas, quedan menos opciones, menos itinerarios, menos vuelos y nosotros hemos tenido que acudir a medios terrestres, que son quizás mucho más lentos, son más días de viaje, eso es otro, la parte del transporte. Carlos Pérez- Soy tu guía

De forma magistral Oscar Hernández de ViajaVerde logra sintetizar gran cantidad de elementos que se asocian a un fenómeno particular la calidad de servicios, los problemas con las aerolíneas, el desabastecimiento, las fallas en el servicio de agua o de electricidad, entre otros al analizarlos en conjunto tributan todos a la falta en la calidad en los servicios que se ofrecen actualmente en el sector turístico del país.

La calidad de los servicios que están actualmente prestándose debido a la escasez que hay, a la falta de energía que hay en las diferentes regiones, los problemas que hay con las aerolíneas, ¿entonces por supuesto no puedes garantizar un

buen servicio! un cliente que llegue a un hotel y no tenga las comodidades básicas que exige ese estándar no las van a recibir y bueno igualmente llegar a un sitio que te diga un hotel que no tiene agua, llegar a un sitio y que te digan no te puedo dar el desayuno normal porque no tenemos la harina, se va a la luz a tal hora ¿eh?, no hay vuelos, para realmente para toda la demanda que existe. Oscar Hernández- Viaja Verde

La inflación resulto ser otro de los elementos negativos mencionado por los entrevistados y aunque este fenómeno tiene varias aristas, el aspecto primordial tiene que ver con la incapacidad de planificar los viajes con anticipación, ofrecer propuestas turísticas a largo plazo resulta imposible por la rapidez con la que suben los costos de los servicios, así que los emprendedores se ven supeditados al poder adquisitivo que puedan tener los clientes potenciales al momento de hacer la oferta, por ejemplo pretender adquirir con un mes o más de un mes de antelación alguna experiencia de las que promueve Zoi Venezuela es casi inviable ya que ellos tienen un tiempo máximo de tres semanas para poner a disposición del público sus servicios.

También es la parte inflacionaria, o sea, ¡la inflación va tan rápido que es muy difícil hacer un presupuesto y mantenerlo! entonces también el turista es muy difícil planificar un viaje con tiempo, a lo mejor tu ahorita planificas un viaje con un presupuesto y de aquí a diciembre es completamente el doble, entonces económicamente el turista que va a venir es un turista que tenga dinero lo gaste en el momento para pagar el viaje y hacerlo en el momento. ¡Es muy difícil planificar!. Carlos Pérez-Soy tu guía

¡La inflación que es tan cambiante!, entonces eso hace que los precios cambien constantemente por lo cual para los usuarios se les hace muy difícil planificarse y ahorrar para hacer un viaje, se les hace difícil por ese lado y por el otro los operadores turísticos y las personas que ofrecen los viajes se les hace difícil tener reservaciones con antelación porque no saben cuál va a ser el precio real en el momento entonces prefieren abrir ventanas de reservación con poca anticipación y eso hace que pierdan reservaciones porque la gente dice “mira yo en verdad , si yo quiero ahorita reservar cinco meses antes y

nadie me reserva yo tengo todo eso en mi cabeza y no haría el viaje". Orlando Osorio- Zoi Venezuela

El control cambiario y el acceso a la divisas figura como otro elemento negativo lo que afecta principalmente a esos emprendimientos con vocación internacional, es decir cuya población objetivo es el turismo receptivo y que se ven limitados en recibir pagos en moneda extranjera o en el acceso a las divisas.

Bueno, por ejemplo el tema de las divisas, o sea, no tener acceso a los dólares es una gran limitante, en cuanto al emprendimiento. Maurelyn Rangel

Los controles cambiarios son una gran debilidad porque el gran beneficio del turismo es generar divisas y si tú no puedes pagar en divisas porque es ilegal y no puedes cambiar tampoco en el mercado paralelo ¡entonces por supuesto estas creando una distorsión en el mercado! tanto de la empresa jurídica como del viajero...los controles cambiaos que existen a nivel de estado que nos impiden a nosotros recibir pagos en divisas eficientemente, este, no aísla de poder recibir pago por tarjeta por no tener este tipo de elementos, y tener que recurrir a herramientas paralelas personales de pago que es una de las soluciones pero no genera credibilidad a nivel internacional para clientes de afuera. Oscar Hernández- Viaja Verde

El control cambiario afecta también a los emprendimientos de vocación nacional que buscan inversionistas extranjeros ya que estos no están dispuestos a asumir el riesgo de invertir en Venezuela y apostar por iniciativas de negocios por mucho potencial que estas tengan, como plantea el profesor Rubén Díaz la aversión al riesgo en términos de invertir debido a la inestabilidad económica y política que existe en el país paraliza el desarrollo de la actividad emprendedora.

Bueno, obviamente, está, ¿el?, ¿digamos? la aversión al riesgo, hay una percepción de riesgo muy alta en este momento en Venezuela, ¿este? bueno por toda la inestabilidad que existe, que hay y entonces bueno potenciales negocios no se dan porque quienes lo pueden promover estan como a la espera de que las cosas

cambien entonces eso paraliza también un poco el desarrollo del emprendimiento. Rubén Díaz

Como tenemos control cambiario, muchos inversionistas extranjeros se abstienen de invertir aquí o de apoyar a los emprendedores por lo menos financieramente porque después como ellos van a retribuir o cómo van a sacar su dinero de acá, o sea el riesgo país influye mucho, muchos emprendimientos se están manteniendo con dinero propio o con gente de aquí que piensa que son proyectos interesantes y que no les importa ganar en bolívares, pero eso me parece que influye mucho, lo que es sistema cambiario también... Yo por lo menos he buscado inversionistas extranjeros y no consigo. Darío Díaz-Soy tu guía

Entre los aspectos que afectan negativamente a los emprendimientos que se desarrollan en el sector turístico se encuentran las trabas institucionales, principalmente legales, con las que se encuentran los emprendedores al momento de establecerse como empresa, es muy importante este elemento ya que a diferencia de los que se han mencionado con anterioridad que afectan en general todo el sector turismo, este último es bien particular en cuanto a la actividad emprendedora se refiere, sobre todo porque son iniciativas pequeñas que se llevan a cabo por personas jóvenes que en muchos casos no tienen conocimientos en la parte legal o es primera vez que intentan constituir una empresa.

La iniciativa empresarial, más bien tiene como muchísimas trabas para el desarrollo de emprendimientos, hay intención pero esta como muy mal articulado...la necesidad e imposición de leyes y controles, que de alguna forma asfixian a las empresas el uso de leyes, fiscalizaciones y papeles permisos y eso entorpece mucho el desarrollo de empresas. Rubén Díaz

Emprender es muy difícil porque tienen en contra muchísimos aspectos como por ejemplo la burocracia gubernamental, todo lo que son trámites realizar tú; conformar tu empresa por ejemplo eso sí me parece que es un poco perjudicial o es lento. Darío Díaz-Soy tu guía

La permisología en general, ¡que es bien tormentoso! eso de

repente desanima a la gente, la clave de todo esto es la constancia. Luis Morales-Valle Canoabo chocolates

Falta de materiales (materia prima en general), trabajos legales, corrupción, burocracia, anarquía, entre otras. Raúl Nava- tu red gourmet

La dificultad para conseguir financiamiento es otro de los problemas con los que tiene que lidiar los emprendedores al momento de iniciar su negocio, aunque existen iniciativas bancarias (ver pág.98) que apoyan este tipo de emprendimientos y ofrecen créditos para el desarrollo de proyectos turísticos, los emprendedores consideran que el acceso a los mismos es muy difícil y que además los plazos de pagos no son tan cómodos o largos como considera la banca.

El tema de financiamiento, que es tan importante para los emprendedores, no tiene una política clara a nivel nacional, en el tema de política propiamente el gobierno central él (el emprendedor) se ve ante una pared en donde el ya no puede avanzar y donde si quisiera avanzar las condiciones actuales no le permiten, por ejemplo: lo que es el registro de una empresa formalmente, lo que es la opción a un crédito bancario, lo que es la opción a tener alquiler o comprar, que en este momento es casi imposible, un espacio para su emprendimiento o sea este tipo de cosas que le limitan en gran medida a los emprendedores. Maurelyn Rangel.

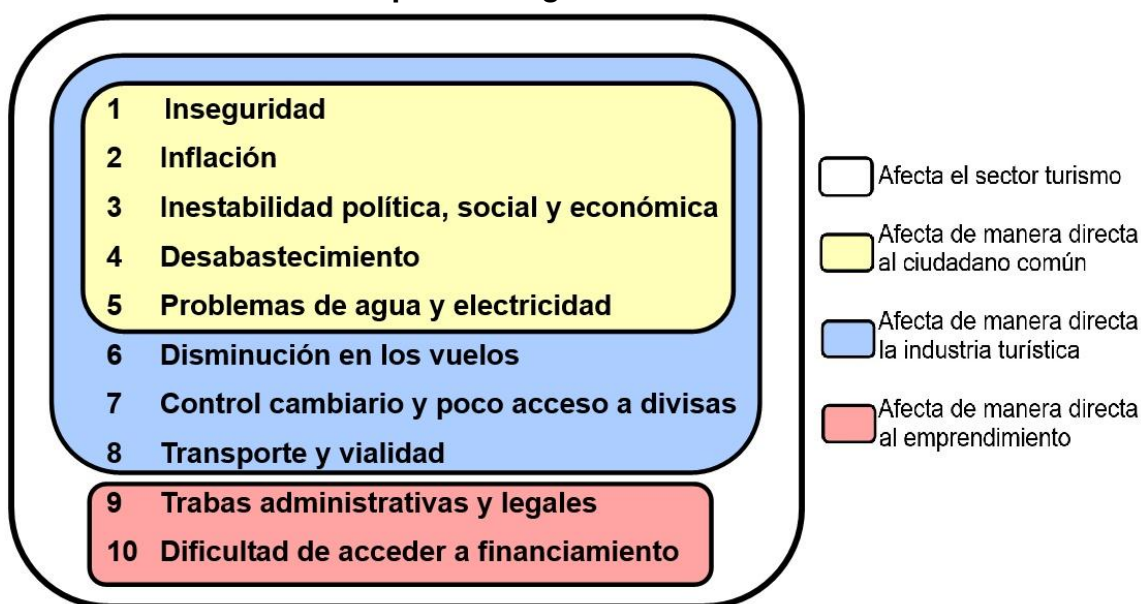
Bueno todo el tema de apoyo económico, o sea, monetario ¿digamos? como aportes bancarios todo eso uno lo tiene tan cuesta arriba acá, es que creo que la visión macro es, no hay una política pública que apoye el emprendimiento. Rosa Virginia Urdaneta

El tema de conseguir financiamientos, los financiamientos de verdad que son muy difíciles para los emprendedores, aquí el sistema bancario etc, ¿no hay como quien dice?, los créditos que te dan los bancos son muy cortos en el tiempo, o sea, los plazos son demasiado cortos y a veces no es tan fácil, todo está conectado con el tema económico que estamos viviendo, si la economía estuviera más estable los bancos darían créditos a mayor plazo, entonces eso está influyendo bastante.

