

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL
ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Financiación

Ministerio de Cultura

Instituciones participantes

Facultad de Artes y Humanidades – Universidad de Caldas

Facultad de Administración – Universidad Nacional de Colombia

Investigadores

Felipe César Londoño L – Universidad de Caldas

Paula López C – Universidad de Caldas

Diana Carolina Montoya B – Universidad de Caldas

Guillermo Alejandro D’abbraccio K – Universidad Nacional de Colombia

Camilo Alberto Cuartas T – Universidad Nacional de Colombia

Eduardo Gómez R – Universidad Nacional de Colombia

Pablo Felipe Marín C – Universidad Nacional de Colombia

MANIZALES

2011

Índice

INTRODUCCIÓN.....	6
JUSTIFICACIÓN.....	7
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE ESTUDIO.....	9
OBJETIVOS.....	14
1. Objetivo general.....	14
2. Objetivos específicos.....	14
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1. Tipo de estudio.....	15
2. Proceso metodológico.....	15
2.1. Elección y perfiles de los expertos	16
2.2. Temáticas tratadas con los expertos.....	16
2.3 Expertos indagados.....	17
3. Elaboración y estructura de la herramienta metodológica.....	17
MARCO TEÓRICO.....	18
1. Emprendimiento. Aproximación conceptual.....	19
2. Industrias culturales. Aproximación conceptual.....	25
3. El Estado colombiano en relación a la cultura.....	29
3.1. Plan Nacional de Cultura.....	29
3.2. Entidades estatales.....	30
3.2.1 Ministerio de Cultura.....	30
3.2.2. Programa Nacional de Concertación.....	32
3.2.3. Programa Nacional de Estímulos.....	35
3.2.4. Dirección de Fomento Regional y Financiación.....	36
3.2.5. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.....	37
3.2.6. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.....	39
3.2.7. SENA – Fondo Emprender.....	40
4. Marco Normativo y Legal.....	41
4.1. Constitución Política de 1991.....	41
4.2. Ley General de Cultura de 1997.....	42
4.3. Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010.....	42
4.4. Documento CONPES 3162 de 2002 Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010.....	42
4.5. Ley 1014 de 2006.....	42
4.6. Ley 814 de 2003.....	42
4.7. Ley 1341 de 2009.....	44
4.8. Ley 666 de 2001.....	45
4.9. Ley 1393 de 2010 y Decreto 4934 de 2009.....	46
4.10. Sistema Nacional de Regalías.....	46

FINANCIACIÓN DE LAS EMPRESAS E INDUSTRIAS CULTURALES.....	48
1. Sistemas de financiación.....	50
1.1. Sistemas Públicos de Financiación.....	50
1.1.1. Fondo Emprender – SENA.....	50
1.1.2. FOMIPYME.....	51
1.1.3. COLCIENCIAS.....	51
1.1.4. BANCOLDEX.....	51
1.1.5. FONADE.....	51
1.2. Sistemas Privados de Financiamiento.....	52
1.2.1. Fundación COOMEVA.....	52
1.2.2. Premio Santander.....	52
1.2.3. Destapa Futuro.....	52
1.2.4. TIC Américas.....	52
1.3. Otras alternativas de financiamiento.....	53
1.3.1. Responsabilidad Social Cultural.....	53
1.3.2. Eventos de intercambio.....	53
1.3.3. Sistema nacional de creación e incubación de empresas.....	54
1.3.4. Tecnoparque Colombia.....	54
1.3.5. Ángeles Inversionistas.....	55
1.3.6 Colombia Joven.....	55
1.3.7 Cámaras de Comercio.....	55
1.3.8 ENDEAVOR.....	55
1.3.9. Fundación Corona.....	55
1.3.10. Proyecta Colombia.....	55
1.3.11. Colombia Aprende.....	55
1.3.12. Funding.....	56
1.3.13. Crowd funding y sistemas colaborativos de financiamiento.....	56
1.4 Cooperación Internacional.....	56
1.5. Fuentes de Financiación propuestas por la Ruta para el Emprendimiento Innovador.....	61

ENTREVISTAS CON LOS EXPERTOS.....	70
4.2. Conversatorio en Madrid, España.....	77
4.3.Participación en Eventos durante el desarrollo de la investigación.....	80
CONCLUSIONES.....	82
APROXIMACIONES A UNA SEGUNDA FASE DEL PROYECTO.....	85
GLOSARIO.....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
ANEXO 1.....	103
ANEXO 2.....	105
ANEXO 3.....	107
ANEXO 4.....	109
ANEXO 5.....	111
ANEXO 6.....	113
ANEXO 7 (Perfil profesional de expertos).....	114
ANEXO 8 (Instrumento aplicado a expertos).....	124
ANEXO 9 (Fichas técnicas de financiación).....	143
ANEXO 10 (Participación en eventos).....	233
ANEXO 11 (Agencias Gubernamentales, Centros Culturales, Redes Internacionales y Ongs de Cooperación Internacional) Ver PDF en CD	
ANEXO 12 (Otras referencias) Ver PDF en CD	

Tabla 1. Clasificación de las empresas (por tamaño).....	24
Tabla 2. Presupuesto del Ministerio de Cultura 2006 - 2011.....	31
Tabla 3. Líneas de Financiación. Gestión Pública 2002 - 2010.....	32
Tabla 4. Recaudos por concepto de Estampilla Procultura 1997 - 2010.....	45
Tabla 5. Recursos asignados por regalías 2010.....	47

Gráfica 1. Etapas de Desarrollo según Fundación Bavaria.....	20
Gráfica 2. Nivel de Emprendimiento. Fuente: GEM 2010.....	21
Gráfica 3. Cadena de valor del emprendimiento.....	21
Gráfica 4. Etapas de desarrollo del negocio.....	23
Gráfica 5. Relación entre economía y cultura.....	26
Gráfica 6. Capitales generados por la relación economía y cultura.....	27
Gráfica 7. Industrias culturales.....	28
Gráfica 8. Proyectos rechazados y aprobados. Programa Nacional de Concertación.....	34
Gráfica 9. Tipo de participación, Programa Nacional de Concertación.....	35
Gráfica 10. Metas y resultados de la ley de cine.....	44
Gráfica 11. Cadena de valor de las industrias culturales.....	87
Gráfica 12. Industrias Culturales.....	93
Figura 1. Tomado de: Ministerio de Cultura de Colombia.....	103
Figura 2. Tomado de: Gestión Cultural.....	107
Figura 3. Tomado de Ministerio de Cultura de Colombia.....	109
Figura 4. Tomado de: Gestión Cultural.....	111
Figura 5. Tomado de: Periódico SENA.....	113

INTRODUCCIÓN

Las recurrentes crisis que afectan al mundo golpean fuertemente a las industrias culturales, creativas y de entretenimiento, lo cual se evidencia en la reducción de recursos financieros destinados por los gobiernos, sectores privados y fondos internacionales de cooperación para apoyar los proyectos culturales, obligando a los investigadores y gestores culturales a redoblar esfuerzos en la generación de investigaciones y creación de conocimiento para impulsar nuevas industrias y empresas culturales, así como para fortalecer las ya existentes.

Uno de los principales objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura es el de fomentar y fortalecer la competitividad de las industrias culturales del país. Por tal motivo, y consciente de la necesidad de identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector creativo en Colombia, concibió la importancia de realizar una investigación conducente a visibilizar diferentes aspectos que inciden positiva o negativamente en el desarrollo del sector cultural.

En mayo de 2011, el Ministerio invita a varias universidades del país, inmersas en diferentes aspectos del ámbito cultural, a participar en una ambiciosa investigación que apunta al fortalecimiento de la competitividad de las industrias culturales nacionales.

Para este caso, se vincularon la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, con el fin de realizar la investigación *“Caracterización de fuentes de financiamiento para Empresas Culturales, en el ámbito público y privado, nacional e internacional.”* En el documento se condensa la información relacionada con las fuentes de financiación y redes de cooperación pública y privada, nacionales e internacionales de las empresas culturales. Se presenta, además, el panorama actual de la financiación cultural en Colombia, resultado del análisis del contexto colombiano e internacional y sustentado en la revisión a profundidad de textos y experiencias puntuales de agencias internacionales, políticas gubernamentales, redes culturales y pláticas con otros actores relevantes en el desarrollo del sector cultural.

Este informe presenta los resultados de la investigación a partir de la definición de los actores que aportan a la financiación cultural, así como sus métodos de trabajo e información específica de cada una de las formas de financiación detectadas en el proceso de investigación. Una segunda fase de la investigación involucrará la visión de los emprendedores y la forma como éstos destinan los recursos otorgados para los procesos de desarrollo de proyectos culturales y empresas.

JUSTIFICACIÓN

Los latinoamericanos han comenzado a identificar nuevas oportunidades en los ámbitos de las industrias culturales, creativas y del entretenimiento, procurando de esa manera evitar marginarse de las dinámicas de la globalización; no obstante, mientras algunos países han desarrollado mecanismos de protección, otros no han sido tan proactivos y están experimentando un profundo deterioro en este ámbito. Colombia no ha sido ajena a estos procesos regionales y globales, a pesar que los niveles de desarrollo de sus industrias culturales y creativas (así como el reconocimiento generalizado de su importancia) confieran especificidades que son necesarias de caracterizar y comprender bajo la lógica de la sistematización y actualización de la información disponible.

Estudios subsectoriales (elaborados por el Ministerio de Cultura) señalan varias brechas de competitividad del sector de la industria y la empresa cultural. Para la presente investigación se señalan dos, a saber:

- 1. Bajo desarrollo empresarial y escasez de una visión económica de la actividad creativa, artística o cultural.** El principal obstáculo para el desarrollo de las industrias culturales y creativas es la situación de marginalidad del arte y la cultura, es decir, las pocas oportunidades de renta que tienen, cayendo así a una relación asistencial e incluso de beneficencia. A esto se debe sumar que los procesos de formación de públicos (insuficientes en algunos casos) no han sido efectivos en otros o, simplemente, han sido mal formulados o no gozan de voluntad política para llevarlos a cabo.
- 2. Baja agremiación con fines económicos.** El desconocimiento del mundo empresarial (con su consecuente caída en situaciones de informalidad y prácticas irregulares de competencia) denota la incapacidad de una significativa mayoría del sector cultural para la realización de negocios e interactuar con suficiencia con las industrias tradicionales.

Este proyecto se enmarca en la significativa y pertinente apuesta del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura que, en su plan de acción 2011, señala como objetivo: “Fomentar y fortalecer la competitividad de las industrias culturales en Colombia, apoyando las etapas de creación, producción, comercialización y circulación de bienes y servicios de contenidos de las diversas manifestaciones culturales del país” (Ministerio de Cultura, resolución 2603 de 2009). Este objetivo forma parte del proceso de planeación estratégica desarrollada con el sector privado para determinar focos de trabajo que permitan reformular la cooperación pública y privada, así como para definir un plan estratégico a nivel institucional. En ese contexto, nace la proyección del Ministerio de Cultura de crear, en las diversas regiones del país, comités para el desarrollo de la industria cultural articuladas a la ejecución de proyectos de cooperación

internacional con organismos multilaterales (AECID, BID/FOMIN) y organizaciones nacionales públicas y privadas.

El presente informe de investigación realiza una caracterización de las fuentes de financiación para empresas culturales colombianas en las esferas pública y privada, tanto en el ámbito nacional como internacional; es un insumo que permite apostarle a la competitividad de las empresas culturales y creativas en un triple sentido:

1. A través de la actualización sistemática de la información existente sobre las empresas culturales, creativas y de entretenimiento.
2. Mediante la indagación de las diversas fuentes de financiación y redes de cooperación nacionales e internacionales existentes.
3. Potenciando las empresas e industrias culturales en términos de innovación en sus procesos productivos y generación de oportunidades de negocios e incremento de su valor agregado en el mercado.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE ESTUDIO

“El ímpetu del ser humano por asociarse, empieza desde los primeros pasos de la humanidad, la cultura es la llave para hacer de la economía, un juego de relaciones”.
(UNESCO, *Funding Culture, Managing the risk*. Paris, 2010)

Estudios realizados por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (United Nations Conference on Trade and Development - UNTACD), bajo el título *Creative Industries and Development* (2010), presentan datos significativos acerca de cómo las industrias creativas y de entretenimiento registran una participación del 7% en el PIB mundial; además, predice una tasa de crecimiento anual del 10 % en las misma (UNESCO, 2010).

Sin embargo, las recurrentes crisis (contagiosamente globales y particularmente cíclicas) que afectan al sistema y al mundo, golpean fuertemente a las industrias culturales, creativas y de entretenimiento, lo cual se evidencia en la reducción de los recursos financieros de los diversos gobiernos y sectores privados para los proyectos culturales, así como los fondos de la comunidad internacional de cooperantes. Lo anterior obliga a seguir apostándole a la innovación, pero también obliga a redoblar esfuerzos en la generación de investigación y el consecuente nuevo conocimiento para impulsar nuevas industrias y empresas culturales, así como fortalecer las ya existentes.

Debido a la crisis económica mundial, en 2008 se produjo una caída de la demanda global y una contracción del 12% en el comercio internacional. Sin embargo, las exportaciones mundiales de productos creativos alcanzaron los U\$592.000 millones (2008), más del doble del nivel alcanzado durante el año 2002. Lo anterior indica una tasa de crecimiento anual del 14% durante seis años consecutivos; a su vez, muestra que las industrias creativas tienen un gran potencial para el desarrollo de los países que buscan diversificar sus economías e incursionar en sectores más dinámicos de la economía mundial (UNESCO, 2010). En la actualidad, los debates sobre los desafíos de la financiación cultural han superado las expectativas de los años ochenta y noventa respecto a la creación de fondos nacionales de apoyo y fomento cultural y artístico, gracias al establecimiento de un porcentaje fijo anual para el financiamiento de la cultura en los presupuestos estatales y una mejor asignación de los mismos, así como a un llamado normativo a las responsabilidades compartidas entre el sector público y privado en dicha materia.

No obstante, los problemas que enfrenta en estos momentos la economía de la cultura iberoamericana en su financiación exigen una labor rigurosa de cooperación entre los países iberoamericanos a través de mercados e industrias culturales y consumo; a su vez, se impone la planeación estratégica y la cooperación cultural internacional en la lógica del trabajo por proyectos y la búsqueda de fuentes de cofinanciación como reflejo de intereses comunes a los países de una región determinada.

Debido a la falta de modelos financieros que se ajusten a sus características, el sector cultural es un sector de riesgo en términos económicos, lo que se refleja en la baja prioridad que se le ha dado y al impacto que la financiación pueda tener en él. Para contextualizar, los riesgos son

factores que directa o indirectamente generan pérdida de credibilidad de los inversionistas en los proyectos y se convierten en medidas de prevención; en esa medida, los riesgos que enfrenta el sector cultural son, principalmente, la naturaleza impredecible de la creatividad, la debilidad en infraestructura, restricciones en la movilidad, la piratería y la misma naturaleza del mercado. Para citar un ejemplo desde el sector cultural puede mencionarse a los artistas, quienes tienen una forma particular de pensar y en ocasiones presentan dificultades a la hora de manejar negocios o relaciones comerciales. Sin embargo, ante esta situación buscan el establecimiento de sociedades con profesionales que actúen como intermediarios entre los artistas creativos y los empresarios o entidades que facilitan el financiamiento.

Por tal razón, el énfasis del sector cultural debe orientarse hacia el aprovechamiento de las más diversas fuentes de financiación, tales como recursos extrapresupuestarios, cooperación bilateral y multilateral, instituciones privadas, fundaciones, organismos interregionales, instituciones internacionales, entre otras. De la misma manera, es pertinente revisar los escenarios de la financiación cultural en los ámbitos de reconfiguraciones fronterizas entre lo público y lo privado, así como en procesos de regionalización, integración postnacional y descentralización de las sociedades contemporáneas. Igualmente, es necesario resaltar que existe un sinnúmero de organizaciones pequeñas y medianas, con limitadas capacidades administrativas y de gestión que, a pesar de las dificultades en la financiación, buscan fuentes diferentes a las del mercado tradicional de ésta, tales como subsidios gubernamentales, patrocinio o mecenazgo, para lo cual es vital el trabajo en equipo y la capacidad de asociación para el desarrollo de estrategias.

De lo anterior se deduce que la cooperación cultural internacional es una de las mejores expresiones del respeto y potenciación de la multiculturalidad, pues propicia la formalización de acuerdos bilaterales y multilaterales de ayuda destinados a incrementar los aportes financieros a los distintos sectores culturales. La gestión de proyectos, el énfasis en los proyectos de formación y el fortalecimiento de la difusión de lo que se tiene y se hace en emprendimiento cultural, son áreas en las que la cooperación cultural internacional cobra pertinencia y relevancia; si bien las fuentes de financiación para proyectos culturales son muy variadas, se destaca el hecho de la percepción que tienen los inversionistas sobre el riesgo para asignar recursos a estas actividades. (UNESCO, 2010).

Se puede afirmar que una de las mejores formas de administrar los riesgos es hacerlo en forma compartida. El sector cultural debe hacerles frente y replantear sus actividades para así disminuir la aversión a su financiación. En ese sentido, las conclusiones del Simposio *Funding Culture, Managing the risk* presentan las estrategias de la siguiente manera:

Desde la empresa cultural: definir acciones, establecer el papel de los inversionistas o interesados, diversificar las fuentes de financiación, hacer análisis del costo de oportunidad, administrar ética y transparentemente, invertir en la formación del capital humano y hacer análisis del mercado al cual se dirige la producción cultural.

Desde el punto de vista de los donantes: incentivar el trabajo en red, formar sociedades, buscar afinidades y crear confianza mutuas entre donante y empresa.

En general: el sector privado debe trabajar hacia la cooperación para el desarrollo cultural, buscar fuentes alternativas para el financiamiento, analizar formas innovadoras de incrementar el impacto, crear redes que consoliden el sector cultural y aseguren la sostenibilidad de los proyectos, tener una percepción real del riesgo y olvidar los paradigmas.

Es el sector cultural el que debe fomentar su propia financiación a través del reconocimiento de la igualdad, la dignidad de las culturas y la legitimación de políticas culturales específicas que promuevan el pluralismo de expresión y el fomento de la cooperación cultural, todo ello a través de intercambios y mejoramientos en las políticas de desarrollo. De otra parte, debe tenerse en cuenta que el trabajo en equipo es fundamental para avanzar en un enfoque innovador de financiación de la cultura; en ese sentido, para acceder al capital y a los instrumentos de financiación adecuados se debe:

- Definir estrategias a corto plazo.
- Independizar las políticas de los ciclos electorales.
- Organizar los entes culturales para expresar sus necesidades, pensamientos y negociar sus posiciones.
- Crear alianzas con los inversionistas del sector.

Podría pensarse que lograr la confluencia de estas estrategias y direccionarlas exitosamente hacia la financiación de actividades culturales es una utopía. Sin embargo, el simposio *Funding Culture, Managing the risk 2010*, realizado en París, presenta los resultados exitosos de experiencias culturales en el mundo sobre cómo el convocar socios comprometidos y establecer grupos de trabajo para estudiar los mecanismos de cofinanciación en la economía cultural favorece el desarrollo de la cultura, minimiza los riesgos y facilita la financiación. Estos grupos de trabajo público-privado exploran las diferentes opciones para financiar e invertir en cultura, más allá de los subsidios y las inversiones convencionales, garantizando fondos, incluyendo modelos económicos mixtos, proponiendo mecanismos alternos de financiación y generando alianzas con donantes que apoyan la cultura para aumentar los aportes que a largo plazo fortalezcan las necesidades estructurales del sector. Para el caso, a continuación se relacionan los casos de éxito presentados en el texto y que fueron analizados para el desarrollo de la presente investigación:

- Banco Nacional de Desarrollo de Brasil (BNDES): principal institución de apoyo al desarrollo del Brasil (100% estatal: FUNCINE, PROCULT).

- Beijing: fondos específicos de cultura y creación.
- Mi Major Compañía, un innovador modelo de financiación de la cultura (MMC, Inglaterra y Francia).
- Promocionando la cultura a través de compañeros del sector privado (caso del Circo del Sol, Quebec, Canadá).
- AFD y su sector subsidiario conocido como Proparco (compañía francesa de desarrollo económico, investigación y promoción).
- BENIN, sector cultural pujante. Cooperación internacional para el desarrollo. Programa UE-ACP de apoyo a los sectores culturales (ACP Cultura y ACP Films II).

Es oportuno mencionar, en relación a lo anterior, que los latinoamericanos están identificando nuevas oportunidades en los ámbitos de las industrias culturales, creativas y de entretenimiento, procurando evitar marginarse de las dinámicas de la globalización, tomando la cooperación cultural internacional como la mejor expresión del respeto, potenciando la multiculturalidad y logrando que se propicie la formalización de acuerdos bilaterales y multilaterales de ayuda destinados a incrementar los aportes financieros a los distintos sectores culturales. De otra parte, la cooperación cultural internacional cobra pertinencia y relevancia a través del emprendimiento cultural, el cual se orienta a la gestión de proyectos y al énfasis en la creación de proyectos y su fortalecimiento.

Ahora bien, la pregunta por el financiamiento cultural en Colombia no puede desligarse de problemas complejos y multidimensionales como la formación de públicos, la fluctuación de los mercados, la mejora de la capacidad del consumo y la formación y la caracterización de empleos culturales. Frente a eso, las experiencias y conclusiones latinoamericanas (desde el fortalecimiento de las empresas culturales) sugieren que los enfoques en el desarrollo del sector cultural deben encaminarse hacia el deseo común de los actores de dar a la cultura un lugar en el corazón de las políticas de desarrollo nacional para lograr así su fortalecimiento internacional. En ese sentido, el Gobierno, las ONG y las agencias bilaterales deben trabajar en red hacia una cooperación para el desarrollo cultural, pues la responsabilidad de la cultura es compartida y relevante tanto para el sector público como para el privado; asimismo, incentivar el trabajo en red es una acción que, desde el punto de vista de los inversionistas, genera afinidad y confianza mutua entre las fuentes de financiación y la empresa cultural, en especial del sector privado, lo cual puede coadyuvar a impulsar el sector cultural en el país.

Como complemento, las investigaciones desarrolladas por Mary Bautista en cooperación con Néstor García Canclini, entre finales de los años ochenta y mediados de los noventa, constituyen los insumos más rigurosos elaborados sobre el financiamiento de la cultura en Iberoamérica

entre 1989 y 1995. En estos estudios se enfatiza la diversidad de rasgos que caracterizaban los sistemas de financiamiento en los países iberoamericanos, en la que los autores subrayaban aspectos comunes a los distintos países, a saber:

1. Continuidad preponderante de la presencia estatal en los diferentes sistemas de financiación de sus políticas culturales en los países iberoamericanos.
2. Capacidad de innovación y flexibilidad de las instancias municipales y locales en los procesos de búsqueda, consolidación y apoyo financiero de las actividades culturales.
3. Se hallaron cinco formas de financiación de la cultura y las políticas culturales en la región: pública, comunitaria, privada, mixta e internacional.

En este contexto se imponen la planeación estratégica y la cooperación cultural internacional, en la lógica del trabajo por proyectos y la búsqueda de fuentes de cofinanciación como reflejo de intereses comunes a los países de una región determinada. Los problemas que enfrenta la economía de la cultura iberoamericana en su financiamiento, mercados e industrias culturales y consumo, exigen una labor rigurosa de cooperación entre los países iberoamericanos.

El financiamiento de los proyectos requiere entonces: creatividad, lectura adecuada del contexto y sus cambios, adopción de criterios de beneficio comercial mediante la incorporación del mercadeo; reconocimiento de las diversidades culturales, creación o consolidación de canales de solidaridad interestatales que permitan aplicar fehacientemente mecanismos de Cooperación Técnica entre Países en Desarrollo, invitando abiertamente a los países superar las dependencias de las organizaciones internacionales no gubernamentales.

OBJETIVOS

1. Objetivo general

- Caracterizar las fuentes de financiamiento para empresas culturales, en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

2. Objetivos específicos

- Configurar un estado actual de la investigación sobre los sistemas de financiación cultural en Colombia.
- Sistematizar y analizar la información existente sobre proyectos actuales de financiación cultural.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El acercamiento a las perspectivas y puntos de vista de expertos del sector cultural en Iberoamérica en áreas como financiación, formulación de proyectos, investigación, economía creativa, industrias culturales, emprendimiento, entre otros, permite ampliar el análisis para determinar cuáles son las rutas, los aspectos clave y los retos para la financiación del sector cultural en Colombia, y en Latinoamérica. Dichas perspectivas están influenciadas por los constantes cambios económicos, y políticos que afectan directa o indirectamente las fuentes de financiación para el sector cultural. Actualmente el mundo atraviesa por una crisis financiera global que golpea a toda la sociedad y que, evidentemente, tiene efectos en los flujos de financiación para proyectos de cooperación dirigidos al sector cultural.

Sin embargo, el estado actual de las economías propone nuevos retos para la búsqueda de financiación a través de nuevas modalidades que sin duda alguna obligan al sector a buscar nuevos caminos, a innovar, y a fortalecerse, teniendo en cuenta los cambios que se están generando a todos los niveles sociales, de modo que el sector cultural no se aisle y pueda tomar delantera en esta ola de cambios.

1. Tipo de estudio

Dadas las características de la investigación, ésta obedece a un estudio descriptivo, de corte empírico analítico, mediante el cual se pretende identificar las evidencias reales de los tipos de financiamiento para la cultura, tanto en Colombia como a nivel internacional, lo cual permite realizar un análisis minucioso de los diferentes sistemas existentes. Las variables fueron determinadas a partir del análisis del marco teórico, y contrastadas con entrevistas y discusiones con diferentes expertos, nacionales e internacionales, en asuntos de financiación cultural.

2. Proceso Metodológico

Se realizaron entrevistas a algunos expertos sobre el tema objeto de la investigación con el fin de contrastar la información recolectada con el conocimiento específico que ellos tienen sobre el tema. Lo anterior complementa los resultados de la investigación de acuerdo a las características encontradas dentro del proceso de rastreo.

La investigación se realiza desde una aproximación cuantitativa y cualitativa, realizando el diagnóstico de los insumos obtenidos para caracterizar los tipos de sistemas de financiamiento a las empresas culturales.

2.1. Elección y perfiles de los expertos

Las entrevistas se llevaron a cabo con:

- Expertos culturales en cooperación técnica.
- Expertos en financiamiento cultural.
- Expertos en gestión cultural.
- Experto en políticas gubernamentales y de organismos multilaterales.
- Expertos en ruedas de negocio y mercado internacional.

El rastreo que se realizó fue utilizado para identificar las características de la financiación con respecto a:

- Fuentes de información relacionadas con el perfil de las instituciones oferentes y con el perfil de las convocatorias.
- Descripción de los oferentes de financiación cultural de diferentes órdenes.
- Descripción de las convocatorias y concursos relacionada con el financiamiento de proyectos culturales.

2.2. Temáticas tratadas con los expertos

- Identificación de las perspectivas actuales de financiación para el sector cultural, en Latinoamérica y el Caribe (específicamente en Colombia), desde la experiencia y áreas de conocimiento de los expertos.
- Revisión de los modelos de financiación actuales para el sector cultural en Latinoamérica y Colombia.
- Análisis de los paradigmas actuales y determinar cuáles deben cambiarse respecto a la financiación del sector cultural en general.
- Identificación de los elementos clave para la búsqueda de financiación en el sector cultural en Colombia.

2.3. Expertos indagados

Fernando Vicario (España)

Rafael Morales Astola (España)

Simon Dancey (Inglaterra)

Lala Deheinzelin (Brasil)

Ana Cecilia Montilla Rugeles (México)

Gerardo D. Neugovsen (Argentina)

Cedric David (Francia - Colombia)

Silvia Villar (España)

Álvaro Abitia (México)

Para mayor información sobre los perfiles de los expertos, ver el anexo 7.

3. Elaboración y estructura de la herramienta metodológica

La herramienta metodológica para la aplicación de las entrevistas a los expertos está orientada a los siguientes aspectos, los cuales permitieron caracterizar los elementos identificados a través del conocimiento compartido por las personas indagadas:

- Segmento.
- Sector.
- Fuentes de financiación.
- Casos de éxito.
- Retos para el financiamiento del sector cultural.

MARCO TEÓRICO

“La cultura es viable, pero requiere de interacción entre el medio que la rodea, la infraestructura y la voluntad política”.

UNESCO, Simposio Funding Culture, Managing the risk. París, 2010.

La UNESCO (2010) define la cultura como el conjunto de recursos que añaden valor al desarrollo, a través de las manifestaciones de la creatividad intelectual y artística, pasada o presente, y las instituciones que son responsables en su transmisión y renovación. De ese modo, la cultura debe ser reconocida como parte constitutiva de la identidad de un pueblo; no obstante, es de vital importancia someterla a un mercado global que la alimente y la fortalezca, así como es necesario involucrar una mentalidad joven en las políticas de desarrollo para globalizar las estrategias y aumentar en mayor proporción las iniciativas culturales.

El sector cultural tiene un alto impacto económico y genera beneficios sociales al crear, producir y distribuir bienes y servicios en áreas como el diseño, la publicidad, las artes escénicas, los audiovisuales y las artesanías. Sin embargo, una de las evidentes debilidades de las industrias culturales y del entretenimiento son los agudos problemas en su financiación y la escasez de información estadística sobre el tema. Aunque la cultura ha dejado de ser un factor secundario en los proyectos de desarrollo, existen muchas dificultades para cuantificar la contribución de la misma al sector económico, lo cual ha influido en su marginalización dentro de las estrategias de desarrollo nacional e internacional.

Según la UNESCO (2010), “*los bienes y servicios culturales conducen al desarrollo*”; la riqueza cultural se traduce en dinamismo económico y en buenos negocios, pero sus valores no se calculan en términos monetarios ni responden a las leyes normales de la oferta y la demanda. Y si bien los vínculos entre cultura y desarrollo están cambiando, hoy se insiste, con mejores argumentos y muchos más datos, en el peso que las empresas culturales tienen en la economía, tanto de los países industrializados como en los países en desarrollo.

En Colombia, la radio, la televisión, los impresos y editoriales, así como la publicidad, son las industrias que más dinamizan el sector cultural. Allí, el potencial de la cultura del entretenimiento es alto con relación a los demás países de Latinoamérica, diferenciándose únicamente del brasileño, el cual tendrá un alto nivel de crecimiento con la realización del mundial de fútbol en 2014. Un reporte de la consultora Pricewaterhouse Coopers, realizado en 48 países, estima en un 11,2 % el crecimiento anual de la industria de los medios y el entretenimiento en Colombia hasta el 2015, poniendo al país en un “grupo de oro” de economías como las de Indonesia y Sudáfrica, las cuales experimentarían el mismo fenómeno (El Tiempo, septiembre 16 de 2011).

Colombia es un país con una diversa gama de expresiones culturales que, desde hace algunos años, son estudiadas por entidades gubernamentales y organismos multilaterales en cuanto a cómo tales actividades se reflejan en las cifras económicas nacionales. Bajo la misma óptica, la UNESCO publicó un informe que, con datos del DANE y el apoyo del Ministerio de Cultura, calcula en 3,21% el aporte específico de las industrias culturales al Producto Interno Bruto nacional,

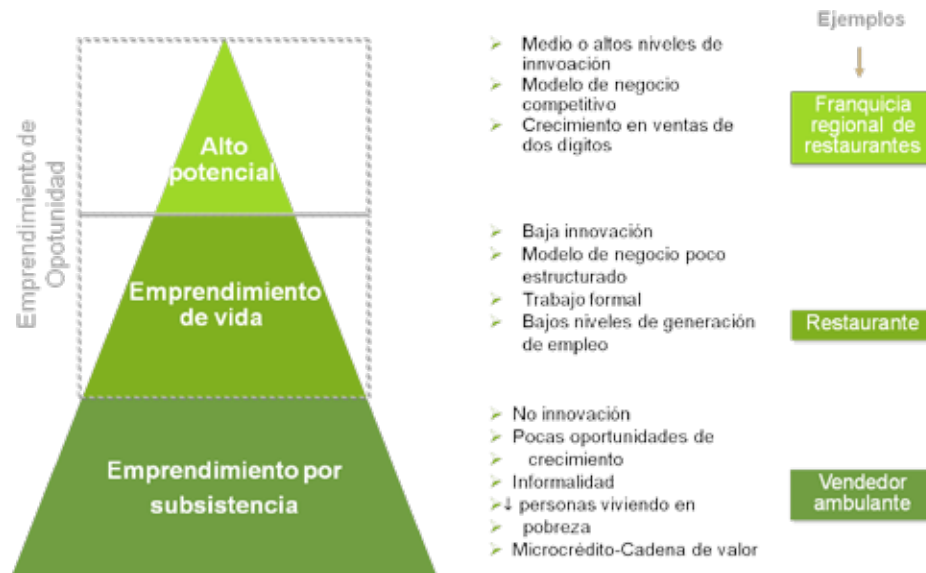
porcentaje equivalente a la contribución de los negocios de suministro de agua, gas y electricidad. Antes de analizar en detalle el papel del estado colombiano en relación a la cultura, los marcos normativos y legales que posibilitan la financiación y los diferentes tipos de financiación, en los ámbitos nacionales e internacionales, se profundizará en los conceptos de Emprendimiento y las Industrias Culturales y Creativas.

1. Emprendimiento. Aproximación conceptual

En las últimas décadas, el emprendimiento se ha convertido en una variable esencial para el desarrollo económico y social de las comunidades; en este sentido, se han generado espacios para el desarrollo de iniciativas empresariales orientadas hacia la generación de riqueza y progreso comunitario.

Por lo anterior, la ley de fomento a la cultura del emprendimiento (2006) plantea que éste es una manera de pensar 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. Por otro lado, Jaramillo (2008) plantea que el emprendimiento hace referencia a la capacidad personal de adelantar proyectos de valor agregado mediante la identificación de oportunidades de mercado, las cuales cuenten con soluciones innovadoras y creativas. Dentro de este mismo contexto, Urbano y Toledano (2008: 31) argumentan que el espíritu empresarial es una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. Su resultado es la creación, mejora, realización y renovación de valor en el sentido más amplio del término, es decir, no sólo valor económico sino también social, y no únicamente para sus propietarios (los emprendedores o empresarios) sino también para todos los grupos de interés vinculados con ellos (empleados, clientes, proveedores, entre otros).

Gráfica 1. Etapas de Desarrollo según Fundación Bavaria



Adaptado de: Fundación Endeavor.

De acuerdo con la Fundación Bavaria, las etapas de desarrollo del emprendimiento son:

- Emprendimiento por subsistencia.
- Emprendimiento de vida.
- Emprendimientos de alto potencia.

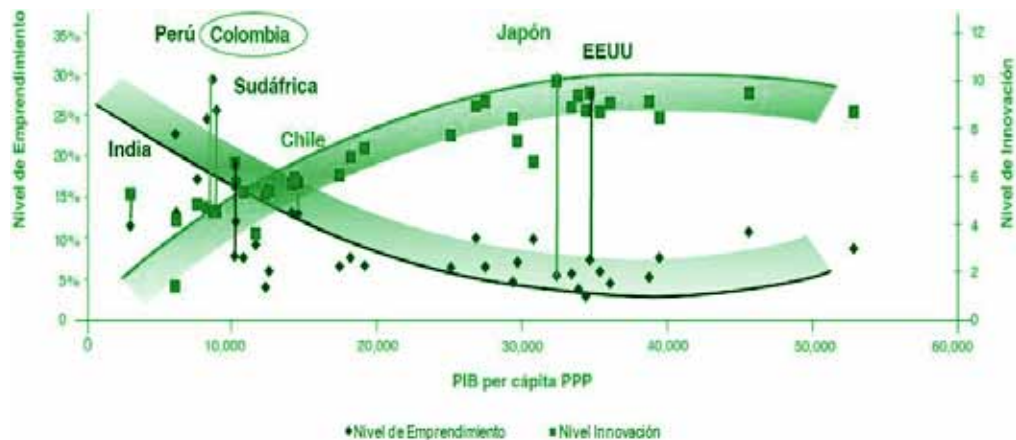
Para Enciso (2010), el emprendimiento hace referencia a la capacidad humana de realizar proyectos que impacten de manera efectiva el desarrollo económico y social de las comunidades, teniendo en cuenta que este concepto es inherente al impulso de la creatividad humana para la solución de problemas específicos. Asimismo, Rodríguez (2009) manifiesta que el emprendimiento es una actividad humana orientada hacia la innovación constante, caracterizada por una alta motivación y un sentido amplio de compromiso, para lo cual se requieren de procesos estratégicos de planeación y ejecución completamente sometidos a los riesgos existentes del mercado.

Según los planteamientos anteriores, el emprendimiento genera alternativas de desarrollo mediante la construcción de proyectos innovadores orientados hacia la solución de problemas no solo económicos sino también sociales, con lo cual se establecen mecanismos puntuales para el mejoramiento del tejido empresarial en distintas colectividades.

Dentro de este contexto, es importante mencionar que el emprendimiento no debe ser percibido como un factor aislado y de generación espontánea, ya que debe ser construido de acuerdo

a una lógica de desarrollo y de potenciación de actividades encaminadas hacia la puesta en marcha de una iniciativa empresarial.

Gráfica 2. Nivel de Emprendimiento.



Fuente: GEM 2010

Los diagnósticos realizados en Colombia evidencian el alto nivel de emprendimiento que existe en el país frente a otros latinoamericanos, pero también el bajo nivel de innovación que frena procesos de competitividad y fortalecimiento de las empresas. Por lo anterior, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011), ha planteado que el emprendimiento debe estar definido por una cadena de valor la cual integre los pasos necesarios para el desarrollo exitoso de iniciativas empresariales sustentadas en la capacidad de innovación, el compromiso y el liderazgo del emprendedor.

El Ministerio ha definido la cadena de valor del emprendimiento; si ésta es efectuada a cabalidad por el emprendedor, se pueden materializar en proyectos dentro de cualquier sector económico y que se caractericen por actividades sostenibles y competitivas que contribuyan al desarrollo económico y social de las regiones.

Gráfica 3. Cadena de valor del emprendimiento



Adaptado de: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Dentro de esta propuesta, el eslabón de sensibilización hace referencia al diseño de políticas nacionales y regionales encaminadas a incentivar la cultura emprendedora en las comunidades mediante servicios educativos y el acompañamiento y orientación profesional en torno al desarrollo empresarial, de tal manera que se construyan nuevas alternativas orientadas hacia el desarrollo humano a través del espíritu emprendedor.

El eslabón de identificación comprende la búsqueda de alternativas para la formulación de ideas de negocio que posean una relación directa con las necesidades del entorno y las competencias del emprendedor, con el objetivo responder a las exigencias del mercado y de la sociedad, teniendo en cuenta la definición de modelos de negocio claros y fundamentados en la realidad empresarial.

En el mismo contexto, la formulación tiene que ver con el proceso estratégico de preincubación empresarial, la cual se especializa en la formulación de los planes de negocio para determinar la viabilidad y la factibilidad de la iniciativa emprendedora, teniendo en cuenta elementos puntuales como el plan de mercados, el plan técnico, el plan administrativo, legal y financiero, con lo cual se evidencia un proceso de gestión orientado hacia el establecimiento de estrategias puntuales para la supervivencia organizacional.

Por su parte, la puesta en marcha hace mención al proceso de incubación empresarial, caracterizado por la aplicación directa de los planes de negocio, en búsqueda de fondos de financiación, ya sean privados o públicos, con el objetivo de materializar y constituir la iniciativa empresarial para dar respuesta a las exigencias reales del entorno.

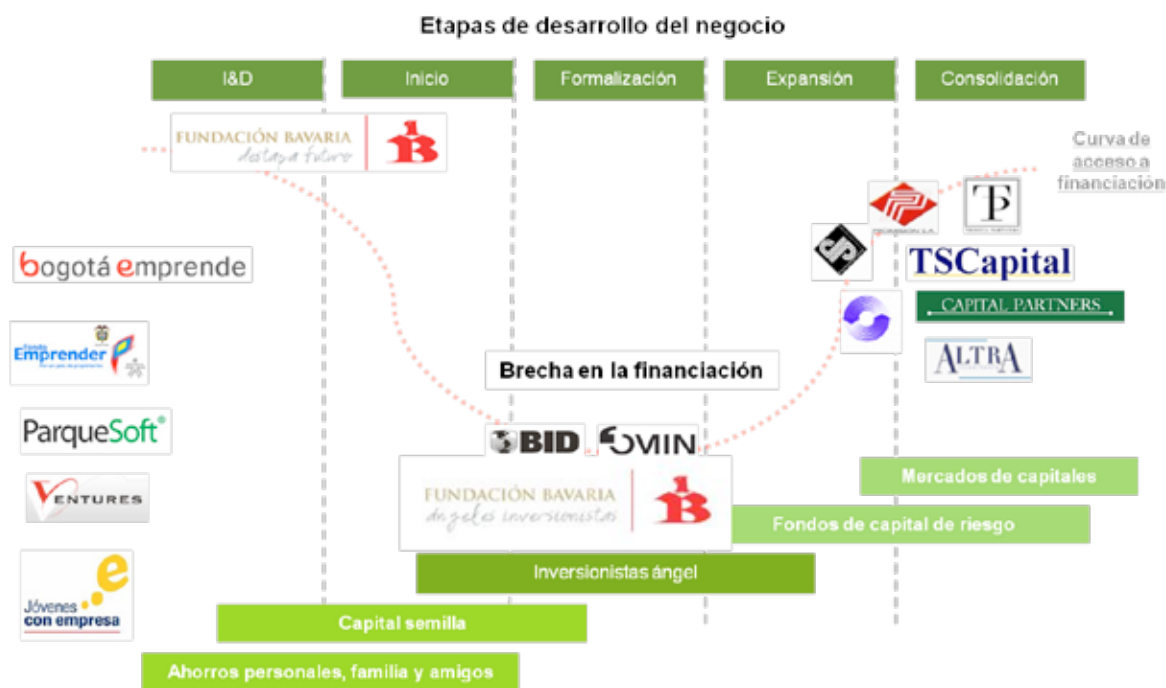
La aceleración empresarial es el último eslabón de la cadena de valor del emprendimiento; hace énfasis en el fortalecimiento de las iniciativas empresariales constituidas y en operación, mediante procesos de retroalimentación y mejoramiento continuo enfocados hacia el desarrollo y éxito organizacional.

Es importante anotar que, dentro de este último eslabón, la innovación se convierte en la estrategia competitiva por excelencia para responder de manera efectiva a las necesidades y dinámicas del entorno empresarial, teniendo en cuenta que, en su fase de materialización, cada iniciativa emprendedora posee un ciclo de vida natural que al no retroalimentarse y oxigenarse con nuevas alternativas de trabajo (innovación empresarial), desencadenará, en la mayoría de los casos, la clausura definitiva de una iniciativa emprendedora.

Tomando el emprendimiento como mecanismo de desarrollo económico y social, el emprendedor como sujeto activo de las iniciativas empresariales no puede estar solo para la materialización de las mismas; por tal motivo, se deben generar políticas, planes y estrategias para el apoyo y la promoción de actividades orientadas hacia el fortalecimiento del tejido empresarial. En este sentido el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2011) plantea, dentro de su plan de trabajo, mecanismos para el apoyo de iniciativas emprendedoras que puedan fortalecer financieramente proyectos empresariales sustentados en la innovación y la generación de valor.

La ilustración 10 presenta las etapas de desarrollo del negocio, enlazado con la curva de acceso a la financiación, según el análisis realizado por la Fundación Bavaria.

Gráfica 4. Etapas de desarrollo del negocio.



Adaptado de: Fundación Bavaria.

A continuación se plantean las principales iniciativas de apoyo desarrollados por el Ministerio, las cuales son de gran importancia para el desarrollo emprendedor en el país.

1. Nuevos Mecanismos de Financiación (Redes de Ángeles Inversionistas, Fondos en Capital Semilla).

La limitación de acceso a instrumentos financieros adecuados para el desarrollo de las iniciativas empresariales es una de las principales restricciones para el desarrollo de nuevas empresas en Colombia. A pesar de los avances, esta limitación es mayor si hablamos de financiación de emprendedores en etapa temprana.

En tal sentido, y con el fin de desarrollar el objetivo estratégico de la Política Nacional de Emprendimiento, relacionado con nuevas fuentes de financiamiento, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha decidido apoyar específicamente la creación de las redes de ángeles inversionistas y de las Industria de los Fondos de Capital.

2. Fortalecimiento de metodologías para la creación de nuevos mecanismos de financiación.

Se formularán metodologías para la conformación de redes de ángeles inversionistas y para la constitución de fondos de capital semilla, con el apoyo de Bancoldex y otras entidades internacionales, con el objetivo de brindar más y nuevas oportunidades para el financiamiento efectivo de iniciativas emprendedoras.

3. Eventos de promoción de fuentes de financiamiento para emprendedores e inversionistas.

Estos eventos de promoción atacarán dos frentes: el primero tiene que ver con la creación de fondos de capital semillas y redes de ángeles inversionistas para el apoyo a iniciativas empresariales innovadores, mientras el segundo hace referencia a procesos de formación encaminados hacia la creación de una cultura de inversión por parte de los emprendedores, con el objetivo de desarrollar competencias específicas para la utilización adecuada de los recursos en su contexto organizacional y para la protección de la propiedad intelectual.

Con lo anteriormente planteado, se evidencia la importancia del emprendimiento y su relación con el desarrollo social de los pueblos, teniendo en cuenta cada una de las características y fases por las cuales debe encaminarse para la materialización efectiva de iniciativas empresariales sostenibles en el tiempo.

La investigación aplicada y la innovación se convierten en los mecanismos más adecuados para la generación de valor, con lo cual se contribuye de manera significativa al mejoramiento de las condiciones competitivas de las regiones y de cada una de las comunidades que la conforman, entendiéndose con esto que el emprendimiento, desde cada una de sus dimensiones, se convierte en una estrategia inmejorable para la disminución de la pobreza y la desigualdad social, pues desde este concepto se vislumbran y desarrollan innumerables soluciones a los diferentes problemáticas que embargan a la sociedad actual y a sus oportunidades de desarrollo. La financiación de los proyectos depende en buena manera del tamaño de la iniciativa. En el caso de las empresas, éstas reciben diferentes opciones de financiación y se clasifican de la siguiente manera:

Tabla 1. Clasificación de las empresas (por tamaño)

Microempresa	Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o, Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
Pequeña empresa	Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
Mediana empresa	Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Adaptado de: Ley 590 de 2000.

El Plan Nacional de Desarrollo propone una estrategia de competitividad basada en el desarrollo empresarial y tecnológico, con miras a una creciente inserción en los mercados internacionales y una competencia eficiente en el mercado local. Dentro de su planteamiento, el desarrollo empresarial implica establecer programas de fomento a la innovación y consolidar estrategias específicas de productividad y competitividad para las microempresas y para las PyMEs centradas en: (1) la promoción de la formalización empresarial; (2) el incremento de la productividad y la competitividad de las empresas; (3) la eliminación de barreras de acceso a mercados financieros, tecnológicos y de información, así como no financieros de desarrollo empresarial; (4) el fomento de la asociatividad empresarial; (5) facilitar el acceso a las compras estatales y (6) promover y apoyar la cultura del emprendimiento.

Para un ejemplo al respecto, ver el Anexo 3.

Ahora bien, el emprendimiento cultural es una estrategia constituida por la creación, la innovación y la puesta en marcha de un proyecto o empresa cultural a partir de una idea de negocio, que se caracteriza por tomar a la cultura como recurso y valor central en la generación de bienes y servicios. Su propósito es el de mejorar los ingresos y la calidad de vida de las comunidades, teniendo como condición fundamental el reconocimiento de la diversidad y la valoración del patrimonio cultural de las mismas. Este tipo de emprendimiento es una actividad de apropiación de los valores intangibles de una sociedad para crear diversas maneras de representación, 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 o empresa.

2. Industrias culturales. Aproximación conceptual

En las últimas décadas, la cultura ha impactado significativamente el desarrollo económico y social de las diferentes comunidades a nivel mundial, abriendo nuevas e importantes alternativas de negocio con las cuales se pretende dinamizar de manera más amplia las capacidades de este sector, mediante la identificación de iniciativas que propendan al desarrollo industrial y económico de las actividades culturales.

Por lo anterior, se puede plantear que la cultura y el desarrollo industrial dentro de este ámbito poseen una importante relación con el desarrollo económico a nivel global, ya que este sector se ha posicionado como una alternativa emergente dentro de la identificación de oportunidades enmarcadas en el desarrollo humano, las representaciones artísticas y la generación de contenidos. En este sentido, se ha empezado a definir la relación existente entre el desarrollo económico con los procesos e industrias culturales; al respecto, Vicario (2005:7) plantea que la relación entre la economía y la cultura trasciende la simple pero imprescindible generación de capital a corto plazo; no obstante, la relación va mucho más allá, pues abarca, estudia y trata de comprender los cambios que se producen a partir de lo esencialmente cultural; condiciona el desarrollo sostenible, la gobernabilidad, la ciudadanía, la competitividad, la equidad y la consolidación de una identidad que radica en valores positivos.

Gráfica 5. Relación entre economía y cultura



Fuente: Fernando Vicario (2005). Cultura y Economía en el Siglo XXI.

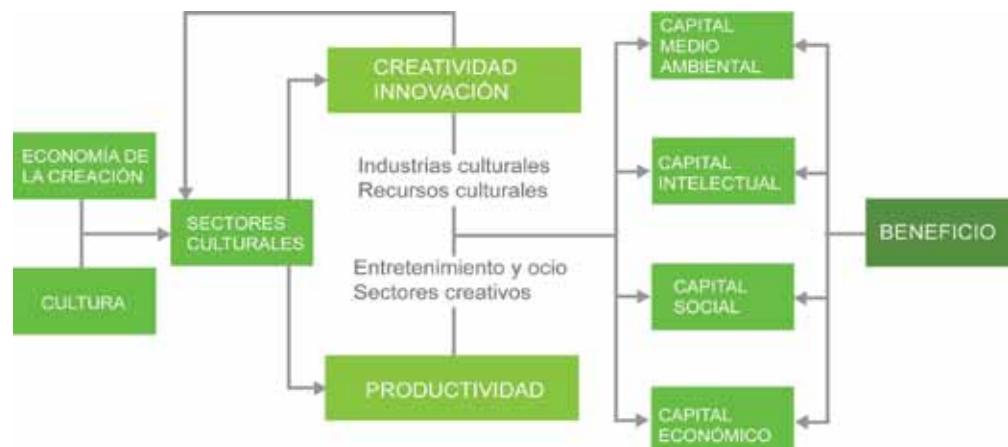
En el mismo contexto, Vicario (2005) manifiesta que la cultura y sus expresiones son la base para el reconocimiento mutuo, el desarrollo sostenible y la diversidad social. Por consiguiente, los modelos económicos contemporáneos deben incluir dentro de sus elementos la variable cultural, la cual ha impactado significativamente el desarrollo social de las comunidades. Se debe tener en cuenta que, a pesar de los esfuerzos realizados para determinar el impacto económico de la cultura, queda mucho por hacer para medir de manera definitiva la potencia económica del sector cultural para poder entender que a mayor creatividad mayor productividad y que a mayor capital social, mayor capital económico; lo anterior para determinar que las industrias culturales, debido a su diversidad y su creatividad, poseen las mejores opciones para incursionar de manera contundente dentro de los sectores económicos de talla mundial.

En este sentido, y conociendo la relación existente entre la cultura y la economía, es necesario determinar la importancia y definir el concepto de industria cultural, el cual es pertinente para el desarrollo del presente estudio. Según el documento CONPES (3659, 2010: 9), las industrias culturales se encuentran en aquellos sectores productivos donde se conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. Por otro lado, Duque, Corredor & Ramírez (2007: 45) plantean que las industrias culturales son aquellas que reproducen a escala industrial, utilizan como materia prima creaciones protegidas por el derecho de autor y producen bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos.

Para el Ministerio de Cultura (2010), las industrias culturales son aquellas que van desde el campo de la regulación de las políticas de la cultura hasta actividades cuyos productos comparten las características de intangibilidad, uso intensivo del conocimiento en su proceso de producción y la sujeción a la regulación de los derechos de la propiedad intelectual. Por lo

anterior, el Ministerio ha agrupado las industrias culturales de acuerdo a los diferentes sectores de desempeño existentes, con el fin de diferenciar sus campos de acción e identificar sus diferentes participaciones dentro del sector cultural. Para ello, establece la siguiente estructura de clasificación:

Gráfica 6. Capitales generados por la relación economía y cultura



Fuente: Fernando Vicario (2005). Cultura y Economía en el Siglo XXI.

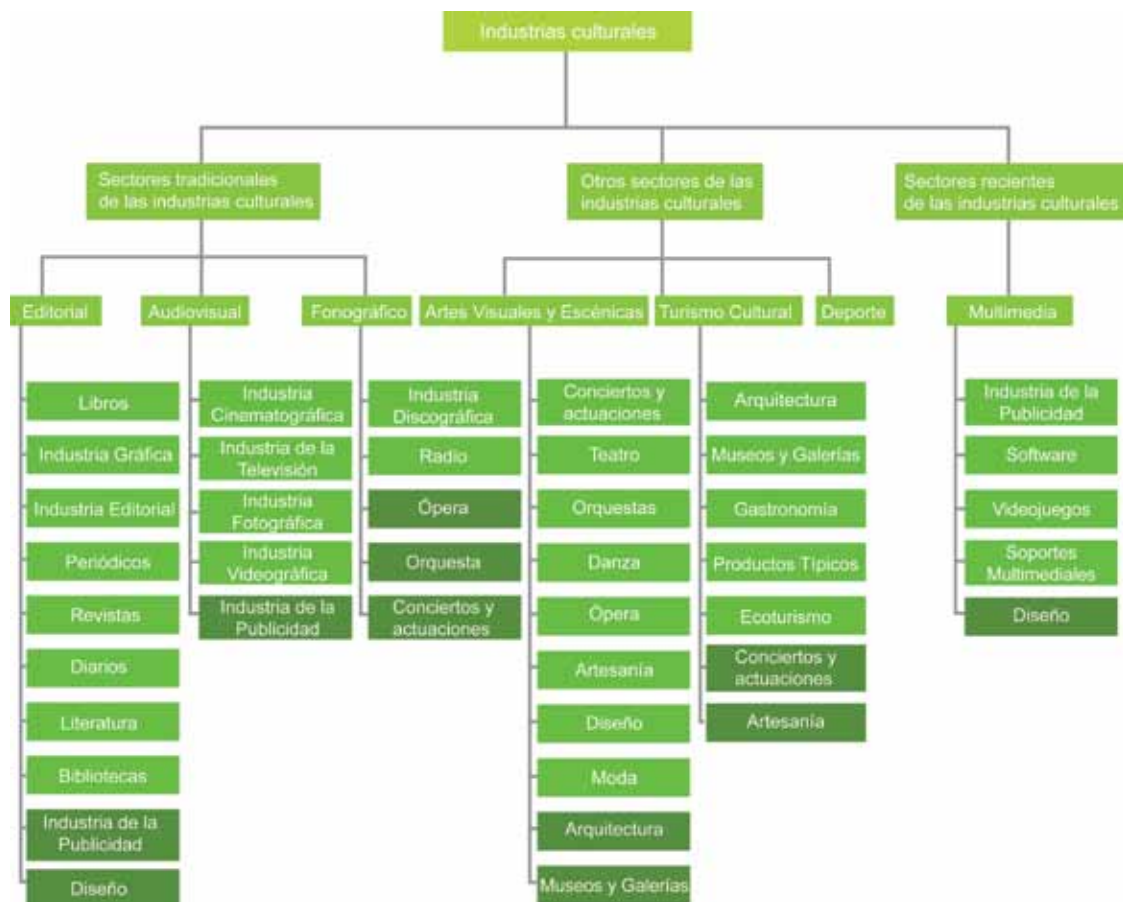
Debido a sus características, las industrias culturales poseen grandes oportunidades para su desarrollo y posicionamiento, pues dinamizan procesos mediante estrategias de gestión enmarcadas dentro de la creatividad y la innovación, elementos que determinan los procesos competitivos de las organizaciones contemporáneas. Lo anterior implica esto la apertura de nuevos horizontes para la inversión privada y el desarrollo estratégico para la generación de riqueza.

Según lo planteado desde el Ministerio, se evidencia el amplio campo de acción que tienen las industrias culturales a nivel global, entendiéndose esto como un universo de oportunidades para la generación de iniciativas que propulsen el desarrollo del sector cultural desde sus distintos frentes, de manera tal que éstas se puedan integrar para promover el desarrollo económico y social de las comunidades a nivel mundial.

Para complementar lo planteado anteriormente, Mancinas (2007: 462) manifiesta que las industrias culturales son organizaciones o actividades cuyo fin es la elaboración de productos de ocio, entretenimiento, información, formación, entre otros. Dichas actividades se dirigen, por un lado, a distraer (en el sentido de evadir y hacer disfrutar al ciudadano) y, por otro, a formar y ampliar los horizontes cognoscitivos de los propios ciudadanos.

Así mismo, Rey (2009: 62) argumenta que las industrias culturales son un conjunto de bienes y servicios culturales protegidos por el derecho de autor cuya cadena de creación, divulgación y apropiación cultural reproduce creaciones literarias, musicales, audiovisuales o escénicas a escala masiva, o de servicios culturales cuya naturaleza satisface intereses culturales. Su capacidad simbólica las hace responsables de la promoción de derechos culturales a partir de los principios de identidad y diversidad, así como las de fomentar espacios de integración cultural, incentivar la acumulación de recursos económicos, jugar un rol relevante en el capital social y ser imprescindibles para entender el capital cultural.

Gráfica 7. Industrias culturales



Fuente: Compendio de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura (2010)

Se puede plantear, entonces, que las industrias culturales desempeñan un papel importante dentro del desarrollo económico y social de las comunidades interesadas, pues utilizan la creatividad y la innovación como estrategias diferenciadores para potenciar, de manera dinámica,

iniciativas empresariales orientadas hacia el fortalecimiento de los proyectos culturales a nivel mundial. Asimismo, el desarrollo de nuevas oportunidades para incentivar el desarrollo del sector cultural depende en buena medida en la medición del impacto que tienen éstas industrias en la economía mundial, el cual (sin temor a equivocaciones) mostrará resultados exitosos dentro de las nuevas dinámicas de los mercados y los negocios en el ámbito global.

3. El Estado colombiano en relación a la cultura

Los recursos públicos destinados a la financiación del sector cultural provienen de diferentes fuentes. Por una parte, se encuentran los recursos del presupuesto general de la Nación asignados al Ministerio de Cultura, las transferencias de ingresos corrientes de la Nación a las entidades territoriales y las asignaciones departamentales, distritales a la actividad cultural (Organización de Estados Iberoamericanos, 2003). La tarea del estado recae, entonces, en promover estrategias que le permitan a la comunidad reflejar la identidad cultural en sus actividades comerciales, generando garantías para un desarrollo económico y social e impulsando la creación de asociaciones y conexiones con otras entidades públicas, privadas y/o mixtas.

Es de anotar que en Colombia aún persisten partidas presupuestales en las que no se incluye la cultura como es el gasto público social, pero que diariamente se replantean gracias al Plan Nacional de Cultura, a las nuevas políticas de emprendimiento cultural, a las nuevas líneas de cultura generadas por COLCIENCIAS y el Fondo Emprender del SENA y las relaciones constantes entre los diferentes ministerios, buscando puntos comunes que puedan generar impacto en el desarrollo del país.

3.1. Plan Nacional de Cultura

El Plan Nacional de Cultura 2001-2010 se presentó como una ocasión para reconocer la riqueza y la complejidad de diversos procesos sociales y culturales contemporáneos, tanto nacionales como globales. La convocatoria para su formulación se inició en julio de 2000 y dio lugar a foros municipales, distritales, departamentales y regionales, así como a un conjunto de mesas y encuentros sectoriales cuyos resultados confluyeron en el “Foro Nacional de Cultura”, realizado en noviembre del mismo año (Plan Nacional de Cultura, 2001-2010).

Consecuente con el planteamiento anterior, se muestra cómo el Plan Nacional de Cultura formula políticas que convocan a la participación de diversos mecanismos para que, desde los diferentes ámbitos y contextos, grupos, individuos, movimientos e instituciones definan sus propuestas, tengan presencia en espacios públicos y permitan los conocimientos y reconocimientos mutuos que las políticas culturales deben ser capaces de propiciar.

En su interés por gestionar una agenda intersectorial entre economía y cultura, el Plan establece estrategias de impulso a las industrias culturales como creadoras de nuevas expresiones y símbolos, así como también reconoce su papel como generadoras de canales de comunicación desde su vinculación a las políticas sociales y económicas del Estado y a las organizaciones del campo cultural a través del fomento a las micro, pequeñas y medianas empresas. Propone, además, el diseño de líneas especiales de crédito, la implementación de programas de capacitación empresarial, el incentivo a las experiencias exitosas y la creación de incubadoras empresariales especializadas en el sector.

3.2. Entidades estatales

El Estado está conformado por las instituciones que poseen la autoridad y la potestad para regular el funcionamiento de la sociedad dentro de un territorio determinado. Desde el Estado, la cultura en Colombia se administra por medio del Ministerio de Cultura, el cual desarrolla en el Sistema Nacional de Cultura un conjunto de instancias, espacios de participación y concertación y procesos de desarrollo institucional, información, formación, financiación y planificación, todos ellos articulados entre sí.

3.2.1. Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura (antes Colcultura) es la entidad rectora del sector cultural colombiano, la cual tiene como objetivo formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia cultural, deportiva, recreativa y de aprovechamiento del tiempo libre (Ministerio de Cultura, 2011).

El antiguo Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura) funcionó desde 1968 como entidad descentralizada adscrita al Ministerio de Educación Nacional, la cual estaba encargada de la elaboración, el desarrollo y la ejecución de los planes de estudio y fomento de las artes y las letras, el cultivo del folclore nacional, el establecimiento de las bibliotecas, museos y centros culturales y otras actividades en el campo de la cultura. Las decisiones de esta entidad eran tomadas por la Junta Directiva, conformada por tres subdirecciones: Patrimonio Cultural, Comunicaciones Culturales y Bellas Artes.

En 1997, a partir de la aprobación de la Ley 397 o Ley General de Cultura por el Congreso Nacional, Colcultura se liquidó y pasó a ser el Ministerio de Cultura, conservando sus funciones y asumiendo el desarrollo cinematográfico, la etnocultura y la juventud.

Actualmente, y con un presupuesto anual de alrededor de \$180.000 millones de pesos, el Ministerio ofrece apoyo a todos los ciudadanos colombianos que sean capaces de interactuar y cooperar con oportunidades de creación, disfrute de las expresiones culturales, deportivas, recreativas y de aprovechamiento del tiempo libre, buscando una cobertura de los 32 departamentos del país a través del Plan Nacional de Concertación, el Plan Nacional de Estímulos y el desarrollo de alianzas departamentales y municipales en las cuales asigna recursos para el desarrollo autónomo de convocatorias y apoyo a proyectos culturales específicos de cada región.

Tabla 2. Presupuesto del Ministerio de Cultura 2006 - 2011

<i>En millones de pesos</i>			
Vigencia	Funcionamiento	Inversión	Total
2006	64.477,9	44.290,6	108.768,5
2007	74.121,7	53.784,6	127.906,3
2008	93.679,7	65.568,4	159.218,1
2009	87.046,6	74.460,7	161.507,3
2010	102.207,0	90.013,3	192.220,3
2011	106.554,8	87.613,3	194.167,8

Adaptado de: sitio web Ministerio de Cultura (www.mincultura.gov.co).

Para 2011, el Ministerio de Cultura contó con un presupuesto de \$194.167,8 millones de pesos, con los cuales impactó fuertemente en el desarrollo del país, invirtiendo, entre otras acciones, más de 25 mil millones de pesos en el Programa Nacional de Concertación; más de 9 mil millones de pesos para el Plan Nacional de Estímulos y 5.817 millones de pesos en el Plan Nacional de Lectura y Escritura (PNLE) que desarrolla conjuntamente con el Ministerio de Educación.

Diversos recursos de inversión de otras direcciones o programas especiales también permean el campo artístico; tal es el caso del Plan de Lectura y Bibliotecas, a través del cual se hacen adquisiciones de libros y se estimula la lectura, con lo cual se tiene la intención de aportar beneficios indirectos a los escritores. De otra parte, las bibliotecas se han convertido en una infraestructura polivalente que recibe exposiciones, obras escénicas y musicales, conferencias y recitales. Finalmente, la Red Nacional de Museos, el desarrollo del Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC), la inversión de la Dirección de Infancia y Juventud en investigación sobre educación artística, suman recursos para las artes.

Uno de los avances en la gestión del Ministerio de Cultura se ha dado debido al incremento en cobertura y a nuevos planes y programas del Ministerio, todos desarrollados a través de una estrategia financiera sólida que ha permitido, en los últimos 9 años, generar más recursos efectivos para el sector cultural a través de diferentes fuentes. Éstas se resumen en cuatro categorías:

- *Recursos públicos:* presupuesto de funcionamiento e inversión del Ministerio; creación de la Estampilla Procultura en el país; alianzas con entes territoriales y otras agencias del Estado.
- Impuestos e incentivos tributarios: IVA a la telefonía móvil; recaudo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC); incentivos en las leyes de patrimonio y bibliotecas en implementación.
- Cooperación nacional: sector privado
- Cooperación internacional.

Tabla 3. Líneas de Financiación. Gestión Pública 2002 - 2010

AÑO	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	TOTAL
Presupuesto inversión – Mincultura	10.329	10.753	34.302	30.880	44.291	53.784	65.568	77.602	90.013	417.522
Presupuesto funcionamiento- Mincultura (Concertación)	11.290	16.557	17.760	23.826	20.323	28.171	24.465	23.621	30.815	197.075
IVA a la telefonía móvil	-	10.019	14.320	15.397	18.805	18.827	44.636	37.429	37.642	197.075
Estampilla Procultura	-	-	-	28.803	30.532	32.364	34.305	36.364	40.000	202.368
Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC)	-	1.851	6.395	5.817	6.315	6.570	6.908	10.435	11.600	55.891
Cooperación internacional	307	1.254	4.134	8.691	11.228	11.799	14.455	20.486	5.360	77.715
Cooperación nacional	1.249	13.659	65.457	12.959	11.636	10.705	18.368	36.686	26.614	197.333
TOTAL	23.805	56.096	144.372	128.378	164.227	208.705	242.623	242.623	242.044	1.345.362

Adaptado de: Oficina de Planeación del Ministerio de Cultura.

3.2.2. Programa Nacional de Concertación

El Programa Nacional de Concertación, acorde con la Constitución, la Ley de Cultura y los planes nacionales y municipales de desarrollo, busca impulsar, estimular y hacer visibles procesos, proyectos y actividades culturales de interés común que, en el marco del reconocimiento y el respeto por la diversidad cultural de la nación colombiana, contribuyan a democratizar el acceso de las personas y las instituciones a los diferentes bienes, servicios y manifestaciones culturales en pro del desarrollo local, regional o nacional y la articulación de diferentes sectores, así como generar capacidades, fortalecer el Sistema Nacional de Cultura y aportar a la convivencia y al crecimiento con equilibrio, equidad y sostenibilidad.

El Programa Nacional de Concertación es uno de los pilares de impulso a la cultura, el cual busca apoyar a organizaciones y proyectos culturales de todo el país para lo cual, en el 2011, asignó recursos por más de \$25 mil millones de pesos. Éste se desarrolla bajo los principios de participación, sostenibilidad, coordinación, concertación y equidad. Año a año, se abren convocatorias públicas en las que se establecen los criterios y requisitos de participación, se precisan procesos de selección sistemáticos, de seguimiento al uso de los recursos públicos y de evaluación de sus efectos culturales, tanto en las instituciones favorecidas como en las propias comunidades en las que se actúa.

Desde sus inicios, el Programa Nacional de Concertación Cultural ha llegado a los 32 departamentos de Colombia y beneficiado a más de 30 millones de personas; ha generado

395 mil empleos y ha fortalecido cerca de 1.000 organizaciones culturales en capacidades de gestión y buenas prácticas en la formulación, ejecución, sostenibilidad y seguimiento a proyectos. El Ministerio de Cultura también ha logrado fortalecer procesos de formación artística y cultural, con impacto y cobertura sobre la población infantil y juvenil, con lo que se ha favorecido a 242.000 niños y jóvenes en 147 municipios del país.

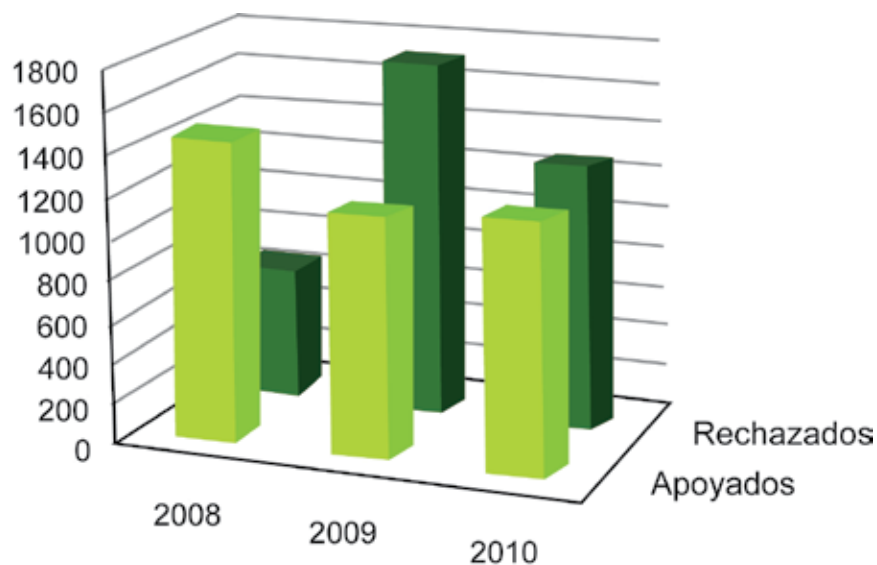
El apoyo a actividades artísticas y culturales se realiza desde la época de Colcultura, pero es en 1997 cuando, con la creación del Ministerio de Cultura, nace formalmente el Subsistema de Concertación, según el Artículo 5º numeral 5.4.3 de la Ley 397. En 2001, el Ministerio de Cultura expide la resolución No. 71, la cual, en su Artículo 1º, establece: *“Crear el Programa Nacional de Concertación de Actividades Artísticas y Culturales como el conjunto de operaciones administrativas, coordinadas y coherentes, a través de las cuales se articulan los esfuerzos de las entidades territoriales y/o del sector privado y cuyo objetivo central es brindar las herramientas jurídicas, administrativas y conceptuales para darles los incentivos y apoyos a las personas e instituciones que fomenten las manifestaciones culturales, de conformidad con lo dispuesto por la Constitución y la Ley y en los términos señalados en el Subsistema Nacional de Concertación”*.

A continuación se presentan algunos resultados que ha tenido el Programa Nacional de Concertación:

- En 2007, se apoyaron 1.269 proyectos por valor de \$ 21.798.808.084; en 2008, 1.428 proyectos por valor de \$24.982.473.150.
- De los 1.428 proyectos apoyados en 2008, 549 pertenecen a instituciones del sector público y 879 a organizaciones culturales sin ánimo de lucro del sector privado.
- Con el apoyo de proyectos culturales, la población beneficiada en 2007 fue mayor a las 25 millones de personas; las proyecciones a 2008 se encaminaban a beneficiar a más de 30 millones de personas.
- En el año 2007, se diseñó y aplicó un instrumento sobre percepción e impacto del Programa Nacional de Concertación, en el cual se obtuvo un nivel de satisfacción en promedio del 76,16%, sobre una meta establecida del 60%.
- A partir del año 2006, se adelantan jornadas en los diferentes departamentos con el fin de socializar y dar a conocer las condiciones de participación en la convocatoria y realizar talleres para el uso y buena aplicación de la metodología utilizada en la formulación de proyectos. En 2006, se llevaron a cabo 22 jornadas con una asistencia de 1.141 personas; en 2007, 35 jornadas con 1.454 asistentes.

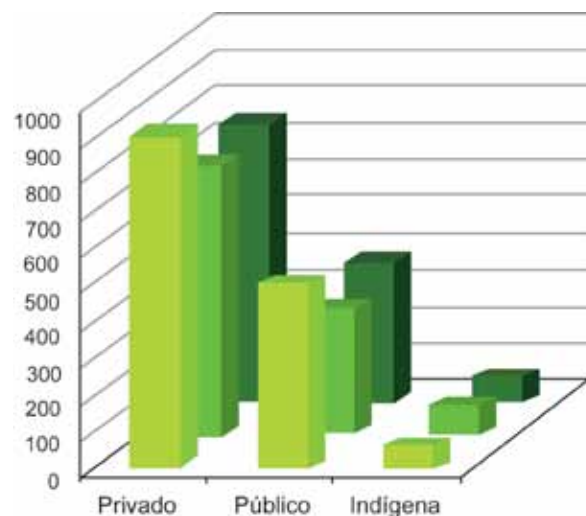
De otra parte, otras cifras muestran que el programa inició con un presupuesto de \$11.920 millones de pesos en 2002 y que en 2010 pasó a ser de \$30.815 millones de pesos. En el periodo comprendido entre agosto de 2002 y julio de 2010, este programa ha logrado apoyar 10.313 proyectos en más de 350 municipios, con una inversión superior a los \$197 mil millones de pesos, que se han destinado a fortalecer manifestaciones culturales como eventos (entre ellos el Carnaval de Barranquilla, el Festival del tiple y la guabina o el Torneo Internacional del Joropo), procesos de formación (orquestas, escuelas taller, Colegio del Cuerpo, Funmúsica) y programación cultural de diversa índole (museos, bibliotecas, emisoras, salas concertadas) (Ministerio de Cultura, 2010).

Gráfica 8. Proyectos rechazados y aprobados. Programa Nacional de Concertación



Adaptado de: Programa Nacional de Concertación. Ministerio de Cultura. <http://es.scribd.com/doc/51347033/Financion-Cultural-2011>.

Gráfica 9. Tipo de participación



Adaptado de: Programa Nacional de Concertación. Ministerio de Cultura. <http://es.scribd.com/doc/51347033/Financion-Cultural-2011>.

3.2.3. Programa Nacional de Estímulos

Consciente de que la cultura es una fuente vital de desarrollo, el Ministerio de Cultura, a través de las convocatorias, tiene como objetivos cualificar el capital humano; fortalecer la formación artística, la investigación, la innovación y la creación cultural; incentivar la creación de material pedagógico para la primera infancia; fomentar la apropiación social del patrimonio y consolidar las industrias culturales. La convocatoria invita a los artistas, investigadores, entidades y gestores culturales del país a participar para obtener los estímulos que se entregan en las diferentes áreas artísticas y culturales como música, artes visuales, teatro, danza, literatura, lingüística, comunicaciones, patrimonio material e inmaterial, cinematografía, fomento regional y poblaciones, entre otros.

A partir del Programa Nacional de Estímulos, el Ministerio gestiona alianzas de cooperación con entidades e instituciones nacionales e internacionales de carácter privado y público, lo cual incrementa tanto los recursos como las oportunidades para los ganadores. Para tal fin, se destacan en el contexto internacional la cooperación del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) de México; el Centro Banff de Canadá y el Consejo de Artes y Letras de Quebec; la Embajada de Suiza, la Embajada de Francia y la Alianza Francesa de Bogotá; la WWF; La Salle College International y Fullbright Colombia. En Colombia, participan instituciones tales como: Divulgación Cultural – Programa de Residencias Local y la Vicedecanatura de Investigación y Extensión Universitaria de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia; la Facultad de Música de la Universidad de los Andes; la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo;

la Escuela de Gastronomía Verde Oliva; el Museo Nacional, la Biblioteca Nacional; la Comisión Nacional de Televisión; el Instituto Caro y Cuervo y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

Para este año, la convocatoria de estímulos abrió su oferta anual con 82 convocatorias y 400 estímulos a entregar a través de las modalidades de becas, premios, residencias artísticas y pasantías. Ésta representó un conjunto de acciones afirmativas relacionadas con la cualificación de expresiones culturales, la preservación del patrimonio cultural colombiano, el respeto a la diversidad y la oferta de incentivos para el desarrollo del sector (Ministerio de Cultura, 2011).

3.2.4. Dirección de Fomento Regional y Financiación

El posicionamiento de la cultura en la agenda pública e intersectorial hace necesario el planteamiento de una estrategia integral de circulación de la información y de un mejor aprovechamiento de las experiencias locales, todo ello en pos de mejorar los modelos de gestión, participación y veeduría en cultura. Lo anterior obliga a la construcción de un plan de acción que apunte a la circulación de las acciones de financiación del sector y emprendimientos culturales en las grandes ciudades y que evite el bloqueo del acceso a la información sobre los procesos de gestión. De ese modo, y con el objeto de cualificar las prácticas locales, el Ministerio de Cultura (como ente principal del gobierno en la promoción de la misma) ha trabajado en una estrategia integral de interacción con las entidades territoriales, con lo cual se pretende lograr la descentralización de la información.

En tal descentralización, la acción estatal se da a través de acompañamiento para la formulación, ejecución y seguimiento de las políticas, planes y programas en las regiones y la formación continua de quienes lideran los diferentes procesos. Para el logro de dichos objetivos, se hace indispensable una comprensión de lo local, del entorno y la cotidianidad de los municipios y departamentos, de su patrimonio y de la importancia vital de la participación comunitaria, en línea con el actuar oportuno del Ministerio de Cultura.

La situación descrita generó, en 2008, la creación de la Dirección de Fomento Regional, con la pretensión de tener un enfoque de acompañamiento, de articulación y de unificación de estrategias en lo municipal, departamental y nacional con el sector cultural, el cual respondiera a las necesidades de las regiones bajo principios de descentralización y participación. El Ministerio, a través de la Dirección de Fomento Regional, incluye entre sus líneas estratégicas la del “Fortalecimiento de la Institucionalidad Cultural”, la cual se enfoca en las instituciones departamentales, distritales y municipales.

Durante el periodo 2002–2010, según informe de gestión de este organismo, la asesoría a las instituciones se ha asumido mediante un trabajo presencial, a distancia y a través de mecanismos virtuales permanentes; todo ello facilita la retroalimentación y el intercambio

respecto a la ejecución de los planes nacionales, la articulación de los planes de acción, la concertación financiera, los desarrollos y el fortalecimiento del Sistema Nacional de Cultura, la socialización de la información municipal y la rendición de cuentas.

Sin embargo, en las iniciativas del gobierno en el orden de descentralización de la gestión y administración de la cultura hacia las administraciones territoriales, ha sido constante la falta de comprensión integral de los gobernantes sobre la importancia de la cultura en el desarrollo integral, así como la urgencia de contar, dentro de su estructura orgánica, con una institución cultural que sea reconocida y que sea el motor de impulso en el liderazgo de procesos que puedan conducir al desarrollo cultural de sus comunidades; No obstante, y a pesar de las fallas en la planeación, la estrategia de fortalecimiento de la institucionalidad cultural está soportada en una comunidad que participa en las decisiones del quehacer cultural de su región. Para ejemplificar, se destacan los avances en materia de consejos territoriales de cultura: para 2003, se habían conformado 10 Consejos Departamentales de Cultura; en el año 2007 el número se elevó a 25, y en el año 2010, se reporta el 100% de los departamentos con Consejos de Cultura y se destaca la existencia de 468 Consejos Territoriales de Cultura.

Para la conformación y fortalecimiento de dichos consejos, los actores convocados para hacer parte en la cooperación, de manera fundamental y protagónica en cada uno de sus espacios de gestión, son los Institutos o Secretarías de Cultura, de Cultura y Turismo, de Cultura, Recreación y Deporte, todas ellas de carácter municipal y departamental. Tales secretarías o institutos deben adelantar estrategias que incentiven el desarrollo de actividades y emprendimientos culturales, así como cumplir con la administración de ciertos recursos nacionales con destinación local.

3.2.5. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

A través de la Ley 1341 de 2009, el gobierno colombiano modifica el Ministerio de Comunicaciones y da paso al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el cual está a cargo de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones, al igual que incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional a las mismas. Dentro de sus enfoques están el entretenimiento y la innovación y sus iniciativas son nicho de desarrollo para las empresas del sector cultural en áreas como los videojuegos, el diseño web, entre otros.

El Ministerio también lidera programas para el fortalecimiento del uso de TICs en el país, entre los cuales se encuentran los siguientes (fuente: www.mintic.gov.co):

- *MiPyME Digital, Plan TIC, tecnología para crecer*: promueve el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) en las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas para mejorar su productividad y competitividad a través de convocatorias

públicas. Este programa, existente desde 2008, pretende superar el rezago que tienen las MiPyMEs en el uso de TICs, promoviendo la implantación de soluciones tecnológicas que soporten sus procesos operativos e integrando hardware, software, conectividad a internet y capacitación. MiPyME Digital es un convenio especial de cooperación entre el fondo de comunicaciones del Ministerio de Comunicaciones y la corporación Colombia Digital.

- *Plan Vive Digital. Tecnología en la vida de cada colombiano:* impulsa la masificación del uso de internet, la apropiación de tecnología, la creación de empleos TIC directos e indirectos, la reducción del desempleo, la reducción de la pobreza, aumento en la competitividad del país y dar un salto hacia la Prosperidad Democrática. Para el año 2014, espera triplicar el número de municipios conectados a la red de fibra óptica nacional, conectar a Internet al 50% de las MiPyMEs y al 50% de los hogares, así como multiplicar por 4 el número de conexiones a internet existentes en el país.

En el ámbito específico de la cultura, el Ministerio viene desarrollando acciones que impulsan la creación de contenidos digitales, a través de convocatorias que integran videojuegos, creación de aplicaciones de software, realidad aumentada, visualización de datos en tiempo real, e-books, entre otros, en espacios como los laboratorios ViveLab que apuntan a:

- Potenciar el talento humano y el sector de contenidos creativos digitales en el país, a través de la creación de un escenario colaborativo de trabajo.
- Generar procesos de formación técnica enfocados a necesidades puntuales de la industria, y el desarrollo de proyectos colaborativos y emprendimientos.
- Fortalecer la cadena de valor de la industria (creatividad e ideas; insumos, desarrollo de capacidad/preproducción; producción/producción y acceso a mercados) de forma integral.
- Facilitar el acceso a mercados nacionales e internacionales, promoviendo mecanismos de financiación, optimizando los procesos de producción, promoviendo la innovación en la creación de contenidos digitales.
- Crear un espacio de interacción juvenil (Multi-Stakeholder) para la generación de proyectos en campos de las aplicaciones móviles, la animación digital, los videojuegos y, en general, la creación digital, que resuelvan necesidades del contexto regional, nacional e internacional.
- Estructurar el ViveLab como un hábitat digital conformado por tres espacios: el físico (Space lab), un espacio comunitario (Living labs) y un espacio virtual (Virtual lab).
- Consolidar una comunidad de práctica a partir de las apropiaciones tecno-culturales de los desarrollos.
- Testear, validar, realizar prototipos y refinar soluciones complejas en entornos reales en constante evolución, a través de Living Labs.
- Promover el conocimiento y accesibilidad de contenidos digitales en el ámbito de

- una creación que integre el arte, la ciencia, la tecnología y la sociedad.
- Ofrecer una plataforma de apoyo a los jóvenes y propiciar el acercamiento a comunidades en red.
- Desarrollar una plataforma digital abierta y accesible para organizar, relacionar y difundir contenidos relacionados con la creación digital.
- Generar un modelo de catalogación de contenidos digitales que posibilite el análisis documental, su consulta y clasificación para facilitar un acceso dinámico a esos materiales.

3.2.6. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo el formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo, y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011).

El Ministerio se involucra con el sector cultural desde políticas de desarrollo empresarial y políticas de turismo cultural. De una parte, las políticas de desarrollo empresarial buscan *“fortalecer un ambiente propicio para que Colombia tenga una estructura productiva de bienes y servicios sólida, competitiva e innovadora, que contribuya a la generación de empleos formales y sostenibles”*. Sus iniciativas están enfocadas a la transformación productiva y la generación de líderes del desarrollo empresarial, del crecimiento económico y de las exportaciones a través de estrategias como intervenir en sectores de clase mundial, atracción de inversión, emprendimiento, competitividad, acceso a financiamiento, regulación y calidad, y divulgación y coordinación interinstitucional.

Por otra parte, se plantea la *Política de Turismo Cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo*, la cual es una alianza con el Ministerio de Cultura que pretende resaltar la potencialidad del turismo para articular procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural, el fomento del turismo cultural por Colombia e incentivar a nacionales y a extranjeros a conocer y apropiarse las costumbres y el patrimonio material e inmaterial del país, garantizando la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico. Esta política está enmarcada en lineamientos de sostenibilidad, gestión, sinergia, información e investigación (Ministerio de Cultura, 2011).

Asimismo, el Ministerio propone la creación de los Laboratorios para el Emprendimiento Innovador, los cuales se proponen como lugares dotados de medios necesarios (tecnológicos, infraestructura y asistencia técnica) para que los emprendedores realicen prototipos, fortalezcan

su equipo de trabajo y realicen la validación en el mercado. El laboratorio se observa como un escenario colaborativo de trabajo que busca potenciar el talento humano en el sector de contenidos digitales con el objeto de conocer directamente la respuesta de los clientes ante un producto, servicio, idea, publicidad, etc.

3.2.7. SENA – Fondo Emprender

El Fondo Emprender es un fondo creado por el Gobierno Nacional en 2002 para financiar iniciativas empresariales a través de un presupuesto conformado por el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje, aportes del presupuesto general de la nación, recursos financieros de organismos de cooperación nacional e internacional, recursos financieros de la banca multilateral, recursos financieros de organismos internacionales, recursos financieros de fondos de pensiones y cesantías y recursos de fondos de inversión públicos y privados. Su objetivo es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas al facilitarles el acceso a capital semilla a través de convocatorias públicas nacionales y convocatorias cerradas, en las cuales el emprendedor desarrolla un plan de negocios en el que contempla toda la información necesaria para evaluar su empresa y los lineamientos generales para ponerla en marcha.

(Fondo Emprender, 2011)

Las convocatorias cerradas fueron reglamentadas en 2005 según el acuerdo 00014 del 5 de septiembre aprobado por el Consejo Directivo Nacional del SENA. Estas convocatorias son desarrolladas para proyectos o iniciativas empresariales que representen un impacto en la región, localidad o zona del país de donde provienen los aportes. Su financiación es concertada entre el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y la entidad adherente y son ellos quienes definen los criterios, población objetivo, sector económico y requisitos de los beneficiarios.

Con base en lo anterior, y a través del proceso que atraviesa el SENA en la generación de acciones de formación en emprendimiento cultural, se generó el convenio No. 193048 SENA – FONADE, convenio de adhesión, No.130 del 29 de diciembre de 2010 celebrado con el Ministerio de Cultura, con el cual se creó la convocatoria cerrada N° 77 para el Ministerio de Cultura, orientada a financiar iniciativas empresariales que representen impacto o desarrollo en el campo cultural. Para esta convocatoria, en el 2011 se asignaron recursos de mil millones de pesos (\$1.000.000.000), con participación de quinientos millones de pesos (\$500.000.000) por el Fondo Emprender y quinientos millones de pesos (\$500.000.000) por el Ministerio de Cultura. Esta iniciativa es una prueba piloto para la cual se conformó un equipo interdisciplinario que regionalmente apoya los procesos de formalización de los planes de negocio de los emprendedores a través del acompañamiento en cada una de sus etapas, esfuerzos enfocados a la disminución de los riesgos en el desarrollo de la misma y en la idea de perfeccionar la convocatoria para experiencias futuras; adicionalmente, responde a algunas inquietudes presentadas en el Compendio de Políticas Culturales del Ministerio, según las cuales las características propias de las convocatorias del Fondo Emprender se quedaban cortas para asimilar la complejidad inherente a un proceso de financiación para emprendedores culturales.

4. Marco Normativo y Legal

La cultura debe ser tratada como un sector económico que genera valor, reduce pobreza y aporta al crecimiento económico nacional, sin olvidar que es uno de los mercados que, en la actualidad, tiene más impacto a escala mundial. Con esto en mente, es necesario decir que el deber del Estado es incorporarla en los planes de desarrollo nacionales a través de estrategias que permitan a la comunidad reflejar la identidad cultural en sus actividades comerciales, generando así garantías para un desarrollo económico y social. Para financiarla se debe avanzar en un enfoque innovador, el cual requiere acceso a capital, instrumentos de financiación adecuados, inversión en infraestructura tecnológica y física, así como también en la capacidad institucional y educativa.

En este sentido, la adopción de un marco jurídico y legal, acorde a las necesidades del sector, es uno de los soportes más importantes de cualquier actividad que se lleve a cabo en una sociedad moderna y democrática. Dentro del contexto de las industrias culturales existen varias leyes para su fomento y promoción. Una de las principales (sino la más importante) está contenida en la Ley General de Cultura de 1997, la cual es fruto del reconocimiento hecho a la diversidad cultural de la nación colombiana en la Constitución Política de 1991 (Ministerio de Cultura, 2010).

Adicionalmente, el Ministerio de Cultura viene acompañando diferentes proyectos como la ratificación de convenios y ajustes a propuestas de iniciativas parlamentarias, pero en particular, al diseño e impulso de cuatro leyes trascendentales para el sector cultural. En ellas se establece un sistema de competencias y de apoyo institucional, se habilitan incentivos económicos y se incursiona en conceptos nuevos y de prestación de servicios sociales y económicos que hacen que la legislación cultural sea realmente efectiva. Asimismo, se avanzó en la formulación de cuatro proyectos de ley fundamentales para el avance del sector cultural colombiano: la Ley de Espectáculos Públicos, la Ley de Patrimonio Sumergido, la Ley de Readquisición de Bienes y la Ley de Música. Es importante mencionar que no sólo se expidieron decretos para la reglamentación de las leyes sancionadas, sino también para la destinación de los recursos provenientes del Impuesto al Valor Agregado, aplicado a la telefonía móvil para la seguridad social de artistas y para la conformación de los Consejos Nacionales de Áreas Artísticas (Decretos 4934 y 4947 de 2009; 3600 de 2006).

A continuación se recogen algunas normativas y leyes que apoyan, directa o indirectamente, al emprendimiento e industrias culturales en este país.

4.1. Constitución Política de 1991

La Constitución Política de 1991 incluye lineamientos que han sido fundamentales en el planteamiento de las políticas culturales y en la postulación de la cultura tanto como fundamento de la nacionalidad como para el logro del desarrollo económico y social.

Los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política de Colombia de 1991 establecen las normas sobre el patrimonio cultural, el fomento, los estímulos a la cultura, la creación del Ministerio de Cultura y establece las principales pautas para la formulación de la Ley General de Cultura de 1997.

4.2. Ley General de Cultura de 1997

La Ley General de Cultura contempla varios puntos entre los que incluye la adopción de la definición de cultura de la UNESCO; establece principios y lineamientos fundamentales, define el patrimonio cultural de la nación, establece los criterios para el fomento y los estímulos a la creación, investigación y actividad artística y cultural. Propone, además, el Sistema Nacional de Cultura, institucionalizando la cultura bajo los principios de descentralización, participación y autonomía. Finalmente, define y establece las funciones del Ministerio de Cultura.

4.3. Plan Nacional de Cultura 2001 - 2010

Concebido en julio de 2001 mediante acciones coordinadas por el Ministerio de Cultura, por el Consejo Nacional de Cultura y por otros sectores de la sociedad, el Plan Decenal de Cultura orientó la política cultural del país durante el periodo 2001 – 2010. El plan formuló las políticas desde un marco general, convocando a la participación de diferentes propuestas culturales con miras a la construcción colectiva de un proyecto de futuro plural y democrático.

4.4. Documento CONPES 3162 de 2002 Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010

Este documento estableció los lineamientos para dar soporte al Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010.

4.5. Ley 1014 de 2006

La Ley 1014 de 2006 (Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento) propició la confluencia de entidades educativas, entes gubernamentales e iniciativas privadas. Esta ley busca promover el espíritu emprendedor, asignar los recursos públicos y propiciar fondos de inversiones para el apoyo a las nuevas empresas, además de propiciar la creación de programas, instituciones y organismos que financien los procesos de emprendimiento.

4.6. Ley 814 de 2003

La Ley 814 de 2003 (Ley del Cine) busca convertir al cine colombiano en una industria sostenible, a través de estímulos diseñados para estructurar una cadena industrial de soporte a la actividad cinematográfica. Con esta ley, el Estado colombiano se propuso *“propiciar un desarrollo progresivo, armónico y equitativo de cinematografía nacional y, en general, promover la actividad cinematográfica en Colombia.”*

La ley contempla unos incentivos de inversión y unos mecanismos para garantizar el desarrollo del sector y promover toda la cadena de producción cinematográfica colombiana, desde los productores, distribuidores y exhibidores, hasta la preservación del patrimonio audiovisual, la formación y el desarrollo tecnológico, entre otros. Uno de los elementos más destacados es la creación de un fondo parafiscal denominado “Cuota para el Desarrollo Cinematográfico” que aplica a distribuidores, exhibidores y productores, y que hace parte de un fondo denominado Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, el cual se destina para el impulso de la producción cinematográfica en el país a través de una convocatoria anual dividida en diferentes categorías, delimitadas también en la ley.

Comparativamente, antes de 2003, en Colombia se realizaban apenas 3 películas en promedio al año; hasta el 2010, la cifra ascendió a 10 películas, en promedio, estrenadas en los últimos seis años. Por otra parte, en tanto que en 2003 se estrenaron cinco películas nacionales con un promedio de 115.000 espectadores, en el 2010 diez nuevas producciones se proyectaron en las salas, con 152.000 espectadores; a septiembre de 2011, el promedio va en 229.000 (El Tiempo, septiembre 16 de 2011).

A través del Fondo de Desarrollo Cinematográfico, y durante el periodo 2003 - 2010, se recaudó una suma cercana a los \$56 mil millones de pesos para el fomento de la industria cinematográfica en el país. De igual manera, en el mismo lapso, el Fondo de Desarrollo Cinematográfico ha recibido 3.895 solicitudes, seleccionando y asignando recursos a 631 proyectos cinematográficos, así como ha otorgado estímulos para la producción y postproducción de 68 largometrajes, 49 documentales y 57 cortometrajes. El proceso de selección ha contado con un grupo de 175 profesionales con reconocida trayectoria del cine nacional e internacional lo cual, sin lugar a dudas, ha ayudado en la internacionalización del cine colombiano y en la asignación con los máximos estándares técnicos de los estímulos. A través del apoyo al cine colombiano, 57 producciones han recibido 106 premios y reconocimientos en cerca de 40 festivales nacionales e internacionales.

Por otra parte, desde el año 2004 hasta agosto de 2011, se han apoyado ochenta y un (81) proyectos y otorgado más de sesenta y siete mil millones de pesos (\$ 67.724.741.434,38) a través de Certificados de Inversión y Donación, para el apoyo a los proyectos cinematográficos nacionales¹.

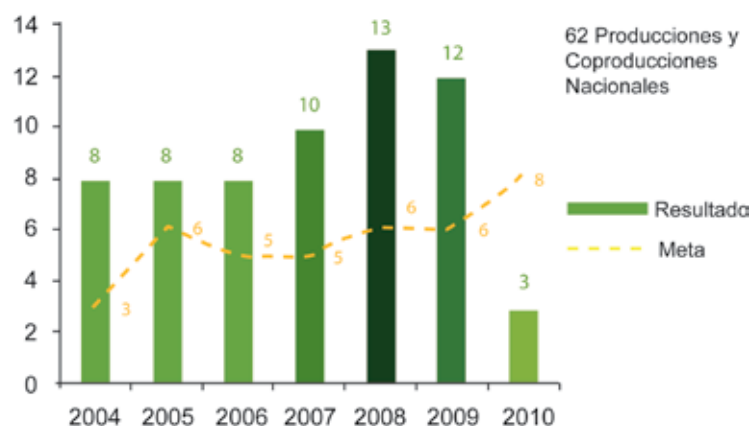
Al crear una deducción tributaria, la ley logró que la empresa privada realizara inversiones en el sector cinematográfico por más de \$48.600 millones de pesos, lo que ha permitido la realización de 70 proyectos. De estos recursos, el gobierno asume el 41.125%, es decir, \$20.000 millones para el apoyo al sector. Esta ley ha mantenido un promedio anual de 5.972 empleos en producción, distribución y exhibición.

1 Ministerio de Cultura. Estímulos tributarios. Certificados de Inversión y donación. <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=18385>. Cifras a agosto de 2011

En 2011, la Convocatoria de los Estímulos por Concurso del Fondo de Desarrollo Cinematográfico pasó de 7 a 13 categorías por concurso, en la cual todos los géneros audiovisuales contemplados en la ley (ficción, documental, animación, entre otros) logran una equilibrada representatividad y respaldo. Estas convocatorias buscan apoyar proyectos cinematográficos colombianos en todas sus etapas a través de la asignación anual de estímulos no reembolsables. Las etapas comprenden desde la escritura de guiones, desarrollo de proyectos, producción y posproducción, hasta promoción, distribución y exhibición.

Durante el mismo año, las convocatorias de animación y documental del Fondo entregaron estímulos por un valor de \$1.250 y \$1.510 millones de pesos, respectivamente. Con esta premiación concluyó el proceso por el cual asignó recursos por 7.628 millones en las convocatorias de ficción y formación, del monto total de \$10.400 millones que el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía destinó para entrega durante 2011 (http://www.proimagenescolombia.com/secciones/fdc/estadisticas/estadisticas_fdc.php).

Gráfica 10. Metas y resultados de la ley de cine



Adaptado de: Ministerio de Cultura. Disponible en: <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=42580>

4.7. Ley 1341 de 2009

La Ley 1341 o Ley TIC (Tecnologías de Información y Comunicaciones) determina el marco general para la formulación de políticas públicas del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, así como también busca incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Dentro de las actividades que se deben desarrollar en marco de la aplicación de esta ley, establece la difusión y promoción de la cultura mediante el uso de las tecnologías disponibles.

4.8. Ley 666 de 2001

Mediante esta ley, el Gobierno Nacional autoriza a las asambleas departamentales y a los consejos distritales y municipales a crear y reglamentar en sus territorios la “Estampilla Procultura” para obtener recursos financieros del sector con el objetivo de lograr una mejor articulación en las políticas y actividades desarrolladas desde la Nación, los departamentos y distritos del país.

Para el uso de ésta, cada entidad territorial tiene la autonomía de decidir cuales proyectos apoyar y que porcentaje de los recaudos otorgar; su uso debe estar enmarcado en activar y promocionar las actividades artísticas, promover el mejoramiento de espacios públicos para actos culturales de interés común y fomentar la capacitación técnica y cultural del gestor cultural.

Dentro de los compromisos que adquiere el ente recaudador, se encuentran, entre otros, la elaboración de un censo de los gestores y creadores culturales, destinar recursos a la seguridad social (salud y pensión) del artista, creación de cuentas corrientes diferentes para administrar los aportes a la seguridad social, el pasivo pensional y los proyectos culturales de la región.