Darío Díaz- Tu red gourmet

Son muchos los elementos del entorno que afectan de manera negativa el desarrollo de emprendimientos en el sector turístico, casi todos ellos, inestabilidad, inseguridad, desabastecimiento, inflación, problemas en los servicios de agua y electricidad afectan inclusive al ciudadano común, otros como la disminución de vuelos, los problemas en el transporte y la vialidad o el control cambiario y acceso a las divisas son propios del sector turístico mientras que las trabas administrativas y/o legales o la imposibilidad de conseguir financiamiento o créditos son las que de manera más puntal afectan a los emprendimientos que hacen vida en este sector.

Grafico n° 14
Aspectos negativos del entorno



Fuente: Elaboración propia, 2016

3. Hay que darle buena cara al emprendimiento turístico pase lo que pase

Brandt explica que "...no contribuimos hablar de lo bello que es el país porque nosotros somos muy negativos el turismo es un reto." y en este sentido es efectivamente todo un reto percibir, reconocer y mostrar las cosas

a favor que ofrece Venezuela para el desarrollo del emprendimiento, como se mencionó con anterioridad los entrevistados al preguntarle las cosas positivas del entorno se apresuraron a hablar de aspectos negativos sin embargo si existe una visión optimista, a lo largo de las entrevistas los emprendedores mencionan constantemente la apuesta que hacen por Venezuela y el potencial natural o cultural que este país tiene.

Nuestro trabajo siempre le busca un lado positivo a las cosas porque viene un turista y nosotros tenemos que hablarle bien de las cosas, de la historia, de lo bello del país, entonces un poquito; digamos que es un trabajo muy optimista, y el optimismo te da mucha esperanza y ganas de seguir trabajando... ¡hay que darle buena cara al emprendimiento turístico pase lo que pase!, hay que seguir trabajando por el país, todo por un bien común que es el país y mostrar todo lo bonito que tenemos. Carlos Pérez- Soy tu guía

Nosotros estamos arraigados al país porque es el medio para que las cosas sucedan, este, yo te diría eso y es un emprendimiento que por lo general realza las bellezas del país y las cosas buenas, entonces, es muy emocional en ese sentido... hoy en día como son pocas las noticias buenas de Venezuela, son más las malas que las buenas, hablar bien del país a nosotros nos ha dado buen impulso, o sea, mucha gente le encanta saber de nosotros porque estamos mostrando lugares que no conocíamos de nuestro propio país y estamos simplemente mostrando las cosas buenas. Orlando Osorio- Zoi Venezuela

En este momento de país el turismo en Venezuela es bastante complicado sin embargo los que estamos en el tema de turismo estamos apostando al potencial de desarrollo del país conocer que Venezuela es un país que ofrece muchas oportunidades y los que estamos a bordo de este barco estamos ajustando las velas para poder mantener este camino de navegación claro y poder llegar a nuestro destino, nuestra meta y nuestro objetivo que es generar una sustentabilidad total en todo lo que ofrecemos, no solamente ambiental sino económico, laboral etc. Oscar Hernández- Viaja Verde

Se reconoce además las posibilidades de mercado que existen en

Venezuela, hablando en términos poblacionales son unos 30 millones de personas a las cuales ofrecer productos y servicios, lo cual es bastante, se aprecia también como positiva *la cultura del consumo* y se reconoce la existencia un segmento de la población con poder adquisitivo, no es menester en esta investigación discutir si las ansias de consumo son o no positivas, lo importante a destacar es que este es un elemento que anima al emprendedor a apostar por la puesta en marcha de un plan de negocios en el país, tan optimista resulta a veces la persona que emprende que se permite invitar a otros a intentar llevar sus ideas a cabo antes de irse del país.

Bueno aquí por lo menos en Venezuela hay una cultura de consumo bastante alta y pienso que eso ayuda a negocios como por ejemplo, el de nosotros porque muchísima gente todavía sigue yendo a los restaurant y gastando dinero en eso ¿no?... el nivel de pobreza es muy alto pero también hay un segmento del mercado que tiene poder adquisitivo, poder de compra, tarjetas de crédito, teléfonos inteligentes etc. Darío Díaz- Tu red gourmet

Bueno como Venezolano, como emprendedor Venezolano, yo alentaría a otros emprendedores que lo siguieran intentando porque Venezuela, por más que sea, que está pasando por algunos problemas, sigue siendo un país con un gran mercado con 30 millones de personas frente a países como Panamá que mucha gente quiere irse y apenas tiene 4 o 5 millos, y por otra parte creo también que son momentos cíclicos de la economía sobre todo en la región latinoamericana donde en algún momento la situación cambia y bueno si tu estas posicionado en el mercado, bueno eso es lo que yo pienso que en algún momento la situación cambia o va a cambiar ¡y somos nosotros los que nos quedamos y los que nos quedamos en el mercado los que vamos a aprovechar cuando eso cambie!. Darío Díaz- Tu red gourmet

Hay que mantener las ganas vivas y bueno invitar a que todos esos jóvenes que crean y tengan una idea apuesten por ella a veces es, al largo plazo puede generar mayor satisfacción que montarse en un avión e irse del país y dejar esa idea engavetada. Oscar Hernández- Viaja Verde

Los entrevistados coinciden en que Venezuela es un país con gran riqueza natural y en efecto Venezuela alberga múltiples ecosistemas que van desde selva tropical, hasta sierra nevada pasando por desiertos y sin dejar de lado una gran zona costera ubicada además en el Caribe, esto hace que el ecoturismo o el turismo de aventura se pueda desarrollar de manera óptima.

Lo positivo o potencialidades es ¡lo auténticos que somos!, las condiciones naturales montañas, playas nieve, desiertos etc, tenemos la tierra más antigua del mundo Canaima, todavía hay especies que se están descubriendo ahí...Venezuela tiene una de las faunas más espectaculares del mundo, tenemos bosques, montañas.
Carlos Brandt

Venezuela no es en panorama ideal sin embargo los que nos mantenemos emprendiendo en esta industria lo estamos haciendo por el potencial de país que tenemos por saber las riquezas natural que ofrece, por creer que es una oportunidad de desarrollo para el futuro... Venezuela es un país que alcanza el potencial de lo que es Sol y Playa, montaña, desierto, frío, Andes, nieve contacto con la naturaleza, contacto con comunidades indígenas o sea que el producto Venezuela es bastante extenso. Oscar Hernández- Viaja Verde

Venezuela cuenta con recursos naturales, digamos, no me refiero a materia prima sino a bellezas de naturaleza, la biodiversidad, que no cuenta cualquier país. Luis Morales-Valle
Canoabo chocolates

Otro aspecto positivo que ofrece Venezuela es el clima, por estar ubicada en la franja tropical cerca del ecuador terrestre, el país no posee las marcadas cuatro estaciones (invierno, verano, primavera y otoño) siendo inviernos extremadamente fríos o veranos con temperaturas casi insoportables elementos con los que afortunadamente no tienen que lidiar los emprendedores y esto le permite llevar a cabo sus actividades durante

todo el año sin mayores alteraciones en los recorridos.

De las cosas positivas más importante, yo creo, que el clima, que Venezuela estamos bendecidos con un clima espectacular, ¡uno de los mejores del climas mundo! y eso es muy positivo para nosotros, podemos trabajar todo el año haciendo paseos a pie o al aire libre sin que eso afecte nuestro trabajo. Carlos Pérez- Soy tu guía

Tenemos un clima envidiable ¡quisiera París tener el clima que tiene Caracas! o Madrid que ahí cuando llueve, llueve y cuando hace calor te deshidratas. Vanessa Rolfini- Rutas golosas

En otro orden de ideas, existe también un reconocimiento en cuanto al patrimonio cultural que posee Venezuela y esto es percibido como un elemento de gran potencial para el desarrollo de actividades turísticas que van desde ciudades con gran capital histórico, como Mérida, o con espacios de valor arquitectónico-histórico, como el Casco Central de Caracas, hasta la gastronomía, pasando por aquellos productos típicos como el Cacao que dan pauta a nivel mundial.

Mérida, por ejemplo, debía potencializarse más allá de ser una ciudad universitaria, desarrollar más el turismo, tiene una cultura muy arraigada, condiciones naturales, la heladería más famosa del mundo inscrita en el record guines... la ruta del cacao que nadie le ha parao bolas pero el cacao venezolano es el que le ha dado aroma al chocolate a nivel mundial. Carlos Brandt

La variedad de productos culturales que tú tienes la posibilidad de ofrecer son infinitos. Rodrigo Capriles- Te paseo

Hay un trabajo de patrimonio cultural de parte del Estado que ha conservado ciertos lugares muy importantes, eso es externo a nosotros y es muy positivo, visitar las iglesias del centro, la Plaza Bolívar, por ejemplo, está muy conservado y para nosotros ha sido muy positivo. Carlos Pérez- Soy tu guía

¡No tenemos que envidiarle a otros sectores gastronómicos de otros países!, nuestra gastronomía hoy en día está dando

mucho de que hablar a nivel internacional y yo siempre pienso que Venezuela es un buen ejemplo de eso (gastronomía). Raúl Nava-Tu red gourmet

Un aspecto positivo del entorno que fue considerado por casi todos los entrevistados son las posibilidades casi infinitas para el desarrollo de iniciativas de negocios que posee el sector turismo, una industria que no termina de constituirse, desarticulada y que va cada vez más en detrimento y un Estado que ha sido incapaz de promocionar el sector de manera efectiva significa que existen pocas y deficientes ofertas turísticas, desde el punto de vista positivo esto es una oportunidad casi de oro, “hay todo por hacer” “hay todo por inventar”, algunos nicho de mercado son casi inexplorados, como es el caso de ViajaVerde de las iniciativas pioneras en formar y promover el turismo sustentable.

Esta todo por hacer, eso es muy positivo para cualquier emprendedor y pensando en el área turística, hay muchas posibilidades porque no tenemos hospedaje, porque no tenemos vías de comunicación, porque bueno, “las opciones son infinitas para aquel que se arriesgue a tener un proyecto turístico en el país” ¿ok?...yo lo veo como una oportunidad porque hay muchas cosas por hacer, hay muchas cosas por mejorar y creo que hay un camino prometedor para el turismo en el país, no solamente porque tenemos unos destinos espectaculares, sino también porque tenemos grandes emprendedores y gente que está haciendo cosas maravillosas Maurelyn Rangel

¡Este! por poner en marcha una nueva propuesta de negocios que no tenía y no tiene aún precedentes en Venezuela, cuando uno ataca un nicho de algo que no existe uno trata de ser pionero en ese nicho y cuando salió la posibilidad de crear una herramienta que es formar y educar hacia el turismo sustentable y hacia el turismo sostenible, nace la creación de ViajaVerde. Oscar Hernández- Viaja Verde

Muchas empresas se han ido del país, eso en cierta forma es malo pero también es bueno porque le da ciertas oportunidades a emprendedores sobretodo locales, a tomar esos espacios no,

que quedan vacíos en el mercado. Darío Díaz- Tu red gourmet

*Área de oportunidad, nichos de mercado vacíos, entre otras.
Carlos Raúl Gil- Mi barranco*

El poco desarrollo del sector hace entre otras cosas que la competencia no sea tan desmedida y da mayor holgura a los emprendedores de llevar a cabo sus proyectos, es decir que sus ideas con mayor o menor grado de innovación puedan tener cabida puesto que todo lo que se desarrolle en el sector es bienvenido, rutas, actividades recreativas, alojamientos, iniciativas gastronómicas y todas aquellas cosas que ayuden a apalancar el sector son necesarias actualmente.