En 2002, la estampilla se aplicaba en 291 municipios; ya para el 2010, se utilizaba en 873 municipios y 28 departamentos del país. Esto significa que el 79% de los municipios y el 88% de los departamentos cuentan con una fuente autónoma de recursos para la cultura. Estos recursos representan un promedio anual de \$40.000 millones para el sector. En total, se han reportado \$565.845.171.796, por concepto de recaudo de la Estampilla Procultura, en el periodo comprendido entre 1997 y 2010.

Tabla 4. Recaudos por concepto de Estampilla Procultura 1997 - 2010

Año	Valor
1997	\$ 3.364.743
1998	\$480.261.108
1999	\$4.315.006.082
2000	\$6.933.944.728
2001	\$6.792.224.637
2002	\$12.398.305.377
2003	\$13.237.767.912
2004	\$19.466.920.753
2005	\$29.878.702.816
2006	\$85.527.708.928
2007	\$112.233.521.018
2008	\$106.713.557.340
2009	\$120.250.607.817
2010	\$47.433.278.537

Adaptado de: sitio web Ministerio de Cultura. (www.mincultura.gov.co)

Actualmente, sólo 3 capitales de departamento no recaudan recursos por Estampilla Procultura: Medellín, Tunja y Manizales. Las otras 29 capitales de departamento sí lo hacen, incluyendo a Bogotá D.C.

4.9. Ley 1393 de 2010 y Decreto 4934 de 2009

La Ley 1393 de 2010 y el Decreto Número 4934 de 2009 estipulan un incremento del 4% adicional del Impuesto al Valor Agregado aplicado a la telefonía móvil, para un gravamen total del 20%. Se determinó que dicho aumento se destinaría a inversión social; sin embargo, un 25% del incremento se orientaría, en particular, a apoyar programas de fomento y desarrollo deportivo, además de contribuir al fomento, la promoción y el desarrollo de la cultura en el país. Durante el periodo 2003-2010, por este concepto se ha girado a las regiones un total de \$197.075 millones, de los cuales el 50% se ha destinado a inversión en cultura; el 50% restante se ha invertido en financiación para el deporte. El objetivo es que los recursos recaudados generen bienestar y desarrollo para las comunidades y su destinación se lleva a cabo en tres etapas: distribución, ejecución y seguimiento de los recursos.

4.10. Sistema Nacional de Regalías

Las regalías se definen como dineros que se pagan al Estado colombiano por empresas que enfocan su actividad económica en la explotación de recursos naturales no renovables, tales como el petróleo. Gracias a las regalías, el Estado, al igual que las regiones en las cuales se explotan dichos recursos, reciben cantidades importantes de dinero que se destinan a diversos fines. Dada su naturaleza, las regalías pueden clasificarse bajo dos categorías importantes, según la participación de las entidades territoriales y la destinación.

Las regalías directas se definen como aquellas que perciben las entidades territoriales en donde se explotan los recursos naturales no renovables, así como los puertos marítimos y fluviales por donde se transportan. Los recursos generados por éstas se orientan a la inversión en proyectos de los sectores de la educación, salud, el saneamiento básico y alcantarillado. De otro lado, las regalías indirectas son aquellas no asignadas directamente a los departamentos y municipios productores, distribuidas por el Fondo Nacional de Regalías. Sus recursos se destinan en la promoción de la minería, medio ambiente, y en proyectos regionales prioritarios definidos en los Planes de Desarrollo (Valdés, 2008).

En el caso de las indirectas, la presentación de proyectos financiados o cofinanciados con recursos del Fondo Nacional de Regalías, así como las compensaciones pactadas a favor de los departamentos, deben ser formuladas desde criterios de elegibilidad y viabilidad para luego ser sometidas a su aprobación por parte del Consejo Asesor de Regalías. Los recursos del fondo son asignados a los diferentes sectores; no obstante, y para el caso de la cultura, los recursos se han dedicado por tradición a la restauración y conservación de los bienes inmuebles de carácter cultural: a la construcción, mejoramiento o rehabilitación arquitectónica de centros culturales, bibliotecas públicas, museos y archivos locales.

Un ejemplo de lo anterior es que, en agosto de 2010, el Consejo Asesor de Regalías aprobó \$75.905 millones de pesos para financiar proyectos en 7 sectores económicos. De éstos, únicamente \$101 millones de pesos fueron asignados al sector cultural y fueron aprobados para la construcción de la segunda etapa de la cancha múltiple del corregimiento El Rosal en el municipio de San Sebastián (Cauca), y que comprende la cubierta, graderías laterales y frontales, una tarima, camerinos, baterías sanitarias, zonas verdes y cerramiento perimetral, beneficiando 2.148 habitantes.

Tabla 5. Recursos asignados por regalías 2010.

SECTOR	VALOR VIGENCIA 2010
Agua potable y saneamiento ambiental	50.066
Educación	12.560
Medio ambiente	10.127
Vivienda rural	1.689
Vivienda urbana	836
Salud	527
Cultura	101
TOTAL	75.905

Adaptado de: Departamento Nacional de Planeación. Disponible en: <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=aWMMB8ZM-qQ%3D&tabid=36>

En 2010, el Consejo Asesor de Regalías aprobó el Acuerdo 029 para financiar proyectos de inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) con recursos disponibles en el Fondo Nacional de Regalías. Estos proyectos deben estar orientados al desarrollo regional y beneficiar a las entidades territoriales, tal como lo señala el Artículo 28 de la Ley 1286 de 2009, así como a proyectos de innovación tecnológica y social, investigación básica aplicada y de desarrollo experimental. Para tal caso, y desde el sector de CTI, es Colciencias, como entidad rectora en Colombia de dicho sector, la encargada de hacerlos viables.

De esta manera, al hacer parte de la Red Nacional de Emprendimiento (que busca la integración entre la política de emprendimiento y la de ciencia, tecnología e innovación) y gracias al acuerdo firmado con el Ministerio de Cultura el 13 de octubre de 2011 (en el que se fortalece el sector de la cultura como fuente de desarrollo cultural, social y económico), el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias), con su potestad para la postulación de proyectos, permitirá que proyectos culturales innovadores puedan ser presentados al Consejo Asesor de Regalías y recibir mayores aportes por parte de éste.

Para un ejemplo en el uso de las regalías, ver el Anexo 1, “Articularán esfuerzos, experiencias y recursos humanos, técnicos y financieros para fortalecer el sector de la cultura como fuente de desarrollo cultural, social y económico” (Ministerio de Cultura, octubre de 2011).

FINANCIACIÓN DE LAS EMPRESAS E INDUSTRIAS CULTURALES

“El desarrollo de la cultura en un país debería ser primordial, pero para que éste se manifieste de una forma sólida, necesita apoyo y, en los últimos años, esa ayuda no ha sido la mejor. Esto condujo a que las conexiones entre las empresas y las actividades artísticas se ampliaran mucho más”.

Octavio Arbeláez Tobón.

La cultura, en particular el arte y la exhibición (teatro, danza, música en vivo), se ha ubicado por tradición fuera del ejercicio de las disciplinas de gestión. De aquí que, aún hoy, muchos artistas y expertos en temas culturales se escandalicen al hablar de términos tales como gestión de la cultura y mercadeo cultural, en tanto que consideran que la cultura no es gestionable ni mercadeable y que mucho menos se pueda convertir en una mera mercancía que responda a las vaivenes de la oferta y la demanda. Por otra parte, los inversionistas perciben la inversión en industrias culturales como una actividad riesgosa, más cercana a una financiación de tipo asistencialista que a una inversión formal.

Algunos de los escollos encontrados al momento de hablar de financiación para las industrias culturales radican en la incertidumbre percibida por las entidades que apoyan el emprendimiento y la dificultad para adaptar los procesos de índole cultural a los modelos tradicionales de plan de negocios (UNESCO, 2010; Ministerio de Cultura, 2010). Tal y como lo indica Diego Ordóñez, citado en el Compendio de Políticas Culturales, *“la remuneración de un artista va más allá de una compensación económica. La proyección de su obra como realización estética, el reconocimiento de sus colegas y el reconocimiento público, hacen parte de su compensación. Es difícil enmarcar una obra en los cronogramas absolutos que requiere de la planeación de proyectos cuya rentabilidad depende del tiempo. Los altos niveles de incertidumbre y la relación del artista con su producto, generan un impacto en la organización funcional de las industrias creativas y en la relación entre individuos y organizaciones.”*²

Estas dificultades para encontrar puntos comunes entre artistas e inversionistas nubla el panorama de la financiación de las actividades culturales y se convierte en el eje de acalorados debates sobre si la cultura debe ser una actividad libre de la intervención de las presiones del mercado capitalista, o si ésta debe convertirse en un sector económico atado a las leyes de la oferta y la demanda.

En este punto, el marketing cultural (aplicado a las manifestaciones artísticas) es una disciplina que tiene su campo de acción en las empresas culturales posibles dada la diversidad de éstas como creaciones del ser humano. Esta herramienta tiene la pretensión de enseñar a las iniciativas, eventos y empresas culturales a solicitar apoyo a inversionistas y convencerlos que tanto él como el proyecto se beneficiarán. Tal como lo propone Álvaro Abitia, un producto de una empresa puede beneficiarse y asociarse con una imagen prestigiosa del sector cultural sin necesidad de que éste pierda su esencia creativa, contenido o valor artístico, pero sí con

2 Ministerio de Cultura. Compendio de Políticas Culturales. 2010. Pág. 557

la seguridad de su sostenibilidad. En este sentido, resalta que el mecenazgo moderno debe focalizarse en cómo se hace la donación y cómo esa inversión puede retornar (fuente: entrevista de campo, 2011).

Respecto al mecenazgo o patrocinio como estrategia de financiación a través de empresas, debe haber conciencia y planeación en su ejecución; es por esto que surgen propuestas para la dinamización económica del sector cultural ya reconocidas en Europa y Estados Unidos que cada vez más se trabajan en Latinoamérica y que se piensan para el ofrecimiento de beneficios: descuento en impuestos, presencia organizacional, imagen corporativa asociada al evento, inscripciones, entradas o funciones especiales.

Volviendo al antagonismo existente entre los objetivos económicos y productivos de las nuevas iniciativas de promoción, difusión y sostenibilidad, cobran importancia como aliadas del marketing cultural las políticas de excepción de impuestos. Sobre el tema, el anexo 2 resume el planteamiento desde el análisis de casos internacionales.

Con relación al emprendimiento en general, éste se ha definido como una estrategia para la generación de nuevas oportunidades de desarrollo dentro de los ámbitos sociales y económicos, mediante la generación de iniciativas innovadoras que transformen de manera significativa los paradigmas existentes a través del uso de conocimientos aplicados hacia la solución efectiva de problemas sociales y empresariales.

Dentro de este contexto, es importante definir el concepto de emprendimiento cultural, el cual, según el Manual de Emprendimiento Cultural (Ministerio de Cultura, 2007), plantea el profundo interés de mostrar trabajos o iniciativas orientadas hacia la conservación del patrimonio cultural, a cuestionar la sociedad a partir del arte y a generar productos innovadores y útiles para la sociedad definidos desde la estética. Por otro lado, las industrias culturales (tal como se definen por el Ministerio) representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. Por su parte, la UNESCO define el emprendimiento cultural como una iniciativa o proyecto cultural y creativo con un plan de viabilidad que lo hace económicamente sostenible o en vías de serlo. Habitualmente, tal tipo de emprendimiento se basa en una institución o empresa cultural.

Ahora bien, las empresas culturales son aquellas organizaciones, instituciones o compañías que conectan los creadores y la creatividad con los públicos y el mercado, otorgándoles alguna forma de reconocimiento y una fuente de ingresos. Las empresas culturales funcionan con un criterio comercial y de negocios y su objetivo es generar valor e ingresos. Pueden operar con una lógica de maximización de beneficios o simplemente de cubrir costes de operación y actuar sin ánimo de lucro.³

3 UNESCO. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. 2010.

El anexo 7 presenta las fichas detalladas de la caracterización de las fuentes de financiación de las empresas culturales, que a continuación se detallan.

1. Sistemas de financiación

Los sistemas de financiación de las industrias culturales, pueden catalogarse en tres grandes grupos: sistemas públicos, sistemas privados y sistemas mixtos.

Uno de los sistemas de financiación que ha cobrado una gran importancia en los últimos años, es el emprendimiento el cual, por su carácter transversal a los sistemas listados arriba, merece un capítulo aparte.

1.1. Sistemas Públicos de Financiación

Es posible rastrear los esquemas de financiación públicos desde el inicio de la década de los 90, a la par con el surgimiento de las políticas de emprendimiento. La creación de fondos y entidades especializadas en el fomento y financiación de programas de emprendimiento empresarial propician igualmente el acceso a recursos de algunas de las industrias culturales más desarrolladas.

La Ley 1014 de 2006 (Ley de fomento a la cultura del emprendimiento) propició la confluencia de entidades educativas, entes gubernamentales e iniciativas privadas. Esta ley busca promover el espíritu emprendedor, asignar los recursos públicos y propiciar fondos de inversiones para el apoyo a las nuevas empresas. Gracias a esto, se propició la creación de programas, instituciones y organismos que financien los procesos de emprendimiento de diversa índole.

1.1.1. Fondo Emprender – SENA

El Fondo Emprender es un programa gubernamental para financiar proyectos empresariales de aprendices, practicantes, universitarios o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional. Éste busca apoyar procesos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El fondo facilita el acceso al capital, financiando hasta el ciento por ciento del valor del Plan de Negocios, siempre que no se superen los 224 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes. Los recursos son no reembolsables.

Para el caso específico del emprendimiento cultural, se tienen ciertas dificultades para acceder a estos capitales, en tanto que los formatos y herramientas desarrolladas para tal fin se centran en empresas o emprendimientos de carácter tradicional.

1.1.2. FOMIPYME

Fondo creado por la Ley 590 de 2000, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. La ejecución es de carácter anual con recursos nacionales. La financiación se centra en proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción.

Una de las principales características de este fondo es que las empresas beneficiarias deben estar legalmente constituidas, con un tiempo de existencia mínima de dos años a la fecha de presentación del plan de negocios.

1.1.3. COLCIENCIAS

Busca promover la ciencia, la tecnología y la innovación en el país. Colciencias se encarga de formular, orientar, dirigir, coordinar, ejecutar e implementar la política estatal al respecto y brinda apoyo técnico, financiación, formación e incentivos fiscales. Los recursos otorgados dependen de cada convocatoria, de las cuales pueden participar grupos o centros de investigación que se encuentren inscritos en el escalafón nacional de la entidad.

1.1.4. BANCOLDEX

Es un establecimiento crediticio vinculado al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuyo objetivo es financiar capital de trabajo y activos fijos de proyectos o empresas viables de cualquier tamaño y sector económico. Ofrece apoyo económico a través de varias líneas de crédito, formación empresarial, micro seguros y servicios de operación bancaria internacional. Pueden acceder los proyectos o empresas viables de todos los tamaños y sectores de la economía colombiana. Las líneas de crédito varían entre sí.

1.1.5. FONADE

El FONADE es una empresa estatal que promueve el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, buscando la generación de empleo, el desarrollo regional y nacional, y la integración entre todos los sectores de la economía del país. El apoyo crediticio se otorga a proyectos que apunten al fortalecimiento empresarial y puede ser para empresas, crédito asociativo o constitución de patrimonios autónomos. Se apoya hasta el ciento por ciento del valor, con plazos de pago desde 3 a 5 años. Las ayudas se dirigen a pequeñas y medianas asociaciones que desarrollen actividades empresariales, industriales, agropecuarias, pecuarias, comerciales y de servicios (El Espectador, 2011).

1.2. Sistemas Privados de Financiamiento

1.2.1. Fundación COOMEVA

La Fundación Coomeva realiza actividades de promoción y apoyo de los emprendedores y empresarios a través de programas de formación y apalancamiento financiero. El apoyo se da en creación de empresas, fortalecimiento empresarial y crédito ordinario empresarial. El beneficiario debe ser socio de la cooperativa y debe usar el crédito para el fortalecimiento empresarial, siempre y cuando el capital social sea en un 70 por ciento de socios de COOMEVA. También otorga créditos a socios de la cooperativa con un establecimiento inscrito en Cámara de Comercio y con una antigüedad mínima de 2 años de constitución, declarantes de renta y con un nivel de ingresos anuales superiores a 500 millones de pesos.

1.2.2. Premio Santander

Contribuye al fomento del espíritu empresarial como parte fundamental de la formación profesional, fortalecer la relación universidad–empresa y al impulso de iniciativas que generen desarrollo y competitividad para el país en las categorías Emprendimiento y Ciencia e Innovación.

En Emprendimiento, se otorgan incentivos en Industria y Servicios; el primer puesto otorga 35 millones, el segundo 15. En Ciencia e Innovación se premian las mejores investigaciones en estos campos, otorgando tres premios correspondientes a 60, 25 y 15 millones de pesos.

Los participantes deben hacer parte de instituciones de educación superior que mantengan convenios con el Banco Santander.

1.2.3. Destapa Futuro

Es un programa de inversión social de Bavaria enfocado en la creación y fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas sostenibles, con capacidad de crecer y contribuir al desarrollo económico de las comunidades donde se encuentran. Se ha utilizado para desarrollar ideas de negocio o fortalecer las pequeñas empresas. Es capital semilla no reembolsable.

1.2.4. TIC Américas

Es uno de los programas internacionales de mayor nivel para el apoyo a los emprendedores. Tiene el objetivo de mantener vigente una plataforma de oportunidades para los emprendedores y apoyarlos en el camino de creación de empresa. Ayuda en el desarrollo del plan de negocios, acompañamiento, apoyo tecnológico e implementación de procesos de innovación y creatividad en las nuevas compañías.

1.3. Otras alternativas de financiamiento

Una de las principales lecciones del Simposio *Funding Culture, Managing de Risk*, se centra en la necesidad de identificar y apropiar nuevas formas de acceder a los recursos para la financiación de actividades culturales. Tradicionalmente, la financiación cultural se ha centrado en asistencialismo estatal o en donaciones de empresas privadas; sin embargo, la UNESCO plantea que debe existir una tercera vía, una en la cual confluyan aportes públicos, privados y de la sociedad civil en la cual aparezcan nuevas y mejores ideas que permitan entender la dinámica de la financiación cultural. A continuación, se presentan algunas de las más destacadas formas *alternativas* de financiación.

1.3.1. Responsabilidad Social Cultural

Según la información registrada en el informe de gestión del Ministerio de Cultura entre 2002 y 2010, más de \$197 mil millones de pesos provenientes de la cooperación nacional complementaron los recursos de inversión del Ministerio para sus planes, programas y proyectos durante ese periodo. En 2008, la entidad diseñó y consolidó una estrategia que le permitió generar alianzas tanto públicas como privadas para ejecutar sus iniciativas prioritarias de una manera más efectiva, sostenible y concertada. El diseño de un enfoque de Responsabilidad Social Cultural, que evidenció los beneficios sociales de invertir en proyectos culturales, permitió aunar esfuerzos y compromisos hacia el sector cultural del país por parte de nuevos empresarios, fundaciones, instituciones públicas y gobiernos locales. En la implementación de esta estrategia se realizaron acercamientos con 155 organizaciones privadas con y sin ánimo de lucro; entre 2008 y lo que va corrido de 2011, se concretó una relación de trabajo con 67 de ellas.

El Ministerio ha implementado una estrategia diferenciadora para vincular recursos a sus proyectos. Además de los aportes financieros, también contempla la participación técnica, institucional y humana por parte de cada uno de los actores nacionales. En algunos casos, los aportes a los proyectos son directamente en dinero o especie, como ha sucedido con el Banco de la República, Isagen y Fonade, para citar algunos ejemplos. En otros casos, particularmente de entidades públicas como el ICETEX, el SENA, la Comisión Nacional de Televisión y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (entre otros), se han aunado recursos para la implementación conjunta de programas liderados por el Ministerio de Cultura y de gran incidencia estratégica para el sector.

1.3.2. Eventos de intercambio

Otra fuente para el fortalecimiento de los lazos internacionales es la realización de eventos internacionales en Colombia y la participación del país como invitado de honor en el marco de eventos en el extranjero. Tal estrategia de cooperación representa un eje estratégico de acción para el posicionamiento de la diversidad cultural colombiana. Los eventos internacionales se vienen consolidando como escenarios privilegiados para desarrollar conceptos y programaciones

que reflejan la riqueza y diversidad de las regiones, etnias y expresiones culturales que definen la identidad del país. Asimismo, son una ocasión para construir puentes de entendimiento de la realidad del país desde la cultura; para la búsqueda de espacios de difusión, tiene el propósito de crear espacios externos de circulación y para profundizar la formación y generar nuevos mercados para los productos y servicios culturales colombianos.

En cada uno de los eventos culturales internacionales en los que se ha participado no sólo se ha propuesto una programación artística sino también el desarrollo de una dimensión de negocios para fortalecer las empresas culturales que se están impulsando en el país.

Entre 2007 y 2009, el país ha participado en cinco eventos internacionales como invitado de honor: Feria Internacional del Libro (FIL) de Guadalajara, Festival del Imaginario en París, Feria Internacional del Libro de Chile, Festival Internacional de Cine de Guadalajara y el Folklife Festival del Smithsonian (Washington D.C.) en 2009. Asimismo, se gestionaron cuatro eventos internacionales entre 2010 y 2011 en los que participará como invitados de honor: La Mar de Músicas (España), Les Belles Etrangères (Francia), el Festival Internacional Cervantino (México) y el Folklife Festival del Smithsonian (Estados Unidos) en 2011.

De otra parte, se realizaron en Colombia tres eventos internacionales de gran formato y alcance internacional: el Congreso de la Lengua Española, en 2007, el I Encuentro Iberoamericano Agenda Afro descendiente de las Américas en 2008 y el Seminario Internacional *El Sector Cultural Hoy: desafíos, oportunidades y respuestas*, en 2009. De igual manera, se gestionó y consiguió la sede para Colombia en 2010 de dos de los eventos iberoamericanos más importantes, cuya realización se enmarca en la conmemoración del Bicentenario de la Independencia: el Congreso Iberoamericano de Cultura y la Bienal Iberoamericana de Arquitectura (fuente: <http://www.gestioncultural.org/>. Recursos para la cultura).

1.3.3. Sistema nacional de creación e incubación de empresas

Son incubadoras de empresas con participación social del SENA, sin ánimo de lucro, creadas bajo una alianza de los sectores públicos, privados y educativos. El apoyo se otorga en las fases de preincubación, incubación y fortalecimiento empresarial.

1.3.4. Tecnoparque Colombia

Ofrece herramientas, asesoría, infraestructura y expertos, en un ambiente acelerador y de apropiación tecnológica. Busca desarrollar nuevas iniciativas de productos y servicios que se consoliden en empresas o nuevas líneas de negocio.

1.3.5. Ángeles Inversionistas

Individuos que destinan capitales ociosos a inversiones productivas y con un alto potencial de crecimiento. En ocasiones aportan activos no financieros como la experiencia en el sector, talento, contactos.

1.3.6. Colombia Joven

Fija políticas, planes y programas que contribuyen a la promoción social, económica y política de juventud. Coordina todas las agencias del Estado y organizaciones sociales, civiles y privadas, al tiempo que impulsa la participación joven en el campo económico, político, tecnológico, social y cultural.

1.3.7. Cámaras de Comercio

Las Cámaras de Comercio locales realizan constantemente actividades de apoyo al emprendimiento, y, en algunas ocasiones, apoyan el emprendimiento cultural. Se destacan para el caso la Cámara de Comercio de Bogotá y las Cámaras de Comercio de Medellín y de Medellín para Antioquia.

1.3.8. ENDEAVOR

Fundación de carácter internacional que apoya a emprendedores de alto impacto.

1.3.9. Fundación Corona

Entidad que trabaja en la generación de ingresos para población vulnerable por medio de capacitación técnica, asesoría administrativa y financiera, acceso a capital de riesgo y micro créditos.

1.3.10. Proyecta Colombia

Invierte en la educación para el emprendimiento.

1.3.11. Colombia Aprende

Da reconocimiento al emprendimiento y esfuerzo de los empresarios colombianos que hayan elaborado o estén elaborando el plan de negocios bajo la asesoría de una Fundación, Incubadora, el SENA o Institución de Educación Superior en el marco de la Cátedra CEINFI.

1.3.12. Funding

Recaudación de fondos o recursos para financiar una necesidad, programa o proyecto a través de dinero externo o prestado. Concesión de autoridad a una agencia, departamento o unidad monetaria para contraer obligaciones y pagar por la empresa, a veces con la transferencia de propiedad de los activos a un fideicomiso.

1.3.13. Crowd funding y sistemas colaborativos de financiamiento

También conocido como *crowdfunding* (sic, en erradas utilizations en el español), *crowd financing*, *crowd sourced capital* o *street performer protocol*, el *crowd funding* es una forma directa de financiar proyectos con la suma de aportaciones individuales. Consiste en la cooperación y financiación colectiva de pequeñas cantidades de dinero o apoyos para lograr la financiación de un proyecto cultural que presenta en red un promotor.

1.4. Cooperación Internacional

La cooperación internacional se entiende como las relaciones que se establecen entre personas públicas o privadas colombianas y entidades o personas públicas o privadas extranjeras, dentro del marco de los convenios básicos de cooperación técnica internacional suscritos por Colombia con otros países y organismos internacionales y de los cuales se originan acciones que conllevan a la transferencia de tecnología, habilidades y conocimientos que contribuyen al desarrollo del país. Esta cooperación se establece a través de las embajadas de los diferentes países del mundo en Colombia, instituciones culturales internacionales y bancos de segundo piso. Con datos a 2009, la cooperación internacional en Colombia representa el 0,22% del PIB (DANE) y cifras de nuevos convenios firmados en cooperación regular 2009 dadas por Acción Social.

De acuerdo con el Programa de Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona⁴, las tres etapas de desarrollo de la cooperación internacional son:

- Primera Etapa: Relaciones Unilaterales (one way) o época de la “propaganda cultural”, desde fines del siglo XIX hasta primera mitad siglo XX. Esta etapa implicó difusión hacia otros países de información, ideas y mensajes que benefician al país que las practica.
- Segunda Etapa: Apoyo financiero y acciones de difusión de lenguas y cultura en general en el exterior. Se reduce al apoyo subvencionado de la labor de organizaciones privadas o públicas que desarrollaban acciones de difusión de la lengua y la cultura en el exterior.
- Tercera Etapa: Diplomacia Cultural Bilateral (two way) que en sentido estricto corresponde a la cooperación internacional entre países y se inicia con la creación de organizaciones gubernamentales. No obedece solo a los intereses nacionales, sino que se corresponde con las necesidades y los deseos del país receptor.

- Cuarta etapa: asociada a la política cultural exterior tal como se practica hoy, cuyos fines son:
 - a. Búsqueda del desarrollo: diversidad cultural, desarrollo humano, creatividad, identidad, erradicación de la pobreza.
 - b. Instrumento de paz
 - c. Instrumento de apoyo a la política exterior entre países
 - d. Vehículo para el entendimiento internacional
 - e. Exportador invisible del comercio exterior (intangibles culturales) Esta etapa se caracteriza además por:
 - Generar contenidos intelectuales asociados a una élite cultural,
 - Generar intercambios de personas y de bienes a través de medios tradicionales como exposiciones artísticas, becas educativas, etc.
 - Financiar giras de conjuntos folclóricos, sinfónicos, teatrales, exposiciones, etc.
 - Utilizar medios de difusión de la era digital (cine, radio, televisión, internet, fonogramas, etc.)
 - Suscribir convenios culturales bilaterales (entre dos gobiernos)
 - Crear institutos, casas de cultura o centros de difusión cultural (como la Alianza Francesa el Instituto Cervantes)
 - Exportar productos desarrollados por las industrias culturales nacionales (películas, conciertos musicales, etc.)
 - Difundir la lengua, la ciencia y la tecnología.

De acuerdo con este mismo documento, la tipología de programas culturales susceptibles de financiación son:

- Fondos para programas culturales/sociales que promueven el acceso a la cultura y la participación
- Fondos para la conservación del patrimonio cultural, apoyo para investigaciones y/o puesta en valor y restauración
- Fondos para archivos, bibliotecas y su digitalización
- Fondos para educación y promoción de habilidades sociales, artísticas y culturales
- Fondos para la articulación de territorios y fortalecimiento de la gestión de los gobiernos locales, incluido el eje cultural
- Fondos para obtener acreditaciones internacionales, sellos, marcas de calidad, etc.
- Fondos para la capacitación de profesionales (becas, capacitaciones, pasantías, buenas prácticas, premios)
- Fondos para el intercambio cultural entre ciudades y regiones a través de la participación en festivales o el traslado de compañías en las áreas de artesanía, artes visuales, audiovisuales, grupos folclóricos, teatro, danza, entre otros.

De igual manera, los tipos de fuentes de financiamiento para la cultura, son:

- A fondo perdido a terceros (auspicios)
- A fondo perdido al Estado (nacional o local)
- Préstamos o fondos reembolsables (a terceros y al Estado)
- Canje de deuda (Estado a Estado)
- Financiamiento en servicios (se cubren gastos directamente)
- Financiamiento a través de la participación de expertos.

El documento de la Universidad de Barcelona, determina los siguientes tipos de organismos de la cooperación cultural internacional:

I. Cooperación Cultural de Organismos Multilaterales

- Organismos integrados por los estados asociados a las Naciones Unidas.
- Generan políticas de fomento y normas de protección.
- Apoyan en el registro, control y conservación del patrimonio cultural
- Brindan cooperación técnica y financiera (proyectos y programas y asesoría técnica)
- Apoyan en la difusión y promoción cultural

Ejemplos:

- UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura)
- Comité del Patrimonio Mundial y Centro del Patrimonio Mundial (ambos de UNESCO)
- ICCROM (Centro Internacional de Estudios de Conservación y Restauración de los Bienes Culturales)
- ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios)
- ICOM (Consejo Internacional de Museos)
- OCPM (Organización de las Ciudades del Patrimonio Mundial)
- CRESPIAL (Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina)
- OEI (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura)
- OEA (Organización de Estados Americanos)
- CAB (Convenio Andrés Bello)
- Centro Cultural del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
- Oficina Europaid de la Comisión Europea

II. Cooperación Cultural Bilateral

- Cultura o los Ministerios de Relaciones Exteriores.

A través de los Ministerios de Relaciones Exteriores se promueve la difusión de la lengua y la cultura de los países (Alianza Francesa, Consejo Británico, Institutos Norteamericanos, Instituto Camoes, Instituto Cervantes, etc.)

- Convenios y Memorándums para la protección del patrimonio cultural (evitar tráfico ilícito de bienes culturales sobretodo entre países fronterizos)
- Acciones de promoción cultural impulsados por las Embajadas in situ (invitaciones a artistas, organización de muestras, participación en ferias, etc.)
- Cooperación bilateral a través de las agencias de cooperación, tales como:
 - Cooperación japonesa www.jica.co.jp
 - Cooperación Técnica Alemana (GTZ) www.gtz.de
 - Cooperación Italiana www.esteri.it
 - Agencia Francesa de Desarrollo (AFD) www.afd.fr
 - Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) www.aeci.es

III. Cooperación Cultural Regional

- Países que se asocian en bloques económicos – geopolíticos y que generan un espacio de cooperación en todos los campos.
- Se generan acuerdos y normativas que solo rigen para los países integrantes de dicho bloque.
- Reuniones periódicas técnicas o políticas

Ejemplos:

- CAN (Comunidad Andina de Naciones)
- Mercosur Cultural
- CAF (Corporación Andina de Fomento)

IV. Cooperación Cultural Privada: Fundaciones, ONGs

- Instituciones como la World Monument Fund (EE.UU), ONG HIVOS (Países Bajos), Fundación Ford, Fundación Bill Gates, Fundación Getty, Fundación Rockefeller, Fundación Coca-Cola, Fundación Telefónica, etc.

El trabajo de estas instituciones puede inscribirse también dentro del campo de la responsabilidad social internacional en tanto algunas pueden al mismo tiempo, estar recibiendo ganancias de sus empresas (Ejemplo: Telefónica).

V. Otras formas de Cooperación Cultural: Premios, reconocimientos, etc.

- Premio de Conservación del Patrimonio Cultural Reina Sofía
- Premio Príncipe Asturias
- Becas de estudios, estancias de investigación (becas de la Fundación Carolina, Becas MAEC, Becas Ford, Becas Fullbrighth, etc.)

⁴ http://www.gestioncultural.org/cc_guia_financiacion.php

Ver lista completa de Agencias Gubernamentales, Centros Culturales,, Redes Internacionales y Ongs de Cooperación Internacional en Anexo 11.

Específicamente en Colombia, la experiencia en cooperación internacional del Ministerio de Cultura en los últimos años ha dado pasos de gigante. En el periodo comprendido entre 2007 y 2010, el Ministerio pasó de tener un promedio de 20 socios bilaterales al año a más de 60, entre los que se cuentan organismos descentralizados. En consecuencia, es posible afirmar que el Ministerio ha manejado su posicionamiento en la agenda de los cooperantes internacionales al entender mejor cómo insertar sus planes, programas y proyectos en los intereses prioritarios de la cooperación, y evidenció el estrecho vínculo que existe entre cultura y los procesos de desarrollo y cohesión social. Esta inclusión ha permitido logros sustanciales a nivel de cooperación bilateral y ha dado herramientas de trabajo a las diferentes empresas culturales para la presentación y fortalecimiento de sus servicios, productos y proyectos, ofreciendo a través de las experiencias un panorama de conocimiento que se presenta a continuación:

Para Japón, por ejemplo, las infraestructuras públicas cuentan con un valor esencial como puntos de encuentro para las comunidades. Adicionalmente, las bibliotecas tienen una relevancia especial dentro de los procesos educativos y de crecimiento de niños y jóvenes. A partir de ese entendimiento, el Ministerio de Cultura colombiano ha concretado una apuesta que se ha traducido en la construcción de más de 106 bibliotecas en los últimos siete años y se ha consolidado como el principal cooperante financiero bilateral, con el 35% del total de los recursos de cooperación internacional en el periodo. Por su parte, España le ha apostado a una aproximación que cada vez vincula más a la cultura con el desarrollo. Esto se ve reflejado en el apoyo que dicho país ha ofrecido al Ministerio, al dar dinero a un 20.87% de los proyectos que se han formulado y presentado al mismo. Estados Unidos le apostó a la comunicación radial como mecanismo para la construcción de un diálogo intercultural y democrático a través de su apoyo al Programa Radios Ciudadanas. China realizó donaciones de instrumentos musicales para el Plan Nacional de Música para la Convivencia, lo cual benefició a 17 municipios. Recientemente, Corea se ha venido ubicando como uno de los socios que mayores potenciales tiene hacia el futuro, gracias al apoyo concedido a proyectos como el de Digitalización y Conservación del Patrimonio Documental de la Biblioteca Nacional y el apoyo a las Escuelas de Formación Musical en el Pacífico colombiano, con aportes en el último año de más de 2 millones de dólares.

En cuanto a los vínculos de cooperación con los organismos multilaterales, durante estos siete años se consolidaron los programas IBER, particularmente Ibermedia e Iberescena, como los dos mecanismos más efectivos para el apoyo de proyectos culturales de coproducción en sus sectores correspondientes. En promedio, Colombia recibió el equivalente a cuatro veces el valor de sus aportes a estos fondos. Por otra parte, se han realizado acciones con el sistema de las Naciones Unidas, particularmente a través de la UNESCO, OIM y el PNUD, y se han construido relaciones con otros cooperantes como la OEI, la Unión Europea y la Corporación Andina de Fomento.

Uno de los socios que de manera más decidida ha incorporado la gestión cultural en la agenda de desarrollo ha sido el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Su apuesta por el emprendimiento cultural como factor de desarrollo social y económico de las comunidades tiene un gran potencial a través de las comunidades y por medio de recursos financieros no reembolsables a los clústeres de industrias culturales de Cali, Cartagena y Popayán, con recursos cercanos a los 5 millones de dólares, así como el apoyo a los emprendimientos de la Red de Mujeres Afrocolombianas.

Por otra parte, en términos de cooperación internacional, se encuentra la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional, creada por el Gobierno Nacional mediante el Decreto 2467 de 2005 que fusionó la Agencia Colombiana de Cooperación Internacional (ACCI) y la Red de Solidaridad Social (RSS) con el fin de coordinar, ejecutar y promover políticas, planes y programas integrales y participativos, de cooperación internacional para el desarrollo y de gestión social, para contribuir a la superación de la pobreza de colombianos afectados por la violencia y en condiciones de vulnerabilidad.

En este orden, Acción Social tiene bajo su responsabilidad la coordinación y promoción de la cooperación nacional e internacional, así como técnica y financiera no reembolsable, que recibe y otorga el país. A grandes rasgos, la gestión se basa en la generación de desarrollo social y aporta a los sectores de la economía en general que contribuyen al desarrollo del país en diferentes temas.

1.5. Fuentes de Financiación propuestas por la Ruta para el Emprendimiento Innovador.

Un resumen de las fuentes de financiación para el emprendimiento en general, la entrega el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del programa: Ruta para el Emprendimiento Innovador⁵. Éstas son:

1.5.1. Fondos de capital emprendedor

1. Fondo Acceso

Busca pequeñas y medianas empresas con mínimo 2 años de existencia y un producto o servicio posicionado en el mercado y ventas superiores a \$200 millones anuales.

*Contacto: www.fondoacceso.com (<http://www.fondoacceso.com>) Tel: (1) 805 00 68, 805 00 74, Bogotá.

2. Fondo de Capital IGNIA

Apoya empresas en etapa temprana con alto impacto social, cuyo éxito generará el desarrollo de nueva industria.

*Contacto: <http://www.ignia.com.mx> (<http://www.ignia.com.mx>)

3. *Fondo Inversor*

Mipymes con perspectivas de generar empleo, vocación exportadora y alto componente de innovación tecnológica.

*Contacto: (1) 313 98 00 Ext. 1105 - 1250 y crodriguez@bvc.com.co
(<mailto:crodriguez@bvc.com.co>).

4. *Fondo de Cofinanciación de Ángeles Inversionistas*

Multisectorial.

*Contacto: (2) 333 00 00 Ext. 31202 - 31805, Cali.

1.5.2 **Ángeles inversionistas**

1. *Capitalia Medellín*

Proyectos y empresas en etapa temprana en sectores de clase mundial definidos por Mincomercio.

*Contacto: (4) 444 66 44 Ext. - 116.

2. *Ángeles Inversionistas Bavaria*

Emprendimiento de alto potencial en sectores de clase mundial definidos por Mincomercio.

*Contacto: (1) 638 90 00 Ext. 19047.

3. *Red de Ángeles Inversionistas de Santander*

Proyectos y empresas en etapa temprana, en sectores de clase mundial definidos por Mincomercio.

*Contacto: 670 06 70, www.bucaincu.org (<http://www.bucaincu.org>) , Bucaramanga.

1.5.3. **Fondos estatales**

1. *Fondo Emprender*

Realiza convocatorias con el fin de que los interesados presenten sus proyectos para que sean cofinanciados. Se entregan entre 5 y 80 millones de pesos.

*Contacto: www.fondoemprender.com (<http://www.fondoemprender.com>) .

2. *Fomypime*

Busca cofinanciar programas proyectos y actividades para el desarrollo empresarial y tecnológico de las Mipymes. Por medio de convocatorias se dan a conocer los sectores que apoya la entidad para que se presenten los proyectos.

*Contacto: www.mincomercio.gov.co (<http://www.mincomercio.gov.co>),

(1) 606 76 76 Ext. 2455.

3. *Fondo Francisco José de Caldas*

Promueve las políticas públicas para fomentar la ciencia, tecnología e innovación en Colombia.

Financiación a proyectos o empresas en etapa temprana, y empresas de base tecnológica.
*Contacto: (1) 344 34 60 Ext. 3057.

4. APPS.CO

Invierte en fondos de capital que tienen dentro de su política de inversión participar en empresas de tecnología en etapas muy tempranas, que trabajan en desarrollo de aplicaciones tecnológicas.

*Contacto: (1) 344 34 60 Ext. 3057.

1.5.4 Crédito

1. *Secretaría de estado de Suiza para asuntos económicos*

Promueve inversiones en tecnologías más limpias que contribuyan al desarrollo sostenible.

*Contacto: (4) 232 23 23. carolina.velez@cnpml.org (<mailto:carolina.velez@cnpml.org>),
www.cnpml.org (<http://www.cnpml.org>) , www.lineadecreditoambiental.org (<http://www.lineadecreditoambiental.org>)

2. *Finamérica*

Servicio a la población menos favorecida y para fomentar y desarrollar las microempresas.

*Contacto: www.finamerica.com.co (<http://www.finamerica.com.co>)

3. *Banca de las Oportunidades*

Crédito para familias de menores ingresos, micro, pequeñas y medianas empresas.

*Contacto: www.bancadelasoportunidades.gov.co
(<http://www.bancadelasoportunidades.gov.co>)

4. *Finagro*

Financia las actividades de producción y comercialización del sector agropecuario.

*Contacto: www.finagro.gov.co (<http://www.finagro.gov.co>)

5. *FIMSA*

Créditos a microempresarios y a personales naturales.

*Contacto: (1) 642 05 95, www.fimsa.com.co (<http://www.fimsa.com.co>)

6. *Fundación Coomeva*

Crédito para crear nuevas empresas, fortalecimiento empresarial, etc.

*Contacto: (1) 331 48 42 / 43, www.fundacioncoomeva.com.co
(<http://www.fundacioncoomeva.com.co>)

7. *Fundación Mundo Mujer*

Acceso al crédito y otros servicios financieros para las mujeres.

*Contacto: www.fmm.org.co (<http://www.fmm.org.co>)

8. *Bancamía*

Acceso a productos y servicios financieros especializados para microempresarios y población de bajos ingresos.

*Contacto: www.bancamia.com.co (<http://www.bancamia.com.co>)

9. *Actuar Famiempresas*

Ofrece créditos, asesoría y capacitación para la creación de microempresa.

*Contacto: (6) 872 18 88, www.actuarcaldas.org (<http://www.actuarcaldas.org>)

10. *Oportunidad Latinoamericana Colombia*

Otorga microcréditos a microempresarios de sectores marginados

*Contacto: (1) 278 77 00 - 78 53 33, www.olc.org.co (<http://www.olc.org.co>)

11. *Bancolombia emprendedor*

*Contacto: (1) 343 00 00, www.grupobancolombia.com (<http://www.grupobancolombia.com>)

12. *Banco Agrario*

*Contacto: www.bancoagrario.gov.co (<http://www.bancoagrario.gov.co>)

13. *WWB Colombia*

Crédito a microempresarios y microempresarias de escasos recursos, preferiblemente a la mujer.

*Contacto: www.fwwbcol.org (<http://www.fwwbcol.org>) , (2) 608 39 99 y 01 8000 515 656.

14. *Incentivo a la innovación tecnológica*

Genera un incentivo a los proyectos que han sido aprobados por Colciencias.

*Contacto: www.bancóldex.com

15. *Banco Procredit*

Crédito a la micro, pequeña y mediana empresa.

*Contacto: www.bancoprocredit.com.co (<http://www.bancoprocredit.com.co>)

1.5.5. Garantías de crédito

1. *Fondo Nacional de Garantías*

Acceso al crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el otorgamiento de garantías.

*Contacto: www.fng.gov.co (<http://www.fng.gov.co>) , (1) 323 90 00.

2. *Fondo Agropecuario de Garantías*

Respalda los créditos otorgados a los pequeños usuarios, empresas asociativas y

⁵ <http://www.lapatria.com/story/63-fuentes-de-financiacion-para-escoger>

comunitarias, que no pueden ofrecer las garantías exigidas ordinariamente por los intermediarios financieros.

*Contacto: www.minagricultura.gov.co (<http://www.minagricultura.gov.co>)

1.5.6. Banca de segundo piso

1. Bancóldex

Servicios financieros para empresas de comercio exterior como para las dedicadas al mercado nacional.

*Contacto: www.bancoldex.com (<http://www.bancoldex.com>) , y (1) 382 15 15.

2. Finagro

Financia las actividades de producción y comercialización del sector agropecuario.

*Contacto: www.finagro.com.co (<http://www.finagro.com.co>)

3. Findeter

Financia proyectos en infraestructura regionales mediante créditos a entidades públicas como privadas.

*Contacto: (1) 623 03 11 - 623 03 88. www.findeter.gov.co (<http://www.findeter.gov.co>)

1.5.7. Concursos

1. Destapa Futuro

Apoyo al emprendimiento, mediante un programa que impulsa emprendedores del país para transformar sus ideas y actividades en empresas autosostenibles.

*Contacto: www.bavaria.com.co (<http://www.bavaria.com.co>) y www.redemprendedoresbavaria.net (<http://www.redemprendedoresbavaria.net>)

2. Ventures

Busca promover el emprendimiento, atraer capital y generar empleo.

*Contacto: www.ventures.com.co (<http://www.ventures.com.co>)

3. Google project 10 to the 100

Se buscan ideas para cambiar el mundo, mediante el desarrollo de un proyecto con impacto social en varias categorías.

*Contacto: www.project10tothe100.com (<http://www.project10tothe100.com>) y www.google.com/onceuponatime/project10tothe100/ (<http://www.google.com/onceuponatime/project10tothe100/>)

4. Innova

El Ministerio de Comercio apoya a las micro, pequeñas y medianas empresas innovadoras del país que se destaquen por la generación de conocimiento, talento, creatividad y actitudes empresariales.

*Contacto: www.mincomercio.gov.co (<http://www.mincomercio.gov.co>)

5. *Experiencia en innovación*

Iniciativa de la Cepal para identificar, evaluar y dar reconocimiento a las experiencias más innovadoras.

*Contacto: www.cepal.org (<http://www.cepal.org>)

6. *BID Challenge*

Brinda asesoría de consultores holandeses y colombianos online para proyectos y conexión con inversionistas.

*Contacto: www.bidnetwork.com/colombia (<http://www.bidnetwork.com/colombia>)

7. *Global Acceleration Program*

Programa de aceleración y búsqueda de inversión internacional para pymes basadas en TIC □s.

*Contacto: www.globalaccelerationprogram.com
(<http://www.globalaccelerationprogram.com>) y www.pyksis.com (<http://www.pyksis.com>)

8. *TIC América*

Premia negocios y acelera el proceso de incorporación en el mercado de jóvenes empresarios.

*Contacto: www.ticamericas.net (<http://www.ticamericas.net>)

1.5.8. Fondos de capital privado Infraestructura

1. *Fondo de Infraestructura Colombia Ashmore*

Empresas en crecimiento, con más de un año en el mercado y ventas con alto crecimiento.

*Contacto: (1) 312 27 26, 347 08 74, 347 06 49.

2. *Fondo de Infraestructura en Transporte FINTRA*

Empresas en crecimiento, con más de un año en el mercado y ventas con alto crecimiento.

*Contacto: (1) 745 63 00 Ext. 2555.

3. *Nexus Infraestructura*

Empresas en crecimiento y maduras, con alto potencial de crecimiento y proyectos que involucren tecnología de punta.

*Contacto: (1) 321 98 38.

1.5.9. Multisectorial

1. *Tribeca Fund I*

Con interés en servicios, consumo masivo, salud, industria de bienes suntuarios, micromercados; energía e hidrocarburos; comunicación; bienes y servicios industriales.

*Contacto: (1) 490 00 40.

2. *Altra*

Con interés en cosméticos y aseo personal, servicios, consumo masivo, outsourcing -BPO, hotelería y turismo, biocombustibles, servicios financieros. Empresas en crecimiento y maduras.

*Contacto: (1) 325 24 40.

3. *Aureos Colombia*

Con interés en pequeñas y medianas empresas, y empresas en crecimiento y maduras en servicios, tecnología, manufactura, logística, agroindustria, petróleo y gas.

*Contacto: (1) 637 25 00.

4. *Escala Capital*

Enfoque en empresas en crecimiento o maduras en sectores como servicios de ingeniería especializada, salud, agroindustria, implementos de seguridad y defensa, logística, químicos, tratamiento y aprovechamiento de residuos. *Contacto: (4) 448 45 11.

5. *Transandino Colombia*

Enfoque no exclusivo en en pequeñas y medianas empresas, y empresas en crecimiento y maduras en servicios financieros, logística, turismo, comercio al detal, servicios petroleros, otros servicios.

*Contacto: (1) 635 23 99.

6. *Colombian Enterprise Fund*

Crecimiento y expansión de grandes empresas con énfasis en el sector industrial.

*Contacto: (1) 642 21 68.

7. *Millenium Fund*

Crecimiento y expansión de grandes empresas con énfasis en el sector industrial.

*Contacto: (1) 642 21 68.

8. *Arcadia*

Inversiones en empresas con alto potencial, medianas y grandes, en comercio, manufactura liviana y servicios.

*Contacto: (1) 742 40 59 Ext. 104.

9. *Genesis ABI*

Crecimiento y expansión de empresas de transporte, infraestructura, energía, logística y comercio exterior.

*Contacto: (1) 321 48 21.

10. *Gem Colombia*

Con enfoque en empresas con varios años de variaciones en “retail”, productos de consumo masivo, servicios y energía.

*Contacto: (1) 255 91 01.

11. El Dorado Colombia

Énfasis en empresas medianas en exploración de petróleo, gas y minería, capital de riesgo, tabaco, licores y juegos azar.

*Contacto: 316 478 5324, Cali.

12. Progres Capital

Enfoque en ciencias de la salud, biotecnología, tecnologías de la información y comunicaciones, servicios de ingeniería aplicada. Empresa debe tener un prototipo probado o producto con potencial comercial.

*Contacto: (4) 448 45 11.

13. Fondo Biocomercio

Enfocado en temas ambientales y ofrece crédito, factoring e inversión.

*Contacto: (1) 283 99 31 y info@fondobiocomercio.com
(mailto:info@fondobiocomercio.com)

14. Fondo de Capital de Riesgo Coomeva

Con énfasis en sector cooperativo, salud, recreación, financiero, turismo, tecnología, comercialización de productos.

*Contacto: (2) 333 00 00 Ext. 31202 - 31805 - 31808.

1.5.10. Energético

1. Tribeca Recursos Naturales

Con enfoque en empresas mineras en crecimiento, con más de un año en el mercado y ventas con alto crecimiento.

*Contacto: (1) 490 00 40.

2. Green energy and environment

Énfasis en biocombustibles, pequeñas hidroeléctricas, reducción de emisiones, energía solar, energía eólica, biomasa.

*Contacto: (1) 486 33 32.

3. Cerrito Capital energy opportunity fund

Enfoque en hidrocarburos, energía y minería.

*Contacto: (1) 642 12 89 y 642 12 90.

1.5.11. Salud

1. Tribeca Homecare Fund

Empresas en crecimiento, con más de un año en el mercado y ventas con alto crecimiento.

*Contacto: (1) 490 00 40.

1.5.12. Inmobiliario

1. Inmobiliario Colombia

Activos inmobiliarios o proyectos inmobiliarios.

*Contacto: (4) 404 18 74.

2. Fondo IA Capital

Interés en el sector hotelero y casas de la tercera edad.

*Contacto: (1) 634 63 55.

1.5.13. Audiovisual

1. Fondo Cine Hispanoamericano

Proyectos de contenido audiovisual de cine con potencial internacional o desarrollo de contenido original.

*Contacto: (1) 3453421.

Entrevistas con los expertos.

Ana Cecilia Cissi Montilla Rúgeles

Oportunidades de negocio

“Los intangibles en Colombia son una oportunidad de negocio latente para las industrias culturales en Colombia. Un ejemplo de Colombia en materia de intangibles, es la industria Musical que es reconocida a nivel mundial.”

Sostenibilidad de las industrias culturales

“El uso de las tecnologías de la información, y la comunicación, y herramientas como las redes sociales, y el uso del internet, son elementos que deben explorarse aún más para las industrias culturales.”

“El fortalecimiento del emprendimiento cultural, por parte del gobierno nacional a través de herramientas para el sector cultural.”

Políticas para el Sector Cultural

“En México han desarrollado políticas de fortalecimiento en capacitación para empresas culturales en aspectos relacionados con la formulación de proyectos (análisis técnico, financiero, mercados, etc.), lo cual ha permitido mejorar las capacidades de los emprendedores y la formulación de sus proyectos.”

Financiación del Sector Cultural

“La combinación de varias modalidades de financiación, y la cooperación internacional son modalidades efectivas para la financiación de la cultura.”

Redes

“Instituciones como la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Instituciones Japonesas, y el Centro Cultural del Banco Interamericano de Desarrollo (CID), son entidades que han aportado al desarrollo, fortalecimiento, y promoción de la cultura en Latinoamérica.”

Fortalecimiento

“Cambiar la percepción de los potenciales financiadores es importante para el fortalecimiento del sector. Se deben formular nuevos mecanismos que permitan medir los resultados de los proyectos de una manera cualitativa y cuantitativa.”

Álvaro Abitia

Oportunidades de negocio

“El concepto y la aplicación de la economía creativa a la cultura es una oportunidad para mejorar el negocio de las empresas culturales.”

Sostenibilidad de las industrias culturales

“La definición de la visión empresarial y de políticas para el sector cultural son parte esencial para darle un rumbo claro y responsable al sector.”

Políticas para el Sector Cultural

“El fortalecimiento de las redes, la conformación de gremios, la creación de procesos de alfabetización, y la muestra de experiencias exitosas a nivel local e internacional hacen parte de algunos de los insumos para la generación de políticas que fortalezcan el sector cultural.”

“Existen casos crecientes en políticas para el sector cultural. Uno de ellos es India, quienes han trabajado en la creación de un portafolio creativo de país.”

Financiación del Sector Cultural

“La clave para incrementar los niveles de financiación del sector está en la creación y fortalecimiento de las redes, la implementación y el uso de nuevas tecnologías, y el incremento de los niveles de alfabetización.”

Cedric David

Oportunidades de negocio

“La industria musical en Colombia es una oportunidad de negocio para el sector cultural.”

Sostenibilidad de las industrias culturales.

“La diversificación en los servicios que ofrecen las empresas culturales juega un papel fundamental en la sostenibilidad, ya que hay conocimiento en las empresas que pueden convertirse en activos intangibles y, posteriormente, servicios que generen ingresos adicionales a las organizaciones.”

Políticas para el Sector Cultural

“Se debe promover la creación y el fortalecimiento de políticas para el sector, desde las secretarías de cultura de alcaldías y gobernaciones. Las cámaras de comercio pueden jugar un papel fundamental en el sector, ya que conectarían el sector de manera directa con el mundo empresarial.”

Financiación del Sector Cultural

“El desarrollo de modelos para explotar los servicios de las empresas del sector, con el soporte de instituciones del gobierno, como en el caso de Colombia, Proexport y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quienes tienen programas especializados para la promoción, fortalecimiento, y financiación de las industrias creativas en Colombia.”

Redes

“CIRCULART, la plataforma cultural para las artes escénicas y la música.”

Fortalecimiento del Sector Cultural

“La economía creativa, como una potencialidad del sector cultural, promueve nuevas formas de involucrar a la sociedad, y el público en general, con la expresión de la cultura.”

Fernando Vicario

Fortalecimiento del Sector Cultural

“Pobre y débil formulación de los proyectos. La formulación responde más a ilusiones y resta credibilidad.”

“Constante y permanente sensación de que el sector cultura es incumplido: no maneja cronogramas, presupuestos, planes, entre otros.”

“Poca estabilidad y continuidad de los proyectos.”

“Búsqueda de financiación enfocada a procesos.”

Gerardo D. Neugovsen

Oportunidades de negocio

“Estamos en la era del conocimiento, por lo tanto, se debe tener en cuenta las fuentes de productividad, la generación de conocimiento, el procesamiento de información, y la comunicación simbólica.”

Sostenibilidad de las industrias culturales

“Hay un cambio de paradigma con respecto a la sostenibilidad del sector, y es la visión del mismo desde la lógica de la abundancia.”

Políticas para el Sector Cultural

“Más que políticas, se podrían implementar acciones para el desarrollo del sector dirigidas a nuevos modos de comunicación, creación, producción, comercialización, distribución, captura y transferencia de valor.”

Financiación del Sector Cultural

“Para fortalecer la financiación del sector, se debería crear nuevos modelos mentales para el sector, uso de la modalidad de mecenazgo y donaciones, presentar proyectos, con proyección económica teniendo en cuenta la valoración de los recursos intangibles como generadores de riqueza económica, bienestar social y desarrollo sustentable.”

Redes

“El fortalecimiento de las redes se podría realizar a través del intercambio de ideas y proyectos, donde el papel de cada actor es compartir su conocimiento para el beneficio de los involucrados en el proceso de desarrollo.”

Fortalecimiento del Sector Cultural

“La era de la razón impone el pensamiento único basado en las ideas. De este aporte del determinismo científico debe tomar la fórmula para acceder al financiamiento de manera equivalente; por esto yo hablo de las industrias culturales, pasando de una visión del sector desde la escasez, pasando a una visión desde la abundancia. Es importante trabajar en pasar del artista pobre al gestor cultural.”

Juan Carlos Gaitán

Oportunidades de negocio

“La cultura desde la base de la pirámide, como elemento innovador para las empresas culturales.”

Sostenibilidad de las industrias culturales

- Convocatorias, recursos en general, premios.
- Visión de negocios de los proyectos culturales.

Políticas para el Sector Cultural

“En Colombia actualmente existen políticas para la financiación de sectores como el cultural, a través del Departamento Nacional de Ciencia y Tecnología - Colciencias. Sólo que debe presentarse los proyecto de forma organizada, y sistemática, y evitar los romanticismos en la formulación de proyectos.”

Participación en Convocatorias

“Participación en ruedas de negocio, ya que se convierte en un espacio para encontrar potenciales clientes.”

Redes

“Red de Promotores Culturales de Latinoamérica y el Caribe.”

Fortalecimiento del Sector Cultural

“Realizar estudios para identificar la oferta y la demanda de productos y servicios del sector cultural en Colombia.”

Lala Deheinzelin

Oportunidades de negocio

“Los intangibles son una oportunidad, no sólo para Colombia sino para Latinoamérica, por lo que deben unirse como sector para impulsar el desarrollo de la Cultura en Latinoamérica.”

“Es importante cambiar paradigmas en la forma en cómo funciona la industria cultural.”

Sostenibilidad de las industrias culturales

- Desarrollar espacio de trabajo colaborativo.
- Desarrollar procesos de innovación.
- Desarrollar y aplicar el concepto de economía creativa.

Financiación del Sector Cultural

“Un camino interesante para la financiación en Latinoamérica es el crowdfunding.”

“Plantear indicadores no solamente dirigidos a los resultados de las empresas culturales, sino también a mostrar el impacto económico, social, financiero, entre otros.”

“Cambiar el lenguaje y el discurso de la cultura.”

“La economía creativa, puede utilizarse como una herramienta para romper los prejuicios con respecto a la financiación del sector cultural.”

Redes

“El modelo de los consorcios es una de las figuras para la financiación del sector, ya que a través de éstas se pueden acceder a altas fuentes de financiación, que al igual son complejas, pero si lo hacen otros sectores, también puede aplicarse en la cultura.”

Fortalecimiento del Sector Cultural

“Cambiar la imagen que tiene la gente con respecto a la cultura, para lo cual y comienza a aplicar un nuevo concepto de economía creativa.”

Rafael Morales Astola

Oportunidades de negocio

“Entender la cultura como negocio es un primer paso para eliminar paradigmas con respecto al sector cultural.”

“Realización de planes de negocio como proceso económico.”

“El estado como financiador a través de sus políticas nacionales.”

“Creación de política de mecenaje (*sic*).”

Espíritu del emprendedor

“Pensar en el gran público cuando se realice los emprendimientos culturales, ya que crean fidelidad.”

“Restitución del producto cultural con la taquilla.”

Sostenibilidad de las industrias culturales

“Los productos y servicios que ofrezcan las empresas culturales deben atender el público objetivo directo al que se dirige la obra.”

Políticas para el Sector Cultural

“Existencia de una ley de mecenaje (*sic*) para que las empresas privadas apoyen el sector.”

“Financiación del Sector Cultural.”

“Financiación a través de recursos del estado.”

“Realización de planes de negocio para la presentación en convocatorias.”

“Crowdfunding (*sic*)”

“Crédito y microcrédito soportado en la generación de empleo.”

Redes

“La Red Latinoamericana de Industrias Culturales debería ser portavoz de todas las demandas y necesidades del sector.”

Silvia Villar

Políticas para el Sector Cultural

“Incentivos fiscales por el apoyo a proyectos en el sector cultural: disminución del impuesto de renta.”

Financiación del Sector Cultural

“Principales fuentes en Iberoamérica son los fondos públicos. Generalmente son subvenciones a través de convocatorias abiertas.”

“Financiación a través de los incentivos fiscales, que permita a las grandes empresas invertir en cultura y recibir beneficios.”

Fuentes de Cooperación Internacional.

“Uno de los factores que influyen para patrocinio es llevar el proyecto bien estructurado, escrito y con buen lenguaje, saber lo que quieres, definir la contraprestación y sobre todo debe ir a presentarlo quien más sepa de este, alguien con presencia y agilidad, que tenga empatía con el inversionista, una persona con habilidad social.”

Redes

“Red de Museos de AECID.”

2.1. Conversatorio en Madrid, España

Se presenta a continuación la transcripción del conversatorio, celebrado en Madrid el 16 noviembre de 2011, en el cual se contó con la participación de Fernando Vicario, Silvia Villar, entre otros expertos en financiación del sector cultural.

Introducción del conversatorio

Fernando Vicario (F.V.): El tema de fortalecer los eslabones de la cadena de emprendimiento del sector cultural, debe revisarse a la luz de tres factores, que en este momento son débiles:

Pobre y débil formulación de los proyectos de carácter cultural, que se alejan de la realidad, y que además les resta credibilidad.

Constante y permanente sensación de que el Sector Cultural es incumplido, con respecto a los tiempos de entrega, los cronogramas.

Poca estabilidad y continuidad de los proyectos.

Con respecto a lo anterior, y conociendo casos de sectores como salud, agricultura, educación, entre otros, en los cuales se financian procesos, permite que por ejemplo proyectos de Responsabilidad Social, financie proyectos específicos y dirigido a procesos. La diferencia entre proyectos dirigido a procesos, y aquellos que no, por dar un ejemplo específico, es la realización de un parque dirigido a dinamizar una vida colectiva, a comparación de una obra de Claquet y Malabares en la cual, para dicha presentación, si no es una obra en la que el público potencial esté interesado, no generará el impacto requerido, entonces, por esto último, se dice que no hay sostenibilidad en los procesos.

La débil formulación, la falta de seriedad y de continuidad en los procesos, son factores que han influido en la escasez de financiación el sector cultural. Para solucionar esto, primero, se debe elaborar un discurso en el sector que se vaya a trabajar, es decir si se va a trabajar en música remitámonos al caso que todos conocemos, el caso del Dr. José Antonio Abreu, venezolano, el cual presentó un proyecto ante el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y es considerado como un caso de éxito en la búsqueda de financiación de proyectos en el Sector Cultural. El proyecto lo enfocaron para evitar la deserción escolar, y para trabajar ante la delincuencia creciente de los jóvenes en Venezuela, para lo cual, llevaron dos estudios y lo presentaron ante el BID, uno de ellos fue cuánto le cuesta al país la deserción escolar de la población en Venezuela. A partir de este estudio de deserción, presentan un segundo estudio dirigido a la implicación de los jóvenes en la violencia, en el cual hacen referencia cuanto deja de generar en términos económicos la zona donde se genera la violencia, con estos dos estudios le dicen al BID que van a solucionar un problema social a través de un Sistema de Orquestas, con lo cual el BID acepta y aprueba los

recursos para la financiación, adicionalmente era un proyecto el cual tenía claramente diseñado el modelo de sostenibilidad, y así otorgaron un presupuesto por USD\$200 millones durante 15 años, durante los cuales cada año de ejecución presentan informe de ejecución con indicadores de impacto y resultados.

Este tipo de proyectos también los realizan sectores como educación, salud, medio ambiente, pero en el Sector Cultural no es común encontrar este tipo de proyectos.

Por lo anterior, el planteamiento ahora, no es identificar que organizaciones se van a visitar para ofrecer servicios y productos culturales, sino determinar el discurso y el tipo de financiador que se va a buscar, ya que no es comparable una organización del área de comunicaciones, con una del área de la energía.

Los planteamientos de Fernando Vicario, se complementan con las apreciaciones de Silvia Villar (S.V.), quién también opina acerca de lo que le hace falta al sector cultural para la búsqueda de financiación.

SV: tenemos muy poca habilidad, y formación en poder entender la transversalidad, y medir los impactos de un proyecto. Generalmente en cultura, al momento de solicitar financiación una de las preguntas por parte del potencial financiador es ¿qué recibo a cambio?, esta respuesta siempre está alrededor de un discurso abstracto, y lo que debe buscarse es cómo traducir ese discurso en dinero. Sin embargo actualmente ya existen personas que realizan mediciones de esos impactos.

FV: Otro elemento importante es identificar que le interesa a cada cliente, porque por ejemplo a un banco de desarrollo, o a una empresa de energía les interesa que tengan un mayor número de clientes que usen sus servicios.

Mercedes de Castro (M.C.): El lenguaje, el discurso, saber lo que quieres, la contraprestación, el encargado de la búsqueda de financiación, debe tener habilidades sociales, debe ser tenido en cuenta, a la hora de realizar la negociación.

Para incrementar las habilidades en los gestores culturales, quienes se convierten en las personas idóneas al momento de buscar financiación, necesitan formación especializada en habilidades de negociación para la cultura, ya que según Silvia deben fortalecerse estas habilidades a través de este tipo de cursos.

FV: No se puede pedir lo mismo al BID que a una empresa de energía.

Esta afirmación es clara en su planteamiento, cada organización tiene una misión, y un objeto social determinado, por lo cual, la búsqueda de financiación a través de cualquier organización, debe estar acorde con los planes de desarrollo de dichas instituciones, y los tipos de impacto que quiera generar en la sociedad.

FV: hay personas que venden sustancia, no empaque, pero si mucha sustancia.

Se hace una pregunta referente a la diferencia entre gestor y artista, y cuál es el papel actual de cada uno de ellos, y cuál debería ser el papel real de cada uno de ellos.

SV: Los artistas no deben gestionar, ni saber gestionar cultura. Ellos son comunicadores de grandes ideas a través de diferentes formas de expresión. Actualmente estamos mal acostumbrados a que muchos gestores hacen las veces de artista y viceversa, pero para que el discurso del artista, y del arte sea bueno, y transmita el mensaje esperado, debería desligarse la gestión, y dejar que los artistas se enfoquen en su trabajo ya que es mucho esfuerzo, y tiempo en algo que no le compete.

¿Cómo conectarías el gestor con el artista?

SV: el artista es el propio elemento de la gestión, no tiene que ser gestor. Hoy se nos confunde porque además de una hibridación de las artes, hay una hibridación de los agentes de la cultura. En ocasiones el artista puede ser gestor, pero que se hagan las dos funciones en la misma acción, es un error.

Fernando Vicario discrepa la apreciación de Silvia, planteando lo siguiente:

FV: voy a discrepar un poco en el concepto de ellas dos, porque hay una preocupación con la burocratización, tecnificación, y economización (*sic*) de las políticas culturales, y creo que es porque estamos fragmentando demasiado el pensamiento, y creo que el Sector Cultural es el único espacio en que podemos ser multifacéticos. Efectivamente para podernos relacionar con el mundo empresarial, para podernos relacionar con el financiador, tenemos que llevar un discurso, pero tiene que haber un equilibrio entre el discurso para la financiación, y el discurso artístico.

Yo estoy de acuerdo con algo que Silvia dice, el pintor que pinte, pero lo que se está vendiendo es el cuadro de este pintor, por lo que el gestor debe dejarse influir por el arte, y crear un discurso artístico. Sin embargo en algún momento el artista que salga a vender su cuadro, - a lo que Silvia responde en que no está de acuerdo, y aclara en que ella no está diciendo que sea algo que no pase, todo lo contrario está pasando hoy en día, a lo que se refiere es que no debería ser así. -

FV: Un ejemplo de esto es Gilberto Jill, Ministro de Cultura de Brasil entre 2003 y 2008, (quien) entró con un planteamiento en el que no distinguía claramente la línea de la política, y la cultura, fue el único Ministro transgresor de sus propias normas. El Dr. Jill a través de esta transgresión, pudo involucrar sus visión de las políticas artísticas, y culturales, además que realizo un algo que no sucedió en España cuándo tuvo un Ministro de Cultura artista, y que no dio resultados su gestión.

Silvia habla de cómo el Gestor Cultural como catalizador, como quien puede intervenir a través de la cultura, de una manera transversal en la sociedad.

SV: siguiendo con el diálogo, Silvia hace referencia a que el Gestor Cultural debe tener todas las características necesarias para gestionar la cultura, porque la cultura puede estar involucrada en todas las áreas de desarrollo del ser humano; el Gestor Cultural, debe tener un conocimiento en muchas áreas del conocimiento, ya que es quien va a catalizar los elementos del arte. Otro caso sería que el artista deje de serlo, y se dedique a la gestión, como el caso de Gilberto Jil.

Silvia habla de su propia experiencia, y habla de su formación como artista y como creadora, y menciona que el momento en el cual se dispone a realizar una obra de arte, es como un parto, por eso los artistas pueden llegar a ser tan egoístas con sus creaciones.

Participación en Eventos durante el desarrollo de la investigación

- *Foro política, contenidos digitales. Julio 27 de 2011. Manizales (Caldas).* El Foro se realizó en coordinación con Jorge Restrepo Múnera, Gerente de Contenidos Digitales del Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y la Universidad de Caldas como iniciativa de la política del Gobierno Nacional que lanzará cuatro ViveLabs (laboratorios de creación de contenidos digitales), con el objetivo de desarrollar y fortalecer la cadena de valor de la industria de forma integral.
- *Reunión de investigadores en Emprendimiento y Economía de la cultura. Septiembre 14 y 15 de 2011 en Cartagena (Bolívar).* Presentación de avances sobre estudios para el fortalecimiento empresarial en Colombia por parte de la Red de Universidades para el Emprendimiento Cultural.
- *Circularart 2011. Septiembre 22 - 25 de 2011.* El Segundo Mercado Cultural de Medellín es el espacio que reúne a profesionales de la música, artistas, agentes, productores, managers, especialistas en marketing cultural y público en general, y la oportunidad perfecta para dar a conocer las nuevas y ya consolidadas propuestas musicales de Colombia y América Latina. <http://www.circularart.org/>
- *Encuentro Internacional de Gestores y Redes Culturales. Noviembre 24, 25 y 26 de 2011. Cali (Valle).* Encuentro de diversos expertos y actores culturales con quienes a partir de sus experiencias generaron espacios de discusión y reflexión encaminados a la construcción de propuestas de carácter crítico - propositivo que contribuyen al fortalecimiento de la gestión, las redes y la industria cultural. http://proyectoindustriasculturalescali.blogspot.com/2011/11/iii-encuentro-internacional-de-gestores_23.html

- *Fuentes de financiamiento para emprendedores. Noviembre 10 de 2011. Manizales (Caldas)* Este evento busca brindar difusión y apoyo a la Política Nacional de Emprendimiento, la cual contempla dentro de sus objetivos estratégicos promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación
- *Colombia 3.0. Octubre 5 - 8 de 2011. Bogotá D.C.* El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones realizó la primera cumbre nacional de contenidos digitales que reunió empresarios, desarrolladores, firmas inversionistas, academia y expertos internacionales del sector. Colombia 3.0 ofreció a sus visitantes una completa agenda académica, ruedas de negocios y “desconferencias” con temas de interés mundial. <http://www.colombiatrespuntocero.com/>
- *C3+D. Noviembre 21, 22 y 23 de 2011. Vía streaming.* Actividades académicas del Laboratorio Nacional de Emprendimiento C3+D Creación, Cultura y Contenidos Digitales. <http://www.laboratorioc3masd.co/>

Para mayor información, ver anexo 10.

CONCLUSIONES

- El emprendimiento cultural es un pilar en desarrollo como alternativa en la generación de ingresos. Las industrias creativas tienen un gran potencial para contribuir al desarrollo de los países que buscan diversificar sus economías e incursionar en sectores más dinámicos de la economía mundial.
- Es necesario promover enérgicamente el establecimiento de vínculos entre entidades públicas, privadas, nacionales e internacionales, como forma de cooperación cultural en búsqueda de fuentes de cofinanciación para el alcance de intereses comunes dentro de los países y regiones.
- El sector cultural es ampliamente apoyado por distintas entidades; por lo tanto, es muy importante para los emprendedores conocer a fondo cuáles son las instituciones que los apoyan, sus programas, sus proyectos, las convocatorias, las formas de participación y cronogramas, de modo que puedan estar prestos a concursar para beneficiarse de éstas.
- Tanto el gobierno como el sector académico deben promover la generación de políticas y normativas referentes a incentivar el emprendimiento cultural, las industrias culturales y la responsabilidad social, todo ello en pro del progreso social y económico de los estados.
- Además de preservarse como un símbolo de valor histórico característico de cada nación, la cultura debe propender por impulsar su propia creación a través de la innovación y la creatividad, de modo que contribuya a la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.
- Las empresas e industrias culturales son esenciales para promover y difundir la diversidad cultural, lo que democratiza el acceso a la cultura. Gracias a este papel, se hace más que necesario apoyar abierta y decididamente las actividades de financiamiento a estas industrias, no sólo para que sigan apoyando las actividades de socialización de la cultura, sino también con el fin de darles el reconocimiento que se merecen dentro del contexto económico global.
- Se debe intensificar el diálogo entre los sectores público, privado y la sociedad en general para identificar formas eficientes de financiación, estructurar marcos legislativos adecuados y formar públicos que sean receptivos y consumidores de bienes y servicios culturales. Tal y como la UNESCO recomienda, la estrategia más efectiva para reducir la incertidumbre, al financiar las industrias culturales, debe partir de una labor conjunta entre artistas, inversionistas y público en general.
- Es necesario contar con la colaboración de socios estratégicos tanto entre las agencias del Estado como entre los mecanismos privados de financiación, emprendimiento,

formación y cooperación técnica bilateral y multilateral; por supuesto, es necesario contar con un sector cultural organizado y representado gremialmente. Preocupa igualmente la dispersión del sistema cultural del estado colombiano entre tantas instituciones, lo cual puede llegar a traducirse en una duplicidad de funciones y hasta en una incorrecta asignación de recursos.

- Uno de los aspectos que se requiere fortalecer subyace en la formación de públicos como fuente de ingresos. Al tener un público cautivo, los recursos para financiar las industrias culturales pueden fluir de mejor forma hacia los artistas y los proyectos de este tipo.
- Urge la formación para el emprendimiento cultural. Esta conclusión ya fue expuesta por el Ministerio de Cultura en el Compendio de Políticas Culturales (2010), y consiste en:
 1. Profesionalización de los agentes del sector.
 2. Cualificación técnica de los agentes de soporte.
 3. Aporte al sistema de formación artística y cultural.
 4. Formación de los administradores de empresas y gestores de negocios.
- El fortalecimiento del sector cultural en Colombia debe contemplar el uso de las políticas existentes para el sector cultural. Debe dejarse a un lado el discurso abstracto de la cultura para convertirlo en ideas concretas y acciones específicas para el desarrollo del sector. Por lo anterior, debe estudiarse a profundidad las políticas culturales existentes en el país, su funcionamiento y su aplicación.
- El intercambio de conocimiento entre los actores del sector cultural en Iberoamérica evidencia la necesidad de implementar modelos de trabajo asociativo como lo son los consorcios, ya que esto permite solidez y seguridad para el inversionista al momento de realizar la inversión.
- El sector cultural debe fortalecer las formas de medición de los resultados e impactos de sus estudios, investigaciones e intervenciones en la sociedad. Lo anterior posibilita que su imagen ante la empresa, la academia, el estado y la sociedad civil le identifique como un sector sólido, autocrítico y en constante cambio para su crecimiento y consolidación como sector de clase mundial.
- En la actualidad, las industrias creativas y culturales han desplegado alternativas diferentes para la consolidación económica y social de las comunidades, ya que por su naturaleza y las características que distinguen la gestión de lo intangible, éstas se han convertido en un factor determinante para la diversificación de oportunidades empresariales en función del fortalecimiento de la economía creativa a nivel mundial.

- Las industrias culturales y sus gestores deben comprender que la era del conocimiento trae consigo nuevas dinámicas de pensamiento y de actuación. Por ende, se deben redefinir los paradigmas en torno a la visión de la cultura dentro del lenguaje de los negocios con el objetivo de abrir espacios para el desarrollo de iniciativas empresariales encaminadas hacia el desarrollo de este sector, el cual es uno de los más competentes para instituir organizaciones de talla mundial, mediante el trabajo colaborativo y la articulación de estrategias, políticas y actividades orientadas hacia el fortalecimiento conjunto de proyectos que destaquen y diversifiquen la actividad cultural.
- Dentro del contexto mundial, las industrias culturales deben formular y materializar proyectos sostenibles en el tiempo mediante el uso adecuado de estrategias empresariales coherentes y ajustadas a la realidad de sus contextos, es decir, deben responder de manera contundente a las exigencias exteriorizadas por los usuarios, los cuales demandan servicios y productos cada vez más competitivos e innovadores.
- Las industrias, los gestores y el sector cultural en general, deben construir una visión empresarial de la cultura con el fin de desarrollar alternativas que sustenten de manera integral las iniciativas que surgen dentro de sus quehaceres, de tal manera que se identifique y se promueva la formación de públicos como un mecanismo esencial para la determinación de oportunidades. Lo anterior requiere de la diversificación constante de actividades las cuales impacten de manera contundente a los usuarios finales.
- Es necesario entender que la innovación y la diversificación de los proyectos y servicios culturales permiten que se abran oportunidades para el crecimiento financiero, con lo cual se favorece la construcción de capitales de trabajo que propulsen de manera autónoma los proyectos culturales. Así mismo, para alcanzar el desarrollo organizacional del sector cultural, es imperante estructurar estrategias de trabajo colaborativo entre los diferentes actores que interactúan dentro de los procesos culturales, acompañados del uso adecuado de las tecnologías de la información para el desarrollo de tácticas de promoción y fortalecimiento de las iniciativas del sector.

APROXIMACIONES A UNA SEGUNDA FASE DEL PROYECTO

Como se manifestó en la introducción de este informe, en él se presentan los resultados de la investigación a partir de la definición de los actores que aportan al financiamiento cultural, sus métodos de trabajo e información específica de cada una de las formas de financiamiento detectadas en el proceso de investigación.

La segunda fase que se propone para el desarrollo del proyecto implica profundizar en la visión de los emprendedores y la forma como éstos destinan los recursos otorgados para los procesos de desarrollo de proyectos culturales y empresas. Es necesario, para ello, realizar un estudio que posibilite identificar las potencialidades de las empresas culturales para determinar las posibilidades de innovación de las industrias culturales en sus procesos productivos, oportunidades de negocios y de incremento de valor agregado en el mercado.

Esevidente que no basta que las empresas culturales conozcan a fondo cuáles son las instituciones que los apoyan, sus programas, sus proyectos, las convocatorias y las formas de participación. También se requiere definir estrategias alternativas de financiación para diversificar las fuentes, hacer análisis de coste de oportunidad, administrar ética y transparentemente los recursos conseguidos, invertir en la formación del capital humano y hacer análisis del mercado al cual se dirija la producción cultural. La manera cómo los puntos anteriores son tenidos en cuenta por las empresas culturales en Colombia, serán motivo de análisis en la segunda fase del proyecto.

GLOSARIO

Ángeles Inversionistas

Individuo próspero que provee capital para un *start-up*, usualmente a cambio de participación accionaria. Los ángeles típicamente invierten sus propios fondos, no como las entidades de capital de riesgo (o *venture capitalists*), quienes administran profesionalmente dinero de terceros a través de un fondo. En ocasiones aportan activos no financieros como la experiencia en el sector, talento, contactos.

Asociación

Proceso jurídico de constitución de sociedades para desarrollar un proyecto, en las cuales hay sanciones por incumplimiento. Se rigen por el derecho civil y comercial. Las formas de asociación más comunes son: juntas de acción comunal, juntas de vivienda comunitaria, empresas comunitarias, grupos precooperativos y asociaciones agropecuarias de campesinos.

Ayudas

Dentro de la economía se pueden diferenciar dos tipos: una considerada como la disposición gratuita de fondos públicos realizada a favor de personas o entidades públicas o privadas por razón del estado, situación o hecho en que se encuentre o soporte; y la subvención, como una atribución patrimonial gratuita a favor de personas físicas o jurídicas destinada al fomento de una determinada actividad o comportamiento de interés público o social.

Banca

Conjunto de entidades o instituciones que, dentro de una economía determinada, prestan el servicio de banco encargándose de captar recursos en la forma de depósitos y/o ofrecer créditos y otros servicios financieros.

Bienes y servicios culturales

Mientras que los bienes son productos físicos materiales (libros, discos, pinturas) que deben transportarse y almacenarse, los servicios (un espectáculo escénico o concierto) se caracterizan por su naturaleza intangible y no reproducible en serie.⁶

⁶UNESCO. Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. 2010

Cadena de valor de las industrias creativas

Desde el punto de vista de los negocios, la cadena de valor consiste en una serie o cadena de actividades conectadas entre sí, a través de las cuales los bienes y servicios se van moviendo a lo largo del proceso productivo. Cada una de las etapas o eslabones de la cadena añade valor, haciendo que al final el valor agregado sea ostensiblemente superior al que se adicionara por los eslabones de manera separada. Este término fue creado y popularizado por Michael Porter en su libro *Ventaja Competitiva: creando y manteniendo un desempeño superior.*”

El Ministerio de Cultura, basado en el concepto expuesto arriba, desarrolla la Cadena de Valor de las Industrias Culturales en Colombia.⁷ Para esto, identifica igualmente los diferentes eslabones que integran la Cadena, destacándose la distinción hecha de las entidades encargadas del fomento y desarrollo de cada uno de los componentes.

Gráfica 11. Cadena de Valor de las Industrias Culturales



Adaptado de: Compendio de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura. 2010. Pág. 560

De acuerdo con el mismo Ministerio, las actividades de la cadena (en lo que al ámbito estatal se refiere), se encuentran dispersas y asignadas a distintas instituciones, lo cual puede llegar a generar dificultades en el desarrollo y consolidación de las industrias culturales en Colombia. Con base en lo anterior, los elementos de la Cadena de Valor de las Industrias Culturales, se encuentran divididos⁸ así:

- Creación: Sistema Nacional de Cultura liderado por el Ministerio de Cultura.

- Producción: Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Manufactura y distribución: Dirección Nacional de Derechos de Autor del Ministerio del Interior y de Justicia, y al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Proexport, Artesanías de Colombia y el Fondo de Promoción Turística.
- Exhibición: Sistema Nacional de Cultura, subgerencia cultural del Banco de la República, Sistema de Compensación Cultural.
- Información: Ministerio de Cultura, DANE (cuenta satélite de Cultura), Dirección Nacional de Derechos de Autor, universidades, cámaras de comercio, entre otros.
- Formación: Ministerio de Educación, universidades, escuelas de arte de educación no formal y SENA.
- Regulación, archivo y preservación del patrimonio: Ministerio de Cultura.
- Otras actividades: Comisión Fílmica, Comité Técnico de Competitividad para las Industrias Creativas.

Capital de riesgo

Entidades financieras cuyo objeto principal consiste en la toma de participaciones temporales en el capital de empresas no cotizadas, generalmente no financieras y de naturaleza no inmobiliaria. El objetivo es que con la ayuda del capital de riesgo, la empresa aumente su valor y una vez madurada la inversión, el capitalista se retire obteniendo un beneficio.

Convocatoria

Documento formal elaborado por empresas, instituciones públicas o privadas, mediante el cual se invita o convoca a las personas para concursar, informar o dar trámite de un asunto. El texto del escrito contiene de manera precisa las bases de la convocatoria.

Por lo general las convocatorias contienen:

- Convocante: nombre de la persona u organización que invita.
- Motivo: se especifica la finalidad de la misma.
- Requisitos o condiciones que se establecen.

⁷ Ministerio de Cultura. Compendio de Políticas Culturales. 2010. Pág. 560 - 561

⁸ Ministerio de Cultura. Compendio de Políticas Culturales. 2010. Pág. 560

- Lugar y Fecha: especifica el lugar y la fecha en la que se han de presentar los interesados, así como la hora.
- Datos adicionales: datos en los que se puede contactar al convocante para cualquier aclaración o duda.

Consejo de Cultura

Espacio de concertación entre el Estado y la sociedad civil, que en cada nivel territorial (nación, departamento, municipio) se encarga de liderar y asesorar al gobierno para la formulación y ejecución de políticas culturales.

Cooperación internacional

Son las relaciones que se establecen entre personas públicas o privadas colombianas y entidades o personas públicas o privadas extranjeras, dentro del marco de los convenios básicos de cooperación técnica internacional suscritos por Colombia con otros países y organismos internacionales, de los cuales se originan acciones que conllevan a la transferencia de tecnología, habilidades y conocimientos que contribuyen al desarrollo del país.

Crédito

Contrato por el cual una entidad financiera pone a disposición del cliente cierta cantidad de dinero que éste deberá devolver con intereses y según los plazos pactados. A diferencia del préstamo, ese capital no ha de tener necesariamente una finalidad prefijada.

Crowd funding

También conocido como crowdfunding (sic, en erradas utilizations en el español), crowd financing, crowd sourced capital, o street performer protocol, es una forma directa de financiar proyectos con la suma de aportaciones individuales. Consiste en la cooperación y financiación colectiva de pequeñas cantidades de dinero o apoyos para lograr la financiación de un proyecto cultural que presenta en red un promotor.

Emprendedor cultural

Profesional que lidera la puesta en marcha y el plan de viabilidad de una iniciativa o empresa cultural, asumiendo una parte o todo el riesgo que conlleva el proyecto.⁹

⁹ UNESCO. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. 2010*

Emprendimiento Cultural

El emprendimiento se ha definido como una estrategia para la generación de nuevas oportunidades de desarrollo, dentro de los ámbitos sociales y económicos, mediante la generación de iniciativas innovadoras que transformen, de manera significativa, los paradigmas existentes, mediante el uso de conocimientos aplicados hacia la solución efectiva de problemas sociales y empresariales.

Dentro de este contexto es importante definir el concepto de emprendimiento cultural, el cual, según el Ministerio de Cultura Nacional (Manual de Emprendimiento Cultural, 2007), plantea el profundo interés de mostrar trabajos o iniciativas orientadas hacia la conservación del patrimonio cultural, a cuestionar la sociedad a partir del arte y a generar productos innovadores y útiles para la sociedad definidos desde la estética.

Por otro lado las industrias culturales definidas desde el Ministerio de Cultura Nacional (Manual de Emprendimiento Cultural, 2007) representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente, protegidos por el derecho de autor.

La UNESCO, define el emprendimiento cultural como una iniciativa o proyecto cultural y creativo con un plan de viabilidad que lo hace económicamente sostenible o en vías de serlo. Habitualmente está basado en una institución o empresa cultural.

Empresas culturales

Son aquellas organizaciones, instituciones o compañías que conectan los creadores y la creatividad con los públicos y el mercado, otorgándoles por un lado alguna forma de reconocimiento y por otro una fuente de ingresos. Las empresas culturales funcionan con un criterio comercial y de negocios y su objetivo es generar valor e ingresos. Pueden operar con una lógica de maximización de beneficios o simplemente de cubrir costes de operación y actuar sin ánimo de lucro.¹⁰

Ente territorial

Denominación dada a los departamentos, municipios y distritos, o a territorios en los que se divide el país política y administrativamente.

¹⁰ UNESCO. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. 2010*

Entidad cultural

Institución del sector público o privado que desarrolla actividades de planeación y ejecución de políticas públicas en el campo cultural y en su respectivo territorio, bien sea a nivel nacional, departamental o municipal.

Estado

Conjunto de instituciones que poseen la autoridad y la potestad para regular el funcionamiento de la sociedad dentro un territorio determinado. Formalización de una autoridad permanente y pública que domina un espacio territorial cerrado y a las personas que en él viven.

Fondo mixto

Entidades sin ánimo de lucro, dotadas de personería jurídica, constituidas por aportes públicos y privados, y regidas en su dirección, administración y contratación por el derecho privado.

Fundación

Entidad establecida como una corporación sin fines de lucro o una sociedad de beneficencia, con el propósito principal de otorgar recursos a otras organizaciones o instituciones o individuos para fines científicos, educativos, culturales, religiosos, u otros.

“El sustrato de la fundación es la afectación de unos fondos preexistentes a la realización de un fin de beneficencia pública, de utilidad común o de interés social (educativos, científicos, tecnológicos, culturales, deportivos o recreativos)” (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia).

Funding

Recaudación de fondos o recursos para financiar una necesidad, programa o proyecto a través de dinero externo o prestado. Concesión de autoridad a una agencia, departamento o unidad monetaria para contraer obligaciones y pagar por la empresa, a veces con la transferencia de propiedad de los activos a un fideicomiso.

Gestión cultural

Sistema dinámico de análisis, decisión y comunicación, dirigido a la consecución de objetivos, a través de procesos de planeación, organización, ejecución, seguimiento y evaluación. La gestión tiene que ver con la capacidad de generar, en función de situaciones concretas, las mejores oportunidades para el desarrollo cultural de un determinado sector.

Gestor cultural

Persona natural o jurídica que impulsa procesos culturales al interior de una comunidad o sector poblacional, organizaciones e instituciones, a través de la participación, la democratización y descentralización del fomento de la actividad cultural.

Indicadores culturales

Son parámetros (variables o relaciones entre variables) que sirven para medir cambios cuantitativos o cualitativos en el comportamiento de los resultados asociados a actividades o metas de un proyecto.

Industrias culturales y creativas

La expresión “industrias culturales” abarca aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos productos normalmente están protegidos por propiedad intelectual y pueden tomar la forma de bienes o servicios. El concepto de industrias culturales, también llamadas “industrias creativas” o industrias de contenidos, incluye la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños. Para algunos países, este concepto también abarca la arquitectura, las artes visuales y de performances, deportes, manufactura de instrumentos musicales, anuncios y turismo cultural.⁴

El Ministerio de Cultura, en el Compendio de Políticas Culturales, adopta la definición de la UNESCO sobre industrias culturales, las cuales “representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. En ocasiones son denominadas como industrias creativas (*creative industries*), industrias de futuro (*sunrise industries*), industrias de contenido (*content industries*).

*Incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. En algunos países abarca la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural.”*⁵

Recientemente, y con la incorporación de valor agregado creativo a diversos bienes y servicios, se ha considerado la posibilidad de renombrar las industrias culturales, denominándolas *industrias*

⁴ UNESCO. *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. 2010

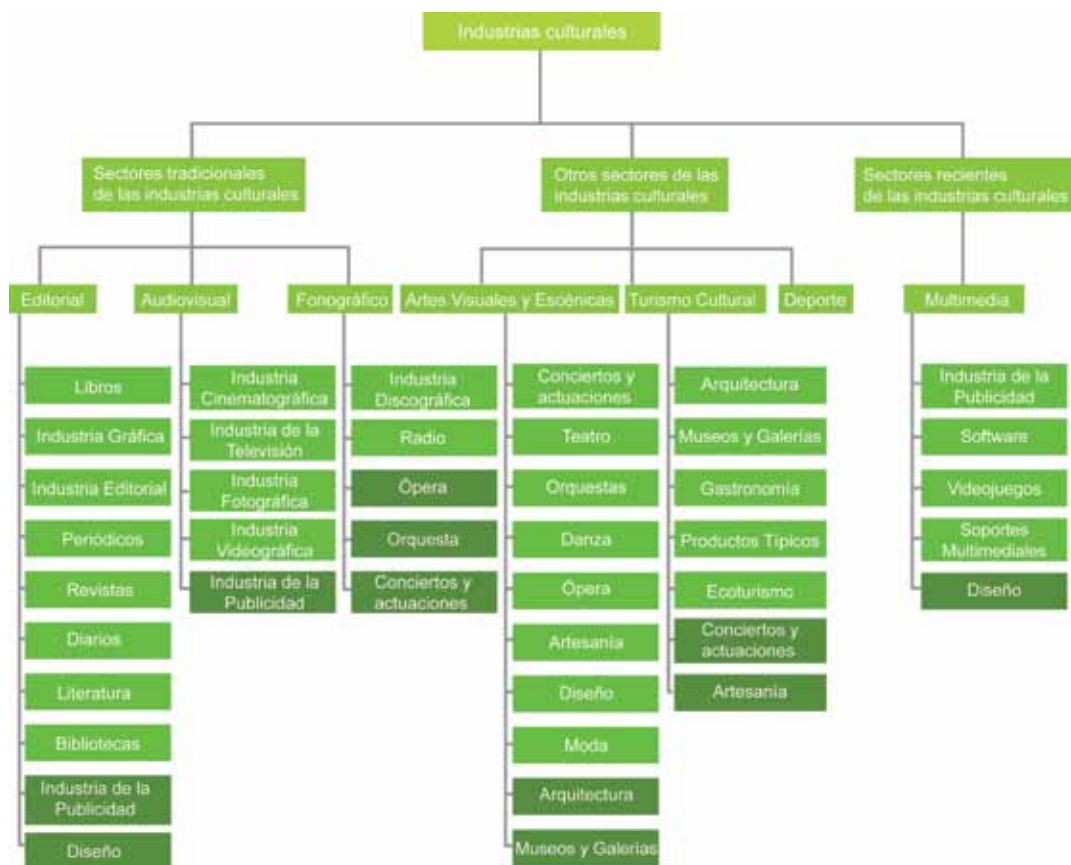
⁵ Ministerio de Cultura. *Compendio de Políticas Culturales*. 2010. Pág. 554

creativas”, toda vez que el término es mucho más amplio e incluye actividades que no han sido consideradas en el ramo de la cultura.⁶

En el Compendio de Políticas Culturales, elaborado por el Ministerio de Cultura, se identifican las industrias culturales reconocidas como tales en la nación colombiana (ver Ilustración siguiente). En la gráfica, se agrupan las industrias culturales en tres grandes grupos, Sectores Tradicionales, Otros Sectores y los Sectores Recientes de las industrias culturales.

El Sector *Tradicional*, abarca las actividades editoriales, audiovisuales y fonográficas. Hacen parte de este los libros, industria gráfica, editorial, industria cinematográfica, televisión, industria discográfica, entre otros. Los denominados *Otros Sectores*, incluyen las artes visuales escénicas, el turismo cultural y el deporte. Finalmente, los *Sectores Recientes* contemplan las actividades multimedia, incluyendo la industria del software, publicitaria, de los videojuegos, etcétera.

Gráfica 12. Industrias Culturales



Adaptado de: Compendio de Políticas Culturales. Ministerio de Cultura. 2010. Pág. 558

6 Ministerio de Cultura. Compendio de Políticas Culturales. 2010. Pág. 557

Manejo de los bienes culturales

Se entiende por manejo de los bienes culturales al conjunto de acciones que van desde la creación y el establecimiento, hasta la aplicación de políticas y lineamientos para su adecuada protección.

Manejo del patrimonio cultural y de los bienes de interés cultural

Es el conjunto de acciones dirigidas a garantizar la preservación de los bienes de interés cultural. Incluye la conservación, intervención, divulgación, uso, gestión, investigación e intervención de los mismos.

Mecenazgo

Apoyo a la creación artística, basado en criterios particulares. Patrocinio financiero a artistas o científicos, a fin de permitirles desarrollar su obra sin exigir en contrapartida créditos monetarios inmediatos.

Mercado Cultural

Estrategia de difusión de los proyectos culturales que se plantea como desafío para lograr un punto de contacto entre la decisión de empresas de apoyar este tipo de actividades y las necesidades de artistas y gestores culturales de encontrar recursos que les permitan difundir sus propuestas y hacerlas llegar a sus destinatarios. Tradicionalmente, estas acciones se materializan en mecenazgos y patrocinios de apoyo a eventos culturales, artísticos, educativos, deportivos, científicos.

Microcrédito

Mecanismo que se implementa a través de instituciones públicas o privadas con el fin de ofrecer programas financieros, asistencia técnica y formación a personas que no poseen acceso al sector bancario formal, para que puedan poner en marcha proyectos empresariales o sociales para alcanzar mejores niveles de vida (Foschiatto y Stumpo, 2006).

Organizaciones no gubernamentales

Organizaciones conformadas por personas naturales o jurídicas de carácter privado, sin ánimo de lucro, con objeto social y de utilidad común, que promueven actividades y proyectos para el desarrollo y bienestar de las comunidades.

Patrocinio

Apoyo (monetario o en especie) que una organización presta para el desarrollo social, cultural y científico de la sociedad, así como para la preservación medioambiental del entorno en el que se ubica. Su forma más conocida es denominada mecenazgo.

Planeación cultural

Proceso mediante el cual se ordenan y priorizan acciones para asegurar el uso adecuado de los recursos y el logro de los objetivos propuestos. Los procesos de planeación permiten articular acciones y concertar intereses de los diferentes actores involucrados en éste.

Políticas culturales

Conjunto de orientaciones y lineamientos definidos por instituciones públicas y privadas y los grupos poblacionales organizados, que tienden a satisfacer necesidades potencializar fortalezas y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social.

Proyecto cultural

El proyecto es el medio para alcanzar una situación deseada a partir de una situación actual identificada. Todos los aspectos que se incluyen en la formulación de un proyecto deben encontrarse relacionados entre sí, de manera coherente, y deben tener la capacidad de establecer los elementos necesarios para la comprensión precisa de lo que se piensa hacer, cómo se piensa hacer, por qué y para qué se piensa hacer.

Sistema Nacional de Cultura

Conjunto de instancias, espacios de participación y concertación, y procesos de desarrollo institucional, información, formación, financiación y planificación, articulados entre sí.