Las oportunidades ahorita en Venezuela son absolutamente todas, ¿ok? ante un escenario que tiene absolutamente todo por hacer, las rutas, la calidad de servicio los destinos, o sea tenemos destinos espectaculares pero no tienen las condiciones para llevar la gente hasta allá, entonces yo creo que las condiciones jeh! si bien son muy malas actualmente al mismo tiempo son positivas pues porque le permite al emprendedor turístico desarrollar con más comodidad la propuesta que tenga en mente, que quiera desarrollar. Maurelyn Rangel

*Una es que hay poca competencia, entonces eso hace que tu proyecto, si es medianamente bueno, salga bastante a la luz.
Orlando Osorio-Zoi Venezuela*

*Lo positivo, ¿yo te diría?, bueno mira que no está muy desarrollada esa área en Venezuela entonces es una oportunidad para justamente ver qué tipo de iniciativas se adaptan al mercado, o sea yo pienso que como todo está por hacer es el momento más bien de crear las iniciativas que estén adaptadas propiamente al entorno venezolano eso es una de las ventajas que le veo, que no está muy competido.
Rodrigo Capriles-Te paseo*

Por último el profesor Rubén Darío plantea que la imposibilidad de viajar al exterior ha jugado a favor del turismo nacional pues se ha incrementado la demanda interna de turistas y además menciona como

aspecto importante que el aumento en el consumo de productos nacionales (bienes y servicios turísticos en este caso) de alguna manera rescata los valores del venezolano, aunque el profesor no lo manifiesta de manera explícita ese rescate coadyuva en la edificación de una identidad nacional valiosa.

En este momento el aspecto positivo es que la imposibilidad de mucha gente de viajar hacia el extranjero está haciendo que crezca la demanda interna, o sea, se viaja más al interior, se consumen más productos nacionales, hay todo un movimiento, como una vuelta a rescatar valores venezolano ¡y claro eso es un aspecto positivo!. Rubén Díaz.

Como bien dice Carlos Pérez “Hay que darle buena cara al emprendimiento turístico pase lo que pase” y aunque suene a muletilla Venezuela es un país que, pese a las vicisitudes que está atravesando actualmente, tiene mucho que ofrecer, natural y culturalmente y por sobre todas las cosas tiene gente con ganas de aportar y hacer cosas novedosas que incentiven el turismo y a estos emprendedores es necesario apoyarlos es por esto que en nuestro siguiente apartado se plantean algunas estrategias para el fomento de los emprendimientos vinculados al sector turismo, pero previamente es preciso puntualizar las cosas positivas que ofrece el entorno para el desarrollo de la actividad turística:

- 1 Riqueza natural, variedad de ecosistemas
- 2 Clima ventajoso, cálido y fresco
- 3 Riqueza cultural asociada al patrimonio
- 4 Posibilidades de desarrollo casi infinitas en el sector

Cuadro n° 19
Cuadro resumen Matiz Dofa

Categoría / Entrevistado	Fortalezas	Debilidades	Amenazas	Oportunidades
Carlos Brandt	*Uso de herramientas tecnológicas *Vocación al servicio	*Desarticulación *Falta de formación en negocios y turismo *Falta de foco	*Inseguridad *Trabas administrativas, legales *Transporte y vialidad	*Riqueza natural y cultural *Posibilidades de desarrollo en el sector
Rosa V. Urdaneta	*Uso de herramientas tecnológicas *Equipo joven y preparado	*Desarticulación *Falta de formación en negocios	*Financiamiento *Trabas administrativas	*Riqueza cultural * Posibilidades de desarrollo en el sector
Rubén Díaz	* Uso de herramientas tecnológicas *Vocación al servicio	*Equipo joven con poca experiencia *Falta de formación en negocios y turismo *Desarticulación *Falta de foco	*Situación país *Inseguridad *Inestabilidad *Inflación *Problemas de agua y electricidad *Transporte y vialidad *Trabas administrativas y legales	*Riqueza natural y cultural *Posibilidades de desarrollo en el sector
Maurelyn Rangel	*Uso de herramientas tecnológicas *Equipo joven y preparado	*Desarticulación *Falta de formación en negocios y turismo	*Inseguridad *Desabastecimiento *Control cambiario *Transporte *Trabas administrativas y legales *Financiamiento	*Riqueza natural y cultural * Posibilidades de desarrollo en el sector
Luis Morales (Valle Canoabo)	*Equipo comprometido *Vocación al servicio	*Desarticulación	*Trabas administrativas *Financiamiento	*Riqueza natural * Posibilidades de desarrollo en el sector
Carlos Gil (Mi barranco)	* Uso de herramientas tecnológicas *Vocación al servicio	*Desarticulación *Carencia de algunas herramientas tecnológicas	* Trabas legales y administrativas	* Posibilidades de desarrollo en el sector
Carlos Pérez (Soy tu guía)	*Uso de herramientas tecnológicas *Equipo preparado y comprometido *Manejo de otros idiomas	*Carencia de algunas herramientas tecnológicas *Desarticulación	*Situación país *Inseguridad *Inflación *Desabastecimiento *Disminución vuelos *Transporte *Financiamiento *Problemas agua y electricidad	*Riqueza natural y cultural *Clima ventajoso
Vanessa Rolfini (Rutas Golosas)	*Uso de herramientas tecnológicas *Vocación al servicio	*Población joven con poca experiencia	*Situación país *Inseguridad *Inestabilidad *Desabastecimiento *Financiamiento	*Riqueza cultural y gastronómica *Clima ventajoso
Orlando Osorio (Zoi Venezuela)	*Uso de herramientas tecnológicas *Equipo joven y comprometido	*Equipo joven con poca experiencia *Desarticulación *Salarios bajos o poco competitivos	*Situación país *Inseguridad *Inflación	*Riqueza natural * Posibilidades de desarrollo en el sector

	*Vocación al servicio	*Falta de foco		
Oscar Hernández (Viaja verde)	*Uso de herramientas tecnológicas *Equipo joven, preparado y comprometido *Vocación al servicio	*Desarticulación	*Inseguridad *Problemas de agua y electricidad *Disminución vuelos *Control cambiario * Transporte	*Riqueza natural * Posibilidades de desarrollo en el sector
Rodrigo Capriles (Te paseo)	*Uso de herramientas tecnológicas *Equipo joven, preparado y comprometido	*Carencia de algunas herramientas tecnológicas *Desarticulación *Falta de formación en negocios y turismo	*Situación país *Inseguridad *Inestabilidad	* Posibilidades de desarrollo en el sector * Riqueza natural y cultural
Darío Díaz (Tu red gourmet)	*Uso de herramientas tecnológicas *Manejo de otros idiomas	*Desarticulación *Salarios bajos o poco competitivos *Falta de formación en negocios y turismo	*Situación país *Inseguridad *Inflación *Control cambiario *Financiamiento	*Riqueza cultural y gastronómica * Posibilidades de desarrollo en el sector
Raúl Nava (Tu red gourmet)	*Uso de herramientas tecnológicas *Equipo joven y comprometido *Vocación al servicio	*Desarticulación	*Situación país *Inflación	*Riqueza cultural y gastronómica *Posibilidades de desarrollo en el sector

Fuente: Elaboración propia, 2016

5.3 Estrategias de fomento para el emprendimiento y turismo cultural

5.3.1 Gestión Cultural

El objetivo fundamental de la presente investigación es analizar el emprendimiento cultural vinculado al sector turismo cultural que se desarrolla en Venezuela a partir de casos de estudio y consulta a expertos a fin de proponer estrategias para su fomento. Sin embargo antes de plantearnos cualquier posible estrategia es importante conocer cuál es la percepción de los entrevistados en relación a la gestión a favor del emprendimiento que se ha hecho en el país.

El punto de coincidencia de nuestros entrevistados, tanto expertos cómo emprendedores es que poco o nada se ha hecho en el país en relación al emprendimiento, en primer lugar la gestión cultural y las políticas

públicas las perciben como elementos que van de la mano, cuando se les pregunta cómo es la gestión cultural en torno al emprendimiento inevitablemente apelan a la falta de políticas públicas, sin embargo hay un reconocimiento de algunas iniciativas privadas como Wayra o Impact Hub las cuales se han propuesto promover la actividad emprendedora, también están las gestiones municipales de oposición como Chacao con su *escuela de emprendedores* o el Hatillo con el *club de emprendedores* quienes promueven a través de la formación dicha actividad.

En este país nada se ha hecho en gestión cultural, es una falta de políticas públicas, ¡el único país de América que no tiene políticas públicas de apoyo al emprendimiento es Venezuela!... en el 2006 la mujer venezolana fue la de más alto nivel de emprendimiento en el mundo, si tenemos el país de mayor emprendimiento en el mundo ¿cómo es posible que no haya políticas públicas de apoyo al emprendimiento?. Carlos Brandt.

Es muy deficiente, no existen unos lineamientos claros para el emprendedor, ¿existe?, si bien la empresa privada y algunos entes ONG y fundaciones han trabajado y trabajan el tema del emprendimiento, a nivel de políticas del gobierno central no existe un apoyo al emprendedor, el emprendedor esta si se quiere de su cuenta, no tiene unos lineamientos, no tiene alguien que los respalde, incluso, el tema de financiamiento que es tan importante para los emprendedores no tiene una política clara a nivel nacional ¿ok?, los grandes aportes que se están dando en la actualidad lo están haciendo o gestiones locales de oposición o entes independientes como los que tú conoces el Impact Hub, organizaciones fundaciones ONGs pero desde el gobierno central es muy poca y eso muy carente la propuesta en cuanto al apoyo y a delimitar una política clara para los emprendedores y en especial para el emprendimiento cultural. Maurelyn Rangel

Es poca, pocos esfuerzos creo yo que se han hecho, o sea, claro con respecto a años anteriores estamos un poquito mejor, pero yo creo que todavía hay mucho que recorrer, hay empresas que ¡gracias a Dios! tipo estos emprendimientos como Wayra y eso, levantan un camino

en áreas de emprendimiento a través de los apps, ¿sabes? de desarrollo que tiene que ver con tecnológico pero yo no lo veo como política de estado lamentablemente o son muy pocos los esfuerzos que se están haciendo en esa área cuando yo creo que un país se forma no solo con grandes empresas sino con pequeñas y medianas empresas. Rosa Virginia Urdaneta

Por otra parte el profesor Rubén Díaz considera que ha habido una intención por parte del actual gobierno de hacer gestión y apalancar algunas iniciativas sin embargo la gestión ha sido desarticulada e ineficiente, para el profesor Díaz el gobierno ha dirigido su atención a cosas muy básicas y rurales como las arepas o el conuco y no se ha comprendido lo complejo del emprendimiento y el impacto que este tiene para la economía.