Subsidios

Prestación pública asistencial de carácter económico y de duración determinada. Su intención es alcanzar metas sociales o favorecer a determinadas personas, actividades o zonas de un país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonet, L. (1995) *La cultura contemporánea, un sector mercantilizado*. Universidad de Barcelona. Santiago de Compostela.
- Congreso de la República de Colombia (2006). *Ley 1014 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento*. Artículo 1°.
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2008). *Documento CONPES 3527 Política Nacional de Competitividad y Productividad*. Departamento Nacional de Planeación, Ministerio de Cultura y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Bogotá D.C.
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2010). *Documento CONPES 3659. Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia*. Departamento Nacional de Planeación, Ministerio de Cultura y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Bogotá D.C.
- Duque Escobar, A. Corredor Díaz, E. Ramírez, J. (2007). *Industrias Culturales e Inventario Preliminar en Bogotá*. Revista Escuela de Administración de Negocios. Número 060. Mayo – agosto. Bogotá: Colombia. Pp. 41–70.
- Enciso, J.D. (2010). *El Emprendimiento y el Bien Común: ¿Competencias complementarias o excluyentes?* Revista Educación y Educadores. Volumen 13. Número 1. Universidad de la Sabana. Bogotá: Colombia. Pp. 63–76.
- El Espectador. (2011). Coleccionable “Emprendedores”. Páginas 25–32.
- Fonseca Reis, A. (2004). *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*, Observatorio Itaú Cultural.
- García Canclini, N., Ottone, E. y Batista, M. (1997). *La economía de la cultura iberoamericana*. De CEDEAL y OEI. Madrid.
- Jaramillo, L. (2008). *Emprendimiento: Concepto Básico en Competencias*. Universidad del Norte. Instituto de Estudios de Estudios en Educación. Universidad del Norte. Barranquilla: Colombia.
- Mancinas Chávez, R. (2007). *Industrias Culturales en América Latina: La Tendencia a la Concentración Frente al Potencial Crecimiento del Mercado*. Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación. Número 016. Universidad de Sevilla. Sevilla: España. Pp. 459–477.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Cadena de Valor del Emprendimiento*. Proyecto Laboratorios de Emprendimiento Innovador. Equipo de Emprendimiento e Innovación.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Plan de Trabajo 2011–2014*. Viceministerio de Desarrollo Empresarial. Equipo de Emprendimiento e Innovación.

- Ministerio de Cultura. (2010). *Compendio de Políticas Culturales: Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales*. Bogotá, Colombia. Pp. 553–581.
- Ministerio de Cultura. (2003). *Convenio Andrés Bello. Impacto Económico en la Industrias Culturales en Colombia*.
- Naissbett, J. (1990). *Megatendencias 2000*. Edit. Norma. Bogotá.
- Porter, M.E. (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press, New York.
- Rey Vásquez, D.M. (2009). *El Debate de las Industrias Culturales en América Latina y la Unión Europea*. Revista Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas. Volumen. XV. Número 30. Universidad de Colima. México. Pp. 61–84.
- Rodríguez, A. (2009). *Nuevas Perspectivas para Entender el Emprendimiento Empresarial*. Revista Pensamiento y Gestión. Número 26. Universidad del Norte. Barranquilla: Colombia. Pp. 91–119.
- Urbano, D. Toledano, N. (2008). *Invitación al Emprendimiento: Una Aproximación a la Creación de Empresas*. Editorial UOC. Barcelona: España.
- Valdez, N. (2008). *El control fiscal de las regalías en Colombia*. Imprenta Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Vicario, F. (2005). *Cultura y Economía en el Siglo XXI*. Quórum. Revista de Pensamiento Iberoamericano. Número 011. Universidad del Alcalá. Madrid, España. Pp. 163–306.
- Zallo, R. (1992). *El mercado de la cultura: estructura económica y política de la comunicación*. Editorial Garos, San Sebastián: País Vasco.
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Editorial Akal. Madrid.

Documentos en línea

Acción Social. (2010). *Informe de Gestión de la Cooperación Internacional en Colombia a 2009*. Disponible en <http://www.accionsocial.gov.co/documentos/Cooperacion%20Internacional/Informes%20de%20Gestion/INFORME%202009%20esp-mail.pdf>

Amado, A. (SF). Conceptos útiles, Marketing Cultural. Disponible en <http://www.catedraa.com.ar/articulos-periodisticos/archivos/aas-ludica-mkt-cultural.pdf>

Arbeláez, O. (2009). Marketing cultural. Revista Paginas de cultura, pag. 75. Disponible en <http://mensual.prensa.com/mensual/contenido/2010/11/21/hoy/vivir/2406312.asp>

Arizpe, L; Alonso, G. (2005). *Cultura, comercio y globalización. En libro: Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas*. Daniel Mato. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Pp. 107-126. Acceso al texto completo: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/mato/Arizpe-Alonso.rtf>

Briceño, M. (2007) *Fuentes de financiación para el emprendimiento y su potencial para articularse a la red nacional de emprendimiento*. Consultado en: <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/201/6/34.red%20de%20financiacion.pdf>

BUSINESSCOL.COM. (2011) Diccionario Glosario de Economía y Finanzas. Disponible en <http://www.businesscol.com/productos/glosarios/economico/glossary.php>

Cámara de Comercio de Medellín. (2011) *Constitución de una fundación*. Disponible en http://www.camamed.org.co/Documentos/volantes/Constitucion_fundacion.htm

Congreso de la República de Colombia. (2003). *Diario Oficial 45.237, Ley 814 de 2003 (Ley de Cine)*. Disponible en <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=23666#>

Consejo Superior Universitario. (2005) *Acuerdo 011 de 2005 Por el cual se adopta el Estatuto General de la Universidad Nacional de Colombia.* Universidad Nacional de Colombia. Bogotá D.C. Consultado en <http://www.legal.unal.edu.co/sisjurun/normas/Norma1.jsp?i=35137>

Consejo Nacional de Cultura, Ministerio de Cultura. (2001). *Plan Nacional de Cultura 2001 / 2010*. Bogotá, Colombia. Cargraphics S.A. Disponible en <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=5307>

Crónica Web. (2011). *Algunos sitios sobre Crowdfunding y apoyo a proyectos que deberías conocer*. Disponible en <http://www.cronicaweb.com/4031/algunos-sitios-sobre-crowdfunding-y-apoyo-a-proyectos-que-deberias-conocer/>

DANE. (2010) Cuenta Satélite de Cultura. www.dane.gov.co

- DNDA. (2008) *La contribución económica de las industrias del derecho de autor y los derechos conexos en Colombia*. Consultado en www.derechodeautor.gov.co
- Departamento Nacional de Planeación. (2010). *Boletín 87 Tercera sesión*. Disponible en <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=aWMMB8ZM-qQ%3D&tabid=36>
- Departamento Nacional de Planeación. (2011) *Documento sectorial "Cultura, Publicidad y medios" en Agenda Interna*. Consultado en www.dnp.gov.co
- Fondo emprender. (2011) *¿Qué es el Fondo emprender?* Disponible en http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP
- Foschiatto, P. Stumpo, G. (S.F.) *El microcrédito: un instrumento para fortalecer las capacidades productivas locales*. Disponible en http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/24555/lcg2286e_Cap_1.pdf
- Global Competitiveness Report. (2011) www.weforum.org
- Gordon, J., Beilby - Orrin, H. (2007) *International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture*. Consultado en: <http://www.ifacca.org/publications/2007/03/01/international-measurement-of-the-economic-and/>
- Grant Space. (S.F.) *What is a foundation?* Disponible en <http://www.grantsspace.org/Tools/Knowledge-Base/Funding-Resources/Foundations/What-is-a-foundation>
- McCaughey, C. (2005) *Comparisons of Arts Funding in Selected Countries: Preliminary Findings*. Consultado en: http://www.artsresearchmonitor.com/article_details.php?artUID=50271
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disponible en: www.mincomercio.gov.co
- Ministerio de Cultura. Disponible en <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=23666#>
- Ministerio de Cultura. (2011). Disponible en: http://www.gestioncultural.org/noticias.php?id_evento=319681
- Ministerio de Cultura. (2011). Tomado de: http://www.gestioncultural.org/noticias.php?id_evento=319699 noviembre 3 de 2011
- Ministerio de Cultura. (2011) *Estímulos tributarios. Certificados de Inversión y donación*. <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=18385>. Cifras a agosto de 2011
- Ministerio de Cultura. (2011) *Financiación Cultural Estampilla Procultura*. Disponible en <http://www.sinic.gov.co/sinic/cuentasatelite/CuentasateliteDocumentos.aspx?CUEID=8>

- Ministerio de Cultura. (2011). *Metas y resultados de la Ley de Cine. Informe de Gestión Mincultura 2002-2010*. Disponible en <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=42580>
- Ministerio de Cultura. (2011) *Plan Nacional de Concertación*, Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/51347033/Financion-Cultural-2011>.
- Ministerio de Cultura. (2011). *Presupuesto Ministerio de Cultura 2006 a 2011*. Disponible en <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=41235>
- Ministerio de Cultura. (2007). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Política de Turismo Cultural. Disponible en <http://turismocultural.mincultura.gov.co/?idcategoria=17256>
- Ministerio de Cultura, Organización de Estados Iberoamericanos. (2008). *Glosario Informe Sistema Nacional de Cultura Colombia*. Disponible en http://www.sinic.gov.co/OEI/paginas/temas/temas_18.asp
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2011) *Acerca del Ministerio*. Disponible en www.mintic.gov.co
- Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. (2011) <http://www.gestioncultural.org/>
- PROIMAGENES COLOMBIA. (2009). *Recaudos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico*. Disponible en http://www.proimagenescolombia.com/secciones/fdc/estadisticas/estadisticas_fdc.php
- Real Academia Española. Disponible en www.rae.es
- Ruani, M. (2007). *Inversor Ángel. La biblia del Bootstrapping*. Consultado en: <http://www.inversorangel.com/2007/09/change-this-biblia-de-bootstrapping.html>
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2011). *Estampilla Procultura*. Disponible en http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/sites/default/files/informes/estampilla_procultura_marzo_2011_modificado.pdf
- UNESCO. (2010). *Funding Culture, Managing the Risk*. París. Disponible en <http://www.unesco.org/en/funding-and-risk>
- UNESCO. (2010) *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. Disponible en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_Gu%C3%ADa.pdf
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2004) *Creative Industries and Development*. Sao Paulo, Brasil. Online: http://www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2011) *Creative Economy Report 2010*". Consultado en: <http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=14229&intlItemID=5763&lang=1&mode=downloads>

Wikipedia. <http://es.wikipedia.org/>

www.gestioncultural.org

ANEXOS

ANEXO 1



Figura 1. Noticia tomada de <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=45630>

Articularán esfuerzos, experiencias y recursos humanos, técnicos y financieros para fortalecer el sector de la cultura como fuente de desarrollo cultural, social y económico.

El acuerdo entre el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias) y el Ministerio de Cultura fue firmado el pasado jueves 13 de octubre en el Ministerio de Cultura. El acto fue presidido por el Director de Colciencias, Jaime Restrepo Cuartas, y la Ministra

Mariana Garcés Córdoba. Las acciones con las cuales se logrará el propósito de la unidad son el impulso a la investigación y el desarrollo tecnológico del área, la elaboración de agendas de investigación en temas prioritarios para el avance artístico y cultural, la realización de programas estratégicos en campos relacionados y la búsqueda de apoyo a organizaciones del sector, entre otras.

Dentro de la ejecución del convenio se contempla una convocatoria interinstitucional para 2012 relacionada con temas de

investigación y desarrollo cultural. También se consolidará un programa especial para el impulso del arte y la cultura, y se harán reuniones de socialización de los proyectos que se adelanten.

Cada una de las entidades tendrá compromisos específicos: el Ministerio de Cultura se encargará de procesos de formación en emprendimiento cultural, producción de contenidos con tecnología y circulación de bienes y servicios; también fomentará la articulación de empresas, organizaciones e instituciones culturales para la consolidación de un sector que genere crecimiento económico y desarrollo social en las regiones a través de la innovación y la competitividad. Igualmente, establecerá alianzas interinstitucionales, apoyará la conformación de grupos y redes de investigación relacionados con arte y cultura, y, finalmente, creará una línea de investigación para industrias culturales. "Este es un convenio que cubre varias áreas: patrimonio, emprendimiento, artes, poblaciones, tecnología y ciencia. Por lo tanto es el principio de una unidad productiva cuyos resultados engrandecerán el sector", aseguró la Ministra Mariana Garcés.

Por su parte, Colciencias apoyará los grupos de investigación en artes y cultura que aborden y desarrollen el vínculo entre cultura, ciencia e innovación; abrirá convocatorias específicas que promuevan la investigación y la generación de nuevo conocimiento en el campo artístico, cultural e industrias culturales; promoverá la realización de proyectos colaborativos con universidades para el fortalecimiento del sector cultural en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI); y finalmente fortalecerá los observatorios existentes en el sector cultural. Todo lo anterior será realizado en un plazo de dos años en los cuales la comunidad académica, los gestores y empresarios culturales, y la población en general serán los principales beneficiarios.

"La firma de esta alianza permitirá un salto en la investigación y el desarrollo del sector cultural a partir de la innovación, la competitividad y la innovación, el emprendimiento, la propiedad intelectual, la acreditación de laboratorios, el fortalecimiento de capacidades regionales y la formación de recursos humanos para promover y consolidar centros y redes de investigación cultural", concluyó Ángel Eduardo Moreno Marín, Coordinador de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura.

ANEXO 2

Tomado de: Arizpe, Lourdes; Alonso, Guiomar. *Cultura, comercio y globalización. En libro: Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas. Daniel Mato. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. 2005. pp. 107-126. Acceso al texto completo:*
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/mato/Arizpe-Alonso.rtf>

“En los últimos años, el binomio cultura/comercio ha generado una marcada polarización de las posiciones gubernamentales y de sus grupos de presión, que en nuestra opinión refleja no sólo un debate de orden ideológico sino también un posicionamiento en el mercado emergente de las industrias creativas.

Heraldo de los principios del libre mercado y con fuertes intereses económicos en la exportación de bienes y servicios culturales, la estrategia de Estados Unidos consiste en sostener que los productos culturales son similares a cualquier otro producto (por ejemplo, máquinas de fotocopias o automóviles), y considerar por tanto que están sujetos exactamente al mismo tratamiento y las mismas disciplinas que el comercio internacional. La cultura se entiende como una industria cualquiera, sujeta a las leyes del mercado y beneficiándose de todas las ventajas del libre comercio. Tal como el vocero de la Cámara Californiana de Comercio, M. Marando, decía en 1998: “No lo vemos como un imperialismo cultural. Lo vemos como una cuestión de mercado”. Cercanos a esta posición se sitúan a finales de los noventa países como Japón, el Reino Unido o Alemania que, como se ha indicado anteriormente, son precisamente los mayores exportadores e importadores de bienes culturales.

En el otro extremo del abanico se ubica la doctrina francesa de la “excepción cultural”, basada en el principio de que los bienes

culturales tienen un valor intrínseco que es esencial mantener y proteger, no sólo para beneficiar la producción y diversidad artística, sino también para defender la identidad nacional y la soberanía cultural. Como dijo la ministra de Cultura francesa, Catherine Trautmann, en febrero de 1998: “El pluralismo y la apertura están en el corazón del principio de la excepción cultural [...] necesaria para mantener nuestra soberanía en el campo de la cultura, tanto nacionalmente como a nivel europeo [...]. La cultura incide en lo más esencial para un individuo: el acceso al conocimiento, a una visión plural del mundo [...]. Está vinculada a la identidad y ciudadanía; es lo que hace que un grupo de personas decidan vivir juntas en el mismo territorio con reglas comunes. Estoy en contra de que la cultura se disuelva en un sistema económico internacional que lleve a la uniformización”.

Algunos autores interpretan la excepción francesa como una singular forma de entender la historia del país y la riqueza de su cultura literaria, filosófica, artística y científica. Otros la ven como un intento por proteger su cultura y mercado nacional en contra de lo que consideran un “dumping cultural” por parte de quienes dominan los mercados de exportación mundial de productos culturales. Sin embargo, esta posición no puede ser explicada en función de intereses puramente nacionales. De hecho, la excepción cultural fue invocada por primera vez por Estados Unidos a principios de

los años cincuenta, durante las negociaciones del primer acuerdo de comercio multilateral de bienes culturales en la UNESCO, es decir, el Acuerdo de Florencia sobre la importación de material educativo, científico y cultural. La cláusula-reserva propuesta por Estados Unidos fue publicada como un anexo de dicho Acuerdo, y estipulaba la posibilidad de cerrarse a las exportaciones en el caso de que la producción nacional se viera amenazada.

La doctrina francesa sobre la “excepción cultural” se traduce en la práctica en un fuerte marco de reglamentación para proteger, subsidiar y fomentar las industrias creativas, y exige un tratamiento diferenciado de los bienes y servicios culturales.

Cerca de la posición francesa se sitúa Canadá, poniendo quizás menos énfasis en los subsidios públicos pero apoyando medidas “para ayudar a las empresas nacionales a seguir siendo una opción en sus mercados culturales”. Canadá

también reclama un tratamiento especial para los productos y servicios culturales en los foros de comercio internacional, con el objetivo de garantizar el respeto a tres grandes principios: la igualdad de acceso, la diversidad de contenido, y los derechos del creador dentro de la sociedad global de información. Otros gobiernos europeos se encuentran divididos. Italia, Bélgica, Grecia, así como Nueva Zelanda y Australia, más bien se adhieren a las posiciones francesas, mientras que algunos países escandinavos, como Dinamarca, se encuentran más cercanos a un enfoque no proteccionista. A medida que las negociaciones comerciales han ido avanzando, esta atomización ha evolucionado hacia la consolidación de posiciones que podemos llamar “regionales”, de modo que por ejemplo la Unión Europea ha desarrollado una única posición de cara a las futuras negociaciones de servicios en el terreno cultural.”

ANEXO 3



Figura 2. Tomado de: Ministerio de Cultura de Colombia. 31 de octubre de 2011. Disponible en: http://www.gestioncultural.org/noticias.php?id_evento=319681

Créditos para empresas del sector cultural, otorgarán el Ministerio de Cultura (Min Cultura) y el Banco de Comercio Exterior de Colombia (Bancoldex).

Las dos entidades suscribieron un convenio para entregar \$4.000 millones a empresas vinculadas a la industria cultural e impulsar ese sector.

La alianza entre Min Cultura y Bancoldex está dirigida a micros y pequeñas empresas de publicidad; audiovisuales; producción y edición musical; libros y publicaciones; artes plásticas, visuales y escénicas; artesanías; así

como a todos los sectores de investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y humanidades.

Estas unidades de negocio podrán tener un cupo máximo de 100 millones de pesos, que serán financiados hasta 36 meses, con periodos de gracia de seis meses. En comparación con el resto de tasas de crédito, los favorecidos en este convenio tendrán intereses más bajos gracias a que el Ministerio de Cultura ha aportado recursos para reducir dicho costo.

El dinero entregado debe ser utilizado para satisfacer necesidades de las empresas en cuanto a materia prima, insumos, inventarios, software especializado, gastos operativos de funcionamiento, compra o arrendamiento de bienes inmuebles, maquinaria, equipos o vehículos vinculados a la actividad económica, adecuaciones o mejoras de instalaciones y locales comerciales, equipos de fotografía, impresión, hardware, recomposición de pasivos vigentes diferentes a las deudas con socios o accionistas.

Los empresarios del sector interesados en los créditos podrán solicitarlo a través de los bancos, corporaciones financieras, compañías

de financiamiento y cooperativas financieras, así como Organizaciones No Gubernamentales (ONG) financieras, cooperativas con actividad de ahorro y/o crédito, fundaciones financieras, cajas de compensación y fondos de empleados con cupo en Bancoldex.

La recepción de las propuestas y los estudios de crédito se realizarán hasta agotar los recursos dispuestos.

“Sin duda, la industria cultural agradece esta alianza que fue creada pensando en ella especialmente, y que será la semilla para una gran cosecha en el sector”, aseguró Ángel Eduardo Moreno Marín, Coordinador de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura.

ANEXO 4



Figura 3. Tomado de Ministerio de Cultura de Colombia. 28 de noviembre de 2011
<http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=46238>

Memorando de entendimiento Colombia - Venezuela

En el marco de la visita del Presidente de Colombia el pasado mes de agosto 2011, Juan Manuel Santos Calderón, a Caracas, Venezuela, los dos Gobiernos suscribieron un convenio en el cual la cultura es prioridad de desarrollo social en ambos países.

María Claudia López Sorzano, Viceministra de Cultura de Colombia, y Nicolás Maduro Moros, Ministro del Poder Popular para Relaciones Exteriores de Venezuela, sellaron con sus firmas el acuerdo que busca desarrollar y establecer relaciones de cooperación e intercambio cultural, académico y de investigación, en el marco de las políticas públicas de combate al hambre y la pobreza.

La música es el principal campo de acción en este instrumento de cooperación mediante el cual se generarán programas estables para el intercambio en diversas áreas culturales y sociales que permitirán compartir experiencias, conocimientos artísticos, administrativos y gerenciales.

De esta forma, se dará paso al desarrollo de políticas culturales en materia de cine y medios audiovisuales, política editorial y plataforma documental, artes escénicas y diversidad cultural, así como artes de la imagen y el espacio.

Dentro del acuerdo, también se contempla la asesoría técnica y capacitación entre las dos Naciones, a través de la Fundación Musical Simón Bolívar de Venezuela, en las prácticas

orquestales y corales; y del Plan Nacional de Música para la Convivencia de Colombia, en las prácticas de bandas y de músicas populares tradicionales.

Además de la formación, la investigación y los intercambios culturales, el memorando de entendimiento complementará y fortalecerá la elaboración, edición y distribución de materiales pedagógicos, bibliográficos y de

repertorios. Y desarrollará foros, talleres y espacios colectivos binacionales y regionales de encuentro, reflexión, audición y discusión.

Esta unidad de esfuerzos humanos, técnicos, administrativos y financieros fortalecerá la integración cultural regional y la buena vecindad binacional, promoviendo el bienestar, la convivencia y la paz de las poblaciones limítrofes de Colombia y Venezuela.

ANEXO 5

The screenshot shows the website 'Portal Iberoamericano de Gestión Cultural'. The main navigation menu includes 'Presentación', 'Actualidad', 'Aula Abierta', 'Área Profesional', and 'Recursos Culturales'. The 'Actualidad' section is active, displaying a news article from 03-11-2011. The article title is 'COLOMBIA, ARGENTINA, BRASIL, ESPAÑA Y CHILE, UNIDOS PARA FORTALECER LA TV CULTURAL'. The text describes an agreement signed by representatives from Colombia, Argentina, Brazil, Spain, and Chile to strengthen cultural content in communication through coproduction and exchange of audiovisual content. The event took place at the VI Seminario Internacional de Niños y Medios 'La cajita feliz' in Santiago de Chile.

Figura 4. Tomado de:
http://www.gestioncultural.org/noticias.php?id_evento=319699 noviembre 3 de 2011

Colombia, Argentina, Brasil, España y Chile, unidos para fortalecer la TV cultural.

Representantes de entidades de comunicación de estos países firmaron un acta de intención con el objetivo de fortalecer los contenidos culturales en comunicación.

Ese propósito se alcanzará a través de la coproducción e intercambio de contenidos audiovisuales, realización de investigaciones conjuntas, gestión de espacios de comercialización de programas y series,

establecimiento de programas de intercambios y pasantías, en temas relacionados con televisión.

La firma del documento se realizó en el marco del VI Seminario Internacional de Niños y Medios 'La cajita feliz', que tuvo lugar en Santiago de Chile, en el cual participó Germán Franco Díez, Director de Comunicaciones del Ministerio de Cultura de Colombia.

La alianza, que empezará a regir a partir de 2012, fue suscrita por Valeria Dotro, del canal

Paka Paka, de Argentina; Aldana Duhalde, de Contraseña Verde, un proyecto internacional del Instituto Goethe de Argentina; Beth Carmona, de Mediactiva Brasil; Tony Marín, de Cromosoma, España; Cristian Freire y David Perera de DOUC, Chile; y el Ministerio de Cultura de Colombia.

El acta de intención firmada da continuidad a los procesos de fortalecimiento de la tv cultural en la región, dentro de los cuales ya se han puesto en marcha eventos, convenios de intercambios de programación y coproducciones de televisión como la temporada latinoamericana de la serie infantil “La Lleva”.

ANEXO 6



Figura 5. Tomado de: La cultura sí es negocio. Disponible en http://periodico.sena.edu.co/transferecia/noticia.php?t=la_cultura_es_negocio&i=139

Asesores de las Unidades de Emprendimiento del SENA son capacitados por expertos de la Universidad de Los Andes sobre Emprendimiento Cultural.

A través de estas acciones de formación y emprendimiento, se busca que obtengan los conocimientos suficientes para apoyar el fortalecimiento de habilidades en los emprendedores, la creación de nuevas empresas, la producción, comercialización de los servicios y/o productos culturales de las regiones, y el impulso del sector en general.

“Esta es una capacitación que se propone crear empresas culturales, convertir el sector en uno altamente competitivo, pensar la cultura en términos económicos y aprovechar la gran diversidad cultural del país para ayudar a su dinamización”, explicó Silvia Rocha, funcionaria del Ministerio de Cultura.

Para la formación se organizaron cinco regiones: Caribe, Pacífica, Eje Cafetero, Amazonía y Orinoquía, y Centro Oriente. La Universidad de los Andes y el Ministerio de Cultura adelantan en 41 municipios, el proceso en el que el

SENA se convierte en el multiplicador de todos estos conocimientos. “Cada una de las ciudades que hemos recorrido cuenta con una diversidad cultural maravillosa, con grandes emprendedores y gestores culturales; y las expresiones culturales se están trabajando en cada sitio de una forma increíble. Existen algunas falencias en términos de educación y de conocimientos sobre elaboración de plan de negocios, administración, finanzas; por eso estamos recorriendo el país, porque al Ministerio le interesa que se capacite todo ese sector cultural y que se empiece a pensar la cultura en términos económico”, aseguró la funcionaria.

Por su parte, Alexandra Ospina, articuladora de la Unidad de Emprendimiento del SENA Tolima, afirmó que “el SENA a través del programa de Jóvenes Rurales Emprendedores, desarrolla programas de formación titulada en actividades de la industria cultural con el fin de fortalecer el sector; igualmente, se brindan oportunidades de capacitación y de capital semilla mediante la convocatoria cerrada No.77 de Fondo Empezar”.

PERFIL PROFESIONAL DE

EXPERTOS

ANEXO 7



Perfil: Cantautor de Guadalajara (México). Comenzó su carrera musical en el grupo Cuarta pared, referente del rock de autor de mediados de los años noventa.

Mail: correo@alvaroabitia.com <http://www.alvaroabitia.com/>

Compositor y licenciado en Lenguas y Literatura Hispánicas por la UNAM. Fue director y cofundador, junto con Joselo (Café Tacvba) y Ro (Liquits), de Bonsái Publishing, una de las editoras musicales independientes más representativas de México.

Dirigió Suave Records, compañía discográfica y agencia de booking del corporativo Omnilife. Es coordinador académico y editorial de la Feria Internacional de la Música (FIM) en Guadalajara y miembro de la Asociación para el Desarrollo de la Industria de la Música Iberoamericana (ADMI).

Como autor, ha escrito una obra de teatro y una serie de cuentos por editar. En libros ha publicado: Fragmentos (Poesías, 1999), La sombra de Andrea (Teatro, 2005), Antología del taller de cuento de la UNAM (Cuentos, 2005) y Jardín de Tréboles (Cuentos).



Ana Cecilia Cissi Montilla Rugeles
México

Perfil: Asesora en gestión cultural, tecnología y cultura, indicadores y estudios de público para el sector cultural y gestión de proyectos culturales.

Mail: ssi.montilla@gmail.com

Actualmente es la directora de formación artística y de servicios culturales del Instituto Queretano de la Cultura y las Artes.

Consultora internacional en los temas de sistemas de información, redes de información, observatorios y gestión del conocimiento, capacitación en gestión cultural y temas asociados como indicadores culturales, estudios de público y gestión de proyectos culturales.



Cedric David
Francia

Perfil: Representante de artistas colombianos

Mail: cedric@cecommusica.com

Administrador de empresas y representante de artistas como Sargento García, Chocquibtown y Pernet. Decidió trabajar en la industria de la cultura en Colombia con artistas del mismo país, lo cual le hace sentir orgulloso del folclor colombiano al cual representa.

Es experto en temas como las técnicas de negociación, conceptos internacionales aplicados en la música y estrategias para la formación de público.



Fernando Vicario
España

Perfil: Asesor de la dirección general de relaciones culturales y científicas de la AECI.

Mail: fernando@fvicario.com

Asesor y consultor de la dirección general de relaciones culturales y científicas de la AECI. Es ex-coordinador del área de cultura de la OEI. Del año 2005 a 2008, fue coordinador de redacción de la estrategia de cultura y desarrollo.

Desde 2003 hasta 2005, fue Director de la oficina de Madrid de Consultores Culturales en proyectos de educación y cultura, ha asesorado a diferentes instituciones en diversos aspectos de políticas culturales.



Gerardo Neugovsen
Argentina

Perfil: Asesor académico en CFT en la Universidad de Valparaíso (Chile). Docente en la universidad Tecnológica de Panamá (Panamá). Consultor asociado y director de Tikal Ideas.

Mail: gerardoneugovsen@tikalideas.com

<http://www.tikalideas.org/>

Magíster en Management de Medios y Arte por la Universidad Abierta de Londres y la Interfacultad de Economía y Artes del Instituto Universitario HKU de Holanda.

Se desempeña como consultor internacional en países como Argentina, Chile, Guatemala, Panamá, Sudáfrica, Holanda y España.

Pedagogo, docente e investigador en el campo del emprendimiento cultural y creativo. Su trabajo "Diagnóstico de competencias emprendedoras en el campo de las Industrias Culturales y Creativas" ha sido premiado por el BID/FOMIN a través de la Fundación Empresa Global de Argentina.

Se especializa también en procesos de formación a distancia utilizando las tecnologías de información y comunicación. Actualmente reside en Panamá y se desempeña como consultor y docente en la Universidad Tecnológica de Panamá y la Universidad de Valparaíso de Chile, entre otras.



Juan Carlos Gaitán
Colombia

Perfil: Director ejecutivo de Prana, incubadora de empresas culturales e industrias creativas.

Mail: pranainc@gmail.com

Licenciado en Ciencias de la Información en la rama de la publicidad, con estudios de la Universidad Complutense de Madrid, Máster en Mercadeo, Administración y Gestión (GESCO) y estudios en la Escuela Superior de Gestión y Mercadeo (ESIC) de Madrid.

Se desempeñó como subdirector cultural en Colparticipar Instituto Colombiano de la Participación Jorge Eliecer Gaitán) adscrito al Ministerio de Educación. Se ha destacado como investigador de mercadeo en canales de televisión, asesor en implantación de industrias culturales y catedrático.



Lala Deheinlin
Brasil

Perfil: Artista, profesional transdisciplinar, asesora, conferencista y emprendedora cultural.

Sitio Web: <http://laladeheinzelin.com.br/es/>

Profesional transdisciplinar, asesora, conferencista y emprendedora cultural (creación, dirección y producción artística) muy requerida internacionalmente, lo que la ha llevado al desarrollo de metodologías propias que integran economía, creatividad, desarrollo, sostenibilidad, futuro e innovación.

Después de una intensa carrera como artista y un periodo atendiendo corporaciones, actúa en artes y lenguajes artísticos para la formulación de estrategias y transmisión de contenidos. Es asesora en temas de economía creativa y desarrollo sostenible, y trabaja para gobiernos locales, así como para organismos multilaterales en cooperación internacional.



Rafael Morales Astola
España

Perfil: Presidente de la Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales (FEAGC), de la Asociación de Gestores Culturales de Andalucía (GECA) y de la Asociación Ibérica de Gestores Culturales (AIGCU).

Mail: geca@geca.es

Doctor en Filología Hispánica en Ciencias del Espectáculo por la Universidad de Sevilla. Docente de las maestrías en Gestión Cultural de las universidades de Granada y de Sevilla. Coordinador docente del módulo de Artes Escénicas de la maestría de Gestión Cultural de la Universidad Oberta de Cataluña. Docente de los cursos de Experto en Gestión Cultural de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA). Autor de diversos libros sobre cine y teatro, así como de ensayos sobre políticas culturales y gestión cultural.

Gestor cultural desde 1994 (en el Ayuntamiento de Cortegana y el Ayuntamiento de Sevilla-ICAS). Director de grupos de teatro desde 1984 a 1994. Coordinador de proyectos europeos vinculados la juventud y la cultura.



Silvia Villar Valverde
España

Perfil: Técnica en Gestión Cultural del Instituto Interuniversitario para la Comunicación Cultural (IICC).

Mail: silviavillarvalverde@gmail.com

Consultora, investigadora y miembro de la Red Iberoamericana de Museos. Asesora en gestión cultural para la AECID y la OEI. Experta en gestión del patrimonio cultural. Investigadora del Instituto Interuniversitario para la Comunicación Cultural (Universidad Carlos III - Madrid)

INSTRUMENTO APLICADO A

EXPERTOS

ANEXO 8

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Entrevista 1

Nombre: Ana Cecilia Cissi Montilla Rugeles
País: México
Mail: Cissi.montilla@gmail.com
Institución: Instituto Queretano de la Cultura y las Artes

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio de las empresas culturales en Iberoamérica?

Las oportunidades de negocio de las Empresas Culturales son infinitas si partimos de la premisa de que un patrimonio puede ser tangible e intangible, por lo tanto las empresas culturales tienen posibilidades infinitas. Yo creo, particularmente que se han desarrollado de manera muy importante en la industria musical, por citar un ejemplo; eso, me parece que es significativo en Colombia, lo que ya tiene un impacto fuera del territorio. Ahora, me ha tocado ver, por lo menos en Medellín, como han surgido pymes culturales, por ejemplo trabajando con nuevos textiles, diseños interesantes para papelería, bolsas, accesorios para mujeres (a quienes nos encanta comprar), cosas hechas con fibras vegetales pero con diseños contemporáneos. Aquí, ustedes tienen una enorme posibilidad de desarrollar toda esa creatividad hermosa que tiene Colombia en sus empresas culturales de manera muy amplia.

¿De qué manera se solventan económicamente las empresas culturales en su entorno?

En México hubo un pequeño movimiento de empresas culturales a partir de siete u ocho años atrás y las empresas que han logrado impactar, están ligadas directamente con los nuevos medios de comunicación, con la internet, Facebook, youtube, twitter y con el uso de las nuevas tecnologías. México es un país enorme, tiene la penetración de la radio y la televisión insólitamente y como decía Lala, lo que la televisión pone en su pantalla se vende, entonces ¿Cómo han hecho las pequeñas empresas culturales para entrar en ese sector sin tener acceso a la televisión? (porque es carísimo) pues a través de los nuevos medios de comunicación, a través de la internet.

Ahora se hizo un programa del ministerio de economía que se llama "Proempleo" y ellos han comenzado con un proceso de capacitación de emprendimiento, donde daban principalmente capacitación a gente que quería poner una empresa normal característica, pero, desde la secretaria de cultura del instituto federal se detectaron ochenta empresas culturales y se le pidió al ministerio de economía que hiciera ese mismo proceso de capacitación, pero con emprendedores culturales y fue una maravilla porque nos dieron herramientas que en la cultura no manejamos como diseño de ventas, el marketing, hacer presupuestos, el valor y el producto agregado y toda esta cantidad de conceptos ligados a una economía que nosotros desde la cultura vemos como distantes y pensamos que no tiene nada que ver con nosotros. Este diplomado se transfirió a los emprendedores culturales y de este primer esfuerzo de las 80 empresas creativas que lograron capacitarse, sabemos con certeza que hay 20 empresas exitosas en el transcurso de tres años, lo que es muy bueno, en muy poco tiempo y los resultados son impresionantes.

El gobierno nacional a través del Ministerio de Cultura fomenta la promoción de la cultura, es por tradición el principal ente de financiación y gestor de nuevas opciones de financiamiento del sector ¿Qué políticas conoce que pueda implementar el gobierno colombiano para ampliar las fuentes de financiamiento y crecimiento del sector cultural en el país?

Yo creo que esa sería una buena política a copiar, vincular el Ministerio de Economía y el Ministerio de Hacienda, con los grandes empresarios y generar un proceso de capacitación que permita transferir herramientas, tecnología y conocimiento de la economía del mercado a los emprendedores culturales.

De las siguientes formas de obtener financiación, cual cree usted que tienen mayor impacto en el desarrollo del sector cultural?

Donaciones

Considera otras, cuáles?

Yo creo que es una mezcla feliz entre todas esas formas de obtener financiación, no es una sola, creo que son todas estas maneras de acercar recursos tienen que trabajar juntas.

Además, es muy importante la cooperación internacional, ya que hay muchísimas instituciones internacionales que tiene recursos para apoyar el desarrollo cultural en nuestros países y muchos se quejan de que nadie tiene estos recursos.

¿Qué tipo de redes de cooperación internacional para la cultura conoce y a cuáles pertenece? ¿Cuál es su papel en ellas?

Yo no pertenezco a ninguna red de cooperación internacional directamente, pero trabajo con ellas, por ejemplo con la Agencia Española de Cooperación Internacional, esta agencia hoy en día ha sido, es y sigue siendo el motor para la transferencia de dinero y recursos en América Latina para apoyar proyectos culturales y obviamente nos preocupa mucho el cambio que ha habido recientemente en España, sobretodo en el ámbito político, porque suponemos que todo lo que hacía AECID en América Latina va a cambiar. Otras redes importantes a las que deberían acercarse no son redes realmente, son organizaciones de apoyo, los japoneses tienen muy buenos organismos de Cooperación Internacional, los canadienses también y el BID, entre otros.

En el panorama internacional se percibe un alto riesgo en la financiación tradicional (créditos bancarios) para el sector cultural ¿qué cree usted que deba fortalecer la empresa cultural para lograr el equilibrio con los otros sectores (ejemplo agrario), en relación a posibilidades de financiación?

Yo creo que tenemos que empezar por entender que nosotros no somos un riesgo, empezado por ahí, generar los mecanismos para demostrar porque no somos un riesgo, porque no sabemos cómo utilizar la información para sustentar nuestros documentos, no somos capaces de generar indicadores o estadísticas, pero tenemos que aprender a utilizar la información para sustentar lo que queremos vender, para pedir préstamos y si no tenemos como demostrar lo que somos, ni lo que hacemos, en los términos en que las instituciones bancarias entienden, entonces no vamos a lograr nunca nada, por eso tenemos que aprender a utilizar estos lenguajes.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Nombre: Cedric David
País: Francia
Mail: cedric@cecommusica.com
Web: www.cecommusica.com

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio de las empresas culturales en Iberoamérica?

Yo creo que las oportunidades de negocio son más bien las oportunidades para crecer, seguramente pensando en los factores emergentes de Latinoamérica si tu observas verás que si vas más al sur hay otros países, que son Brasil (obviamente por lo inmenso que es), Chile, Argentina o Ecuador, pero particularmente Chile Argentina y Brasil en este momento, están interesados en trabajar música colombiana.

¿De qué manera se solventan económicamente las empresas culturales en su entorno?

A través de los computadores, sin embargo yo creo que como muchas otras empresas colombianas nos toca diversificarnos, entonces en el caso mío, que ya existimos hace unos 5 o 6 años con un negocio que instala música en vivo, conciertos y giras, primero paralelamente multiplicamos otras actividades siendo consultores, dictando charlas académicas, asesorías para completar un poco la cosa y segundo, cuando tú no encuentras un espacio o un cliente, en proporción a los que buscas, entonces una opción es hacerlo uno mismo, es decir no consigo quien me contrate para un concierto y yo monto el concierto.

El gobierno nacional a través del Ministerio de Cultura fomenta la promoción de la cultura, es por tradición el principal ente de financiación y gestor de nuevas opciones de financiamiento del sector ¿Qué políticas conoce que pueda implementar el gobierno colombiano para ampliar las fuentes de financiamiento y crecimiento del sector cultural en el país?

Hay muchas, pero digamos que en Colombia, creo que las Secretarías de Cultura, las Gobernaciones, las Alcaldías y las Cámaras de Comercio fomentan el emprendimiento y más que buscar una beca o un fondo para financiar un proyecto, lo que uno debe conseguir son las herramientas para crecer, porque le dan a uno dinero para hacer algo, mientras lo capacitan y lo llevan a conectarse con el mundo empresarial, lo cual es fundamental.

De las siguientes formas de obtener financiación, cual cree usted que tienen mayor impacto en el desarrollo del sector cultural?

Mecenazgo

Considera otras, cuáles?

Donaciones, Mecenazgo, Proyectos, Créditos, Microcréditos, Convocatorias o concursos Ruedas de negocios y [Crowdfunding](#).

Mincomercio y Proexport están desarrollando modelos, nos piden a nosotros, el sector privado de la música proponerles el concepto de agencia de exportación para que puedan ser realizados con público privado. Francia, Brasil, Inglaterra, son países conocidos por tener fórmulas de apoyo a la expresión cultural, concretamente en Francia existe el "by and export" de la música y tú debes cumplir con ciertos criterios de producción, pues obviamente lo consideran producto francés y si demuestras que has aprobado todo esto, te apoyan. Si por ejemplo, tienes una gira y tienes 10 fechas en Estados Unidos y presentas a tiempo la convocatoria cumpliendo los requisitos, te pueden dar 5 o 10 mil euros porque ven que efectivamente tú tienes algo.

¿Qué tipo de redes de cooperación internacional para la cultura conoce y a cuales pertenece? ¿Cuál es su papel en ellas?

Claramente Circularart, un porque es una red muy pertinente, de mucha gente tanto para exportar como para importar, de Suramérica, Asia, Europa, Norteamérica y hasta creo que África. En Colombia recomiendo el Circularart.

En el panorama internacional se percibe un alto riesgo en la financiación tradicional (créditos bancarios) para el sector cultural ¿qué cree usted que deba fortalecer la empresa cultural para lograr el equilibrio con los otros sectores (ejemplo agrario), en relación a posibilidades de financiación?

Posiblemente somos un sector donde hay bastante riesgo, porque se puede caer un proyecto rápidamente por X razón. Los bancos tienen su opinión, pero yo creo que siempre va haber un sector de economía creativa. Justamente hay que buscar otras maneras, el hecho es que por fin el sector privado, desde hace uno o dos años entendieron y están sumamente interesados en aliarse (por lo menos en la música) con la cultura y están empezando a aportar fondos.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Entrevista 3
Nombre: Juan Carlos Gaitán
País: Colombia
Mail: pranainc@gmail.com

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio de las empresas culturales en Iberoamérica?

Si lo vemos desde la innovación, la cultura está implícita, desde la base tecnológica, todas las oportunidades, incluso más, porque tenemos ya en sí, incorporados, el concepto de innovación.

¿De qué manera se solventan económicamente las empresas culturales en su entorno?

Creo que debe combinarse la posibilidad de convocatorias, recursos, premios, de concursos, con un producto de servicio interesante para un mercado, ese equilibrio, esa armonía es lo que hace que sean sostenibles, yo no renunciaría a ninguna de las dos y no perdería ninguna oportunidad, pero también es muy peligroso quedarse solamente como adicto a los premios, porque sino lo ganas, ¿entonces desmontas la entidad? y eso pasa muchísimo, por lo menos en Bogotá, digamos que hacen sus presupuestos a partir de que se van a ganar las convocatorias, y ¿qué pasa si no se las ganan? desmontan las unidades productivas y eso es gravísimo, entonces no desaprovechar, verlo siempre como un premio, como un capital semilla, como un estímulo como debe ser, que se hace más sólido, pero debes tener clarísimo una oferta, y esa oferta vale una plata, y hay que ofrecérsela a alguien, porque sino no estamos hablando de empresa, estamos hablando de otro tipo de cosas y tú me preguntas a mí como director de una Incubadora de Empresas, a mí me interesa que funcione como empresa, sino funcionan en esa órbita habrán otros mecanismos que yo no se manejar, yo te respondo como asciendo yo a los proyectos culturales, que deciden volverse empresa.

El gobierno nacional a través del Ministerio de Cultura fomenta la promoción de la cultura, es por tradición el principal ente de financiación y gestor de nuevas opciones de financiamiento del sector ¿Qué políticas conoce que pueda implementar el gobierno colombiano para ampliar las fuentes de financiamiento y crecimiento del sector cultural en el país?

Una fuente gigante, pero nos toca presentarnos de forma muy organizada es Colciencias que permanentemente abre convocatorias y ya existimos como sector, no sólo está el minero, el agrícola, el de la innovación sino que ya esté el sector de las industrias culturales, aprovechemos que ese espacio ya se abrió y empezemos proyectos que sean competitivos, que los que analizan las propuestas los entiendan desde una viabilidad, ya que si son excesivamente románticos los van a rechazar.

De las siguientes formas de obtener financiación, cual cree usted que tienen mayor impacto en el desarrollo del sector cultural?

Convocatorias o concursos

Considera otras, cuáles?

Me gusta que hablémos para que sigamos con un punto coherente, participar en convocatorias y las ruedas de negocios porque es ahí donde vas a conseguir clientes, donde vas a ofrecer un producto o un servicio, esas deben ser las dos cuentas, veo muy difícil, muy lejano el crédito, el mecenazgo yo creo que existe si se presenta como responsabilidad social empresarial pero digamos que existe más el inversionista. Yo creo que esa lista está bien pero centrémonos en la convocatoria, seamos muy prudentes en la convocatoria, leámoslas muy bien, no puedas disfrazarte de lo que no eres entonces hay que ser muy honesto y leerlas con mucho detenimiento antes de participar.

¿Qué tipo de redes de cooperación internacional para la cultura conoce y a cuáles pertenece? ¿Cuál es su papel en ellas?

Digamos que se de lo que ha hecho Octavio Arbeláez, que funciona muy bien a nivel de Latinoamérica, pero de resto no conozco más.

En el panorama internacional se percibe un alto riesgo en la financiación tradicional (créditos bancarios) para el sector cultural ¿qué cree usted que deba fortalecer la empresa cultural para lograr el equilibrio con los otros sectores (ejemplo agrario), en relación a posibilidades de financiación?

Hay que tener muy claro una oferta y una demanda, digamos ¿Por qué el sector agrícola puede llegar a recibir financiamiento? Porque garantiza una cosecha y que hay unos clientes que van a hacer una precompra, entonces si yo soy capaz como artista de hacer un concierto y garantizo que ya tengo una carta de un preacuerdo eso para un banco no es difícil de entenderlo y lo puede llegar a asimilar perfectamente, yo lo he hecho desde Prana con el Banco de Bogotá y este tipo de cosas las entienden y las aceptan, perfecto, pero tiene que ser muy claro lo que le estas indicando. lo que le estas ofreciendo al banco, debe de haber un contrato porque el banco tampoco se va a arriesgar sin un soporte de Prana y fíjate que esto es un caminito mucho más interesante que exponer una casa, la finca, obviamente porque el banco siempre va a pedir un bien de respaldo, si logramos hablar que el respaldo sea una carta de intención, un contrato entonces ya estamos hablando en términos de negocios de verdad.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Entrevista 4

Nombre: Rafael Morales Astola†

País: España†

Mail: geca@geca.es†

Institución: FEAGC - GECA†

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio de las empresas culturales en Iberoamérica?

El emprendimiento cultural principalmente tiene que tener en claro que se trata de un negocio y cuando se trata de un negocio tienes que tener un plan, normalmente los planes de negocios luego no se realizan, eso lo saben mejor que nadie los empresarios cuando ponen en marcha estas iniciativas, pero es cierto que si marca una pauta que llega a ver lo que a la luz y sombra tiene el proceso económico en el sector cultural, habrán más oportunidades.

En el caso de la cultura en Iberoamérica es bueno saber que sin duda alguna, los estados son parte fundamental, no pueden los estados nacionales deshacerse de su responsabilidad sobre una política que ellos mismos han puesto en marcha como es la proliferación de las industrias culturales, sobre todo para dar salida a los jóvenes en el empleo, en el autoempleo y en la creación de riquezas territoriales. Por tanto el estado debe estar apoyando las iniciativas empresariales de esos jóvenes emprendedores culturales por un lado, por otro lado desarrollar políticas de mecenazgo con cuidado, con mucha cautela y con rigor, porque no vale cualquier cosa, no vale cualquier mecenazgo, no vale justificarlo de cualquier manera. Una ley de mecenazgo que proteja al emprendedor y al mismo tiempo suponga un gravar importante para las empresas que entren en ese proceso concreto; creo que también el espíritu del emprendedor cultural debe objetivar el destinatario de su producto al gran público, cuando decimos al gran público no nos referimos al público masivo, estamos refiriéndonos a una audiencia fiel, leal al tipo de producto que tu ofreces dentro del mercado, entonces hay que restituir la relación del producto cultural con la taquilla, con la recaudación directa que se recoge a través de la realización del producto llámese una representación teatral, una exposición que tiene determinado número de visitas, un concierto de música, un festival del grupo que sea, una dinamización de un patrimonio en el territorio etc.

Yo creo que esas son las tres líneas fundamentales, una que el estado tiene que hacerse responsable de una política de protección para poner en marcha que es un apoyo a los sectores culturales, otras una ley de mecenazgo que favorezca que las empresas privadas apoyen al sector concreto de cultura y luego que también haya una búsqueda de ingreso directo a través de las audiencias, que disfruten de los productos que dan a consumir.

¿Qué tipo de redes de cooperación internacional para la cultura conoce y a cuáles pertenece? ¿Cuál es su papel en ellas?

Bueno vamos a ver, yo he sido o soy socio mejor dicho socio cofundador de la Red Latinoamericana de Industrias Culturales y yo creo que tiene un papel muy importante que cumplir aquí, que es hacerse portavoz de todas las demandas y necesidades que se dan en el sector incluyendo como no puede ser de otra manera a los emprendedores culturales; esa red lógicamente debe de estar en contacto con otras redes porque en Europa hay muchos programas de financiación que a lo mejor no va dirigidos directamente a cultura pero si al patrimonio, al empleo, a salvaguardar el idioma en este caso estamos hablando del español que puede favorecer una cooperación económica muy importante que tenga resultados en los proyectos culturales concretos y creo que (retomando la pregunta primera que con esta es la que) el español también es una fuente de financiación, teniendo en cuenta que todos los países de Iberoamérica hablan español, claro obvio también el portugués que son muy similares, lo que facilita el contacto entre las comunidades y los artistas, creo que también hay una base a desarrollar en el sector de la cultura.

¿De qué manera estas redes ofrecen apoyo económico al sector cultural en Colombia?