Yo creo que hay intenciones, ¡sí! el gobierno ha manifestado, y el impulso, pero tiene como una visión ¿muy digamos?, no rural, pero como muy básica del proceso como microempresa, yo siento que hay cómo una intención del gobierno de promover algunas cosas, pero como muy básicas, que si el tema de las arepas y cosas del conuco y cosas de ese estilo, pero la verdad es que el emprendimiento tiene un impacto mucho más trascendente, con mucha más previsión que ahí si siento que el gobierno como que no está acompañando la gestión, la iniciativa empresarial más bien tiene como muchísimas trabas para el desarrollo de emprendimientos, hay intención pero esta como muy mal articulado. Rubén Díaz

Lamentablemente en lo que se refiere a turismo la gestión no mejora, el Estado cuyo rol principal conlleva la creación de infraestructura, vialidad (carreteras), la puesta en funcionamiento de manera óptima de servicios como el transporte, la luz o el agua o garantizar la seguridad ciudadana no son ejecutadas de forma efectiva, sin estas condiciones mínimas la industria turística no termina de llegar a su tan ansiado apogeo. Por otra parte el Estado incide de manera indirecta a través de la creación de políticas públicas que puedan promover la inversión en dicho sector, bien sea con

plazos fiscales, financiamiento o apoyo institucional y esto último tampoco es una realidad tangible.

El sector público tiene como un doble rol, por una parte la creación de la infraestructura que se necesita, esto que te comentaba de ¿oye si tú quieres desarrollar un área turística en Tucacas!, ponte de hoteles, restaurante, servicios, lo que sea ¿oye ahí tiene que haber mejor vialidad! y eso digo del sector público nacional digamos estatal y local, o sea, es a todo nivel entonces tiene que haber como una alineación de como apoyar el tema de carretera, vialidad, servicios electricidad y uno va a esa zona u otras con un potencial enorme. ¡Fíjate Margarita! con todo lo que representa pero no hay luz, no hay agua y así es muy difícil desarrollar una industria turística, o sea, hay unos elementos que son muy propios del Estado, o sea, por unos niveles de infraestructura que hay que hacer y a en lo que tiene que ver con políticas públicas incentivos de promoción del sector, por lo menos la creación de marca país para que otras personas vengan a Venezuela, el tema de incentivos fiscales para promover la inversión en el sector turísticos, en otros países yo conozco el caso de Brasil entonces para desarrollar una zona lleva una excepción de impuesto de 10 años para que bueno, los operadores turísticos desarrollen construyan y bueno llega un momento en el que empiecen a producir dinero, empiezan a resarcir impuestos al Estado pero hay incentivos para que eso suceda entonces el Estado tiene una acción directa en el tema de desarrollo e infraestructura, pero también una acción indirecta de promoción para que el sector privado también tenga incentivo de hacerlo, este yo creo que eso es fundamental. Rubén Díaz.

De igual modo el profesor Díaz explica el riesgo de que el Estado se asuma como mecenas y no como promotor del turismo, y bien podría aplicar también al emprendimiento. Un Estado que en vez de promocionar y acompañar a los emprendedores se dedique únicamente a proporcionar capital no genera avances en ningún sector, mientras que un Estado promotor se ve en la necesidad de hacer políticas públicas y establecer un

plan de acción con lineamientos y parámetros concretos, aquellas iniciativas que se coincidan con los intereses de la nación deberían contar con apoyo gubernamental.

Por lo menos si tú ves lo que hace Colombia, Brasil, en términos del Estado hacia abajo para impulsar todo un sector ¡es tremendo! y aquí hay ¿Cómo?, por una parte como muchas parcelas y no hay como una actitud institucional de apoyo del gobierno, el gobierno se ve más como un mecenas que como un promotor, ¡eso es malísimo!, porque el, la visión del mecenas es “bueno compláceme y convénceme que yo te regale”, la visión del promotor es más desde el punto de vista, “bueno estas son los lineamientos estratégicos de la nación y quienes se embarquen en estos lineamientos van a contar con el apoyo institucional financiero de infraestructura”, o sea, aquí cada quien anda por su lado resolviendo en temas que de base debería el gobierno apoyar o sea carreteras, vialidad electricidad agua y sin eso es muy difícil que las cosas funcionen en el sector turístico, eso no compete al sector privado eso compete al sector público, entonces, si no hay ese matrimonio las cosas no van a seguir saliendo o van a ser muy pequeñas, muy limitadas. Rubén Díaz

Cuadro n° 20
Cuadro resumen Gestión cultural

Categoría / Entrevistado	Gestión cultural
Carlos Brandt	*Nada se ha hecho *Falta de políticas públicas
Rosa V. Urdaneta	*Poco se ha hecho *Faltan políticas públicas *Apoyo por parte de bancos o iniciativas privadas
Rubén Díaz	*Poco de ha hecho, hay algunos intentos del gobierno pero muy incipientes
Maurelyn Rangel	*Poco se ha hecho *Falta de políticas públicas *Apoyo de municipios como Chacao y el Hatillo y algunas iniciativas privadas
Carlos Pérez (Soy tu guía)	*Falta de políticas públicas
Vanessa Rolfini (Rutas Golosas)	*Falta de apoyo gubernamental al emprendimiento
Oscar Hernández (Viaja verde)	*Falta de desarrollo del sector por parte del gobierno
Rodrigo Capriles (Te paseo)	*Falta de apoyo gubernamental al emprendimiento *Falta de políticas comunicacionales
Darío Díaz (Tu red gourmet)	*Falta de apoyo gubernamental al emprendimiento

Fuente: Elaboración propia, 2016

5.3.2 El escenario ideal.

En un ejercicio de optimismo se propone en este apartado las cosas que deberían suceder para que el emprendimiento en el sector turismo se desarrolle de la mejor manera posible, en primer lugar como bien manifestaron los emprendedores y nuestro panel de expertos, el Estado debe garantizar condiciones mínimas como la seguridad ciudadana, carreteras y autopistas en buen Estado y vías alternativas para conectar el occidente y oriente del país sin necesidad de pasar por la ciudad Capital.

Los vuelos nacionales e internacionales deben tener itinerarios ajustados a la movilidad de los pasajeros, ser puntuales y constantes, debería contarse con más aerolíneas en el país, por otra parte el transporte terrestre debería ser una opción viable, unidades en condiciones óptimas, seguridad durante el trayecto, en especial los traslados nocturnos en carreteras y posibilidades de adquirir boletos sin sobreprecio.

Servicios básicos como agua y electricidad deben ser constantes en cualquier ciudad o pueblo del país. En cuanto a infraestructura como hoteles, bulevares, restaurantes, acondicionamiento de playas y/o lugares recreativos debe existir trabajo mancomunado entre el Estado y la empresa privada no solo para su construcción sino para su constante mantenimiento.

El proceso de constitución de empresas debe ser menos burocrático y más efectivo para aquellas iniciativas que propongan la producción con la finalidad de incentivar a pequeños y medianos empresarios a invertir en actividades como el turismo las cuales generan un verdadero valor agregado

al país.

Debe existir una política clara para el desarrollo de la actividad emprendedora, preferiblemente un plan sectorial realizado en conjunto de los distintos actores involucrados, emprendedores, Estado y empresa privada, donde se definan áreas estratégicas como la formación y la innovación así como también acciones concretas como la conformación de redes de emprendimiento o la creación de normativas y regulaciones que enmarquen el desarrollo de dicha actividad.

La formación en materia de negocios y emprendimiento debe incluirse en la pemsas de carreras asociadas al área de negocios, finanzas o comercio y los programas de formación al emprendedor deben tener un carácter más riguroso que el de cursos o talleres, debe haber coherencia y conexión entre los contenidos y las instituciones que imparten formación.

Se debe mejorar notoriamente la conectividad en Venezuela y promocionar el acceso a herramientas tecnológicas para que los emprendedores tengan los instrumentos necesarios para incrementar su capacidad innovadora.

Pretender exponer el escenario ideal es casi como hacer *la carta al niño Jesús* como bien aseguraron algunos de nuestros entrevistados, pese a lo utópico que puedan parecer los aspectos antes enunciados y aunque existan infinidad de elementos aun a considerar como podría ser una economía estable o la supresión del control cambiario, lo vital a resaltar de este ejercicio de optimismo es que la industria turística se ve directamente afectada por la falta o ineficiencia de las políticas públicas actuales, no únicamente en lo que se refiere al sector sino en aspectos tan

fundamentales como la seguridad o la economía.

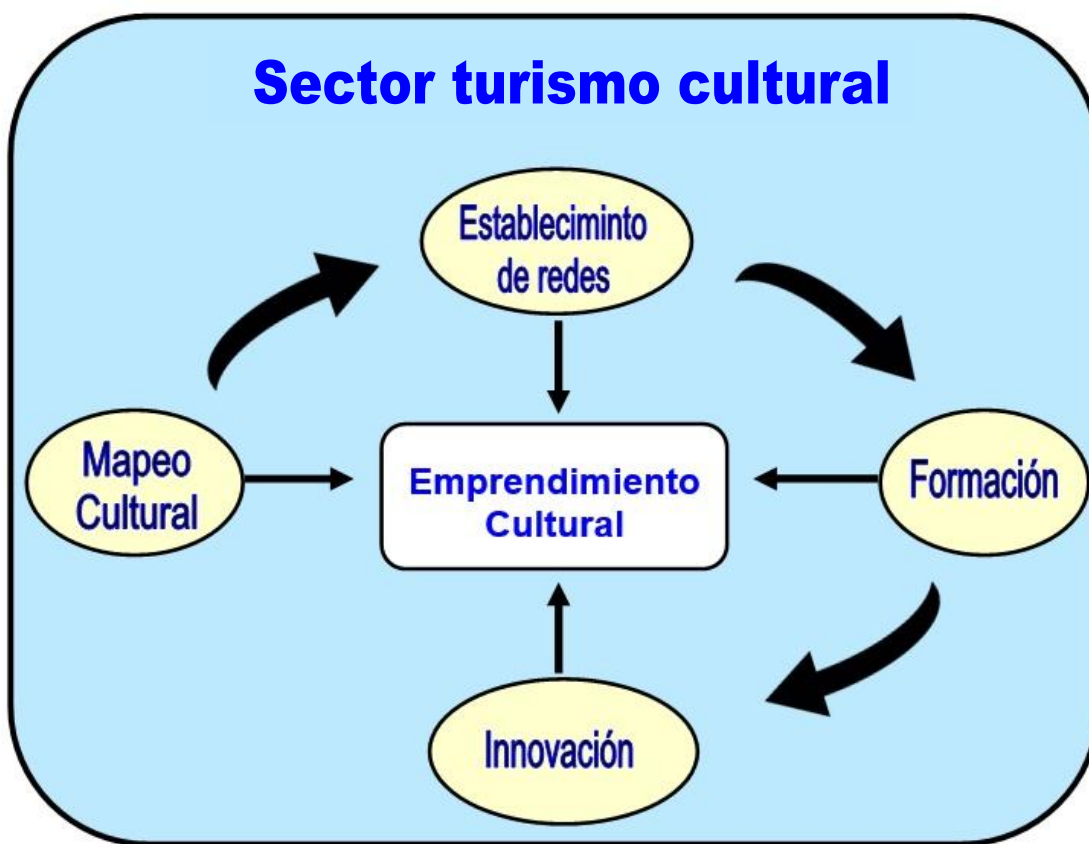
El emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo tuviera mayores posibilidades de sostenerse en el tiempo si la industria turística en Venezuela estuviera consolidada, sin embargo no es lo que se ha hecho mal o se ha dejado de hacer aquello que va a detener el emprendimiento, en efecto lo obstaculiza pero no es la piedra de tranca definitiva, a continuación se proponen cuatro estrategias capaces de impulsar este tipo de emprendimientos a mediano y largo plazo sin el imperativo de esperar un Estado que se responsabilice de manera activa.

5.3.3 El escenario posible, estrategias de gestión para fomento al emprendimiento y turismo cultural

El conjunto de estrategias planteadas a continuación son producto de los resultados obtenidos en la matriz Dofa (véase cuadro n° 17) y de la revisión de distintas propuestas en Latinoamérica para el desarrollo de la actividad emprendedora, en términos generales existen varios puntos de coincidencia sin embargo el contexto Venezuela es delimitante y en especial las particularidades del emprendimiento en el sector turismo son aspectos claves.

Por otra parte la ejecución de dichas estrategias no queda como responsabilidad mandatoria del Estado, aunque esto sería lo ideal, puede ser una actividad mancomunada entre ONGs, iniciativas privadas como incubadoras de emprendimientos o banca privada, o bien, quizás un poco más cuesta arriba, ser llevadas a cabo por los mismos emprendedores.

Grafico n° 15
Estrategias para el fomento del emprendimiento cultural en el sector
turismo en Venezuela



Fuente: Elaboración propia, 2016

Estrategia 1: Mapeo cultural del emprendimiento en el sector turismo

Esta primera estrategia la asoma de manera elocuente Carlos Brandt “Lo primero que hay que hacer es mapear a los actores y conocernos y respetarnos, escucharlos para que su trabajo lo hagan mejor, no imponer estructuras...”, por otra parte la UNESCO plantea que “El mapeo supone un esfuerzo exhaustivo en la identificación de todas las actividades económicas

culturales relevantes, los actores, el empleo, y los vínculos en un área dada, como una pequeña ciudad o una región.” (UNESCO, 2006: 5) y es que en efecto el mapeo cultural es una de las estrategias más utilizadas a nivel institucional para conocer quienes forman parte de un sector determinado, qué hacen y donde se encuentran ubicados.

Como lo que compete es el emprendimiento vinculado al turismo cultural según el BID este está compuesto por 1.Arquitectura, 2. Museos y galerías, 3. Productos típicos, 4. Gastronomía y 5. Ecoturismo, uno de los valiosos aportes de la presente investigación es descubrir que en el caso Venezolano las dos primeras categorías pudieran agruparse en un solo reglón, puesto que los emprendimientos como *Te paseo*, *Soy tu guía*, *Caracas 360°*, entre otras, que se hacen del patrimonio cultural tangible no distinguen entre patrimonio arquitectónico, museos o galerías, sus rutas a pie o en bicicleta por espacios urbanos contemplan la atención en espacios con valor histórico o cultural de distinta índole, plazas, edificios, monumentos, museos, galerías y de más.

Una vez hecha la aclaratoria, este mapeo cultural debe incluir entonces las siguientes categorías 1. Espacios públicos de valor histórico o cultural, 2. Gastronomía, 3. Productos típicos, 4. Ecoturismo y enfocarse en tres aspectos básicos, en primer lugar, identificar y cuantificar un estimado de cuantas iniciativas se desarrollan en cada una de las categorías antes mencionadas en segundo lugar obtener una información básica acerca de las personas que conforman la iniciativa, sus contactos, en especial a través de redes sociales y una descripción concreta de la actividad o las actividades que llevan a cabo.

Por último es necesario saber dónde hacen vida estos emprendimientos, a diferencia de otros sectores que pudieran ser más fácil de localizar geográficamente, los emprendimientos en el sector turismo suelen ser de vocación nacional o abarcar distintos espacios en una ciudad, sería recomendable acompañar esta caracterización con una cartografía cultural que permita develar en un mapa las rutas en las cuales operan cada uno de los emprendimientos, pudiera ser por ciudad o más provechoso aún por municipio.

Entre las fortalezas que tienen este tipo de emprendimientos es que son una población joven y comprometida capaz de aprender sobre la marcha cómo hacer un mapeo o una cartografía cultural o realizarla con el apoyo de personas conocedoras del tema. Un mapeo cultural bien hecho desde su concepción hasta la presentación final de resultados puede llevar de uno a dos años dependiendo de las capacidades de los actores que estén involucrados en llevar a cabo este acercamiento al emprendimiento del sector.

Estrategia 2: Establecimiento de Redes de emprendedores

Como segunda estrategia se plantea el establecimiento de redes de emprendedores, aunque planes como el de República Dominicana o Costa Rica hablan de una Red única de emprendedores como forma de agrupar y cohesionar todos los emprendimientos esto implicaría necesariamente la intervención del Estado o de una Institución lo suficientemente sólida capaz de dar apoyo y acompañamiento adecuado en todo el proceso de conformación, como nuestro objetivo es plantearnos estrategias en un escenario posible no interesa una gran red sino pequeñas redes que puedan empezar a dar muestras de articulación y trabajo mancomunado.

En el caso de República Dominicana la Red Nacional de Emprendimiento está conformada además de emprendedores por instituciones privadas, públicas y académicas quienes se han propuesto “Potenciar una cultura de emprendimiento e innovación como forma de pensar y actuar en la vida, asegurando la competitividad, liderazgo, formación y sostenibilidad de las nuevas empresas que se crean en el país.”¹³ Esta estrategia por el contrario no se propone ser tan ambiciosa, su fin último puede ser el mismo, *potenciar la cultura de emprendimiento* pero más que asegurar la competitividad o el liderazgo se buscan afianzar alianzas y cooperaciones entre distintas iniciativas, varios de los entrevistados señalan que a veces los emprendimientos parecieran estar cada uno por un lado, atomizados y desarticulados las redes reducen este fenómeno.

Ya existen algunos intentos por parte de los mismos emprendedores para unirse como lo es *Caracas Combo*, evento que reúne iniciativas como: Bici Aventuras, Bicimamis, Bicigourmet, Bookolica, Caracas Inaccesible, Cultura COBA, Plastilinarte, La Rana Encantada, Urbanimia, Vaca Vieja, Acción Poética, Rutas Golosas, Cine Jardín, Somos Posible, Arquitour, Una sampablera por Caracas, Escuela Foto Arte, Caracas Posible y el Movimiento Tuky en acción de hacer actividades especiales (recorridos a pie, rutas en bici, muestras gastronómicas, performance, entre otras) con el objetivo de celebrar el 448 aniversario de la Ciudad de Caracas.

¹³

Rol Misional de la Red NACIONAL DE Emprendimiento de República Dominicana. Disponible en: <http://rdemprende.org/about/> consulta el: 22 de Junio de 2016.

El Municipio el Hatillo con la colaboración de la Fundación Cultural del municipio ha creado el *Club de emprendedores* con el objetivo de que estos compartan su experiencia entre ellos mismos y reciban formación para así potenciar el impacto de las actividades que llevan a cabo en ese sector.

La creación de redes de emprendedores es una estrategia que junto con el mapeo cultural permite reducir el grado de desarticulación que tienen los emprendedores entre ellos mismos y a su la separación o desorganización que tienen con la industria turística como parte de las debilidades que se encontraron en la investigación, a su vez la unión de varios emprendimientos trabajando con un fin común y con maniobras establecidas en conjunto permite aprovechar las posibilidades de desarrollo casi infinitas que posee el sector.

Esta estrategia no restringe las posibilidades de asociación, lo recomendable sería que se establecieran en torno a lo local, es decir, redes de emprendedores por municipio o por zonas específicas de la ciudad, de esta forma se van creando alianzas, cooperaciones o asociaciones entre emprendedores con el mismo campo de acción sin importar si estos se desempeñan en gastronomía, rutas urbanas, productos típicos o ecoturismo, estos tendrán la posibilidad de hacer promoción conjunta o realizar actividades mancomunadas.

Una segunda posibilidad de asociación, quizás más grande y ambiciosa es la conformación de cuatro redes que abarquen emprendimientos vinculados a 1. Espacios públicos de valor histórico o cultural, 2. Gastronomía, 3. Productos típicos, 4. Ecoturismo a nivel de ciudad o nacional, sin embargo se recuerda que esto implica mayor esfuerzo y el objetivo es buscar estrategias viables, el beneficio de estas cuatro redes

es agrupar mayor cantidad de iniciativas y poder establecer acciones con mayor impacto focalizadas en cada categoría, por ejemplo una feria gastronómica o un itinerario fijo y consecuente de Rutas por el Casco histórico de Caracas donde se establezca los horarios y las zonas que le corresponden a cada emprendimiento.

El tiempo estimado para el establecimiento de una red depende de ámbito que se quiera abarcar y la capacidad de convocatoria, si es local pudiera ir de 6 meses a un año, mientras que si es por categoría pudiera tomar un año o más, otra de las ventajas de la red es que en la medida que se conforma y se lleva a cabo se van adhiriendo más iniciativas, es una estrategia que si se lleva de manera adecuada se fortalece y se robustece con el tiempo.

Estrategia 3: Formación por y para emprendedores

La formación es otro de los aspectos fundamentales para el fomento de la actividad emprendedora, el análisis de las entrevistas develo la falta de formación que tiene el emprendedor en dos aspectos básicos, el primero de ellos relacionado con la actividad emprendedora propiamente dicha, abarca aspectos administrativos, financieros, comerciales, inclusive algunos expertos consideraron que legales. Como se ha mencionado en reiteradas oportunidades no existen estudios de especialización formales o académicos para el emprendimiento.

Una segunda piedra de tranca en la formación tienen que ver con el turismo, aunque existen espacios de formación formal a nivel de pregrado, tsu y oficios los emprendedores que se desarrollan en este sector en líneas generales no cuentan con una formación académica al respecto, sin

embargo muchos se consideran viajeros incansables y han aprendido acerca del sector turístico desde la experiencia.

A pesar de esta debilidad, los emprendedores son optimistas por excelencia y consideran que el emprendimiento es una actividad en la que se aprende a medida que se ejecuta, adicionalmente existen algunas iniciativas o centros de emprendimiento que buscan formar a los emprendedores en aspectos muy puntuales, lamentablemente dichas iniciativas suelen estar cada una por su cuenta, impartiendo contenido de manera desagregada.

En cuanto a esta tercera estrategia se propone la autoformación de emprendedores siguiendo un poco el ejemplo del Impact Hub que tiene un espacio llamado *Fuck up nights* en el cual los mismo emprendedores hablan de sus fracasos en el proceso de creación y puesta en marcha de sus emprendimientos bajo la consigna “de los errores también se aprende” , la idea de la autoformación contempla la posibilidad que los emprendedores socialicen no solo sus fracasos sino también sus éxitos y compartan a detalle sus procesos de producción o comercialización con el objetivo de generar conocimiento a través de la palabra.