Bueno ahora mismo en España estamos en una crisis económica importante que está afectando a todos los sectores, lógicamente también a la cultura, se está dando un caso muy interesante y es que a pesar de que la cultura es a la primera a la que le recortan el presupuesto las administraciones públicas, cosa que a mí me avergüenza y llevan diciendo años y años que la cultura es un eje estratégico para la economía del conocimiento, lo cierto es que las empresas culturales son las que más están resistiendo el empujón terrible que supone la crisis económica, eso no quiere decir que no estén desapareciendo un número importante de empresas culturales pero también es verdad que son las que más están resistiendo ser empresario en cultura tiene muchas retribuciones y políticas de apoyo.

En el panorama internacional se percibe un alto riesgo en la financiación tradicional (créditos bancarios) para el sector cultural ¿qué cree usted que deba fortalecer la empresa cultural para lograr el equilibrio con los otros sectores (ejemplo agrario), en relación a posibilidades de financiación?

El crowdfunding es muy novedoso y facilita que los proyectos se lleven a cabo, la cultura es el sector que menos tiene pero es más sencillo que acceder a un crédito y microcrédito. Los bancos deberían tener una línea especial para la cultura vista desde la generación de empleo pues la cultura es el sector que menos riesgo tiene, porque los préstamos solicitados son pequeños y tienen un amplio colchón familiar de alianzas, lo que hace que la empresa cultural se haga más viable.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Entrevista 5
Nombre: Fernando Vicario
País: España
Mail: fernando@fvcario.com

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio de las empresas culturales en Iberoamérica?

El tema de fortalecer los eslabones de la cadena de valor en el sector cultural se debe revisar a la luz de tres factores débiles que hay que corregir:

1. Pobre y débil formulación de los proyectos, la formulación responde más a ilusiones y resta credibilidad.
2. Constante y permanente sensación de que el sector cultura es incumplido no maneja cronogramas, presupuestos, planes.
3. Poca estabilidad y continuidad de los proyectos.

Los financistas están mal acostumbrados, porque en salud, medio ambiente, energía y en educación, se financian procesos, por responsabilidad social se financian procesos, los proyectos deben compensar la inversión.

Estas tres cosas en este contexto no aseguran la sostenibilidad y le dan un descreer a las empresas o instituciones sobre la cultura.

Entonces hay que desarrollar un discurso de acuerdo al sector música... como el caso conocido en Brasil banco mundial aprobó 200 millones de dólares banco interamericano, como se formulo este proyecto, de una manera muy acertada no diciendo que iban a fortalecer la música, si no que iban a disminuir la deserción escolar y la delincuencia a partir de la música.

Es un caso exitoso porque pasaron impactos, indicadores y soluciones como lo hacen los demás sectores, los de cultura no lo hemos sabido hacer.

Otra cosa importante es que se debe tener un discurso para cada propuesta, no se puede ir a todas las instituciones con la misma propuesta telefónica es comunicación y otro es bienestar.

Que le interesa a cada cliente, una empresa de desarrollo no le puede interesar lo mismo que una de energía.

La preocupación hoy en día es la burocratización, tecnificación y economización de las políticas culturales y esto pasa porque se esta compartimentando demasiado el pensamiento, entonces el que hace una cosa solo hace esa cosa y en cultura es el único sector en el que se puede ser polifacético, estoy de acuerdo en que el pintor pinte y el gestor venda, pero también pueden de vez en cuando vender y pintar. El gestor tiene que conocer de todo arte y mercado, el artista no.

¿De qué manera se solventan económicamente las empresas culturales en su entorno?

Yo creo que para acceder a buenas fuentes de financiación hay que tener buenos proyectos y para hacer buenos proyectos hay que saber dibujar y planificar los proyectos, para dibujar y planificar los proyectos hay que saber quién puede financiar esos proyectos pero yo no puedo llegar con mi proyecto sobre baile a una empresa que no financia nunca baile entonces antes de buscar nuevas empresas de financiación o nuevos modos de financiación hay que saber que queremos financiar y como lo queremos contar, ese es el primer punto, lo segundo no va mas ya de financiar proyectos por separado hay que financiar procesos y lo tercero hay que tener preparación económica, para saber que la financiación a veces es con dinero que no hay que devolver pero a veces es con dinero que hay que devolver, como se devuelve, cuales son las tasas de intereses, etc...

Hay muchos ejemplos en Colombia, la fundación Carvajal tiene proyectos muy buenos pero te pide unos modelos de presentación. Hay que saber presentar los proyectos.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Entrevista 6
Nombre: Silvia Villar V.
País: España
Perfil: Experta en gestión del patrimonio cultural.

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿De qué manera se solventan económicamente las empresas culturales en su entorno?

¿En Iberoamérica? Son muchos países, son 22, con unas aproximaciones muy diferentes, unos tienen unas instituciones muy fortalecidas, otros no, los que ven las situaciones que permiten la financiación privada, las sinergias con la financiación pública y demás es muy diversa, entonces creo que enumerar las propuestas de financiación me cuesta hacerlo en mi propio país entonces imagínese toda Iberoamérica pero por lo general son fondos públicos que es a lo que estamos más acostumbrados, es por una trayectoria a lo largo de la historia el método de financiación mayoritaria es el fondo público, por lo general son subvenciones directas que se abren a través de una convocatoria directamente porque la institución presente comentar o fortalecer un área cultural entonces se destina x dinero a fortalecer tal cosa o a incentivar tal cosa dentro de la financiación pública existen fondo concursables e los que ya no se elige tanto las instituciones a las que se les destina para un fortalecimiento directo para tal actividad cultural sino que se abre una convocatoria pública para el acceso donde se concursa, se amerita y demás, dentro de la financiación pública existen también incentivos a la fiscalización cultural, hay países que lo tienen y hay países que no lo tienen, hay países que lo tienen por ley, hay países que lo tienen a través de una normativas puntuales en sus medios de fiscalización manuales y estos son por lo general condiciones que les benefician a las grandes empresas porque el particular no suele comprar a invertir en cultura de manera que la fiscalización le beneficie, hay países que tiene una ley de fomento a través de la fiscalización hay unos que no y eso yo creo que son las grandes formas de financiación de institución pública después hay mucha financiación en Iberoamérica, la mayoritaria, institucional también a través de la cooperación y el ministerio del exterior, yo creo que Latinoamérica se ha venido beneficiando muchísimo de la cooperación española internacional y es una pena los recortes que se están produciendo acá, vamos a conocer una noticia fatal la de decir ha eliminado la financiación España a Colombia directamente, yo personalmente estoy muy apenada y supongo que vosotros más; este tema de la crisis ha venido despertando unos intereses en la oportunidad de buscar otras fuentes de financiación. Otras fuentes de financiación son de lo más creativas en Latinoamérica y de la que tenemos que aprender en España ,Portugal y Europa, hay muchos riesgos a través de la financiación de cultura de esos procesos mixtos entre lo privado y la institución pública que se están de moda en países de Europa y estamos aprendiendo de ello porque hay aspectos culturales públicos que de repente se ven absorbidos por lo privado a través de la financiación y entonces se hace un dirigismo empresarial sobre las industrias culturales y los productos culturales y por ahí en algunos foros internacionales en los que he participado pues es muy resistente a hacer esta financiación mixta público-privada pues la financiación reina de terminar sectores culturales es la financiación privada en la que un agente gestor cultural busca una financiación completa de una empresa privada que ve una prestación a contraparte a colaborar en esa financiación de ese producto cultural.

De las siguientes formas de obtener financiación, cual cree usted que tienen mayor impacto en el desarrollo del sector cultural?

Crowdfunding

Uno de los factores que influyen para patrocinio es llevar el proyecto bien estructurado, escrito y con buen lenguaje, saber lo que quieres, definir la contraprestación y sobre todo debe ir a presentarlo quien más sepa de este, alguien con presencia y agilidad, que tenga empatía con el inversionista, una persona con habilidad social

Pensar en las necesidades de negociación de los gestores culturales. Los artistas no tienen que saber gestionar cultura, son dos cosas diferentes ellos crean y deben haber unos comunicadores de las creaciones que convengan.
El gestor gestiona y el artista crea, hoy se confunden pero no se debe dar esa hibridación tan interdisciplinar en este sector.

Las dos funciones en la misma acción es un error.

¿Qué tipo de redes de cooperación internacional para la cultura conoce y a cuales pertenece? ¿Cuál es su papel en ellas?

Existen yo creo que al menos 20 redes culturales en todos los ámbitos, redes de patrimonio culturales, redes de cine, agentes de cine, redes de financiación para cine, redes de cooperación. Te voy a hablar de las que manejo yo mas directamente, yo soy consultora para el programa de E-MUSEUM que es una red de museos, una red de redes de museos, es un programa iberoamericano auspiciado por la ACECID y su fundamento principal es fortalecer la red iberoamericana de museos, es una red de redes nacionales de museos, además por debajo de las redes nacionales de museos que las dinamizan los ministerios de cultura o de educación dependiendo el estado, cada uno tiene su administración pública nacional que auspicia su regular dinámica, además para abajo se sigue dividiendo la administración pública de cultura y sigue derivando en otras redes departamentales o provinciales o comunitarias dependiendo el país, hay una cantidad de redes ya existentes que normalmente no se publicitan en un organismo completo sino que se suelen publicitar o hacer a ellas a través del ámbito completo, si uno se dedica al cine de repente pues tiene que traer algún organismo dedicado al cine y por ahí hay un montón de gente que se dedica a construir redes en esos ámbitos culturales, yo creo que redes culturales existen en todos los ámbitos.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Entrevista 7

Nombre: Lala Deheinzlirt

País: Brasil

Perfil: Profesional transdisciplinar

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio de las empresas culturales en Iberoamérica?

Yo encuentro es que por ejemplo, una palabra que tendríamos que sacar de nuestro diccionario, para la gente es ayuda. Nos dice al contrario, el futuro de todas nuestras empresas esta en los intangibles y nosotros tenemos la maestría de los intangibles entonces es siempre una cuestión de asociación, colaboración y de ver cómo, nosotros tenemos las cosas que los otros necesitan, otros lo tienen, por increíble que parezca. Es que somos muy convencionales, no nos juntamos como sector y tampoco tenemos la apertura de salir de nuestras maneras de hacer, hay mucho campo para todo pero no para estar por meses haciendo su pieza de teatro para presentarla el viernes, sábado y domingo dos horas, en un teatro que el resto del tiempo está cerrado. Todo eso es absolutamente fuera de tiempo, entonces hay que mudar de siglo, porque por a veces estamos en el XVIII, XIX

De hecho, el Doctor Vicario hablaba de un caso del doctor Abreu en Venezuela, de cómo el busca financiación en el BIP, y el vende la idea pero de cómo ese proyecto que el vende genera un impacto social y económico en la comunidad, entonces cambia la visión.

¿De qué manera se solventan económicamente las empresas culturales en su entorno?

Me parece, que el camino para la financiación, es no buscar financiación, porque eso es una cosa que no va a tener mucho sentido en el siglo XXI, y que un camino que encuentro súper interesante, es el del "Crowdfunding" y también todo lo que sean monedas complementares, a donde la gente, un grupo, trueque de trabajo por esta moneda y comparte la moneda que viene desde afuera para los socios que no pueden, lo que pienso es que hay que modificar el modelo mental, así que el modelo mental de quien nos va a pagar por eso, eso no es futuro, hay que buscar maneras distintas de hacerla y que la base de todas estas maneras esta el colaborativa y esto tiene que un poco de ver con cierta innovación, me parece que a veces hay cosas que tenemos que necesitamos que necesitamos volver un poco a modelos antes. Cuando yo empecé a hacer danza y teatro lo de hacer eventos grandes no existía, entonces las condiciones eran un poco distintas, es decir nos íbamos de un sitio a otro dos kilómetros en bus, tranquilos, nos quedábamos en la casa de la gente, el que nos alquilaba la luz no era un millonario con un coche y lo que paso es que los grandes eventos corporativos, los grandes eventos mediáticos etc. metieron las cosas en un "catamarán" imposible y también la idea de que esto es profesionalismo y todas las cosas inviables

Y el doctor Vicario de hecho hablaba de cómo tres componentes, que uno es el tema de formulación de proyectos para el sector cultural, el otro es la imagen de los gestores culturales ante las personas que financian, ósea digamos mejorar la imagen.

El gobierno nacional a través del Ministerio de Cultura fomenta la promoción de la cultura, es por tradición el principal ente de financiación y gestor de nuevas opciones de financiamiento del sector ¿Qué políticas conoce que pueda implementar el gobierno colombiano para ampliar las fuentes de financiamiento y crecimiento del sector cultural en el país?

La conciencia de que se puede trabajar fuera del sistema, que sin comprometerse necesariamente de una manera negativa se puede ganar dinero, siendo artista, creativo, compositor y músico puedes ser también economista. La cultura por décadas se viene considerando en México y en general en Latinoamérica y lo he visto así, hasta en Reino Unido como un adorno de la sociedad no como una empresa, entonces se solventa tratando de vender proyectos, con patrocinios y buscando descuentos tributarios, pero el camino es convencer al gobierno para que lo apoye con políticas de sector y de empresa, esto es un derecho.

También les comparto que con la cultura se puede pensar en lo hecho en México con Fojal un sistema de financiación diseñado para los tequileros, que ahora se esta haciendo en piloto para la cultura, es convencer al gobierno de hacer cosas diseñadas para promover el sector.

De las siguientes formas de obtener financiación, cual cree usted que tienen mayor impacto en el desarrollo del sector cultural?

Mecenazgo

Considera otras, cuáles?

Mecenazgo. Como lo decía antes la clave está en las redes, las nuevas tecnologías y la alfabetización, compartir conocimiento.

¿Qué tipo de redes de cooperación internacional para la cultura conoce y a cuáles pertenece? ¿Cuál es su papel en ellas?

Muchas de música que es donde más he copeado, pero diré tres que me han llamado la atención por sus modelos e impacto: Agencia OIA de Reino Unido de música, Incubadora Copitarts de diseño en Londres, Agencia económica moda de Jalisco. Lo que hago es invitar públicamente y de manera colaborativa a que el sector se libere del gobierno pero usándolo en el camino, invitando a buscar de manera creativa el uso de la creatividad, diciendo que la suma es mayor si compartimos las ideas. En términos de emprendimiento la idea es hacer lo que nos gusta no lo que más da dinero, pero hay que lograr un equilibrio y esto lo da un poco la cooperación internacional, BID, ellos también aportan a Colombia"

¿De qué manera estas redes ofrecen apoyo económico al sector cultural en Colombia?

Tengo que decir que Latinoamérica no tiene la estructura para negociar financiación, todas las anteriores se aplican en casos aislados, pero no conozco algo que oferte un financiamiento diseñado para las empresas culturales en total.

En el panorama internacional se percibe un alto riesgo en la financiación tradicional (créditos bancarios) para el sector cultural ¿qué cree usted que deba fortalecer la empresa cultural para lograr el equilibrio con los otros sectores (ejemplo agrario), en relación a posibilidades de financiación?

En ese panorama lo que yo veo es que la economía creativa se está permeando y transversaliza a otras industrias. Pero para fortalecerse se debe alfabetizar a los emprendedores culturales, debe haber un nivel de especialización en los temas propios y compartir conocimiento en red, para soportar la sobre oferta que se puede generar si se logra integrar la economía al sistema como motor de desarrollo.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Entrevista 8
Nombre: Alvaro Abitia
País: México
Perfil: Músico

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio de las empresas culturales en Iberoamérica?

La conciencia de que se puede trabajar fuera del sistema, que sin comprometerse necesariamente de una manera negativa se puede ganar dinero, siendo artista, creativo, compositor y músico puedes ser también economista creativo.

¿De qué manera se solventan económicamente las empresas culturales en su entorno?

La cultura por décadas se viene considerando en México y en general en Latinoamérica y lo he visto así, hasta en Reino Unido como un adorno de la sociedad no como una empresa, entonces se solventa tratando de vender proyectos, con patrocinios y buscando descuentos tributarios, pero el camino es convencer al gobierno para que lo apoye con políticas de sector y de empresa, esto es un derecho.

El gobierno nacional a través del Ministerio de Cultura fomenta la promoción de la cultura, es por tradición el principal ente de financiación y gestor de nuevas opciones de financiamiento del sector ¿Qué políticas conoce que pueda implementar el gobierno colombiano para ampliar las fuentes de financiamiento y crecimiento del sector cultural en el país?

Definitivamente las redes y conformación de gremios, acompañados de un proceso de alfabetización donde se compartan experiencias con el mundo, casos que crecen como Asia e India y así acercarse a los que van adelante para capacitarse y después tener un portafolio creativo de país. Esto se está haciendo en Guadalajara y otros en México en especial con el sector de producción musical.

También les comparto que con la cultura se puede pensar en lo hecho en México con Fojal, un sistema de financiación diseñado para los tequileros, que ahora se está haciendo en piloto para la cultura, es convencer al gobierno de hacer cosas diseñadas para promover el sector.

De las siguientes formas de obtener financiación, cual cree usted que tienen mayor impacto en el desarrollo del sector cultural?

Mecenazgo

Considera otras, cuáles?

Como lo decía antes la clave esta en las redes, las nuevas tecnologías y la alfabetización, compartir conocimiento. Tengo que decir que Latinoamérica no tiene la estructura para negociar financiación, todas las anteriores se aplican en casos aislados, pero no conozco algo que oferte un financiamiento diseñado para las empresas culturales en total.

¿Qué tipo de redes de cooperación internacional para la cultura conoce y a cuales pertenece? ¿Cuál es su papel en ellas?

Muchas de música que es donde más he cooperado, pero diré tres que me han llamado la atención por sus modelos e impacto: Agencia OIA de Reino Unido es de música, Incubadora Copitarts en Londres, de Diseño y Agencia económica mixta de Jalisco. Lo que hago es invitar públicamente y de manera colaborativa a que el sector se libere del gobierno pero usándolo en el camino.

¿De qué manera estas redes ofrecen apoyo económico al sector cultural en Colombia?

Poniendo en pie la discusión de donde sacamos dinero?, invitando a buscar de manera creativa el uso de la creatividad, diciendo la suma es mayor si compartimos las ideas, en términos de emprendimiento la idea es hacer lo que nos gusta no lo que más da dinero, pero hay que lograr un equilibrio y esto lo da un poco la cooperación internacional. El BID, ellos también aportan a Colombia.

En el panorama internacional se percibe un alto riesgo en la financiación tradicional (créditos bancarios) para el sector cultural ¿qué cree usted que deba fortalecer la empresa cultural para lograr el equilibrio con los otros sectores (ejemplo agrario), en relación a posibilidades de financiación?

En ese panorama lo que yo veo es que la economía creativa se está permeando y transversaliza a otras industrias, pero para fortalecerse se debe alfabetizar a los emprendedores culturales, debe haber un nivel de especialización en los temas propios y compartir conocimiento en red para soportar la sobre oferta que se puede generar si se logra integrar la economía al sistema como motor de desarrollo.

El equilibrio entre sectores se puede lograr con talento para manejar talento y diseñando modelos específicos para la financiación del sector a través de la banca.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES EN EL ÁMBITO PÚBLICO Y PRIVADO, NACIONAL E INTERNACIONAL

Entrevista 9
Nombre: Gerardo D. Neugovsen
País: Argentina
Mail: gerardon@gmail.com

El Ministerio de Cultura, la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de Caldas a través del Doctorado en Diseño y Creación y la Facultad de Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales realizan una Caracterización de fuentes de financiamiento para empresas culturales en el ámbito público y privado, nacional e internacional.

Agradecemos su participación y aporte como experto en los siguientes puntos:

¿Cuáles son las oportunidades de negocio de las empresas culturales en Iberoamérica?

En la era del conocimiento la oportunidad está en la fuente de productividad, en la generación de conocimiento, en el procesamiento de la información y en la comunicación simbólica en palabras de Castells.

¿De qué manera se solventan económicamente las empresas culturales en su entorno?

Desde la lógica de la abundancia.

El gobierno nacional a través del Ministerio de Cultura fomenta la promoción de la cultura, es por tradición el principal ente de financiación y gestor de nuevas opciones de financiamiento del sector ¿Qué políticas conoce que pueda implementar el gobierno colombiano para ampliar las fuentes de financiamiento y crecimiento del sector cultural en el país?

No tanto políticas pero si acciones que son nuevos modos de comunicación, vinculación, creación, producción, comercialización, distribución, captura y transferencia de valor basados en la noción de abundancia. todo dando respuesta a la forma como se construyeron las nociones de "escasez" del sector. modelos mentales. que en sociedades latinas son más fáciles de aparecer que de desaparecer.

De las siguientes formas de obtener financiación, cual cree usted que tienen mayor impacto en el desarrollo del sector cultural?

Mecenazgo

Considera otras, cuáles?

Por los mismos modelos mentales, ligamentos de la vida social que han permeado el sector y la productividad de la cultura, reconozco más el patrocinio, conocido también como mecenazgo y donaciones.

La correcta presentación de proyectos y proyección económica de estos teniendo en cuenta la valoración de los recursos intangibles como generadores de riquezas económicas, bienestar social y desarrollo sustentable.

¿Qué tipo de redes de cooperación internacional para la cultura conoce y a cuales pertenece? ¿Cuál es su papel en ellas?

La red más fuerte es que si usted tiene una idea y yo tengo una idea si las intercambiamos entonces ambos tenemos dos ideas. Y mi papel en esta red es compartir.

En el panorama internacional se percibe un alto riesgo en la financiación tradicional (créditos bancarios) para el sector cultural ¿qué cree usted que deba fortalecer la empresa cultural para lograr el equilibrio con los otros sectores (ejemplo agrario), en relación a posibilidades de financiación?

La era de la razón impone el pensamiento único basado en las ideas, de este aporte del determinismo científico se debe tomar la fórmula para acceder al financiamiento de manera equivalente, por esto yo hablo de las industrias culturales de la escasez a la abundancia un caso de percepción.

Que nos pasa como sector – somos la típica historia del patito feo y eso pasa casi que como el cuento a nivel internacional, se debe trabajar en pasar del artista pobre al gestor cultural.

Gracias por sus aportes y cooperación con el cumplimiento de los objetivos del Grupo de Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura, que en su Plan de Acción 2011 busca impulsar y fortalecer las industrias culturales a través de la generación de investigación y conocimiento en torno a ellas.

Enviar

FICHAS TÉCNICAS

FINANCIACIÓN CULTURAL

La investigación realizada dio como resultado una base de datos de entidades de naturaleza pública, privada y mixta (así como nacionales e internacionales) que financian el sector cultural en Colombia. Las entidades fueron clasificadas según la procedencia de sus recursos y la forma en que permiten la participación de las empresas y de los proyectos culturales.

La información se presenta de dos maneras: una general, la cual presenta un listado de entidades, y un específica en la que se realizó una muestra aleatoria, con datos más específicos, que permite caracterizarlas.

Este instrumento apunta a tres necesidades, a saber:

1. Situar al lector en el panorama cultural para saber hacia dónde debe dirigirse y cuál es la fuente de financiación más apropiada para su proyecto o empresa.
2. Describir la fuente de financiación, sus variables y características.
3. Presentar los requisitos para acceder a la financiación.

Las entidades se clasificaron en los siguientes tipos:

Instrumentos de financiación basados en el Mercado Banca.

Instrumentos de financiación no basados en el mercado/alternativos

Estatales, convocatorias estatales, convocatorias privadas, cooperación internacional, mercados culturales, fundaciones, funding, crowdfunding e incubadoras.

CARACTERIZACIÓN DE
FUENTES DE FINANCIAMIENTO

INSTRUMENTOS DE FINANCIACIÓN

BASADOS EN EL MERCADO

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Banco Popular
<https://www.bancopopular.com.co>

Público Objetivo

Microempresas, PyMEs, Grandes.

Sector

Artesanía, ciencia, medio ambiente, cultura en general, cultura tradicional, patrimonio.

Fuente de financiamiento

Fondo de promoción de la cultura del Banco Popular.

Clases de financiación

- Recopilación de piezas arqueológicas precolombinas y coloniales que representan la actividad artística de la época y las diferentes culturas indígenas.
- Actividades editoriales, conferencias y exposiciones que apoyan la conservación de la historia de Colombia.

Objeto de financiación

Conservar el patrimonio cultural colombiano.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
TIPO DE FUENTE: BANCA



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Bancamia
<http://www.bancamia.com.co/>

Público Objetivo

Microempresa.

Sector

Todos.

Fuente de financiamiento

Fundación de Microfinanzas BBVA, la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y la Corporación Mundial de la Mujer Medellín.

Clases de financiación

- Credito (credimia semilla).

Objeto de financiación

Favorecer a microempresas que usualmente presentan bajas inversiones en patrimonio, pero que tienen un alto nivel de rotación de capital, y altos márgenes de rentabilidad.

Importe financiable

Los montos de préstamo oscilan entre los 300 y 900 mil pesos.

Proveedor financiero

Entidad financiera.

Tomador de riesgo

100% entidad financiera.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: crédito.

Condiciones financieras:

Plazo: 3 y 15 meses.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Banco de Bogotá
<https://www.bancodebogota.com>

Público Objetivo

Emprendedores

Sector

Todos

Fuente de financiamiento

Entidad financiera.

Clases de financiación

- Credito (Credi-Progreso Microfinanzas).

Objeto de financiación

Nuevas ideas de negocio.

Importe financiable

Monto desde \$800.000 hasta \$25.000.000.

Requisitos de acceso e incompatibilidades

Documentos:

- Solicitud de servicios financieros CR 215 (formato del banco).
- Pagaré y carta de Instrucciones.
- Fotocopia de la cédula ampliada al 150%.
- Mayor de edad con cédula de ciudadanía.
- Tener un negocio productivo en los sectores de:
 - Comercio
 - Producción
 - Servicio
- Tiempo de Operación mínimo 1 año.

Proveedor financiero

Entidad financiera.

Tomador de riesgo

70% Fondo Nacional de Garantías.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: crédito.

Condiciones financieras:

Plazo: 3 y 36 meses.

Garantías

Garantías Personales y amparo del Fondo Nacional de Garantías hasta el 70%

Otros aspectos a considerar

El crédito puede cancelarse con anticipo sin que se haga recargo por comisión prepago.

Desembolso: El desembolso se realizará en una cuenta de ahorros que debe abrirse en el mismo Banco.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Grupo Bancolombia
<http://www.grupobancolombia.com>

Público Objetivo

Microempresa.

Sector

Todos.

Fuente de financiamiento

Entidad financiera.

Clases de financiación

-Credito.

Objeto de financiación

Línea de crédito que puede destinarse para la finalización de materia prima, inventarios, compra de maquinaria y activos, pago a proveedores, reforma locativa y convenios.
Nueva línea de crédito para empresas culturales con Bancóldex

Importe financiable

Desde \$1SMMLV hasta 25 SMMLV (salario mínimo mensual legal vigente).

Proveedor financiero

Entidad financiera.

Tomador de riesgo

50% Fondo Nacional de garantías.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: crédito.

Condiciones financieras:

Plazo: hasta 24 meses.

Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Banco Interamericano De Desarrollo (BID)
<https://www.iadb.org/>

Público Objetivo

Microempresas, PyMEs, Grandes empresas

Sector

Ciencia, medio ambiente, proyectos culturales.

Fuente de financiamiento

Fondo de Operaciones Especiales (FOE). El BID está en condiciones de endeudarse en los mercados internacionales a precios competitivos y transferir esos beneficios a sus clientes en los 26 países de América Latina y el Caribe.

Clases de financiación

El Banco apoya a sus clientes en el diseño de proyectos y proporciona financiación, cooperación técnica y asesoría para apoyar las intervenciones de desarrollo. Los proyectos identifican los motivos de la intervención propuesta, las acciones que el Banco apoyará y los resultados esperados. El BID se centra en la evidencia empírica para la toma de decisiones y la medición del impacto de sus proyectos.

Objeto de financiación

Estrategia Operacional con Colombia (2007-2010)

La estrategia del país identifica tres objetivos de gran alcance que constituyen el marco de referencia para las actividades del Banco:

- Establecer los pilares para el resurgimiento del crecimiento económico;
- Fomentar el progreso social y asegurar protección al segmento de la sociedad más vulnerable;
- Fortalecer la gobernabilidad y la modernización del Estado.

Para ayudar a renovar la economía, el BID:

- Fomentará la competitividad;
- Apoyará el desarrollo agrícola y la gestión de recursos naturales.

El objetivo de las acciones del Banco en el campo social es:

- Mejorar la cobertura, calidad y eficiencia de los servicios sociales primarios, incluyendo instancias de empleo.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA



Tipo de financiación

Mixto.

Nombre - contacto

Banco de Bogotá
<https://www.bancodebogota.com>

Público Objetivo

Grandes.

Sector

Todos.

Fuente de financiamiento

Recursos ofrecidos por Bancoldex y ofrecidos al público a través de los Intermediarios del mercado cambiario.

Clases de financiación

- Credito Bancoldex.

Objeto de financiación

Sociedad mixta que produce productos y servicios financieros a empresas relacionadas con el comercio exterior colombiano o el mercado nacional. Sus productos están dirigidos a exportadores directos, exportadores indirectos y empresas dedicadas al mercado nacional.

Importe financiable

Determinando por la empresa al estudiar la inversión del crédito.

Requisitos de acceso e incompatibilidades

- Solicitud de servicios financieros persona jurídica.
- Cámara de Comercio actualizada.
- Relación de accionistas y porcentaje de aportes o comandita por acciones.
- Composición accionaria de las empresas socias o accionistas del deudor principal cuya participación supere el 20%.
- Paz y salvo (y/o) carta aclaratoria CIFIN – DATACRÉDITO (si aplica).
- Solicitud de servicios financieros.

Proveedor financiero

Entidad financiera

Tomador de riesgo

100% entidad financiera.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: crédito

Condiciones financieras:

- Balances fiscales y estado de resultados - Notas a los estados financieros
- Corrección monetaria discriminada - Declaración de renta

Plazo: hasta 24 meses.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA

Garantías

Hipoteca.

Prendaria.

Fiducia.

Cesión de derechos económicos.

No puede ser respaldado con una garantía del FNG.

Bono de prenda.

Otros aspectos a considerar

Los cupos aprobados pueden ser suspendidos, bloqueados o cancelados cuando los compromisos acordados no se cumplen. No obstante, la regulación del crédito se produce una vez la situación del deudor se normaliza.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA



Tipo de financiación

Mixto.

Nombre - contacto

Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A.
<https://www.bancoldex.com>.

Dirección: Calle 28 No.13 A-15 Pisos 38 al 42 Bancoldex. Bogotá **Teléf.:** 382 15 15
Fax: 286 24 51- 336 77 63.

Público Objetivo

Personas naturales y jurídicas clasificadas como micros y pequeñas empresas, que desarrollen actividades relacionadas con las industrias culturales.

Sector

Todos.
Línea específica para Industrias Culturales

Fuente de financiamiento

Bancóldex - Ministerio de Cultura

Clases de financiación

Líneas de crédito y modalidades de acceso

- Capital de trabajo: Materia prima, insumos, inventarios, software especializados y demás gastos operativos de funcionamiento.
- Consolidación de pasivos: Recomposición de pasivos vigentes diferentes a las deudas con socios o accionistas.
- Inversión fija: Compra o arrendamiento (leasing) de bienes inmuebles, maquinaria, equipo y/o vehículos vinculados a la actividad económica, adecuaciones o mejoras de instalaciones y locales comerciales., así como, tecnologías de información, equipos de fotografía, impresión, hardware y demás activos fijos requeridos para el desarrollo de la actividad cultural.

Objeto de financiación

Ofrecer alternativas de financiación a las micros y pequeñas empresas vinculadas a las actividades de la industria cultural.

Importe financiable

Por empresa: Hasta cien millones de pesos. (\$100.000.000)

Requisitos de acceso e incompatibilidades

- Solicitud de servicios financieros persona jurídica.
- Cámara de Comercio actualizada.
- Relación de accionistas y porcentaje de aportes o comandita por acciones.
- Composición accionaria de las empresas socias o accionistas del deudor principal cuya participación supere el 20%.
- Paz y salvo (y/o) carta aclaratoria CIFIN - DATACRÉDITO (si aplica).
- Solicitud de servicios financieros.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA

Proveedor financiero

Intermediarios: Bancos, corporaciones financieras, compañías de financiamiento, cooperativas financieras, así como ONGs financieras, cooperativas con actividad de ahorro y/o crédito, fondos de empleados, cajas de compensación y demás entidades, con cupo disponible en Bancóldex.

PRODUCTO FINANCIERO

Plazo: Hasta 36 meses

Periodo de gracia a capital: Hasta 6 meses.

Amortización a capital: Mensual o trimestral.

Tasa de interés al intermediario: DTF (E.A) + 1.0% (E.A) para Capital de Trabajo y Consolidación de pasivos

DTF (E.A.) para Inversión fija

Periodicidad pago de intereses: En su equivalente mes o trimestre vencido.

Tasa de interés al empresario: Hasta DTF(E.A) + 10% (E.A.)

Bancóldex, previo acuerdo con el Ministerio de Cultura, podrá modificar estas tasas y demás condiciones, en cuyo caso informará oportunamente a los intermediarios y usuarios finales de los créditos a través del sitio web de Bancóldex (www.bancoldex.com)

Prepagos: Serán permitidos y no habrá comisión de prepago. El aviso del prepago debe hacerse a Bancóldex con una anticipación no menor de cuatro (4) días hábiles a la fecha en que se efectuará el mismo.

Garantías

Con el objetivo de facilitar el acceso a los recursos ofrecidos en este cupo especial de crédito, las empresas podrán hacer uso de las garantías establecidas por el Fondo Nacional de Garantías – FNG. También se podrán usar estas garantías cuando haya recomposición de pasivos ya garantizados por el FNG.

Requisitos de acceso e incompatibilidades

Los intermediarios financieros podrán efectuar el trámite de las operaciones a través del Sistema de Banca Electrónica de Bancóldex, o mediante la presentación de los siguientes documentos:

- Formato de información básica Bancóldex:

http://www.bancoldex.com/documentos/formatoinforbasica_05.doc

http://www.bancoldex.com/documentos/instructivoFIB_05.doc

- Pagaré:

http://www.bancoldex.com/documentos/PAGML_convenios_especiales_establecimientos_credito.doc

http://www.bancoldex.com/documentos/PAGML_convenios_especiales_entidades_diferentes_EC.doc

http://www.bancoldex.com/documentos/PAGML_convenios_especiales_leasing.doc

Cuando Bancóldex de curso a la operación, comunicará al respectivo intermediario la fecha de perfeccionamiento de la misma.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA (Matriz de datos)

LOGOTIPO	BANCA	MODELO
	<p>BBVA España Privado http://www.bbva.com.co/</p>	<p>Grupo global de servicios financieros, una clase de compañía industrial de distribución de servicios financieros y no financieros que aporta soluciones a los clientes y promueve el crecimiento rentable de sus accionistas a través de cuentas, inversión, construcción, crédito, leasing, comercio exterior, banca electrónica, entre otros.</p>
	<p>*Banco de Bogotá Colombia Privado https://www.bancodebogota.com/portal/page?_pageid=1773,163299075&_dad=portal&_schema=PORTAL</p>	<p>Apoyan a las pequeñas y medianas empresas del país, a través de una asesoría integral y un acompañamiento constante con un portafolio de productos y servicios especializado que responde a sus necesidades, agilizando y facilitando sus procesos y financiando sus proyectos. Su interés es contribuir al crecimiento y tecnificación de las Empresas, haciendo más eficiente su operación.</p>
	<p>*Bancolombia Colombia Privado http://www.grupobancolombia.com/home/index.asp</p>	<p>Bancolombia tiene una línea de crédito específicamente diseñada para emprendedores donde lo único que se necesita es ser dueño de empresa y tener cédula de ciudadanía. Es una línea de crédito que se puede destinar para financiar materia prima, inventarios, compra de maquinaria y activos, pago a proveedores, reforma locativa y convenios.</p>
	<p>Banco Santander Privado España https://www.santander.com.co/portal/secciones/BSCH/HOME/PERSONAS/seccion_HTML.jsp</p>	<p>Satisface todas las necesidades financieras de sus clientes y cuenta con una fuerte presencia en mercados locales que combina con políticas corporativas y capacidades globales.</p>
	<p>*Banco Popular Colombia Privado https://www.bancopopular.com.co</p>	<p>Posee un Fondo de Promoción de la Cultura cuyo objetivo es conservar el patrimonio cultural de Colombia.</p>
	<p>Banco de Occidente Colombia Privado https://www.bancodeoccidente.com.co</p>	<p>Presta servicios financieros, de transacciones y medios de pago, asegurando la satisfacción de las necesidades de los clientes, la máxima rentabilidad para sus accionistas, el desarrollo integral del equipo humano y la contribución al bienestar de la comunidad.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA (Matriz de datos)

LOGOTIPO	BANCA	MODELO
	<p>Banco de la República Colombia Mixto http://www.banrep.gov.co/</p>	<p>El fin primordial de la actividad cultural del Banco es colaborar en el rescate, preservación, análisis, estudio y difusión del patrimonio cultural de la Nación para fortalecer la identidad cultural del pueblo colombiano.</p>
	<p>*Bancolombia Colombia Privado http://www.bancolombia.com/portal/default.aspx</p>	<p>Microempresas de todos los sectores (no aplica para empresas exportadoras), personas naturales y jurídicas consideradas microempresas. Personas naturales y jurídicas, vinculadas a "Emprendedores Colombia", que sean actuales o potenciales exportadores directos o indirectos y cuyos proyectos cuenten con la aprobación del Ministerio, universitarios recién egresados y empresas constituidas del proyecto Emprendedores Colombia.</p>
	<p>Banco AV Villas Colombia Privado https://www.avvillas.com.co/portal/page?_pageid=73,124821903&_dad=portal&_schema=PORTAL</p>	<p>El Banco AV Villas busca contribuir con la creación de un país con economía más competitiva y dinámica, centrando nuestra Estrategia de Responsabilidad Social Corporativa en el apoyo, desarrollo e implementación de programas que fomenten la Educación Financiera, Económica y Empresarial, y la aplicación de tecnología para el Desarrollo Social.</p>
	<p>Banco Caja Social Colombia Privado https://www.bancocajasocial.com/</p>	<p>El Banco Caja Social se ha orientado a la provisión de servicios financieros para los segmentos de menores ingresos de la población colombiana, es decir, hacia el mercado masivo con énfasis en la atención de sectores populares, microempresarios y pequeñas y medianas empresas, contribuyendo al desarrollo del país y al progreso económico y social de estas personas y sus familias.</p>
	<p>Citibank Estados Unidos Privado https://www.citibank.com.co/COGCB/JPS/portal/Index.do</p>	<p>Citibank Colombia integra su amplia experiencia en el sector, sus productos y su talento humano, para trabajar activamente por las comunidades y el medio ambiente. La estrategia de ciudadanía a través de la inclusión financiera asegura el bienestar de sus clientes. Trabaja en pos de el fortalecimiento de las regiones gestión en temas de educación financiera y apoyo a microempresas.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA (Matriz de datos)

LOGOTIPO	BANCA	MODELO
	Coomeva Colombia Cooperativa - Privado http://www.coomeva.com.co	Asociados o usuarios de la Cooperativa que quieran crear empresas y generar nuevos empleos. En el caso de empresas ya creadas, dicho crédito podrá ser otorgado si las mismas no tienen más de seis meses de creadas, contados a partir del otorgamiento del acto de su constitución.
	Banco Agrario Colombia Público http://www.bancoagrario.gov.co/	Personas naturales cuyo saldo de endeudamiento con otras operaciones vigentes con el Banco no supere el equivalente en pesos a 25 s.m.l.m.v, que quieran desarrollar una actividad económica ligada a los sectores industrial, comercial o de servicios.
	Corporación Mundial de la Mujer Colombia Privado http://www.cmmbogota.org/	Apoyo a empresarios con experiencia (mayor a 6 meses) en la actividad y que NO estén reportados en las centrales de riesgo.
	Corporación Financiera Colombiana S.A Colombia Privado http://www.corficolombiana.com/	Ofrece un amplio portafolio de productos especializados, entre los cuales se encuentran Banca Privada, Banca de Inversión, Tesorería, Inversiones e Inmuebles.
	Finamérica Colombia Privado http://www.finamerica.com.co	Otorga créditos a microempresas. Los créditos varían entre 1.5 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV) y 25 SMMLV. El nivel de Activos Totales de la microempresa debe ser inferior a 501 SMMLV.
	Financiera de Desarrollo Territorial S.A., FINDETER. Colombia Público / Ministerio de Hacienda y Crédito Público http://www.findeter.gov.co/	Sociedad Anónima colombiana constituida con la participación exclusiva de entidades públicas, con personería jurídica, autonomía administrativa y capital independiente; sometida al régimen previsto para las Empresas Industriales y Comerciales del Estado y vinculada al Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
	*Bancamía Colombia Privado- BBVA y Corporación Mundial de la Mujer http://www.bancamia.com.co/	Bancamía se dedicado exclusivamente a ofrecer servicios financieros para el sector de las microempresas, a través de préstamos de fácil acceso.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: BANCA (Matriz de datos)

LOGOTIPO	BANCA	MODELO
	Davivienda Colombia Privado https://linea.davivienda.com/indice/	Ofrece productos en Banca Personal y Familiar, Banca Pymes y Agropecuarios, Banca Empresas y Banca Comercios.
	Helm Colombia Privado https://www.grupohelm.com/index.html	Es una entidad financiera de carácter privado, reconocida en el mercado colombiano e internacional por ofrecer a los clientes soluciones financieras integrales de óptima calidad, a través de su grupo de empresas afiliadas y relacionadas. Líderes en el mercado por la atención personalizada con profesionales de alta experiencia en los mercados corporativo, multinacional, empresarial, oficial, PyME, institucional y personal. Cuenta con servicio y asesoría especializada a través de nuestras mesas financieras y con apoyo e información actualizada en operaciones de comercio exterior.
	Banco ProCredit Internacional Privado https://www.procredit.com.co/site/	Cuenta con profesionales de alta experiencia en los mercados corporativo, multinacional, empresarial, oficial, PyME, institucional y personal. Además asesora a través de mesas financieras y ofrece apoyo e información actualizada en operaciones de comercio exterior.
	Banco Sudameris Privado Colombia http://www.sudameris.com.co/index.php	Integración entre el Banco Sudameris Colombia y el Banco Tequendama, siendo su principal accionista la sociedad Gillex Holding B.V. Esta nueva entidad nace con una amplia experiencia en el sector financiero, la cual se ve reflejada por las fortalezas de ambos bancos, el enfoque corporativo y empresarial del Sudameris, la banca personal del Tequendama y su tecnología unificada.
	HSBC Inglaterra Privado http://www.hsbc.com.co/1/2/	HSBC es un Banco Global que cuenta con una red internacional de 9,500 oficinas distribuidas en más de 86 países de Asia, Europa, Norte América, Latinoamérica, el Medio Oriente y África. HSBC emplea a más de 335,000 personas y atiende a más de 125 millones de clientes.

INSTRUMENTOS DE FINANCIACIÓN

**NO BASADOS EN EL
MERCADO / ALTERNATIVOS**

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y
DEPORTE DE BOGOTÁ
www.culturarecreacionydeporte.gov.co

Público Objetivo

Microempresas, PyMEs, Grandes empresas.

Sector

Cultura en general.

Fuente de financiamiento

Alcaldía Mayor de Bogotá.

Clases de financiación

- Convocatorias, concursos, residencias,
becas de investigación.

Objeto de financiación

Liderar la garantía de las condiciones para el ejercicio efectivo y progresivo de los derechos culturales deportivos y recreativos de los habitantes de Bogotá, a través de la formulación concertada de políticas, y la ejecución, evaluación y seguimiento a programas sectoriales, poblacionales y locales en los campos del arte, la cultura, la recreación y el deporte.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE DE MEDELLÍN

<http://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin>

Calle 44 N 52 - 165 Centro Administrativo la Alpujarra - Palacio Municipal / Piso 7.

Telefono: 385 5097.

culturaciudadana@medellin.gov.co /
luis.usuga@medellin.gov.co

Público Objetivo

Ciudadanos de Medellín.

Sector

Cultura en general .

Fuente de financiamiento

Alcaldía de Medellín.

Clases de financiación

Programas y proyectos.

Objeto de financiación

Trazar políticas y estrategias integrales para la transformación cultural y cívica de la Ciudad; promocionar espacios para aprender a tolerar en medio de la diversidad; fomentar la promoción turística de la Ciudad; conformar redes comunitarias para acceder a proyectos productivos; detectar los déficits de escenarios para la utilización del tiempo libre; urdir las tramas de las relaciones cotidianas que expresan las tradiciones y los nuevos valores ciudadanos; promover pactos sociales para acatar las normas.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Secretaría de Cultura y Turismo de Santiago de Cali
<http://www.cali.gov.co/cultura/>
Centro Cultural de Cali, Carrera 5 No. 6 - 05.
PBX: (57-2) 8858855. Fax: (57-2) 8859093
Correo de contacto: cultura@cali.gov.co

Público Objetivo

Ciudadanos de Cali.

Sector

Cultura en general.

Fuente de financiamiento

Alcaldía de Cali.

Clases de financiación

Programas y proyectos.

Objeto de financiación

La alcaldía de Santiago de Cali apoya proyectos que aporten a una ciudad visionaria, democrática, segura, saludable, educadora, deportiva, multicultural, verde, incluyente y productiva, en la cual trabajen en conjunto todos los actores y sectores, de manera intersectorial e interinstitucional, para garantizar que los recursos públicos que se invierten en el municipio privilegien a los diferentes grupos poblacionales, especialmente los menos favorecidos, para que todos los ciudadanos puedan tener condiciones dignas de vida.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES



Instituto de
Cultura
y
Turismo

Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Casas de la Cultura Municipales
<http://www.sinic.gov.co/SINIC/Secciones/PaginalInicioSec.aspx?AREID=2&SUBID=7&SECID=72>
Calle 9 No.8-31. Bogotá, Colombia. Teléfonos:
(571) 336 9239, (571) 336 9222
casasdecultura@mincultura.gov.co

Público Objetivo

Municipios de Colombia.

Sector

Cultura en general.

Fuente de financiamiento

Ministerio de Cultura.

Clases de financiación

Programas y proyectos.

Objeto de financiación

Las Casas de Cultura, como instituciones responsables de la generación de procesos enfocados en el desarrollo cultural de sus localidades, requieren abordar temas de interés general como la descentralización, la participación ciudadana, el trabajo concertado, la gestión interinstitucional y la consolidación de los Sistemas de Cultura.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Ministerio de Tecnologías de Información y las Comunicaciones- MINTIC.

Público Objetivo

Emisoras comunitarias, redes de información, provision de computadores y banda ancha en instituciones educativas, Telecentros, etc.

Sector

Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones.

Fuente de financiamiento

Fonfo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - FONTIC.

Clases de financiación

Programas y proyectos.

Objeto de financiación

El propósito esencial del FONTIC es, de una parte, cobrar, recaudar y administrar los ingresos que percibe por concepto de las contraprestaciones establecidas a los diversos operadores de servicios y actividades de telecomunicaciones, de otra, financiar con cargo a dichos recursos los planes, programas y proyectos de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones -TIC sociales que disponga el Gobierno Nacional a través MINTIC, y finalmente realizar seguimiento a los programas y proyectos que son objeto de financiación.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Fondo Nacional de Garantías S.A.
Calle 26A No. 13 - 97 piso 25. Bogotá,
Colombia.

PBX. 323 9000

Horario de atención: Lunes a Viernes 8am
- 5pm

Línea Gratuita de Atención al Ciudadano:
01 8000 910 188

Público Objetivo

Microempresa, PHyMEs, Grandes empresas,
Deudores de la línea educativa, deudores de
la línea VIS (Vivienda de Interés Social), Deu-
dores de la línea institucional.

Sector

Todos.

Fuente de financiamiento

Entidad Financiera.

Clases de financiación

Otorgamiento de garantías:

Garantías Automáticas: se solicitan directamente a través de los intermediarios financieros que estén vinculados al FNG, los cuales estudian la viabilidad de la operación crediticia o de leasing y determinan la necesidad del uso de las Garantías del Fondo Nacional de Garantías. Si el monto de crédito se encuentra dentro de lo definido dentro de los productos de Garantía Automática, el deudor no debe realizar ningún trámite ante el FNG para obtener la Garantía, toda la interacción estará dada entre el Intermediarios Financieros y el Fondo.

Garantías Individuales: en los casos en que los montos de crédito solicitados sean superiores a los que ofrecen los productos de Garantía Automática, el Intermediario Financiero deberá solicitar la Garantía ante el FNG o FRG, remitiendo al Fondo, los documentos que sirvieron de base para la aprobación de la operación crediticia o de leasing A continuación, usted encontrará clasificadas las entidades financieras que están vinculadas a nuestra entidad, las líneas de garantías que ofrecen, su localización y los teléfonos principales de contacto.

Objeto de financiación

El Gobierno Nacional busca facilitar el acceso al crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el otorgamiento de garantías.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES



Tipo de financiación

Mixto.

Nombre - contacto

FONDO MIXTO DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE CALDAS

http://www.sinic.gov.co/SINIC/SNC/PaginaDetalleSNCFinanciacion.aspx?Id=9&AREID=5&SECID=16&SERID=&NIV_ID=D
CALDAS/MANIZALES. Calle 26 No. 20-46.

Teléfono: (57)+6 8842390. **Fax:** (57)+6 8842390

fondomixtodecaldas@latinmail.com

Público Objetivo

Caldas.

Sector

Cultura en general.

Fuente de financiamiento

Aportes del sector público y privado.

Clases de financiación

Programas y proyectos.