Establecidas las redes de emprendedores existe mayor posibilidad de generar encuentro entre los integrantes de varias iniciativas de negocios para conversar acerca de sus proyectos, por otra parte en caso de generar eventos conjuntos (ferias, rutas, encuentros, etc) sería imperativo reunirse una vez finalizado para hacer un balance general de la actividad, pudiera utilizarse inclusive una matriz Dofa que les permita a los actores involucrados en la actividad identificar aspectos internos o externos, positivos y negativos, de esta forma se tiene sistematización por escrito de la

actividad y los mismos emprendedores pueden generar en conjunto estrategias para aprovechar las potencialidades y disminuir las debilidades o evitar las amenazas para el desarrollo de futuros eventos.

Otra manera de generar formación por y para emprendedores son aquellos emprendimientos que a su vez forman a las personas que están constituyendo iniciativas de negocios o promueven espacios de trabajo colaborativo como el tan mencionado Impact Hub o Wayra, existen también emprendimientos más pequeños de una o dos personas que se ocupan del acompañamiento o mentoría de iniciativas de negocios como por ejemplo Deines Rojas quien se dedica a asesorar a emprendimientos gastronómicos en cuanto a mercadeo digital se refiere, de esta forma se acorta la brecha de los emprendedores entre su conocimiento y sus ganas de llevar a cabo sus ideas y constituir pequeñas empresas.

Estrategia 4: Fortalecimiento de la innovación en la actividad emprendedora

Esta cuarta y última estrategia depende en buena medida de las estrategias que la anteceden, una de las formas de idear u ofrecer productos innovadores es con un estudio de mercado o bien con los resultados de un mapeo del emprendimiento en el sector cultural, conocer cuáles son los emprendimientos que se desarrollan en el sector y qué hacen es un instrumento de gestión mucho más completo que un simple estudio de mercado.

Por otra parte la autoformación, emprendedores hablando con emprendedores cómo hacen las cosas es una forma de conocer de primera mano los procesos de producción o comercialización y esto permite mayor

posibilidad de innovar en los mismos.

En cuanto a las herramientas tecnológicas como aspecto positivo es que los emprendedores las han venido usando de forma constante e ineludible como revela la presente investigación, para fortalecer la innovación se debe incluir en la formación aspectos relacionados con el uso de redes sociales o plataformas digitales, en primer lugar.

En segundo lugar se debe acceder a instrumentos tecnológicos, aunque no hay mucho que se pueda hacer con el tema de la velocidad en la conectividad, la apertura de espacios con wifi libre o con equipos electrónicos es vital, es por esto que se recomienda a las incubadoras o centros de emprendimiento promover espacios con equipos tecnológicos como computadoras de escritorio, laptops o tables o al menos zona wifi en la cual los emprendedores puedan hacer uso de sus equipos. Como ejemplo podría mencionarse la escuela de emprendimiento del Municipio Chacao la cual cuenta con al menos veinticinco computadoras y wifi con el objetivo de hacer las clases interactivas y prácticas.

CONCLUSIONES

1. El emprendimiento suele ser visto como una actividad nueva o novedosa, casi *new age*, pero, como bien señala Alicia Castillo: Colón y sus marinos fueron emprendedores cuando decidieron buscar nuevas rutas de comercialización de especias y terminaron por encontrar el nuevo mundo, ese emprender un viaje que implica riesgo y sin saber con exactitud que depara el futuro forma parte del que hacer emprendedor.

A principios de siglo XXI, Reynolds, define el emprendimiento como *todo intento individual o colectivo de crear un nuevo negocio cuyo resultado final es generar valor social y económico*, de esta forma se circunscribe el emprendimiento al entorno económico por su capacidad de dinamizar precisamente la economía, en tanto: 1. promueve el empleo y autoempleo, 2. descongestiona la demanda laboral de empresas e instituciones, 3. genera bienes y servicios, 4. abre nichos de mercado 5. Atiende demandas y necesidades que no son cubiertas por los grandes sectores industriales.

Por otra parte la cultura es capaz de dinamizar también la economía, aunque por mucho tiempo se desestimó su capacidad de generar valor capital en las últimas décadas se ha venido investigando la economía creativa y de la cultura considerándola como un sector productivo tan o más importante que los sectores tradicionales. El emprendimiento cultural entonces implica elementos simbólicos, de cohesión social e identitarios pero también de valor comercial.

En esta misma línea de actividades con gran potencial simbólico y capital, se encuentra el turismo como uno de los sectores culturales más complejos, según la OMT, la cuarta industria de mayor riqueza a nivel mundial, aunque cabe el debate que señala que el turismo es en sí mismo una actividad cultural, el TURISMO CULTURAL contempla la 1. Arquitectura 2. Museos y galerías 3. Ecoturismo, 4. Productos típicos y 5. Gastronomía, como elementos característicos según el BID.

2. Para identificar el tipo de emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo cultural en Venezuela es vital conocer quiénes son las personas que emprenden, producto de nuestra investigación nos encontramos que los emprendedores son jóvenes, entre 25 y 40 años de edad, pertenecen a un estrato social A o B y cuentan con estudios de postgrado, algunos inclusive en el exterior, características que se corresponden con lo que refleja el informe GEM en el 2012.

Las características de nuestros emprendedores explican porque de cada emprendedor por necesidad (no tiene trabajo o mejores condiciones laborales) existen tres emprendiendo para aprovechar una oportunidad de negocios, en la mayoría de los casos los emprendedores buscan independencia, poder tomar ellos mismos decisiones, ajustar su tiempo a sus necesidades.

Por otra parte este tipo de emprendimiento se caracteriza por 1. Actividad amplia que implica y conecta muchos elementos: bienes, infraestructura, vialidad, hospedaje, comida, vuelos etc 2. Depende ineludiblemente del entorno para su desarrollo. 3. Aglutina múltiples servicios insertos en otros sectores culturales o productivos, 5. Implica

valores simbólicos y capitales, 6. Se relaciona de manera activa y directa con la comunidad donde se lleva a cabo y 6. Hace uso de herramientas tecnológicas principalmente para su promoción y comercialización.

3. Esa última característica, se conforma como la primera de las fortalezas que poseen este tipo de emprendimientos, ya que todos resultan innovadores en su forma de comercialización, los medios tradicionales, radio, prensa o televisión no son considerados por los emprendedores para darse a conocer. Adicionalmente su operatividad depende en buena medida de plataformas digitales como páginas webs o puntos de venta digitales, depende también de aplicaciones o correos electrónicos.

Continuando con las fortalezas se resalta que es un 1. Equipo joven y comprometido, 2. Manejo de otros idiomas, por ejemplo, algunos emprendimientos vinculados con rutas por el casco histórico de Caracas ofrecen rutas en portugués e inglés 3. Vocación al servicio, característica indispensable para quienes se dedican al sector turismo en general.

Como debilidades se resalta 1. Población joven con poca experiencia, 2. Desarticulación entre los mismos emprendedores. 3. Salarios bajos o poco competitivos, 4. Falta de foco y por último y si se quiere el aspecto más delicado 5. La falta de formación en negocios y turismo. El panel de expertos señala que hace falta mucha formación tanto en negocios como en turismo, ambas actividades complejas y con muchas cosas que tomar en cuenta y esto lo señalan además como causal de fracasos en este tipo de emprendimientos. En

contraposición los emprendedores reconocen la falta de formación pero consideran que tienen habilidades y conocimientos necesarios para emprender, su consigna pareciera ser “se aprende sobre la marcha”.

Las amenazas con las que se encuentran este tipo de emprendimientos son 1. Inseguridad, 2. Inflación, 3. Inestabilidad política y económica, 4. Desabastecimiento, 5. Problemas de agua y electricidad 6. Disminución en vuelos, 7. Control cambiario, 8. Transporte y vialidad, todos estos elementos afectan no solo a los emprendedores sino también al ciudadano común, cabe destacar que este 2016 ha habido un clima en Venezuela de inestabilidad política y económica bastante notorio, el lugar común de los emprendedores y expertos para referirse a estas condiciones es *La situación país*.

Existen dos amenazas bien particulares de los emprendimientos 9. Trabas administrativas y legales y 10. Dificultad para obtener financiamiento, mientras en análisis documental arrojó que existen alrededor de 6 instituciones bancarias que ofrecen créditos a pequeños y medianos empresarios en el sector turismo, así como también la entrega de múltiples créditos para el desarrollo de zonas turísticas en contraste el emprendedor comenta lo difícil que es acceder a financiamiento, lo engorroso de los requisitos administrativos y legales que se exige, y lo irreal de los plazos de pago.

No todo es gris para el emprendimiento que se desarrolla en el sector turismo cultural, los emprendedores reconocen la gran riqueza natural y cultural de Venezuela, apuntan además al clima como un punto a

favor para el desarrollo de sus actividades durante todo el año y por último la falta de una industria turística consolidada juega a su favor pues *esta todo por hacer*, existen posibilidades casi infinitas de desarrollo en el sector.

4. En cuanto a la gestión cultural existe una carencia notoria en torno al emprendimiento, Venezuela es de los pocos países en Latinoamérica que no cuenta con políticas públicas para el emprendimiento, no existe un plan con áreas estratégicas y líneas de acción ni existe jurisdicción que proteja y reglamente la actividad emprendedora. Aunque el Estado tiene una responsabilidad ineludible con el desarrollo del turismo cultural especialmente en cuanto a infraestructura, vialidad y transporte se refiere, esta investigación consideró a los emprendedores como los actores más importantes para el apalancamiento del sector y es por esto que se proponen cuatro estrategias de gestión para su fomento:
 1. Mapeo cultural del emprendimiento en el sector turismo: conocer los emprendimientos en el sector, quienes los integran, qué hacen y dónde lo hacen.
 2. Establecimiento de redes de emprendedores: redes locales de emprendedores (por municipio o zonas específicas de la ciudad) o redes vinculadas a 1. Espacios públicos de valor histórico o cultural, 2. Gastronomía, 3. Productos típicos, 4. Ecoturismo
 3. Formación por y para emprendedores: encuentros de intercambio de experiencia entre los mismos emprendedores o emprendimientos que se ocupen de asesorar y hacer mentoría a las iniciativas de negocio.
 4. Fortalecimiento de la innovación: formación en relación al uso de herramientas tecnológicas y/o plataformas digitales y acceso a

equipos tecnológicos e internet.

El emprendimiento cultural es una actividad que genera gran valor no solo recreacional, intelectual o espiritual es también un fenómeno que permite el desarrollo económico en lo local y/o regional. El turismo cultural de igual forma es un sector que genera valor simbólico y capital, en el caso venezolano el emprendimiento que se desarrolla en ese sector tiene mucho camino que andar y es por esto que se proponen estrategias de gestión las cuales no pretenden acuñar la responsabilidad al Estado, sino que más bien se constituyen como estrategias para los mismos emprendedores o iniciativas privadas como ONGs o centros de emprendimiento.

RECOMENDACIONES

Salvando la obviedad de las estrategias de fomento como parte de las sugerencias o proposiciones de esta investigación, en este apartado nos queremos concentrar en dos aspectos tan fundamentales como ineludibles, el primero de ellos es advertir el patrimonio cultural como un elemento complejo que requiere mayor abordaje conceptual, así como también propuestas de formación. En segundo lugar se destacan aspectos académicos a los cuales darle consecución a partir de los hallazgos de la presente investigación.

Para efectos prácticos, en esta investigación, el patrimonio cultural se abordó en un primer lugar bajo, la perspectiva jurídica e institucional que busca la legislación de las formas de propiedad, transmisión, protección y control político de los bienes culturales, partiendo así de la Convención de salvaguarda del 2003 y de la Convención de protección de la diversidad cultural del 2005 ambos acuerdos en el marco de los decretos de la Unesco.

En un segundo momento se partió de la perspectiva de la Secretaria Nacional de Turismo de Chile por dar una definición de patrimonio cultural capaz de vincularlo de manera directa con el sector turismo cultural a través de la idea de la experiencia como motor para el enriquecimiento de todos los valores patrimoniales (tangibles o intangibles). Sin embargo, en ambas visiones se hace muy difícil recoger un debate de décadas en relación al patrimonio cultural y mucho más difícil aún, casi imposible, develar la evolución, no a nivel conceptual, sino en un enfoque histórico y social de lo que implica dicha noción.

Con motivo de darle consecución a los objetivos de investigación no se consideró pertinente darle espacio de manera copiosa al debate en relación al concepto de patrimonio cultural, no por esto se pretende desestimar la relación que existe entre la participación social y el patrimonio; cabe preguntarse ¿cuál debería ser la forma más idónea de interacción entre ambas partes?, no es fin último de esta investigación dar respuesta pero si advertir a futuros investigadores la importancia de formularse esta inquietud.

El patrimonio cultural se hace en la medida que la gente le otorga valor a espacios o prácticas, no se trata de una lista decretada por alguna institución sino más bien de un conjunto de valores simbólicos de uso social, es por esto durante las dos últimas décadas se ha destacado la necesidad de hacer compatible la conducta humana con el entorno en el que esta se desenvuelve (Llull, 2005: 200), se habla entonces del turismo sostenible en función de tener en cuenta aspectos ambientales y económicos para no socavar los recursos naturales y culturales de una región.

El emprendimiento cultural que se desarrolla en el sector turismo cultural debe tener en cuenta la sostenibilidad de sus propuestas, de hecho iniciativas como Zoi Venezuela y Viaja Verde ya incluyen estos aspectos como parte de su visión y su misión institucional, el respeto a la sobrecarga de visitantes en espacios naturales y demás regulaciones.

Por otra parte, y no menos importante, el patrimonio y la participación social destacan los actores que se involucran de este proceso, en la cualidad de conformar identidad social que posee el patrimonio, así como también de edificar valores nacionales, el patrimonio pareciera desdibujar las fracturas sociales existentes en un contexto determinado (García Canclini, 1987: 11), para muestra los llamados cascos históricos en ciudades latinoamericanas,

los cuales se conforman por edificaciones coloniales que en su momento fueron haciendas, casas de comercio, iglesias o prefecturas, entre otros, disponibles únicamente para el uso y disfrute de una elite social pero que hoy en día forman parte del patrimonio cultural de los ciudadanos de un país aun cuando los de bajo estrato social no fueron partícipes y en muchos casos siguen sin ser partícipes de dichas estructuras.

Los emprendedores que se desarrollan en el sector turismo cultural deben tener en cuenta la participación social de todos los actores de una sociedad, pues se corre el riesgo de tributar a la construcción de ejes turísticos como Machu picho, Canún o Punta Cana a los cuales peruanos, mexicanos y dominicanos, respectivamente, se les dificulta acceder, lo cual tiene como efecto contraproducente la falta de apropiación de dicho patrimonio natural y cultural, por lo tanto las personas que no se sienten identificadas no se preocupan por la conservación de su patrimonio.

Los emprendedores deben ser promotores de la apropiación social de la cultura y para esto hace falta incorporar a la estrategia de formación propuesta en esta investigación, la enseñanza y el aprendizaje en relación al patrimonio cultural y la utilización de la cultura como recurso, bien sea como un aspecto aparte a los dos propuestos, formación en negocios y turismo, o quizás, de manera más viable, como un tópico concerniente a la formación en turismo cultural.

En otro orden de ideas relacionadas con las recomendaciones se destaca que el resultado de este trabajo no es conclusivo pues se trata de una investigación de carácter exploratorio y entre sus propósitos se encuentra abrir camino para futuras investigaciones que pudieran:

1. Presentar un mapeo cultural del emprendimiento turístico partiendo de los hallazgos y aportes de la presente investigación.
2. Aventurarse a establecer políticas públicas que lleven acciones concretas y de alto impacto para el fomento del emprendimiento en el sector turismo.
3. Abordar temas como marca país o marca Caracas, los cuales fueron mencionados por varios de los entrevistados, a pesar de no ser desarrollados en la investigación es un aspecto bastante interesante que surgió del trabajo de campo.

Para finalizar es imperioso citar una frase bastante alentadora de Oscar Hernández quien a pesar de la situación del país invita a desarrollar la actividad emprendedora dentro del sector turismo por ser Venezuela un país hermoso y lleno de oportunidades.

Bueno simple ser honesto y transparente que en este momento de país el turismo en Venezuela es bastante complicado sin embargo los que estamos en el tema de turismo estamos apostando al potencial de desarrollo del país conocer que Venezuela es un país que ofrece muchas oportunidades y los que estamos a bordo de este barco estamos ajustando las velas para poder mantener este camino de navegación claro y poder llegar a nuestro destino, nuestra meta y nuestro objetivo que es generar una sustentabilidad total en todo lo que ofrecemos no solamente ambiental sino económico, laboral, etc Ganas de seguir adelante, hay que mantener las ganas vivas y bueno invitar a que todos esos jóvenes que crean y tengan una idea apuesten por ella a veces es, al largo plazo puede generar mayor satisfacción que montarse en un avión e irse del país y dejar esa idea engavetada. Oscar Hernández

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDER EGG, Ezequiel

(1995) *Técnicas de investigación social*. Lumen Editores. Buenos Aires.

AUDRETSCH, David

(2004). *El emprendedor y la puesta en marcha de un nuevo negocio pensando en el Índice de Desarrollo Humano e Innovación*. Introducción. Presentado en el congreso *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Universidad de Valencia: Valencia, España.

BLANCO MARTÍNEZ, Ernesto

(2014). Estrategia: el proceso de formulación. *Revista Debates IESA*. Volumen XIX. Número 2. Caracas.

BOUCHER, Anne

(2008) Las perspectivas del turismo cultural respecto a los Objetivos del Milenio para el Desarrollo (OMD). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2, nº 6.

CAB

(2001). *Informe sobre el Impacto de la Cultura en la Economía Chilena*. Ministerio de Cultura de Chile- Convenio Andrés Bello. Chile.

CASTILLO HOLLEY, Alicia.

(1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. Proyecto "Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo Regional". Instituto Tecnológico de Chile.

CASTILLO SAVIÑÓN, José

(2014). *Red Nacional de Emprendimiento Republica Dominicana*. Ministerio de Industria y Comercio. Republica Dominicana.

CLEMENTE TORRES, Jessybel

(2015). *Venezuela: Una visión estratégica para el desarrollo del turismo cultural*. Trabajo de Grado para Optar por el título de Magister Sectorial en Gestión y Políticas Culturales. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO. Caracas

DOS SANTOS, Edna

(2011) citado en *CreaCali. Una experiencia en emprendimiento creativo y cultural*. Colombia.

DOMÍNGUEZ RINCÓN, Carmen.

(2014). Turismo, la eterna promesa. En: *Revista Gerente Venezuela* n° 309. Caracas.

ESPINOSA, Arón, Ruz, Gina y Arrieta Jorge

(2012) *Manual para emprendimientos culturales en clave de desarrollo*. Universidad tecnológica de Bolívar, Ministerio de Cultural. Colombia

FREY, Bruno.

(2000). *La Economía del Arte*. Colección de Estudios Económicos n° 18. La Caixa Servicios de estudios. Barcelona

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR

(1987) *¿Quiénes usas el patrimonio?. Políticas culturales y participación social*. Boletín oficial del Instituto Nacional de Antropología e Historia n°15-16. México

GESSA, Ana y Toledano Nuria

(2011) *Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos - El caso de Andalucía* – Universidad de Huelva España. España

GRAJALES GUERRA, Tevni

(2000) *Conceptos Básicos para la Investigación Social*. Universidad de Morelos México Disponible en: <http://tgrajales.net/invesindex.html> Consulta el: 6 de Mayo de 2016

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos

(2004). Perspectivas sobre las relaciones entre Economía y Cultura en *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Centro Gumilla. N° 128, Cuarto Trimestre. Caracas, Venezuela.

(2004b) *La dinámica económica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Ministerio de Educación Cultura y Deportes, CONAC y Convenio Andrés Bello.

(2009) *La innovación tecnológica en las TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales en Venezuela 2008-2017*. Ponencia 2° Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación

(2014) *Las industrias culturales y el emprendimiento en Venezuela*. Programa de apoyo al emprendimiento cultural. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO. Caracas, Venezuela

HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo

(2012). *Cómo hacer un Proyecto de Investigación en Comunicación*. Los libros de El Nacional. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.

HERRERO PRIETO, Luis.

(2002) La Economía de la Cultura en España: Una disciplina incipiente. *Revista Asturiana de Economía* RAE N° 23. Universidad de Valladolid. España.

LEBENDIKER, Adrian

(2013) *Emprender ¿si o no?* En: *Claves para Emprendedores*. Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto. Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad de Buenos Aires. Argentina

LLULL PEÑALVA, JOSUÉ

(2005). *Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural*. Revista Arte, Individuo y Sociedad, Universidad de Alcalá vol. 17. España.

MARTINEZ MIGUÉLEZ, Miguel.

(2004). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. Editorial Trillas, México.

Ministerio de Cultura de Colombia

(2001) *Crea Cali. Una experiencia en emprendimiento creativo y cultural*. Colombia.

MORAGUES CORTADA, Damián

(2006) *Turismo, cultura y desarrollo*. Colección Cultura y Desarrollo n° 2. Agencia Española de Cooperación Internacional. Madrid.

NEUGOSVEN, Gerardo

(2012). *Innovación, creatividad y desarrollo de emprendimientos creativos en la era del conocimiento*. Curso de postgrado. Universidad Nacional de Cordova. Argentina.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo

(1997) *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Facultad de periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. Buenos Aires.

RANGEL CAMARGO, Maurelyn

(2013). *Cultura, comercio y economía: Nuevas formas de emprendimientos culturales en el municipio Chacao*. Trabajo de Grado para Optar por el título de Magister Sectorial en Gestión y Políticas Culturales. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO. Caracas

REYNOLDS, Paul

(2013) Citado por Ricardo Hernández en *Informe reunión internacional para la formación e investigación sobre innovación, creación y desarrollo de las pymes en Nicaragua y en otros países iberoamericanos*. Nicaragua.

ROBERTS, D. y Woods, C.