Objeto de financiación

Promover la creación, la investigación y la difusión de las diversas manifestaciones artísticas y culturales. De conformidad con los objetivos y la estructura del SNCu los Fondos Mixtos son el instrumento de financiación para fortalecer operativamente el Sistema y constituyen un complemento para las demás fuentes de financiación del desarrollo cultural.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

FONDO EMPRENDER
<http://www.fondoemprender.com/>
Contacto: (571) 5940407 Ext. 1918.

Público Objetivo

Ciudadanos Colombianos, mayores de edad, interesados en iniciar un proyecto empresarial desde la formulación de su plan de negocio.

Sector

Emprendimiento.

Fuente de financiamiento

Fondo Emprender-SENA.

Clases de financiación

Programas y proyectos. Convocatorias en: Creación literaria, musical y teatral, Artes escénicas y espectáculos artísticos, Artes plásticas y visuales, Libros y publicaciones, Audiovisual, Música, Patrimonio material, Patrimonio natural, Patrimonio inmaterial y Formación cultural.

Objeto de financiación

Apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El Fondo Emprender facilita el acceso a capital semilla al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

Importe financiable

El Fondo Emprender otorgará recursos hasta el ciento por ciento (100%) del valor del plan de negocio, así:

1. Si el plan de negocio genera hasta 3 empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ochenta (80) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.
2. Si el plan de negocio genera hasta 5 empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ciento cincuenta (150) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.
3. Si el plan de negocio genera 6 o más empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ciento ochenta (180) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Viceministerio de Desarrollo Empresarial
<https://www.mincomercio.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=158>

Público Objetivo

Empresas y emprendedores.

Sector

Desarrollo empresarial.

Fuente de financiamiento

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Clases de financiación

Programas, proyectos y convocatorias (FOMIPyMEs y MIPyMEs).

Objeto de financiación

Promoción del turismo y las exportaciones, fomento a la inversión extranjera, y generación de empresa y empleos formales y sostenibles.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Premio Nacional Vida y Obra
http://www.bibliotecanacional.gov.co/recursos_user/documentos_bnc/Convocatorias2011.pdf

Público Objetivo

Creadores, investigadores o gestores culturales colombianos que hayan cumplido como mínimo sesenta y cinco (65) años de edad a la fecha de cierre de esta convocatoria.

Sector

Artes visuales, música, teatro, danza, literatura, circo, artes y oficios y gestión cultura.

Fuente de financiamiento

El Ministerio gestiona alianzas de cooperación incrementando tanto los recursos, como las oportunidades para los ganadores, con entidades e instituciones nacionales e internacionales de carácter privado y público. Destacamos a nivel internacional el Fonca de México, el Centro Banff de Canadá y el Consejo de Artes y Letras de Quebec, la Embajada de Suiza, la Embajada de Francia y la Alianza Francesa de Bogotá, WWF, La Salle College International -Ici y Fulbright Colombia.

Clases de financiación

Becas, premios, residencias artísticas y pasantías.

En Colombia, participan Divulgación Cultural (Programa Residencias Local) y la Vicedecanatura de Investigación y Extensión Universitaria de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia, la Facultad de Música de la Universidad de los Andes, la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo, la Escuela de Gastronomía Verde Oliva, el Museo Nacional, la Biblioteca Nacional, la Comisión Nacional de Televisión, el Instituto Caro y Cuervo y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

Objeto de financiación

Reconocer y estimular la labor de aquellos creadores, investigadores y gestores culturales colombianos cuyo trabajo haya enriquecido la memoria cultural de nuestro país.

Importe financiable

Cincuenta millones de pesos (\$50.000.000).

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

Requisitos de acceso e incompatibilidades

Pueden participar:

- Ciudadanos colombianos .
- Ciudadanos extranjeros que acrediten residencia de al menos cinco (5) años en el país .
- Los ganadores de versiones anteriores del Portafolio de Convocatorias del Programa Nacional de Estímulos . Sin embargo, no lo pueden hacer en la misma convocatoria en la que salieron favorecidos en los años 2009 y 2010 .
- Cada participante, ya sea persona natural o jurídica, podrá participar con una (1) obra o un (1) proyecto por convocatoria. En caso de resultar ganador en más de una convocatoria deberá decidirse por una de éstas y comunicarlo por escrito en un tiempo máximo de cinco (5) días hábiles . Pasado este tiempo, el Ministerio lo designará ganador en la primera convocatoria en que fue escogido .
- Las personas en situación de discapacidad que participen en cualquier convocatoria se registrarán bajo el principio de equiparación de oportunidades . Se tendrán en cuenta todos los requisitos de la convocatoria específica .
- El Ministerio de Cultura está comprometido en reconocer y promover la diversidad en términos de género y poblaciones. Por lo tanto, animamos a las mujeres, a las comunidades afrocolombianas, palenqueras, raizales, indígenas, Rrom, y personas en situación de discapacidad para que apliquen a la Convocatoria de Estímulos en igualdad de condiciones.

No pueden participar

- Los servidores públicos que trabajen en el Ministerio de Cultura .
- Las personas naturales vinculadas mediante contrato de prestación de servicios al Ministerio de Cultura .
- Los jurados de las Convocatorias de Estímulos 2011, ni a título personal, ni como integrante de una persona jurídica .
- Los ganadores de años anteriores que hayan incumplido sus compromisos con el Ministerio de Cultura .
- Quienes hayan resultado ganadores en la misma convocatoria en la que salieron favorecidos en algunos de los dos (2) años anteriores (2009 y 2010) .

Nota: las limitaciones de participación previstas anteriormente se tendrán en cuenta y se aplicarán en todas las etapas de la convocatoria, incluido el momento de hacer entrega del estímulo correspondiente. Tratándose de personas jurídicas, la presencia de alguna inhabilidad o impedimento en cualquiera de sus integrantes inhabilitará a la totalidad de la entidad.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: Estímulo 2 (dos)

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

Condiciones financieras:

Persona natural

- Formulario de participación diligenciado y firmado.
- Fotocopia clara del documento de identidad.
- Copia del Rut.
- Carta de compromiso firmada . Aplica para becas, pasantías y residencias.
- Formato de radicación a terceros diligenciado y firmado.
- Formato de autorización y/o cesión de derechos firmado.

Persona jurídica

- Fotocopia clara del documento de identidad del representante legal.
- Formulario de participación diligenciado y firmado por el representante legal.
- Certificado de existencia y representación legal, expedido por la Cámara de Comercio o por el Ministerio del Interior, según sea el caso . Con un tiempo máximo de expedición de sesenta (60) días a la fecha de apertura de la convocatoria.
- Las personas jurídicas del sector público deben adjuntar el correspondiente acto administrativo de creación de la entidad y las certificaciones de representación legal.
- Copia del RUT.
- Carta de compromiso firmada.
- Formato de radicación a terceros diligenciado y firmado.

Grupos constituidos

- Formulario de participación diligenciado y firmado por el representante del grupo.
- Carta de constitución del grupo, diligenciada y firmada.
- Fotocopia clara del documento de identidad de cada uno de los integrantes del grupo.
- Copia del RUT del representante del grupo.
- Carta de compromiso firmada por el representante del grupo.
- Formato de radicación a terceros firmado.

Notas: se recibirán únicamente copias de las obras o proyectos. El Ministerio no se hace responsable de originales . En las convocatorias que exijan presentarse a través de seudónimo, los documentos administrativos deberán enviarse en un sobre cerrado y marcado con el seudónimo y el número del documento de identificación del participante . Dicho sobre permanecerá cerrado hasta el momento en el cual el jurado haya deliberado .

En caso de que el ganador resida fuera del país, deberá enviar al Programa Nacional de Estímulos un poder amplio y suficiente para que una persona residente en Colombia lo represente ante el Ministerio de Cultura y pueda realizar los trámites [firma de la carta compromiso, tramitar póliza (si aplica)], y recibir los pagos correspondientes.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

Otros aspectos a considerar

Contactos del proceso: estimulos_p@mincultura.gov.

Criterios de evaluación:

- Relevancia del trabajo cultural y/o artístico del postulado.
- Contribución al enriquecimiento cultural y/o artístico del país.
- Coherencia y consistencia del trabajo cultural y/o artístico del postulado.
- Dedicación del postulado a la actividad cultural y/o artística.

Derechos de los ganadores:

Además de los contemplados en los requisitos generales de participación, el ganador recibirá una publicación digital o impresa sobre su vida y obra.

Deberes de los ganadores:

Además de lo contemplados en los requisitos generales de participación:

- El Ministerio de Cultura designará y contratará por su cuenta a investigadores profesionales e idóneos que se encargarán de elaborar la investigación sobre la vida y obra del respectivo ganador. El ganador no tendrá ninguna injerencia en la selección de estos investigadores.
- Los ganadores están obligados a poner a disposición de los investigadores contratados por el Ministerio de Cultura las fuentes y el tiempo necesario para adelantar la investigación sobre su vida y obra.

Nota: las personas favorecidas con este premio que incumplan estos compromisos deberán reintegrar al Ministerio de Cultura el monto del premio junto con los intereses causados desde la fecha de entrega del mismo. Los derechos de autor del sexto volumen de la publicación pertenecen única y exclusivamente al Ministerio de Cultura.

Metodología para la presentación de proyectos / Ejemplo de financiación

Para el jurado:

Tres (3) copias idénticas del proyecto, argolladas por separado, que deben ser enviadas con la siguiente información en este orden:

- Fundamentación, de máximo cuatro (4) páginas, que dé cuenta de la relevancia del trabajo artístico o cultural del postulado, haciendo hincapié en su contribución al enriquecimiento cultural y/o artístico del país.
- Reseña biográfica del postulado, en máximo tres (3) páginas, donde se destaquen las cinco (5) obras o proyectos más significativos que haya producido a lo largo de su carrera. Esta reseña debe incluir anexos que den a conocer el tipo de trabajo artístico o cultural, de acuerdo a su naturaleza, por lo que serán documentaciones visuales, udiovisuales, sonoras o impresas de las obras o proyectos en mención.
- Material de prensa que complemente los logros artísticos o culturales destacados en la reseña.

Nota: la carpeta con los documentos administrativos y las tres (3) copias de los documentos para el jurado, argolladas por separado y marcadas, deberán ser enviadas en un solo paquete por correo certificado o entregadas personalmente en horas y días hábiles en la siguiente dirección: Ministerio de Cultura Programa Nacional de Estímulos PREMIO NACIONAL VIDA Y OBRA 2011. Calle 8 N° 8-26 Bogotá D. C.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Becas de circulación nacional e internacional para emprendedores culturales
http://www.bibliotecanacional.gov.co/recursos_user/documentos_bnc/Convocatorias2011.pdf

Público Objetivo

Emprendedores culturales de las diferentes áreas artísticas: teatro, danza, música, literatura, artes visuales, plásticas, nuevas tecnologías, medios audiovisuales y diseño.

Sector

Artes visuales, música, teatro, danza, literatura, circo, artes y oficios y gestión cultura.

Condiciones específicas de la línea

El estímulo deberá ser destinado exclusivamente para la participación en mercados culturales, carnavales, festivales y/o ruedas de negocios culturales.

Fuente de financiamiento

El Ministerio gestiona alianzas de cooperación incrementando tanto los recursos, como las oportunidades para los ganadores, con entidades e instituciones nacionales e internacionales de carácter privado y público. Destacamos a nivel internacional el Fonca de México, el Centro Banff de Canadá y el Consejo de Artes y Letras de Quebec, la Embajada de Suiza, la Embajada de Francia y la Alianza Francesa de Bogotá, WWF, La Salle College International -Ici y Fulbright Colombia .

En Colombia, participan Divulgación Cultural (Programa Residencias Local) y la Vicedecanatura de Investigación y Extensión Universitaria de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia, la Facultad de Música de la Universidad de los Andes, la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo, la Escuela de Gastronomía Verde Oliva, el Museo Nacional, la Biblioteca Nacional, la Comisión Nacional de Televisión, el Instituto Caro y Cuervo y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

Clases de financiación

Becas, premios, residencias artísticas y pasantías.

Objeto de financiación

Promover como una de sus estrategias prioritarias la apertura de canales de circulación y nuevos mercados para los productos culturales nacionales, fomentando la participación de los artistas y emprendedores nacionales en festivales, eventos y ruedas de negocio a nivel nacional e internacional .

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

Importe financiable

Modalidad 1. Circulación internacional: \$12.500.000 cada uno

Modalidad 2. Circulación nacional: \$8.550.000 cada uno

Requisitos de acceso e incompatibilidades

Pueden participar:

- Ciudadanos colombianos .
- Ciudadanos extranjeros que acrediten residencia de al menos cinco (5) años en el país .
- Los ganadores de versiones anteriores del Portafolio de Convocatorias del Programa Nacional de Estímulos . Sin embargo, no lo pueden hacer en la misma convocatoria en la que salieron favorecidos en los años 2009 y 2010 .
- Cada participante, ya sea persona natural o jurídica, podrá participar con una (1) obra o un (1) proyecto por convocatoria. En caso de resultar ganador en más de una convocatoria deberá decidirse por una de éstas y comunicarlo por escrito en un tiempo máximo de cinco (5) días hábiles . Pasado este tiempo, el Ministerio lo designará ganador en la primera convocatoria en que fue escogido .
- Las personas en situación de discapacidad que participen en cualquier convocatoria se registrarán bajo el principio de equiparación de oportunidades . Se tendrán en cuenta todos los requisitos de la convocatoria específica .
- El Ministerio de Cultura está comprometido en reconocer y promover la diversidad en términos de género y poblaciones. Por lo tanto, animamos a las mujeres, a las comunidades afrocolombianas, palenqueras, raizales, indígenas, Rrom, y personas en situación de discapacidad para que apliquen a la Convocatoria de Estímulos en igualdad de condiciones.

No pueden participar

- Los servidores públicos que trabajen en el Ministerio de Cultura .
- Las personas naturales vinculadas mediante contrato de prestación de servicios al Ministerio de Cultura .
- Los jurados de las Convocatorias de Estímulos 2011, ni a título personal, ni como integrante de una persona jurídica .
- Los ganadores de años anteriores que hayan incumplido sus compromisos con el Ministerio de Cultura .
- Quienes hayan resultado ganadores en la misma convocatoria en la que salieron favorecidos en algunos de los dos (2) años anteriores (2009 y 2010) .

Nota: las limitaciones de participación previstas anteriormente se tendrán en cuenta y se aplicarán en todas las etapas de la convocatoria, incluido el momento de hacer entrega del estímulo correspondiente. Tratándose de personas jurídicas, la presencia de alguna inhabilidad o impedimento en cualquiera de sus integrantes inhabilitará a la totalidad de la entidad.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: Estímulos seis (6) - cuatro (4) nacionales y dos (2) internacionales.

Condiciones financieras:

Persona natural

- Formulario de participación diligenciado y firmado.
- Fotocopia clara del documento de identidad.
- Copia del Rut.
- Carta de compromiso firmada . Aplica para becas, pasantías y residencias.
- Formato de radicación a terceros diligenciado y firmado.
- Formato de autorización y/o cesión de derechos firmado.

Persona jurídica

- Fotocopia clara del documento de identidad del representante legal.
- Formulario de participación diligenciado y firmado por el representante legal.
- Certificado de existencia y representación legal, expedido por la Cámara de Comercio o por el Ministerio del Interior, según sea el caso . Con un tiempo máximo de expedición de sesenta (60) días a la fecha de apertura de la convocatoria.
- Las personas jurídicas del sector público deben adjuntar el correspondiente acto administrativo de creación de la entidad y las certificaciones de representación legal.
- Copia del RUT.
- Carta de compromiso firmada.
- Formato de radicación a terceros diligenciado y firmado.

Grupos constituidos

- Formulario de participación diligenciado y firmado por el representante del grupo.
- Carta de constitución del grupo, diligenciada y firmada.
- Fotocopia clara del documento de identidad de cada uno de los integrantes del grupo.
- Copia del RUT del representante del grupo.
- Carta de compromiso firmada por el representante del grupo .
- Formato de radicación a terceros firmado.

Notas: se recibirán únicamente copias de las obras o proyectos . El Ministerio no se hace responsable de originales . En las convocatorias que exijan presentarse a través de seudónimo, los documentos administrativos deberán enviarse en un sobre cerrado y marcado con el seudónimo y el número del documento de identificación del participante . Dicho sobre permanecerá cerrado hasta el momento en el cual el jurado haya deliberado .

En caso de que el ganador resida fuera del país, deberá enviar al Programa Nacional de Estímulos un poder amplio y suficiente para que una persona residente en Colombia lo represente ante el Ministerio de Cultura y pueda realizar los trámites [firma de la carta compromiso, tramitar póliza (si aplica), y recibir los pagos correspondientes.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

Otros aspectos a considerar

Contacto del proceso: apnieto@mincultura.gov.co

Duración: las personas premiadas deben participar en el evento para el cual ganaron el apoyo, antes del diez (10) de diciembre de 2010

Criterios de evaluación:

Los integrantes del jurado tendrán en cuenta los siguientes criterios de evaluación: solidez y calidad artística del grupo, trayectoria del participante y beneficios que trae al grupo el evento al que asistirá .

Derechos de los ganadores:

Remitirse a las condiciones generales de participación .

Deberes de los ganadores:

Además de los contemplados en los requisitos generales de participación, los ganadores deberán entregar a su regreso:

- Un informe final con el listado de actividades realizadas (reuniones y/o ruedas de negocios, conciertos, mercados culturales, etc .), material audiovisual que dé a conocer el resultado de su participación en el evento .
- Certificado(s) oficial(es) de participación que otorga el evento.

Metodología para la presentación de proyectos / Ejemplo de financiación

Para el jurado:

Tres (3) copias idénticas del proyecto, argolladas por separado, que deben ser enviadas con la siguiente información en este orden:

- Hoja de presentación con la siguiente información: nombre del participante o de cada uno de los participantes del grupo y modalidad a la que aplica .
- Carta de invitación al evento en el cual van a participar . La carta debe incluir los nombres y documentos de identificación de las personas invitadas y la duración del evento
- Descripción general del evento en el cual participarán y el impacto que esta participación tiene para el grupo o la persona (máximo 1 página) .
- Agenda de actividades a realizar en el evento: reuniones y/o ruedas de negocios, conciertos, mercados culturales, etc . (máximo 2 páginas) .
- Tabla donde relaciona los datos de cada una de las personas que viajaría así:
nombre - cc. no. - pasaporte no. - ciudad origen - ciudad destino - fecha viaje ida - fecha viaje regreso - teléfono
- Hoja de vida del participante o reseña del grupo con soportes o anexos de la trayectoria artística relacionada con el área en la cual participa .
- Como soportes a la hoja de vida, presentar algunos de los siguientes documentos: copias de títulos, reconocimientos, portafolio artístico, DVD, CD, diapositivas, memorias de prensa, libretos, publicaciones, certificaciones de participación en proyectos, copias de programas de mano, partituras y/o grabaciones de creación musical, entre otros .

Nota: la carpeta con los documentos administrativos y las tres (3) copias de los documentos para el jurado, argolladas por separado y marcadas, deberán ser enviadas en un solo paquete por correo certificado o entregadas personalmente en horas y días hábiles en la siguiente dirección: Ministerio de Cultura Programa Nacional de Estímulos PREMIO NACIONAL VIDA Y OBRA 2011 Calle 8 N° 8-26 Bogotá D . c

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Becas de creación para artistas con trayectoria sobresaliente en artes visuales
http://www.bibliotecanacional.gov.co/recursos_user/documentos_bnc/Convocatorias2011.pdf

Público Objetivo

Artistas visuales colombianos mayores de 35 años de edad al cierre de la convocatoria que acrediten una trayectoria sobresaliente en el trabajo artístico de mínimo 10 años continuos a nivel profesional .

Sector

Artes visuales.

Condiciones específicas de la línea

Esta trayectoria se acreditará con la realización de exposiciones (individuales y colectivas), la edición de publicaciones o su presencia en catálogos o libros de arte.

Fuente de financiamiento

El Ministerio gestiona alianzas de cooperación incrementando tanto los recursos, como las oportunidades para los ganadores, con entidades e instituciones nacionales e internacionales de carácter privado y público. Destacamos a nivel internacional el Fonca de México, el Centro Banff de Canadá y el Consejo de Artes y Letras de Quebec, la Embajada de Suiza, la Embajada de Francia y la Alianza Francesa de Bogotá, WWF, La Salle College International -Ici y Fulbright Colombia .

En Colombia, participan Divulgación Cultural (Programa Residencias Local) y la Vicedecanatura de Investigación y Extensión Universitaria de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia, la Facultad de Música de la Universidad de los Andes, la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo, la Escuela de Gastronomía Verde Oliva, el Museo Nacional, la Biblioteca Nacional, la Comisión Nacional de Televisión, el Instituto Caro y Cuervo y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

Clases de financiación

Becas, premios, residencias artísticas y pasantías.

Objeto de financiación

Incentivar la generación de nuevos proyectos de creación de artistas que hayan tenido una continua labor creativa en el campo de las artes visuales . Las piezas resultantes de estos estímulos conformarán una plataforma de puesta en escena pública que circulará por diferentes ámbitos.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

Importe financiable

Veinte millones de pesos (\$20.000.000) para cada artista ganador.

Requisitos de acceso e incompatibilidades

Pueden participar:

- Ciudadanos colombianos .
- Ciudadanos extranjeros que acrediten residencia de al menos cinco (5) años en el país .
- Los ganadores de versiones anteriores del Portafolio de Convocatorias del Programa Nacional de Estímulos . Sin embargo, no lo pueden hacer en la misma convocatoria en la que salieron favorecidos en los años 2009 y 2010 .
- Cada participante, ya sea persona natural o jurídica, podrá participar con una (1) obra o un (1) proyecto por convocatoria. En caso de resultar ganador en más de una convocatoria deberá decidirse por una de éstas y comunicarlo por escrito en un tiempo máximo de cinco (5) días hábiles . Pasado este tiempo, el Ministerio lo designará ganador en la primera convocatoria en que fue escogido .
- Las personas en situación de discapacidad que participen en cualquier convocatoria se registrarán bajo el principio de equiparación de oportunidades . Se tendrán en cuenta todos los requisitos de la convocatoria específica .
- El Ministerio de Cultura está comprometido en reconocer y promover la diversidad en términos de género y poblaciones. Por lo tanto, animamos a las mujeres, a las comunidades afrocolombianas, palenqueras, raizales, indígenas, Rrom, y personas en situación de discapacidad para que apliquen a la Convocatoria de Estímulos en igualdad de condiciones.

No pueden participar

- Los servidores públicos que trabajen en el Ministerio de Cultura .
- Las personas naturales vinculadas mediante contrato de prestación de servicios al Ministerio de Cultura .
- Los jurados de las Convocatorias de Estímulos 2011, ni a título personal, ni como integrante de una persona jurídica .
- Los ganadores de años anteriores que hayan incumplido sus compromisos con el Ministerio de Cultura .
- Quienes hayan resultado ganadores en la misma convocatoria en la que salieron favorecidos en algunos de los dos (2) años anteriores (2009 y 2010) .

Nota: las limitaciones de participación previstas anteriormente se tendrán en cuenta y se aplicarán en todas las etapas de la convocatoria, incluido el momento de hacer entrega del estímulo correspondiente. Tratándose de personas jurídicas, la presencia de alguna inhabilidad o impedimento en cualquiera de sus integrantes inhabilitará a la totalidad de la entidad.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: estímulos tres (3)

Condiciones financieras:

Persona natural

- Formulario de participación diligenciado y firmado.
- Fotocopia clara del documento de identidad.
- Copia del Rut.
- Carta de compromiso firmada . Aplica para becas, pasantías y residencias.
- Formato de radicación a terceros diligenciado y firmado.
- Formato de autorización y/o cesión de derechos firmado.

Persona jurídica

- Fotocopia clara del documento de identidad del representante legal.
- Formulario de participación diligenciado y firmado por el representante legal.
- Certificado de existencia y representación legal, expedido por la Cámara de Comercio o por el Ministerio del Interior, según sea el caso . Con un tiempo máximo de expedición de sesenta (60) días a la fecha de apertura de la convocatoria.
- Las personas jurídicas del sector público deben adjuntar el correspondiente acto administrativo de creación de la entidad y las certificaciones de representación legal.
- Copia del RUT.
- Carta de compromiso firmada.
- Formato de radicación a terceros diligenciado y firmado.

Grupos constituidos

- Formulario de participación diligenciado y firmado por el representante del grupo.
- Carta de constitución del grupo, diligenciada y firmada.
- Fotocopia clara del documento de identidad de cada uno de los integrantes del grupo.
- Copia del RUT del representante del grupo .
- Carta de compromiso firmada por el representante del grupo.
- Formato de radicación a terceros firmado.

Notas: se recibirán únicamente copias de las obras o proyectos . El Ministerio no se hace responsable de originales . En las convocatorias que exijan presentarse a través de seudónimo, los documentos administrativos deberán enviarse en un sobre cerrado y marcado con el seudónimo y el número del documento de identificación del participante . Dicho sobre permanecerá cerrado hasta el momento en el cual el jurado haya deliberado .

En caso de que el ganador resida fuera del país, deberá enviar al Programa Nacional de Estímulos un poder amplio y suficiente para que una persona residente en Colombia lo represente ante el Ministerio de Cultura y pueda realizar los trámites [firma de la carta compromiso, tramitar póliza (si aplica), y recibir los pagos correspondientes.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

Otros aspectos a considerar

Contacto del proceso: Jaime Cerón: artesvisuales@mincultura.gov.co

Duración: cinco (5) meses a partir de la expedición y comunicación de la resolución mediante la cual se designan los ganadore

Criterios de evaluación:

- Trayectoria del participante.
- Coherencia, elaboración formal y solidez conceptual del proyecto.
- Viabilidad y factibilidad de la propuesta considerando el cronograma, el presupuesto y las necesidades de producción.
- Pertinencia de las estrategias de puesta en escena pública del proyecto.

Derechos de los ganadores:

Remitirse a las condiciones generales de participación.

Deberes de los ganadores:

Además de los contemplados en los requisitos generales de participación, los ganadores deberán entregar:

- Un informe al área de Artes Visuales del Ministerio, a los dos meses del otorgamiento del estímulo, en donde se de cuenta de la realización del 30% del proyecto, incluyendo material visual.
- Poner en escena pública el proyecto, de acuerdo a las estrategias de circulación previstas, antes de culminar su sexto mes de realización, y entregar un informe de actividades que incluya la documentación visual de la circulación de los resultados (impresos y en archivo digital).
- El ganador conservará los derechos morales y patrimoniales sobre su obra, pero autorizará al Ministerio de Cultura, o quien haga sus veces, los derechos concernientes a la comunicación pública y la reproducción en medios de comunicación derivadas de la difusión y divulgación de carácter cultural, propias de la convocatoria.
- Realizar la pieza o piezas propuestas como resultado del proyecto, al completarse el cuarto mes de inicio del proyecto.

Metodología para la presentación de proyectos / Ejemplo de financiación

Para el jurado:

- Tres (3) copias idénticas del proyecto, argolladas por separado, que deben tener la siguiente información en este orden:
- Descripción general del proyecto.
- Antecedentes y contextualización.
- Justificación (pertinencia del proyecto).
- Acciones previstas para desarrollar el proyecto.
- Resultado final esperado (descripción de las estrategias de circulación).
- Cronograma general: hasta cinco (5) meses que incluya la puesta en escena pública.
- Presupuesto general desglosado (que incluya la circulación).
- Certificaciones de otros aportes (en caso de cofinanciación).
- Plan de puesta en escena pública que incluya: acciones para la circulación de resultados, tales como exhibiciones, intervenciones, publicaciones u otros . Las actividades de circulación se concertarán posteriormente con el Área de Artes Visuales del Ministerio de Cultura.
- Soportes de la trayectoria artística . Mediante estos deberá dar cuenta del trabajo continuo en el campo artístico profesional durante 10 años.

Nota: los documentos administrativos y las tres (3) copias de los documentos para el jurado, argolladas y marcadas por separado, deberán enviarse en un solo paquete por correo certificado o entregarse personalmente en horas y días hábiles en la siguiente dirección: Ministerio de Cultura - Programa Nacional de Estímulos - BECAS DE CREACIÓN PARA ARTISTAS CON TRAYECTORIA SOBRESALIENTE EN ARTES VISUALES - Calle 8 N° 8-26 - Bogotá, D . c

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Min. Cultura - Convocatoria 2012 del Programa Nacional de Concertación Cultura
<http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=43997>

Público Objetivo

Organizaciones culturales y personas jurídicas de los sectores público y privado, sin ánimo de lucro, que desarrollen actividades de carácter cultural y que tengan el propósito de impulsar, estimular y hacer visibles esos procesos.

Sector

Actividades artísticas y culturales de duración limitada, actividades culturales de carácter permanente, formación artística y cultural, promoción y circulación de la cultura en el país o el exterior, fortalecimiento cultural a contextos poblacionales específicos, y promoción y equiparación de oportunidades culturales para la población en situación de discapacidad.

Fuente de financiamiento

El Ministerio gestiona alianzas de cooperación incrementando tanto los recursos, como las oportunidades para los ganadores, con entidades e instituciones nacionales e internacionales de carácter privado y público. Destacamos a nivel internacional el Fonca de México, el Centro Banff de Canadá y el Consejo de Artes y Letras de Quebec, la Embajada de Suiza, la Embajada de Francia y la Alianza Francesa de Bogotá, WWF, La Salle College International -Ici y Fulbright Colombia .

Clases de financiación

Convocatoria.

En Colombia, participan Divulgación Cultural (Programa Residencias Local) y la Vicedecanatura de Investigación y Extensión Universitaria de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia, la Facultad de Música de la Universidad de los Andes, la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo, la Escuela de Gastronomía Verde Oliva, el Museo Nacional, la Biblioteca Nacional, la Comisión Nacional de Televisión, el Instituto Caro y Cuervo y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS ESTATALES

Objeto de financiación

Busca impulsar, estimular y hacer visibles procesos, proyectos y actividades culturales de interés común, en el marco del reconocimiento y el respeto por la diversidad cultural de la nación colombiana, que contribuyan a democratizar el acceso de las personas y las instituciones a los diferentes bienes, servicios y manifestaciones culturales. Apoyar iniciativas culturales le permite vincularlas al desarrollo local, regional o nacional, articular diferentes sectores, generar capacidades, fortalecer el Sistema Nacional de Cultura y aportar a la convivencia, al crecimiento con equilibrio, equidad y sostenibilidad.

Aporte

Hasta \$40.000.000

Requisitos de acceso e incompatibilidades

¿Quiénes no pueden participar?

- Personas naturales.
- Cajas de Compensación, Cámaras de Comercio y entidades que no estén legalmente constituidas en Colombia.

¿Qué no apoya el Programa Nacional de Concertación Cultural?

- En ningún caso se aprobará el apoyo económico para gastos administrativos (servicios públicos, sueldos y/o salarios ni prestaciones sociales, del personal de planta), obra física, compra de elementos de oficina, dotación o cualquier otro tipo de gasto que no sea inherente a las actividades propias del desarrollo del objeto del proyecto cultural. Esta clase de gastos deberán ser cubiertos por el proponente con recursos propios o que le sean aportados por terceros para cofinanciar el proyecto y proyectos relacionados con producción artesanal.

Metodología para la presentación de proyectos / Ejemplo de financiación:

Cada proyecto deberá presentarse en original y una (1) copia, debidamente encarpetao, legajado y embalado en un solo paquete. El paquete debe ser marcado así:

Ministerio de Cultura Programa Nacional de Concertación Cultural CONVOCATORIA 2012 - Carrera 8 No. 8-43 - Bogotá D.C.- Teléfono: 3424100

Remite:

Nombre del proyecto: / Nombre del proponente: / Municipio y Departamento:

El proyecto deberá enviarse por correo certificado o radicarse directamente en la Oficina de Correspondencia del Ministerio de Cultura (Carrera 8 No 8-43, Bogotá D.C.), a más tardar el 30 de septiembre de 2011, hasta las 5 p.m.

En ningún caso se recibirán proyectos que pretendan ser entregados personalmente en el Programa Nacional de Concertación o en cualquier otra dependencia del Ministerio o que pretendan ser entregados a través de otro medio diferente al indicado.

4 Fechas de ejecución de los proyectos

El Ministerio de Cultura estudiará, evaluará y apoyará los proyectos cuya ejecución sea durante el año 2012.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	ESTATALES	MODELO
 <p>Libertad y Orden Ministerio de Cultura República de Colombia</p>	<p>Ministerio de Cultura Colombia Público estatal http://www.mincultura.gov.co/</p>	<p>Entidad gubernamental encargada de liderar estrategias de cooperación en cultura y de desarrollar iniciativas para incrementar los recursos disponibles en el sector cultural. Sus principales acciones son: 1. Generar capacidades en el sector para acceder a recursos de cooperación nacional e internacional. 2. Liderar las relaciones internacionales, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores. 3. Implementar el componente de cooperación internacional como herramienta para el desarrollo del sector cultural en el marco de la Política de Gestión Internacional a través de la gestión de recursos para los programas, planes y proyectos de la política cultural.</p>
 <p>CONVENIO ANDRÉS BELLO</p>	<p>Convenio Andrés Bello (CAB) Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y República Bolivariana de Venezuela. Público internacional http://www.convenioandresbello.org</p>	<p>La Organización del Convenio Andrés Bello de Integración Educativa, Científica, Tecnológica y Cultural es un organismo internacional intergubernamental cuya finalidad es contribuir a ampliar y fortalecer el proceso dinámico de la integración de los Estados en los ámbitos educativo, científico-tecnológico y cultural.</p>
 <p>Organización de Estados Iberoamericanos Para la Educación, la Ciencia y la Cultura OEI</p>	<p>Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. Público internacional http://www.oei.es/</p>	<p>La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) es un organismo internacional de carácter gubernamental para la cooperación entre los países iberoamericanos en el campo de la educación, la ciencia, la tecnología y la cultura en el contexto del desarrollo integral, la democracia y la integración regional.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
TIPO DE FUENTE: ESTATALES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	ESTATALES	MODELO
	<p>Fondo para el desarrollo cinematográfico (FDC) - Proimágenes en Movimiento Colombia Mixto - sin ánimo de lucro http://www.proimage nescolombia.com</p>	<p>El Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica <i>Proimágenes en Movimiento</i> es una entidad sin ánimo de lucro, enmarcada en el régimen de las actividades de ciencia y tecnología y de las entidades privadas, e integrada por entidades públicas y privadas según el mandato de la ley 397 de 1997, ley General de Cultura. Proimágenes en Movimiento busca consolidar y solidificar el sector cinematográfico colombiano, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la concertación de políticas públicas y sectoriales, y para la articulación de reglas de juego que concreten e impulsen la industria cinematográfica del país.</p>
	<p>*Fondo Emprender Colombia Público http://www.fondoemp render.com/</p>	<p>El objetivo del Fondo Emprender es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. Además, facilita el acceso a capital semilla al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.</p>
	<p>*Viceministerio de Desarrollo Empresarial Colombia Público https://www.mincomercio.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=158</p>	<p>El Viceministerio de Desarrollo Empresarial es la dependencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que busca fortalecer un ambiente propicio para que Colombia tenga una estructura productiva de bienes y servicios sólida, competitiva e innovadora, que contribuya a la generación de empleos formales y sostenibles.</p>
	<p>*Ministerio de Tecnologías y Comunicaciones Colombia Público http://archivo.mintic.gov.co/mincom/faces/index.jsp?</p>	<p>El Ministerio de Tecnologías y Comunicaciones busca generar políticas que permitan el crecimiento del sector de las TIC como eje estratégico de la economía colombiana, de acuerdo con las tendencias internacionales y las condiciones nacionales.</p>
	<p>Parquesoft Colombia Privado http://www.parquesoft.com</p>	<p>Parquesoft Colombia apoya a emprendedores de todo tipo, con una infraestructura de clase mundial, para el desarrollo de la tecnología, negocios y productos innovadores, confiables y competitivos. Presta ayuda para el fortalecimiento financiero y desarrollo de negocios.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ESTATALES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	ESTATALES	MODELO
 <p>CAMARA DE COMERCIO DE MANIZALES</p>	<p>Cámara de Comercio Colombia Privada http://www.confecamaras.org.co/</p>	<p>Las Cámaras de Comercio propician la competitividad y el desarrollo regional a través del fortalecimiento de las mismas como instituciones y la representación proactiva del sistema ante el Estado en temas de competitividad, formalización, emprendimiento e innovación empresarial.</p>
 <p>Libertad y Orden Ministerio de Cultura República de Colombia</p>	<p>Secretarías de Cultura Colombia Público estatal http://www.culturayturismo.gov.co/</p>	<p>Las secretarías de cultura tienen el objetivo de trazar políticas y estrategias integrales para la transformación cultural y cívica de las ciudades en cada uno de los municipios que operan.</p>
 <p>FNG Fondo Nacional de Garantías S.A.</p>	<p>*Fondo Nacional de Garantías Colombia Público estatal http://www.fng.gov.co/</p>	<p>El Gobierno Nacional busca facilitar el acceso al crédito para las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el otorgamiento de garantías.</p>
 <p>Libertad y Orden Ministerio de Cultura República de Colombia</p>	<p>Casas de la Cultura Municipales Colombia Público estatal http://www.sinic.gov.co/SINIC/Secciones/ProgramaInicioSec.aspx?AREID=2&SUBID=7&SECID=72</p>	<p>Las Casas de Cultura, como instituciones responsables de generar procesos para el desarrollo cultural de sus localidades, requieren abordar temas de interés general como la descentralización, la participación ciudadana, el trabajo concertado, la gestión interinstitucional y la consolidación de los Sistemas de Cultura.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS PRIVADAS



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Ventures (El concurso líder en Colombia de Planes de Negocio)
<http://ventures.com.co/>
Dirección: Avda. Reyes Católicos, 4 28040 Madrid. **Teléfonos de Información General:** +34 91 583 85 98, 91 583 85 99. **E-mail:** centro.informacion@aacid.es

Público Objetivo

Participantes de todas las edades con proyectos en cualquier sector de la economía, con ideas de negocio nuevas, en proceso de elaboración o en fase de implementación.

Sector

Economía (emprendimiento y planes de negocio).

Fuente de financiamiento

Revista Dinero, McKinsey & Company y otros aliados.

Clases de financiación

Convocatorias: Regional y Nacional. Categorías: general, Social Visionaris UBS, Negocios Inclusivos Visionaris UBS, Ecopetrol (educación y cultura).

Objeto de financiación

Ventures tiene la misión de promover el emprendimiento, atraer capital y generar empleo. En ese sentido, se convierte en un medio para captar y canalizar buenas ideas de negocio, ayudando a los participantes a aterrizar sus ideas empresariales a través de la capacitación que se ofrece para elaborar los planes de negocio.

Aporte

El monto dependerá de los patrocinios que los organizadores del concurso puedan obtener durante el año. No obstante, es válido aclarar que, desde que se inició Ventures en el 2000, se han entregado más de \$1700 millones en premios.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: apoyo para la conformación de empresas inclusivas.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS PRIVADAS



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Idea tu empresa

<http://www.ideatuempresa.org/>

Contacto: infocolombia@ideatuempresa.org

Público Objetivo

Pueden participar personas naturales o jurídicas, de cualquier nacionalidad, que estén dispuestas a crear un negocio inclusivo sostenible en Colombia.

Sector

Emprendimiento, Negocios inclusivos.

Condiciones específicas de la línea

Los participantes recibirán jornadas de capacitación; no obstante, tales jornadas se llevarán a cabo únicamente en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, y Bucaramanga. Por tanto, los participantes de otras ciudades deben tener en cuenta gastos de desplazamiento para asistir a tales capacitaciones.

Fuente de financiamiento

Technoserve, VENTURES y Chile Empresario.

Clases de financiación

Competencia de planes de negocios Asesoría y apoyo económico en los siguientes sectores:

1. Tecnología y comunicaciones
2. Servicios básicos (educación, acueducto y alcantarillado)
3. Salud
4. Vivienda
5. Energía
6. Alimentos y agroindustria

Objeto de financiación

Idea Tu Empresa es una competencia de planes de negocios que busca estimular la actividad empresarial inclusiva, impulsando emprendimientos de alto potencial y rentabilidad que incorporen a personas y empresas de escasos recursos.

Aporte

Los premios en efectivo serán de hasta US\$ 10,000 para los ganadores.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: apoyo para la conformación de empresas inclusivas.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS PRIVADAS



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Premio Santander de Emprendimiento
<http://www.santander.com.co/portal/formas/1314/index.html>

Teléfono: (57) 1 6448000 - extensión 19771
premiosantander@santander.com.co

Público Objetivo

Estudiantes de pregrado o posgrado, egresados (en un periodo inferior a un año), docentes o grupos de investigación.

Sector

Emprendimiento, ciencia e innovación.

Condiciones específicas de la línea

EMPRENDIMIENTO: Estudiantes de pregrado o posgrado, Egresados (en un periodo inferior a un año) pertenecientes a una institución de educación superior que mantenga convenio de colaboración con el Banco Santander. **CIENCIA E INNOVACIÓN:** Pueden concursar estudiantes, docentes o grupos de investigación, pertenecientes a una institución de educación superior que mantenga convenio de colaboración con el Banco Santander.

Fuente de financiamiento

Banco Santander Colombia.

Clases de financiación

Convocatoria.

Objeto de financiación

El Premio ANDI a la Creación de Empresa es un concurso que nace en el marco de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia para estimular el surgimiento de nuevas empresas en el país, que generen valor agregado, empleo, bienestar social y desarrollo económico para la nación. Sin importar su sector, la premisa más importante será la innovación, tecnología, desarrollo y calidad en los productos y/o servicios que ofrezca el proyecto a la sociedad en general.

Aporte

Hasta Veinticinco (25) Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV) y asesorías.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: apoyo para la conformación de empresas inclusivas.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS PRIVADAS



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

FOMECC - Fomento de Empresas Culturales y Creativas

<http://www.fomecc.org/es/>

Contacto: Centro Cultural de la Facultad de Artes de la Universidad de Antioquia. Cra. 64B N° 51-64 Barrio Carlos E. Restrepo. Medellín, Colombia. **Tel:** +574 260 34 01. info@empresasculturales.com
info@fomecc.org

Público Objetivo

Empresas culturales y creativas.

Sector

Cultural.

Fuente de financiamiento

INTERARTS Barcelona y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

Clases de financiación

Convocatorias de proyectos de emprendimiento que ingresan periódicamente en el programa. Cada convocatoria consta de: sensibilización (talleres, seminarios y otros eventos); selección de ideas de negocio; asesorías; gestión empresarial-incubación.

Objeto de financiación

- Promover, a través del fomento y fortalecimiento de las empresas culturales y creativas, el desarrollo social y económico del sector artístico y cultural.
- Incrementar las oportunidades de establecer redes de trabajo, contactos comerciales y alianzas productivas para los empresarios culturales y creativos.
- Aumentar el número de ideas de negocio que formalicen su constitución en empresas culturales y/o creativas.
- Reforzar las capacidades del sector cultural y creativo para su profesionalización.
- Sistematizar la información y aumentar los conocimientos, las estructuras y las características del sector empresarial cultural y creativo.

Aporte

Sólo a través de la presentación de proyectos en convocatorias.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: apoyo para la conformación de empresas inclusivas.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS (Matriz de datos)

LOGOTIPO	CONVOCATORIAS	MODELO
	<p>Destapa Futuro Colombia Fundación - donante privado http://www.bavaria.com.co/7-11/destapa_futuro_ds/</p>	<p>Es un programa de inversión social de Bavaria que se enfoca en la creación y fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas sostenibles, con capacidad de crecer y contribuir al desarrollo económico de las comunidades donde se encuentran. El programa Destapa Futuro capacita anualmente, en el campo empresarial, a un número significativo de emprendedores de diferentes regiones del país para desarrollar sus ideas de negocio o fortalecer las pequeñas empresas. Posteriormente, selecciona algunas de ellas e invierte un capital semilla, no reembolsable, con el cual ponen en marcha sus negocios, generando empresas auto sostenibles de todos los sectores de la economía.</p>
	<p>Ventures- Revista Dinero Colombia Fundación - donante privado http://www.ventures.com.co</p>	<p>VENTURES es una iniciativa para estimular la creación de empresas competitivas en Colombia. La revista Dinero y McKinsey & Company se dieron a la tarea de crear un concurso de planes de negocio con el fin de atraer y premiar a los mejores emprendedores del país.</p> <p>Pueden participar colombianos y extranjeros residentes en Colombia, de todas las edades, con proyectos o simplemente ideas en cualquier sector de la economía que tenga un fuerte impacto para generación de empleo y riqueza en Colombia.</p> <p>Se apoyan tres categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Categoría General. - Categoría Social. - Categoría New Ventures Verdes .
	<p>Fondo Emprender Colombia Programa del Gobierno Nacional http://www.fondoemprender.com</p>	<p>Es un fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional. El Fondo Emprender otorga recursos de hasta el ciento (100%) por ciento del valor del plan de negocio, siempre y cuando el monto de los recursos solicitados no supere los doscientos veinticuatro (224) Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV).</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS (Matriz de datos)

LOGOTIPO	CONVOCATORIAS	MODELO
	<p>Idea tu empresa Colombia Donante privado http://www.ideatueempresa.org</p>	<p>Idea Tu Empresa es una competencia de planes de negocios que busca estimular la actividad empresarial inclusiva*, impulsando emprendimientos de alto potencial y rentabilidad que incorporen a personas y empresas de escasos recursos. Pueden participar personas naturales o jurídicas, de cualquier nacionalidad, que estén dispuestas a crear un negocio inclusivo sostenible en Colombia. Los premios en efectivo serán de hasta US\$ 15,000 para los ganadores. Entre 60 y 80 participantes serán seleccionados para recibir asesoría de un consultor dedicado a la elaboración del plan de negocio.</p>
	<p>Bogotá Emprende Colombia (Bogotá) Público estatal - Programa del Gobierno Nacional http://www.bogotaeemprende.com/</p>	<p>La Alcaldía Mayor de Bogotá y La Cámara de Comercio de Bogotá crean el <i>Centro de Emprendimiento: Bogotá Emprende</i> con el fin de generar una cultura del emprendimiento y de apoyar a emprendedores y empresarios en el camino de la creación, crecimiento y consolidación de sus negocios. Para ello, cuenta con una oferta de servicios integrales que brinda el acceso a publicaciones de calidad, la programación de actividades y asesoría de expertos, que le permitirá al emprendedor coordinar por sí mismo todo su itinerario para superar sus problemáticas y satisfacer sus necesidades.</p>
	<p>BID Challenge Perú, Colombia y Chile Donante privado http://www.bidnetwork.org/page/97837/en</p>	<p>Es una iniciativa de desarrollo empresarial a través de la cual se seleccionan proyectos empresariales en todo el territorio nacional. Con asistencia técnica y acompañamiento en el desarrollo de planes de negocio, un equipo de trabajo altamente competitivo y responsable evaluará las iniciativas que tengan proyección en los mercados, identificando los empleos que puede generar en el futuro cercano, la contribución a la reducción de pobreza y la producción y prestación de bienes y servicios con alto grado de innovación.</p> <p>Asimismo, los proyectos empresariales recibirán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matchmaking con inversionistas locales e internacionales. • Apoyo de mentores de primer nivel para la elaboración del plan de negocios. • Contacto con los 34.000 miembros de BiD Network. • Feedback personal de parte de los evaluadores de los planes de negocios.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CONVOCATORIAS (Matriz de datos)

LOGOTIPO	CONVOCATORIAS	MODELO
	<p>Premio Santander de Emprendimiento Colombia Donante privado http://www.santander.com.co/portal/formas/1314/index.html</p>	<p>Los Premios Santander de Emprendimiento y de Ciencia e Innovación están dirigidos a estudiantes universitarios e investigadores que hayan desarrollado ideas innovadoras encaminadas al progreso económico y social del país. Los premios son realizados y patrocinados por el Banco Santander Colombia y cuentan con la gestión y organización de Universia Colombia.</p>
	<p>INNOVA-Ministerio de Comercio Colombia Público estatal - programa del Gobierno Nacional http://www.mincomercio.gov.co</p>	<p>El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo apoya a las micro, pequeñas y medianas empresas innovadoras del país mediante el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las MiPyMEs.</p>
	<p>*Vida. Concurso Internacional Arte y Vida Artificial- Fundación Telefónica España http://www.fundaciontelefonica.com/es/que_hacemos/concurso/certamen_vida/que_es_vida.htm</p>	<p>La convocatoria Vida (Concurso Internacional Arte y Vida Artificial) premia proyectos artísticos desarrollados con medios tecnológicos que ofrecen planteamientos innovadores a la investigación de la vida artificial. Puede tratarse de proyectos que se basen en sistemas que emulan, imitan o especulan sobre la noción de vida a través de las investigaciones y las tecnologías actuales. Estos sistemas pueden presentar atributos de agencia y autonomía que muestren un comportamiento propio, que sean dinámicos, reaccionen a su entorno y evolucionen, y que cuestionen las fronteras entre lo vivo y lo no vivo, entre la vida sintética y la vida orgánica.</p>

Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

British Council
www.britishcouncil.org/arts.htm

Público Objetivo

Joven Emprendedor.

Sector

Cultura (música y medios de comunicación).

Condiciones específicas de la línea

- Tener entre 21 y 40 años, con espíritu empresarial y compromiso con la cultura.
- Debe haber trabajado en el sector creativo con al menos 3 años de experiencia.
- Debe ser emprendedor y haber mostrado su habilidad en la promoción de ese sector creativo en su país en el contexto privado, público o en ambas. A través de su personalidad, manejo y habilidades demostrar su potencialidad para ser un futuro líder del sector en su país y un colega futuro para el Reino Unido.
- Debe tener habilidades en Inglés equivalentes al IELTS 6 (usuario competente o superior).