(2005). *Cambiar el mundo con poco dinero: el concepto de emprendimiento social*. Escuela de negocios de la Universidad de Auckland EEUU.

STEVENSON, H y Wei-Skillern, J.

(2006). *Emprendimiento social y comercial. ¿Igual, diferente o ambos?*. *Revista Emprendimiento: Teoría y práctica*. Vol 30. EEUU.

THROSBY, David.

(2008). *Economía y cultura. Las industrias culturales*. Gestión Cultural. Concejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.

YÚDICE, George

(2002) *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Gedisa Barcelona.

ZALLO ELGUEZABAL, Ramón.

(2007) La Economía de la Cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *Revista ZER*. Vol. 12. N°22. Universidad del País Vasco. España.

Referencias Bibliográficas Digitales

AGENCIA VENEZOLANA DE NOTICIAS

(2013). Cartera turística ha crecido 11,5% en 2013. Disponible en: <http://www.avn.info.ve/contenido/cartera-tur%C3%ADstica-ha-crecido-115-2013>. Consulta el: 10 de Mayo de 2016

BBC MUNDO

(2016) Los destinos turísticos de América Latina que repuntaron con la disparada del dólar. Disponible en:

http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/03/160310_economia_turismo_america_latina_devaluacion If consulta el: 10 de Mayo de 2016

BARRETTO, Margarita

(2007). Turismo y Cultura. Relaciones Contradicciones y Expectativas. *Revista de Turismo y Patrocinio Cultural*. Colección PASOS nº 1. Tenerife España. Disponible en:

<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita1.pdf> Consulta el: 10 de Abril de 2016

BERNÁRDEZ LÓPEZ, Jorge

(2003). *La profesión de la gestión cultural: definiciones y retos*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Asociación de profesionales de la Gestión Cultural de Cataluña. Disponible en:

http://www.gestioncultural.org/ficheros/BGC_AsocGC_JBernardez.pdf

Consulta el: 28 de Junio de 2016

BID

(2007). *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades*. Disponible en:

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1156415>

Consulta el 25 de Abril de 2016

(s/f) *Crecimiento de la actividad turística en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en:

<http://www.iadb.org/es/temas/turismo/crecimiento-de-la-actividad-turistica-en-america-latina-y-el-caribe,3853.html> Consulta el: 2 de Mayo de 2016

BONET, Luis

(2003). *Turismo Cultural: Una reflexión desde la ciencia económica*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Disponible en:

http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316770469_LBonet_Reflexion.pdf

Consulta el 2 de Mayo de 2016

BRANDT, Carlos

(2012) *Emprendimiento y Desarrollo económico*. Artículos Emprende. Disponible en: <http://www.emprende.edu.ve/emprendedores/14-articulos-emprendedores/62-emprendimiento-y-desarrollo-economico-chbrandt>

Consulta el 2 de Mayo de 2016

CASTILLO, Lourdes

(2005) *Análisis documental*. Apuntes de Biblioteconomía de la Universidad de Valencia España. Disponible en: <http://www.uv.es/macass/T5.pdf> Consulta el 6

de Mayo de 2016

DENIZ, Roberto.

(2012). *Venezuela entre los países con mayor emprendimiento*. El Universal Disponible en: <http://www.eluniversal.com/economia/120123/venezuela.entre-los-paises-con-mayor-emprendimiento> Consulta él: 16 de Enero de 2015

DIBAM

(2005) *Memoria, cultura y creación. Lineamientos políticos*. Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos de Chile. Disponible en: http://www.dibam.cl/Recursos/Contenidos%5CDIBAM%5Carchivos%5Cseparata_final_05.pdf Consulta el 2 de Mayo de 2016

FIGUEROA, Marian.

(2014). *Venezuela espera que el turismo aporte 9% al PIB*. Revista electrónica Finanzas y Tributos. Disponible en: http://www.finanzasytributos.com/main/40561_venezuela-espera-turismo-aporte.html Consulta el: 16 de enero de 2015

GEM

(2012) *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo Venezuela 2011-2012*. IESA. Disponible en: <http://es.slideshare.net/IESAEmprende/reporte-ejecutivo-gem-venezuela-2011-2012> Consulta el 2 de Mayo de 2016

(2015) *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte Nacional de Chile 2014*.

Universidad del Desarrollo. Disponible en:

<http://negocios.udd.cl/files/2015/05/REPORTE-GEM-NACIONAL-2014.pdf>

Consulta el 2 de Mayo de 2016

GUZMÁN, Alexánder y Trujillo María

(2008). *Emprendimiento social - revisión de literatura*. Estudios Gerenciales, vol. 24, núm. 109, Universidad ICESI. Colombia. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21211518005> Consulta el: 17 de Enero de 2015

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos

(2012) *Claves para abordar el debate cultural contemporáneo gestión cultural y economía creativa las nuevas respuestas*. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/81368536/Carlos-E-Guzman-Cardenas-Gestion-Cultural-y-Economia-Creativa-27-01-2012> Consulta el: 16 de enero de 2015

HERRERO PRIETO, Luis.

(2011) *La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional*. Investigaciones Regionales. Asociación Española de Ciencia Regional. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28918214010>
Consulta el: 16 de noviembre de 2014

HURTADO, Sandra

(2012). *Criterio de expertos, su procesamiento a través del método Delphy*. Histodidáctica. Disponible en: http://www.ub.edu/histodidactica/index.php?option=com_content&view=article&id=21:criterio-de-expertos-su-procesamiento-a-traves-del-metodo-delphy&catid=11:metodologia-y-epistemologia&Itemid=103 Consulta el: 28 de Mayo de 2016

MACHICADO, Javier

(2004). *Resumen Ejecutivo: La cultura como generadora de crecimiento económico, empleo y desarrollo*. II Reunión Interamericana de Ministros y Altas Autoridades de Cultura. Organización de los Estados Americanos CIDI. Washington D.C. Disponible en: www.oas.org/udse/espanol/documentos/inf1.doc. Consulta el: 26 de Mayo de 2016

MALLOR, Elodie

(2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, n° 14. Disponible en: http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213_01.pdf Consulta el 2 de Mayo de 2016

MEIC

(2014). *Política de fomento al emprendimiento de Costa Rica 2014-2018*. Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Dirección General de Pequeña y Mediana Empresa. Disponible en: <http://www.pyme.go.cr/media/archivo/normativas/politica-fomento-a-emprendimiento.pdf>. Consulta el: 26 de Mayo de 2016

MINCETUR

(s/f) *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. Disponible en: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf Consulta el 2 de Mayo de 2016

MINTUR

(2014) *Cultura venezolana diversifica oferta turística nacional*. Ministerio del Poder Popular para el Turismo. Disponible en: <http://www.mintur.gob.ve/mintur/blog/cultura-venezolana-diversifica-oferta-turistica-nacional/> Consulta el: 2 de Mayo de 2016

(s/f) Glosario de Términos. Ministerio del Poder Popular para el Turismo. Disponible en: <http://www.mintur.gob.ve/descargas/glosariof.pdf> Consulta el 2 de Mayo de 2016

NOEL LABORDE, María

(2010) Emprendimiento y desarrollo económico. *Revista Abc Economía* Escuela de Negocios Universidad de Montevideo. Disponible en http://socrates.ieem.edu.uy/wp-content/uploads/2011/02/abc_economia.pdf Consulta el 2 de Mayo de 2016

OCDE

(2005). *Manual de Oslo. Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Disponible en https://www.uam.es/personal_pdi/economicas/palomas/Traduccion%20%20espanola%20del%20Manual%20de%20Oslo.pdf. Consulta el: 27 de Mayo de 2016

OMT

(2007). *Glosario básico de turismo*. Organización Mundial del Turismo Disponible en: http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico_ Consulta el: 18 de Abril de 2016

(2013). *Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial*. Organización Mundial del Turismo. Disponible en: <http://ethics.unwto.org/es/content/turismo-y-patrimonio-cultural-inmaterial>. Consulta el 18 de Abril de 2016

(2015) Reporte Anual 2014. Organización Mundial del Turismo. Disponible en: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf Consulta el 2 de Mayo de 2016

RODRÍGUEZ OROSZ, Aramis

(2014) *Emprendimiento venezolano: mucho entusiasmo, pero falta formación*. Noticias IESA Disponible en: <http://www.iesa.edu.ve/inicio/2014-marzo-31/1774=emprendimiento-venezolano-mucho-entusiasmo,-pero-falta-formacion> Consulta el 2 de Mayo de 2016

SAAVEDRA Fajardo

(2012) *El turismo, conceptos, definiciones e importancia actual*. Aula Señor. Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. Disponible en: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf> Consulta el 2 de Mayo de 2016

SERNATUR

(2012). *Turismo Cultural: Una oportunidad de desarrollo local. Guía Metodológica*. Secretaria Nacional de Turismo de Chile. Disponible en: <http://www.indap.gob.cl/extras/2015/tr/turismo-cultural-sernatur.pdf> Consulta el 2 de Mayo de 2016

EL UNIVERSAL

(2013) *Venezuela es un país poco competitivo para el turismo*. Disponible en: <http://www.eluniversal.com/economia/130401/venezuela-es-un-pais-poco-competitivo-para-el-turismo>. Consulta el 10 de Mayo de 2016

UNESCO.

(1972) *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Paris. Disponible en: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf> Consulta el 2 de Mayo de 2016

(1982). *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. Conferencia mundial sobre políticas culturales. México. Disponible en: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf consulta el: 10 de Abril de 2016

(2006). *Comprender las Industrias Creativas. Las estadísticas como apoyo en las políticas públicas*. Alianza Global. Disponible en: http://portal.unesco.org/culture/es/files/30850/11467401723cultural_stat_es.pdf/cultural_stat_es.pdf Consulta el 25 de Abril de 2016

(2008a). *Medidas para Promover la Diversidad de las Expresiones Culturales. Enfoques latinoamericanos. Documento para el Comité Intergubernamental Para La Protección Y Promoción De La Diversidad De Las Expresiones Culturales*. París.

(2011) *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Disponible en: www.unesco.org/es/guia-industrias-culturales Consulta el 2 de Mayo de 2016

(2014) *Indicadores de Cultura para el Desarrollo. Manual Metodológico*. Paris
 Disponible en:

http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf Consulta el: 25 de Abril de 2016

(2015) *Tiempos culturales. El primer mapa mundial de las Industrias culturales y creativas*. Disponible en: http://www.unesco.org/new/es/media-services/singleview/news/new_report_shows_cultural_and_creative_industries_account_for_295_million_jobs_worldwide/#.VyzQbdLhCUk Consulta el: 9 de Mayo de 2016

VELÁSQUEZ, Daniel

(2016). *El turismo: una gran oportunidad para emprender*. El Mundo economía y negocios. Disponible en:

<http://www.elmundo.com.ve/firmas/daniel-velasquez/el-turismo--una-gran-oportunidad-para-emprender.aspx>. Consulta el: 27 de Mayo de 2016

ZAID, Gabriel

(2006). Criterios de fomento cultural. *Revista on-line Letras Libres*. Sep 06. Disponible en: <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/criterios-de-fomento-cultural?page=0,1>. Consulta el: 26 de Mayo de 2016