Fuente de financiamiento

Gobierno Británico.

Clases de financiación

Programa - Premio anual Joven Emprendedor Creativo. Los ganadores viajan al Reino Unido a participar de un evento de comercio creativo y se reúnen con expertos del Reino Unido, contactos e inversionistas.

Objeto de financiación:

Los empresarios creativos son actores clave en la difusión de nuevas ideas creativas y las experiencias culturales y, como tal, son de vital importancia en los objetivos culturales de las relaciones del British Council. Este programa facilita el flujo de trabajo cultural y de negocios entre el Reino Unido y otros países alrededor del mundo.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: COOPERACIÓN INTERNACIONAL



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Instituto Italiano de Cultura
http://www.iicbogota.esteri.it/IIC_Bogota
Contacto: Calle 35 No. 15-32 Barrio Teusaquillo Bogotá, Colombia. **Tels:** 57(1)2453824 / 2325195
iicbogota@esteri.it

Público Objetivo

Operadores culturales públicos y privados, italianos y extranjeros.

Sector

Cultural.

Condiciones específicas de la línea

Presentación de proyectos en el primer semestre de cada año, que involucren italianos en Colombia o colombianos en Italia para realizar intercambios culturales.

Fuente de financiamiento

Gobierno italiano.

Clases de financiación

- Organización de eventos culturales en diferentes sectores (arte, música, cine, teatro, danza, moda, design, fotografía).
- Apoyo logístico
- Cooperación cultural - Convocatorias eventuales
- El Instituto facilita contactos entre las personas y las instituciones culturales y científicas de ambos países y favorece la colaboración entre las instituciones escolásticas y académicas colombianas e italianas.

Objeto de financiación

Promover y difundir la lengua y la cultura italiana en Colombia mediante la realización de eventos culturales, académicos, científicos, artísticos y apoyo a la movilidad de artistas italianos en Colombia.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: COOPERACIÓN INTERNACIONAL



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Embajada de Francia en Colombia - Acción Cultural
http://www.ambafrance-co.org/spip.php?article3965&var_mode=calcul

Público Objetivo

Colombia.

Sector

Cultural.

Condiciones específicas de la línea

Presentación de proyectos de carácter cultural y académico que involucren la participación de artistas franceses.

Fuente de financiamiento

Embajada Francesa.

Clases de financiación

Convocatorias, intercambios, becas, apoyo a programas de cultura.

Objeto de financiación

Participar en las grandes manifestaciones artísticas colombianas; proponer proyectos artísticos ambiciosos, susceptibles de recibir el apoyo de instituciones y estructuras colombianas; apoyar a la red de las Alianzas francesas en Colombia en el marco de una programación común; desarrollar la cooperación entre creadores, artistas y expertos de ambas naciones.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: COOPERACIÓN INTERNACIONAL



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)
<http://www.aecid.es/es/que-hacemos/culturayciencia/>

Dirección: Avda. Reyes Católicos, 4 28040 Madrid. **Teléfonos de Información General:** +34 91 583 85 98, 91 583 85 99. **E-mail:** centro.informacion@aecid.es

Público Objetivo

Colombia.

Sector

Cultura.

Fuente de financiamiento

Gobierno de España.

Clases de financiación

Convocatorias, premios, becas y apoyo a proyectos culturales.

Objeto de financiación

Desde la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas, se trabaja en la concepción la cultura como herramienta de desarrollo, a través de la puesta en marcha de la Estrategia de Cultura y Desarrollo que se despliega en siete líneas:

- Formación de capital humano para la gestión cultural con énfasis en proyectos de cultura y desarrollo.
- Dimensión política de la cultura en su contribución al desarrollo.
- Dimensión económica de la cultura en su contribución al desarrollo.
- Relación y complementariedad entre educación y cultura.
- Gestión sostenible del patrimonio cultural para el desarrollo.
- Relaciones entre comunicación y cultura con impacto en el desarrollo.
- Impulso a los procesos de reconocimiento de los derechos culturales.

Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

Iberescena

<http://www.iberescena.org/es/>

Contacto: DIRECCIÓN DE ARTES DEL MINISTERIO DE CULTURA. Dirección de Artes. Programa Iberescena. Carrera 8 No. 8-09 Bogotá D.C. **Teléfono:** 2 81 88 34. **Fax:** 2 81 88 34

Público Objetivo

Artistas escénicos iberoamericanos de los países miembros (Colombia, Argentina, Chile, España, México, Perú, República Dominicana, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Uruguay y Venezuela).

Sector

Artes escénicas iberoamericanas.

Fuente de financiamiento

Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno de los países miembros.

Clases de financiación

- Circulación a través de Redes, Festivales y Espacios Escénicos.
- Coproducción de espectáculos entre empresas, grupos y compañías públicos y privados de los países firmantes del Fondo Iberescena.
- Apoyo a la autoría escénica iberoamericana.
- Formación en la producción y gestión de las Artes Escénicas.
- Difusión a través del PORTAL Iberescena.

Objeto de financiación

El Fondo Iberoamericano de ayuda Iberescena es un programa de fomento, intercambio e integración de la actividad de las artes escénicas iberoamericanas. Iberescena a través de sus convocatorias, pretende promover en los Estados miembros y por medio de ayudas financieras, la creación de un espacio de integración de las Artes Escénicas.

Entre sus objetivos figuran:

- Favorecer la formación continua para los profesionales del sector del teatro y la danza, fundamentalmente en el campo de la producción y la gestión.
- Fomentar la distribución, circulación y promoción de espectáculos iberoamericanos.
- Incentivar las coproducciones de espectáculos entre promotores públicos y/o privados de la escena iberoamericana y promover su presencia en el espacio escénico internacional.
- Promover la difusión de la obra de autores/as iberoamericanos/as.
- Apoyar a los espacios escénicos y a los festivales de Iberoamérica para que prioricen en sus programaciones las producciones de la región.

Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

El Fondo Iberoamericano de Ayuda
IBERMEDIA

<http://www.programaibermedia.com/>

Contacto: C/ Ferraz, 10, 1.º izqda. CP: 28008
Madrid (España). **Teléfono:** (+34) 91 758
04 60. Fax: (+34) 91 541 37 84. [evillardell@
programaibermedia.com](mailto:evillardell@programaibermedia.com)

Público Objetivo

Creadores audiovisuales o cinematográficos.

Sector

Audiovisual y Cinematográfico de
Iberoamérica.

Fuente de financiamiento

Países miembros: Argentina, Bolivia, Brasil,
Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador,
España, Guatemala, México, Panamá, Perú,
Portugal, Puerto Rico, República Dominicana,
Uruguay y Venezuela.

Clases de financiación

A través de convocatorias y programas.
Apoyo al sector cinematográfico en las
siguientes categorías:

- Apoyo a programas de formación orientados a profesionales de la industria audiovisual iberoamericana.
- Apoyo a la coproducción de películas iberoamericanas.
- Línea abierta al documental.
- Apoyo al desarrollo de proyectos de cine y televisión.
- Apoyo a contenidos para ventas internacionales 'delivery'.
- Apoyo a la distribución y Apoyo a la exhibición

Objeto de financiación

Entre los objetivos de Ibermedia figuran:

- Promover el desarrollo de proyectos de producción dirigidos al mercado iberoamericano.
- Crear un entorno favorable al desarrollo y a la integración en redes de las empresas de producción iberoamericanas.
- Promover, mediante la aportación de asistencia técnica y financiera, el desarrollo de proyectos de coproducción presentados por productores independientes iberoamericanos, incluido el aprovechamiento del patrimonio audiovisual.
- Apoyar a las empresas de producción iberoamericanas capaces de desarrollar dichos proyectos.
- Fomentar su integración en redes dirigidas a estas coproducciones.

En cuanto a *Delivery*, Distribución y Exhibición:

- Reforzar y estimular los sectores de la distribución y exhibición de los productos audiovisuales en los países iberoamericanos.
- Fomentar su integración en redes supranacionales de las empresas de distribución iberoamericanas.
- Incrementar la promoción y favorecer la creación de contenidos para ventas y mercados internacionales.
- Favorecer la formación continua para los profesionales de la gestión empresarial audiovisual.
- La utilización y el desarrollo de nuevas tecnologías por parte de estos profesionales de la gestión empresarial.
- Fomentar la cooperación y el intercambio de conocimientos entre el sector profesional.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: COOP. INTERNACIONAL (Matriz de datos)

LOGOTIPO	COOP. INTERNACIONAL	MODELO
	<p>Centro Colombo Americano Estados Unidos-Colombia Privado http://www.colombobogota.edu.co</p>	<p>El Centro Colombo Americano es un Centro Binacional (BNC) que nace como iniciativa de la Embajada de los EE.UU. y los líderes locales de Colombia para promover las relaciones entre los EE.UU. y América Latina. Hoy en día el Centro Colombo Americano es una fundación independiente cultural con uno de los más antiguos y más grandes programas de idiomas de inglés en el país. Las actividades del Colombo y servicios incluyen un completo programa cultural.</p>
	<p>Goethe-Institut Kolumbien. Instituto Goethe en Colombia Alemania-Colombia Público-Estatal http://www.goethe.de/hn/bog/spindex.htm</p>	<p>El Instituto Goethe es el instituto alemán de cultura en el extranjero que trabaja de modo descentralizado, actuando con credibilidad para ir aumentando así el prestigio de Alemania. El Instituto Goethe contribuye, por medio del diálogo intercultural, a la paz y a la democracia. Un objetivo primordial del Goethe-Institut Bogotá es el fortalecimiento de las actividades culturales internacionales. En estrecha cooperación con instituciones del país, organizan ciclos de cine, exposiciones, presentaciones de danza y teatro, seminarios y conciertos, con el fin de incentivar el diálogo y el intercambio intercultural y hacer aportes para una mejor comprensión de la cultura alemana en Colombia.</p>
	<p>*British Council Reino Unido-Colombia Público-Estatal http://www.britishcouncil.org/arts.htm</p>	<p>Los empresarios creativos son actores clave en la difusión de nuevas ideas creativas y las experiencias culturales, y son de vital importancia en los objetivos culturales de las relaciones del British Council. Este programa facilita el flujo de trabajo cultural y de negocios entre el Reino Unido y otros países alrededor del mundo.</p>
	<p>*Instituto Italiano de Cultura Italia-Colombia Público-Estatal http://www.iicbogota.es.teri.it/IIC_Bogota</p>	<p>El Instituto Italiano de Cultura constituye un centro que promueve iniciativas y actividades de cooperación cultural, resultando un punto de referencia fundamental para las colectividades italianas en el exterior y para satisfacer la demanda, cada vez mayor, de cultura italiana que se registra en todo el mundo.</p>
	<p>*Embajada de Francia en Colombia Francia-Colombia Público-Estatal http://www.ambafrance-co.org/spip.php?article3965&var_mode=calcul</p>	<p>La Embajada de Francia en Colombia tiene el propósito de participar en las grandes manifestaciones artísticas colombianas. Propone proyectos artísticos ambiciosos susceptibles de recibir el apoyo de instituciones y estructuras colombianas; apoya a la red de las Alianzas Francesas en Colombia en el marco de una programación común; desarrolla la cooperación entre creadores, artistas expertos de ambas naciones.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: COOP. INTERNACIONAL (Matriz de datos)

LOGOTIPO	COOP. INTERNACIONAL	MODELO
	<p>*Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) España-Colombia Público-Estatal http://www.aecid.es/es/que-hacemos/culturayciencia/</p>	<p>Desde la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas se trabaja en la concepción de la Cultura como herramienta de desarrollo, a través de la puesta en marcha de la Estrategia de Cultura y Desarrollo, que se despliega en las siguientes líneas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formación de capital humano para la gestión cultural con énfasis en proyectos de cultura y desarrollo. - Dimensión política de la cultura en su contribución al desarrollo. - Dimensión económica de la cultura en su contribución al desarrollo. - Relación y complementariedad entre educación y cultura. - Gestión sostenible del patrimonio cultural para el desarrollo. - Relaciones entre comunicación y cultura con impacto en el desarrollo. - Impulso a los procesos de reconocimiento de los Derechos Culturales.
	<p>Iberescena Países miembros (Colombia, Argentina, Chile, España, México, Perú, República Dominicana, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Uruguay y Venezuela.) Público http://www.iberescena.org/es/</p>	<p>El Fondo Iberoamericano de ayuda Iberescena es un programa de fomento, intercambio e integración de la actividad de las artes escénicas iberoamericanas. A través de sus convocatorias, Iberescena pretende promover en los Estados miembros (y por medio de ayudas financieras) la creación de un espacio de integración de las Artes Escénicas. Entre sus objetivos figuran: favorecer la formación continua para los profesionales del sector del teatro y la danza, fundamentalmente en el campo de la producción y la gestión; fomentar la distribución, circulación y promoción de espectáculos iberoamericanos; incentivar las coproducciones de espectáculos entre promotores públicos y/o privados de la escena iberoamericana y promover su presencia en el espacio escénico internacional; promover la difusión de la obra de autores iberoamericanos; apoyar a los espacios escénicos y a los festivales de Iberoamérica para que prioricen en sus programaciones las producciones de la región.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: COOP. INTERNACIONAL (Matriz de datos)

LOGOTIPO	COOP. INTERNACIONAL	MODELO
	<p>*Fondo Iberoamericano de Ayuda IBERMEDIA Países miembros: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Público http://www.programaibermedia.com/</p>	<p>Ibermedia promueve el desarrollo de proyectos de producción dirigidos al mercado iberoamericano para crear un entorno favorable al desarrollo y a la integración en redes de las empresas de producción iberoamericanas, mediante la aportación de asistencia técnica y financiera y el desarrollo de proyectos de coproducción presentados por productores independientes iberoamericanos, incluido el aprovechamiento del patrimonio audiovisual. Apoya a las empresas de producción iberoamericanas capaces de desarrollar dichos proyectos.</p>

Tipo de financiación

Mixto.

Nombre - contacto

Red de Angeles Inversionistas
<http://www.capitaliacolombia.com/Contenido.aspx?id=111&keyPage=111>

Público Objetivo

Empresarios, emprendedores, industriales y profesionales que comparten sus experiencias y alinean sus necesidades de financiación e inversión.

Sector

Todos.

Fuente de financiamiento

- Promoción y financiación: Banco Interamericano de Desarrollo (BID); Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).
- Operaciones: Centro Integral de Servicios Empresariales (CREAME).
- Aliados: Alcaldía de Medellín, Capitalia Colombia, Proantioquia y Fundación Coomeva.

Clases de financiación

Ruedas de inversiones.

Objeto de financiación

- Generar comunidad, atender las necesidades de emprendedores, inversionistas individuales y potencializar las fuentes de financiación en Colombia.
- Generar nuevos instrumentos de financiación orientados a apoyar la creación de nuevas empresas y fortalecer los planes de expansión y crecimiento de las ya existentes.

Aporte

Si el ángel inversionista decide invertir, financia el proyecto con unos U\$50.000 en algunos casos. No obstante, en países desarrollados puede llegar a U\$500.000; además, los ángeles inversionistas obtienen un porcentaje de la compañía y entran como socios, pero su participación no puede ser mayor al 30% de las acciones.

Requisitos de acceso e incompatibilidades

Debe realizarse el siguiente proceso:

1. Descargar los términos de referencia, en los cuales se detalla los objetivos, alcances, requisitos, metodología y condiciones para participar en las ruedas de inversión.
2. Diligenciar los documentos anexos a los términos de referencia.
3. Enviar al correo electrónico info@angelesinversionistas.com.co :
 - Resumen ejecutivo, acuerdo de voluntades, y carta de aprobación de socios.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: ALTERNATIVAS

Proveedor financiero

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

Tomador de riesgo

El ángel asume el riesgo económico.

PRODUCTO FINANCIERO:

Producto: rueda de inversionistas.

Condiciones financieras:

Otros aspectos a considerar

El evento "Rueda de Inversión" se realiza durante una tarde completa, con el objetivo de que cada empresa pueda tener citas de 15 minutos con los potenciales inversionistas. El evento cierra con un elevator pitch de 7 minutos ante el grupo de inversionistas.

Un ángel inversionista puede durar entre 2 y 5 años como máximo y busca un retorno de más del 30% anual, en un promedio de ganancia de 2.6 veces lo invertido; de esta forma, obtienen más dinero para seguir haciendo su labor.

Metodología para la presentación de proyectos / Ejemplo de financiación

Descargar los términos de referencia de la Rueda y los demás anexos citados para la participación en el proceso (Guía de elaboración del resumen ejecutivo, resumen ejecutivo ejemplo, acuerdo de voluntades y carta de socios).

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
TIPO DE FUENTE: MERCADOS CULTURALES



Tipo de financiación

Público.

Nombre - contacto

MICA - Mercado de Industrias Culturales de Argentina

<http://www.mica.gob.ar/>

Contacto: (5411) 4129 ó 2564/65.

E-mail: mica@cultura.gov.ar

Público Objetivo

Productores audiovisuales, discográficos, editoriales, de video juegos, de artes escénicas y diseñadores.

Sector

Industrias culturales.

Fuente de financiamiento

Ministerio de Industria y Secretaría de Cultura del estado de Argentina.

Clases de financiación

Stands, rondas de negocios, conferencias internacionales, charlas, foros de debate y talleres.

Objeto de financiación

Generar un espacio que concentre las distintas ramas que componen el sector cultural en un mismo lugar, con el objeto de generar negocios, intercambiar información y presentar su producción a los principales referentes de todo el mundo.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: MERCADOS CULTURALES



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Mercosur cultural
[http://www.cultura.gov.ar/
programas/?info=detalle&id=39](http://www.cultura.gov.ar/programas/?info=detalle&id=39)

Público Objetivo

Microempresas, PyMEs, Grandes empresas.

Sector

Cine, audiovisual y multimedia, gestión y políticas culturales, patrimonio.

Fuente de financiamiento

Fondo MERCOSUR Cultural.

Formas de apoyo

Convocatorias para proyectos y programas.

Objeto de financiación

Financiar programas y proyectos que fomenten la creación, circulación, promoción, protección y difusión de los bienes, servicios y de la diversidad de las expresiones culturales que efectivamente contribuyan al fortalecimiento del proceso de integración del MERCOSUR.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
TIPO DE FUENTE: MERCADOS CULTURALES



Tipo de financiación

Mixto.

Nombre - contacto

Circularart - Mercado Cultural
<http://www.circularart2011.com>
info@circularart.org

Público Objetivo

Profesionales de la música, artistas, agentes, productores, managers, especialistas en marketing cultural y público en general.

Sector

Artes escénicas y musicales.

Fuente de financiamiento

epm, Alcaldía de Medellín, Ministerio de Cultura.

Clases de financiación

-Rueda de Negocios.

Objeto de financiación

Difundir y divulgar la oferta artística colombiana de manera racional, estratégica e inteligente, de manera que se garantice la eficacia comunicativa en los contactos y la circulación y promoción de los productos culturales de mayor calidad artística con criterios de inclusión, diversidad, trayectoria, confiabilidad, viabilidad comercial, capacidad de diferenciación en el mercado, novedad y representatividad de la cultura colombiana. Se busca divulgar productos artísticos que respondan realmente a criterios de internacionalización y que, por ello mismo, encuentren en CIRCULART una oportunidad real de circulación en las redes y circuitos culturales. Con el fin de garantizar que los criterios de selección sean respetados, Redlat Colombia cuenta con un reconocido equipo de curadores en cada una de las áreas artísticas que se encargan de definir y actualizar permanentemente el portafolio de artistas que constituirán la oferta colombiana para ofrecer en diversos espacios de negocios nacionales e internacionales tales como ferias, ruedas de negocios, festivales, etc.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: MERCADOS CULTURALES



Tipo de financiación

Mixto

Nombre - contacto

Mercado Cultural del Caribe
info@mercadoculturaldelcaribe.com,
mercadoculturaldelcaribe@gmail.com

Público Objetivo

Expresiones culturales de los pueblos colombianos.

Sector

Cultural.

Fuente de financiamiento

Corporación Cultural Cabildo.

Clases de financiación

-Rueda de Negocios.

Objeto de financiación

El Mercado Cultural del Caribe le dará prioridad a la promoción y fortalecimiento de las expresiones culturales de los pueblos afrocolombianos. Se impulsará la participación de las manifestaciones artísticas en torno a la música y la danza de la región Caribe, Pacífica e Insular.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: MERCADOS CULTURALES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	MERCADO CULTURAL	MODELO
	<p>*Mercado de Industrias Culturales Argentinas, MICA. Argentina Público http://www.mica.gov.ar/</p>	<p>Espacio que concentra las distintas ramas que componen del sector cultural en un mismo lugar, con el objeto de generar negocios, intercambiar información y presentar su producción a los principales referentes de todo el mundo.</p>
	<p>Mercado Cultural de Latinoamérica Brasil Mixto http://www.mercadocultural.org/</p>	<p>El programa reúne a artistas de espectáculos de música, danza, teatro y artes visuales en eventos como conferencias, reuniones, ferias de arte, artesanías y proyectos. La idea central es promover la diversidad de las Naciones Unidas (ONU) con una selección de artistas calificados y facilitar la visibilidad y distribución de las obras. Se promueve, en colaboración con individuos y organizaciones, un proceso de desarrollo sostenible apoyado por el conocimiento y las prácticas. Las acciones de Desarrollo del Mercado Cultural son: producir y sistematizar, desarrollar y mantener, promover y distribuir.</p>
	<p>Mercado Cultural de Bolivia Bolivia Mixto http://www.mercadoculturalbolivia.org/</p>	<p>Trabaja en la creación de una plataforma de exportación de las artes escénicas y musicales, haciendo énfasis en las estéticas contemporáneas, para orientar y buscar una vitrina de calidad de la producción artística Boliviana. Se lleva a cabo una rueda de negocios con programadores gubernamentales e independientes de los países de Latinoamérica.</p>
	<p>*Circulart Colombia Mixto http://www.ciculart.org/</p>	<p>Ciculart es una plataforma cultural para las artes escénicas y la música de Latinoamérica y el Mundo. Este encuentro fue establecido en 2010 en el marco del III Congreso Iberoamericano de Cultura, definiéndose como un espacio para la reflexión y la circulación de bienes, servicios, ideas y oportunidades ligadas a las industrias culturales. Reune profesionales de la música, artistas, agentes, productores, managers, especialistas en marketing cultural y público en general. Es la oportunidad perfecta para dar a conocer las nuevas y ya consolidadas propuestas musicales de Colombia y América Latina.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: MERCADOS CULTURALES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	MERCADO CULTURAL	MODELO
	<p>*Mercado Cultural del Caribe Colombia Mixto http://www.mercadoculturaldelcaribe.com/</p>	<p>El Mercado Cultural del Caribe fortalece los procesos de fomento al emprendimiento cultural y la circulación artística a nivel nacional e internacional; es un espacio de encuentro para la productividad y la sostenibilidad del sector, mantiene el compromiso de consolidarse como plataforma de intercambio comercial de productos y servicios culturales en Colombia y el Caribe. Realiza una rueda de negocios, que es un espacio para establecer contactos, convenios y acuerdos de tipo comercial entre los artistas y los programadores invitados.</p>
	<p>FERIA. Cosecha 2011 de bienes culturales Colombia Mixto http://desarrolloycultura.net</p>	<p>La primera cosecha es una muestra de las posibilidades creativas de la población cartagenera. Los resultados en el diseño y confección de vestuario y utilería festiva, en un sello musical y en la capacidad de poner en escena expresiones artísticas, saltan a la vista. Es una experiencia de encuentro entre oferentes y posibles demandantes en torno a lograr actividades comerciales permanentes y generadoras de ingresos.</p>
	<p>*Mercosur cultural Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay y Venezuela Privado http://www.cultura.gov.ar/</p>	<p>Financia programas y proyectos que fomenten la creación, circulación, promoción, protección y difusión de los bienes, servicios y de la diversidad de las expresiones culturales que contribuyan activamente al fortalecimiento del proceso de integración del Mercosur.</p>
	<p>BiD Network (mercado de empresas en países emergentes) Países Emergentes: Argentina, Bolivia, Burundi, Colombia, Ecuador, Jordán, Kenia, Kosovo, Liberia, México, Palestina, Perú, Filipinas, Ruanda, Tanzania, Uganda. Mixto http://www.bidnetwork.org/</p>	<p>BiD Network cuenta con la participación de miles de empresarios, expertos, e inversionistas de todas partes del mundo, con el objetivo de estimular el emprendimiento y el crecimiento económico en mercados emergentes. BiD Network facilita a los empresarios el acceso a financiamiento a través de inversores y fondos.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDACIÓN



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Fundación Bavaria
http://www.bavaria.com.co/5-11/fundacion_bavaria_ds/
<http://www.redemprendedoresbavaria.net/>
Contacto: 018000526555

Público Objetivo

Emprendedores

Sector

Inversión social

Fuente de financiamiento

Bavaria S.A.

Formas de apoyo

- Convocatoria Programa Destapa Futuro
- Red de emprendedores (sitio web para la conectividad, información, gestión de negocios y creación de conocimiento entre emprendedores).
- Red de ángeles inversionistas (inversionista individual, con recursos disponibles para invertir en proyectos de alto riesgo y con gran capacidad de generación de valor).
- Programa mentores (profesionales ejecutivos de Bavaria que voluntariamente donan parte de su tiempo y conocimiento a través de sesiones de asesoría en diferentes áreas).

Objeto de financiación

El principal objetivo de Fundación Bavaria es beneficiar a las comunidades más necesitadas de Colombia a través de programas de inversión social orientados a la generación de empleo y de ingresos, la disminución de pobreza y al progreso y desarrollo sostenible del país.

Apoyo económico

- Destapa tu futuro: la empresa que tenga de cero a tres meses de constitución recibirá un capital semilla no reembolsable a manera de donación, mientras que la empresa seleccionada que ya esté formalmente constituida obtendrá un capital semilla representado en crédito de hasta 100 millones de pesos.
- Red de ángeles inversionistas: promedio entre U\$25.000 – U\$250.000 por empresa.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDACIÓN



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Fundación AVINA
<http://www.avina.net/esp/default.aspx>
<http://www.avina.net/esp/Colombia.aspx>
Dirección: Calle 72 # 9-55 Oficina 1103.
Bogotá, Colombia. **Tel:** +[57] (1) 345 6090.

Público Objetivo

Microempresas, PyMEs, Grandes empresas

Sector

Desarrollo Sostenible

Condiciones específicas de la línea

Sólo para el continente Americano, Fideicomiso

Fuente de financiamiento

AVINA Américas, VIVA Trust y demás aliados.

Formas de apoyo

- Apoyan proyectos relacionados con: Estrategias para el Bioma Amazónico, Reciclaje Solidario y Sostenible, Ciudades Sustentables, Mercados Inclusivos, Acceso al Agua, Gran Chaco Americano, Cambio Climático y Migraciones.

Objeto de financiación

AVINA es una fundación latinoamericana que busca contribuir al desarrollo sostenible de América Latina fomentando la construcción de vínculos y alianzas entre líderes sociales y empresariales, articulando agendas de acción consensuadas. También apoya la incubación, innovación y redes en cada país donde trabaja como semillero de soluciones para los retos del mañana.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDACIÓN



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Fundación Carvajal
<http://www.fundacioncarvajal.org.co/>
Contacto: Cra. 25 No. 2-01 PBX: +57(2) 554 29 49. **E-mail:** comunica@fundacioncarvajal.org.co Cali-Colombia

Público Objetivo

Microempresas, PyMEs, Grandes empresas

Sector

Responsabilidad social corporativa

Condiciones específicas de la línea

Sólo para el Valle del Cauca (Colombia)

Fuente de financiamiento

23% de las acciones del grupo Carvajal

Formas de apoyo

La fundación ejecuta programas y proyectos de desarrollo social a través de las siguientes líneas de Intervención:

1. Unidad de desarrollo empresarial: zeneración de Ingresos
2. Unidad de educación: educación y cultura
3. Unidad de vivienda: vivienda y entorno urbano
4. Área de proyectos corporativos: acompañamiento social a evaluar sus benecios, mejorarlos y replicarlos en otras partes del país y del exterior.

Objeto de financiación

UNIDAD DE DESARROLLO EMPRESARIAL: gestionar y operar programas que mejoren las capacidades locales, la productividad, la competitividad y la inserción en el mercado de los actuales y potenciales micros y pequeños empresarios urbanos y rurales del Valle del Cauca para el mejoramiento de sus ingresos y empleo.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDACIÓN



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

BiD Network (Su mercado de empresas en países emergentes) La Fundación BiD Network se encuentra en Amsterdam, Holanda. De Ruyterkade 1071011 AB Amsterdam. The Netherlands. Tel: +31 20 7555 000. F: +31 84 83 000 22
Sitio Web: <http://www.bidnetwork.org/>

Público Objetivo

Cualquier persona de cualquier nacionalidad puede presentar su plan de negocio para uno de los BiD Challenges o BiD Network Conexión a Inversionistas.

Sector

Creación o expansión de una empresa o negocio que mejore la calidad de vida en un país emergente.

Fuente de financiamiento

BiD Network

Clases de financiación

Se puede obtener asesoría o apoyo financiero, competir la Convocatoria BiD Challenge o supervisar un plan de negocios, compartir información, planes, noticias y discusiones.

Objeto de financiación

BiD Network cuenta con la participación de miles de empresarios, expertos, e inversionistas de todas partes del mundo con el objetivo de estimular el emprendimiento y el crecimiento económico en mercados emergentes. BiD Network facilita a los empresarios el acceso a financiamiento a través de inversores y fondos.

Requisitos de acceso e incompatibilidades

Es necesario presentar un plan de negocios que cumpla con los siguientes requisitos:

- Se redacta y presenta en Inglés, en Español, en Portugués o Francés.
- El país (del negocio) es una economía emergente.
- Requiere una inversión inicial que oscila entre US\$ 10,000 y US\$ 1.000.000.
- Aspira a ser rentable dentro de los tres primeros años.
- Es un negocio en crecimiento (incremento en las ventas o número de empleados es mayor del 30% anual).
- Cumple con los requisitos sociales y ambientales.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDACIÓN



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Interarts
<http://www.interarts.net/es>
Contacto: Mallorca, 272, 9º planta. 08037.
Barcelona. España. **Tif:** +34 934 877 022.
Fax: +34 934 872 644
interarts@interarts.net

Público Objetivo

Emprendedor cultural

Sector

Políticas culturales y cooperación internacional

Condiciones específicas de la línea

La Fundación centra su actividad en el fomento de la investigación, en la formación avanzada y en la difusión a la sociedad del conocimiento científico, prestando especial atención al análisis de cuestiones emergentes en cinco áreas estratégicas: medio ambiente, biomedicina y salud, economía y sociedad, ciencias básicas y tecnología, y cultura.

Fuente de financiamiento

INTERARTS Barcelona

Clases de financiación

- Laboratorio de ideas y centro de investigación aplicada.
- Asesoramiento en la creación de empresas culturales y gestión de proyectos.
- Formación e información.

Objeto de financiación

- Asesoramiento en el diseño de políticas culturales.
- Contribuir a los procesos de desarrollo desde el sector cultural.
- Facilitar la transferencia de conocimiento e información en el campo de la cultura.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDACIÓN



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Fundación Telefónica
<http://www.fundacion.telefonica.com/es/index.htm>

Dirección: Calle Gran Vía, 28 -7ª Planta

Código Postal: 28013

Ciudad: Madrid

Region: Comunidad de Madrid

País: España

Mail: fundacion@telefonica.es

Público Objetivo

Creadores que tengan la nacionalidad o residan en cualquiera de los países que comprendan Iberoamérica, España y Portugal.

Sector

Artes Plásticas, Cultura en general, TIC y Cultura, Net-Art, MediaLabs.

Fuente de financiamiento

Telefónica.

Clases de financiación

Convocatoria con premios y reconocimientos.

Objeto de financiación

Fundación Telefónica convoca Vida-Concurso Internacional Arte y Vida Artificial, que durante los últimos doce años ha venido premiando proyectos artísticos desarrollados con medios tecnológicos que ofrecen planteamientos innovadores a la investigación de la vida artificial. Puede tratarse de proyectos que se basen en sistemas que emulan, imitan o especulan sobre la noción de vida a través de las investigaciones y las tecnologías actuales. Estos sistemas pueden presentar atributos de agencia y autonomía, que muestren un comportamiento propio, que sean dinámicos, reaccionen a su entorno y evolucionen, y que cuestionen las fronteras entre lo vivo y lo no vivo, entre la vida sintética y la vida orgánica. En la última década VIDA ha venido reuniendo en un mismo espacio formal proyectos interdisciplinarios que responden a los nuevos desarrollos en Vida Artificial.

Apoyo económico

MODALIDADES:

- Proyectos Finalizados: 40.000 euros para los tres proyectos seleccionados por el jurado: primer premio: 18.000 euros, segundo premio: 14.000 euros, tercer premio: 8.000 euros.
- Incentivos a la producción: vida 13.2 ayuda a financiar proyectos artísticos de vida artificial que aún no han sido realizados, con una dotación total de 40.000 euros que se distribuye entre los proyectos seleccionados.




CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
TIPO DE FUENTE: FUNDACIONES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDACIONES	MODELO
	AVINA Stiftung Suiza Donante privado http://www.avinastiftung.ch/	Artes, cultura, recreación, educación, medio ambiente, desarrollo económico y social.
	BP Colombia Colombia Donante privado http://colombia.bp.com	Educación, desarrollo económico y social. Desarrollo de Empresas de tamaño micro, pequeño, y mediano.
	Deutsche Bank Foundation Alemania Donante privado http://www.deutsche-bank.de	Cultura, recreación, artes, cambio social, medio ambiente, relaciones internacionales, ciencia, tecnología, desarrollo económico, desarrollo comunitario y social.
	Agency for Technical Assistance (GTZ) Alemania Agencia de cooperación internacional http://www.bmz.de/	Artes, cultura, recreación, gobernanza democrática, sociedad civil, educación, medio ambiente, salud, relaciones internacionales, desarrollo económico y social.
	*Fundación AVINA Panamá Donante privado http://www.avina.net/	Artes, cultura, y recreación; artes y cambio social; gobernanza democrática; sociedad civil; participación ciudadana; diversidad e inclusión; fortalecimiento de la sociedad civil; educación; medio ambiente; agua y sanidad; uso sostenible de la energía; cambio climático; conservación; biodiversidad; recursos marinos, costeros e hídricos; desarrollo económico, desarrollo social; desarrollo comunitario; desarrollo rural; seguridad alimentaria; responsabilidad social, empresarial e inversión Social; comercio justo; negocios inclusivos; infancia y juventud.
	Fundación Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) España Donante privado http://www.fbbva.es/TLFU/tfu/esp/home/index.jsp	Artes, cultura, y recreación; medio ambiente; salud, ciencias y tecnología; investigación de ciencias sociales y estudios económicos.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: FUNDACIONES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDACIONES	MODELO
	<p>Fundación Bancolombia Colombia Fundación - donante privado http://www.grupobancolombia.com</p>	<p>A través de la Fundación Bancolombia se materializa el compromiso social y comunitario del Grupo Bancolombia, mediante programas de desarrollo con énfasis en el fortalecimiento de la educación, el apoyo a proyectos productivos sostenibles y la promoción de la cultura en comunidades rurales y urbanas vulnerables.</p>
	<p>Fundación Caicedo González Colombia Fundación - donante privado http://www.fundacioncaicedogonzalez.org/</p>	<p>Su objetivo es promover, gestionar y acompañar acciones productivas en procesos de desarrollo social. Fue creada por los fundadores de los Ingenios Central Castilla S.A. y Riopaila S.A., con el propósito de adelantar acciones en beneficio de los sectores menos favorecidos de las comunidades del Valle del Cauca.</p>
	<p>*Fundación Carvajal Colombia Fundación - donante privado http://www.fundacioncarvajal.org.co/</p>	<p>La Fundación Carvajal contribuye con el desarrollo socioeconómico y la reducción de la pobreza en las diferentes comunidades asentadas en los territorios donde actúa. En el campo del emprendimiento, tiene una Unidad de Desarrollo Empresarial, cuya finalidad es gestionar y operar programas que mejoren las capacidades locales, la productividad, la competitividad, la inserción en el mercado de los actuales y potenciales micros y pequeños empresarios, urbanos y rurales del Valle del Cauca para el mejoramiento de sus ingresos y empleo.</p>
	<p>Fundación EPM (Empresas Públicas de Medellín) Colombia Fundación - donante privado http://www.fundacionepm.org.co/</p>	<p>Es una fundación social, sin ánimo de lucro, que busca alternativas innovadoras y sostenibles para el desarrollo humano, con personas que colaboran responsablemente a impulsar programas sociales de gran impacto y ofrecer escenarios de calidad y esparcimiento, capaces de impactar favorablemente los niveles de calidad de vida de las comunidades con las que EPM interactúa.</p>




CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: FUNDACIONES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDACIONES	MODELO
	<p>Fundación Grupo Nacional de Chocolates Colombia Fundación - donante privado http://www.grupochocolates.com</p>	<p>La Fundación trabaja en las líneas de nutrición, educación, generación de ingresos, emprendimiento y apoyo al arte y la cultura. A su vez, directamente desde los negocios, se efectúa una labor en este sentido con los socios de la cadena de valor. Son ejes transversales de esta gestión:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El voluntariado, que crea redes de cooperación al vincular de manera efectiva y organizada la labor social de los colaboradores con sus comunidades. 2. La inclusión, como marco de referencia para desarrollar oportunidades. 3. Las relaciones colaborativas con entidades que son especializadas en el desarrollo social.
	<p>Fundación La Caixa España Donante privado http://obrasocial.lacaixa.es/</p>	<p>El programa de Cooperación Internacional de la Obra Social "La Caixa" concentra su actuación en apoyar iniciativas de desarrollo socioeconómico con el objetivo de contribuir a la erradicación de la pobreza a través de la creación o fortalecimiento de negocios, iniciativas de generación de riqueza, y de oportunidades económicas o empleo para las poblaciones vulnerables o excluidas. Dichas iniciativas deberán tener lugar en países en vías de desarrollo, prioritariamente aquellos con menor índice de desarrollo humano. Así mismo, deberán contar con el apoyo y participación locales, además de ser innovadoras y de calidad.</p>
	<p>Fundación Luker Colombia Donante privado http://www.fundacionluker.org.co</p>	<p>La Fundación Luker es una organización privada, sin ánimo de lucro y de origen empresarial (Casa Luker S.A.), creada en 1994 con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los manizaleños y fomentar el desarrollo social. El emprendimiento se ha tornado uno de los principales requisitos para contribuir desde la Fundación al desarrollo de Manizales como Ciudad del Conocimiento. Para ello, se ha planteado el propósito de establecer importantes alianzas estratégicas a nivel mundial en cultura y educación por medio de las TICS.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: FUNDACIONES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDACIONES	MODELO
	<p>Fundación Propal Colombia Donante empresarial http://www.fundacionpropal.org/</p>	<p>La fundación coordina conjuntamente, con las comunidades que habitan las zonas aledañas a sus dos plantas papeleras, programas de desarrollo auto-gestionario cuyo objetivo final es el mejoramiento de la calidad de vida a través de cuatro líneas programáticas: salud, proveedurías de tenderos, emprendimiento social y mejoramiento del entorno.</p>
	<p>The International Federation of Arts - Councils and Culture Agencies (IFACCA) Australia Mixto http://www.ifacca.org/</p>	<p>Federación conformada por la Red Mundial de Consejos de las Artes y los Ministerios de Cultura.</p>
	<p>Fundación Interamericana de Cultura y Desarrollo Estados Unidos Mixto http://www.iacdf.org/</p>	<p>Complementar las políticas, programas y proyectos emprendidos por el Banco Interamericano de Desarrollo, agregando una dimensión privada, única e importante en el apoyo del sector cultural. Las áreas estratégicas de trabajo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Industrias culturales y turismo. · Museos comunitarios y regionales. · Patrimonio cultural tangible e intangible. · Emprendedores sociales y culturales. · Cultura y Tecnologías de la Información y la Comunicación para el Desarrollo.
	<p>Fundación COPPLA Argentina Organización privada http://www.coppla.org.ar</p>	<p>Implementa diversos programas sociales y culturales en distintos lugares del país y del resto de América Latina y Europa. Tikal Ideas es el área de desarrollo educativo de la Fundación COPPLA.</p>
	<p>Fundación Inter Arts España Fundación Privada http://www.interarts.net/es/interarts.php</p>	<p>Laboratorio de ideas y centro de investigación aplicada, enfocado a temáticas culturales emergentes de relevancia política. INTERARTS contribuye a la elaboración de propuestas para la implementación de políticas culturales. Desarrolla su actividad desde Barcelona para entidades públicas y privadas del mundo entero y tiene una amplia experiencia en el desarrollo de proyectos de cooperación cultural en el ámbito nacional e internacional.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
TIPO DE FUENTE: FUNDACIONES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDACIONES	MODELO
	<p>Red de Ángeles Inversionistas Colombia Privado http://www.capitaliacolombia.com/Contenido.aspx?id=111&keyPage=111</p>	<p>El proyecto de la Red de Ángeles Inversionistas se enfoca en el establecimiento de un mecanismo sostenible de asistencia técnica y movilización de capital para empresas con alto potencial de crecimiento en Colombia. El nivel de crecimiento del emprendimiento debe ser fortalecido mediante el diseño e implementación de herramientas que apoyen la cadena de creación de empresas y sustenten todos los eslabones de la misma.</p>
	<p>Centro de Formación Empresarial Fundación Julio Mario Santo Domingo Colombia Privado http://www.fmsd.org.co</p>	<p>El principal objetivo del centro es ofrecer a empresarios del sector de la microempresa programas de capacitación y profesionalización empresarial, asesoramiento y asistencia técnica, comercio electrónico y, en general, todos los servicios encaminados a capacitar pequeños empresarios.</p>
	<p>Fundación Corona Colombia Fundación Privada http://www.fundacioncorona.org.co/</p>	<p>La Fundación contribuye a mejorar la competitividad y sostenibilidad de las micro y pequeñas empresas y a la puesta en marcha de nuevas empresas en la población en condiciones de pobreza. El principal objetivo es ofrecer a empresarios del sector de la microempresa programas de capacitación y profesionalización empresarial, asesoramiento y asistencia técnica, comercio electrónico y, en general, todos los servicios encaminados a capacitar pequeños empresarios.</p>
	<p>Fundación Carolina España-Iberoamérica Mixto http://www.fundacioncarolina.es</p>	<p>La Fundación Carolina es una institución público-privada que promueve las relaciones culturales y la cooperación en materia educativa y científica entre España y los países de la Comunidad Iberoamericana de Naciones.</p>
	<p>IMAGO. Fundación para la Cultura y la Paz Social España Privada-sin ánimo de lucro http://www.fundacionimago.org.co/</p>	<p>La fundación Imago tiene un área orientada al emprendimiento que busca fomentar la cultura del Emprendimiento Comunitario Asociativo como proyecto de vida en los jóvenes, impactando en su familia y en su entorno, de modo que sea una opción para participar en el mundo laboral y que ayude a gestar la nueva generación de emprendedores como una apuesta a la transformación social.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
 TIPO DE FUENTE: FUNDACIONES (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDACIONES	MODELO
	<p>*Fundación Interarts Barcelona España- Colombia Fundación Privada http://www.interarts.net/es</p>	<p>La Fundación centra su actividad en el fomento de la investigación, en la formación avanzada y en la difusión a la sociedad del conocimiento científico, prestando especial atención al análisis de cuestiones emergentes en cinco áreas estratégicas: medio ambiente, biomedicina y salud, economía y sociedad, ciencias básicas y tecnología, cultura.</p>
	<p>Ángeles de los Andes Colombia Privado http://www.angelesdelosandes.com</p>	<p>Los Inversionistas Ángeles de los Andes buscan permanentemente las mejores iniciativas emprendedoras, con alto potencial de crecimiento y excelente rentabilidad, para invertir en el desarrollo económico y social de la región andina. Los Ángeles de los Andes buscan fuertes equipos emprendedores con empresas en etapa temprana de desarrollo y con modelos de negocios rápidamente escalables.</p>
	<p>*Fundación Bavaria - Sab Miller Colombia Privado-donante empresarial http://www.grupobavaria.com</p>	<p>Medio ambiente, conservación y biodiversidad, desarrollo económico y social. Desarrollo Comunitario, Desarrollo de Empresas de Tamaño Micro, Pequeño y Mediano, y Negocios Inclusivos.</p>
	<p>*Fundación Telefónica Colombia Privado http://www.fundacion.telefonica.com/es/</p>	<p>La Fundación Telefónica articula la acción social y cultural de todas las empresas del Grupo Telefónica para mejorar la vida de las personas y favorecer el progreso social a través del acceso al conocimiento y la aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.</p>
	<p>*Fundación Business in Development Network Privado Holanda http://www.bidnetwork.org/</p>	<p>En la Fundación se tiene la posibilidad de obtener asesoría o apoyo financiero, de competir en la Convocatoria BiD Challenge o de supervisar un plan de negocios, compartir información, planes, noticias y discusiones.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDING

internationalfunding.org

Tipo de financiación

Mixto.

Nombre - contacto

international-funding
www.international-funding.org/

Público Objetivo

Microempresas, PyMEs, Grandes empresas.

Sector

Gestión y políticas culturales.

Fuente de financiamiento

Obtención de apoyo económico de diversas fundaciones estadounidenses que realizan donaciones.

Clases de financiación

- Identificar fundaciones que prestan su apoyo a organizaciones sin ánimo de lucro en el país donde opera la organización o persona solicitante (y organizaciones y proyectos similares en todo el mundo) que también podrían apoyar el suyo. Este análisis se basa en las áreas de interés declaradas por las fundaciones y en el historial previo de concesión de subvenciones.
- Ayudarle a establecer contacto y presentar su organización o proyecto ante las fundaciones.
- Asesorarle y ofrecerle un servicio de consulta sobre cómo redactar propuestas y completar las solicitudes.
- Ayudarle a desarrollar y mantener relaciones con las fundaciones para establecer relaciones a largo plazo en relación con su financiación.

Objeto de financiación

Ayudar a todo tipo de organizaciones sin fines lucrativos (desde pequeñas organizaciones benéficas que operan a nivel local hasta grandes instituciones que trabajan a escala nacional e internacional) a ponerse en contacto con diversas fundaciones estadounidenses que realizan donaciones y a obtener apoyo económico de ellas.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDING



VFB Consultores

Clínica Business Funding

Tipo de financiación:

Mixto.

Nombre - contacto:

VFB consultor-
<http://www.vfbconsultores.com.ar/#!>
Dirección: Moreau de Justo 1150
piso 3° of 306-A - Ciudad de Buenos Aires -
Argentina - Tel - 11. 4777. 7847
Email: contacto@vfbconsultores.com.ar

Público Objetivo:

Microempresas, PyMEs, Grandes empresas.

Sector:

- Software
- Internet

Fuente de financiamiento:

Contamos con una base de más de 2.500 fondos de inversión en proyectos y emprendimientos para ofrecer a nuestros clientes.

Clases de financiación:

- Fondos compensatorios: en esta área acompañan a los clientes en la elaboración de propuestas de inversión y negociación ante fondos de capital de riesgo nacionales e internacionales.
- Subsidios: actualmente existen numerosas líneas de Subsidios para nuevas empresas y proyectos de inversión.
- Bolsa de comercio: en esta área brindamos servicios de estructuración de instrumentos de financiamiento.
- Convocatorias:
 - ANR FONSOFT 2011
 - Proyecto de Desarrollo Industrial Sustentable (PRODI).
 - El mejoramiento/optimización del comportamiento medioambiental de las PyMEs elegibles.

Objeto de financiación:

Se brinda un servicio integral a proyectos de inversión, emprendimientos nacionales e internacionales y empresas con base en industrias culturales.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: CROWFUNDING

donate.net

Tipo de financiación:

Mixto.

Nombre - contacto:

Donate.net

<http://www.donate.net/html2/wwwroot/step3.asp>

Dirección: 931 Monroe Drive Suite 102 -
281 Atlanta, GA 30308 **Tel.** (404) 874-7421
(866) 874-0444 Toll Free **Fax.** (404) 874-070

Email. support@donate.net - sales@donate.net

Público Objetivo:

Microempresas, PyMEs, Grandes empresas.

Sector:

Todos.

Fuente de financiamiento:

Organizaciones sin ánimo de lucro.

Clases de financiación:

Fondos de compensatorios.

Objeto de financiación

Obtener fondos para organizaciones de diferente naturaleza, diseñando un plan estratégico que impulse su iniciativa.

Importe financiable

Ofrece auxilios desde U\$250.000 hasta U\$1.000.000.

Requisitos de acceso e incompatibilidades

1. Tener clara la misión de la empresa. Ésta debe ser concisa y comunicar la esencia de los objetivos.
2. Tener una lista de los miembros de la junta directiva y de las afiliaciones.
3. Crear una lista organizacional para mostrar las jerarquías.
4. Compilar los principios financieros.
5. Describir los programas y sus componentes en detalle. Deben incluirse las demografías de las comunidades o grupos a los cuales se apunta.
6. Incluir una visión a 3-5 años de la proyección de la empresa, describiendo los programas que se pretende implementar durante ese tiempo, así como las oportunidades a corto y mediano plazo.
7. Describir los colaboradores de la idea y cómo fortalecen la misma.
8. Si la organización cuenta con fondos, describir las fuentes actuales e históricas.
9. Ofrecer una lista de necesidades prioritarias en orden jerárquico. Deben incluirse las justificaciones de los primeros cinco a siete ítems, así de por qué merecen los presupuestos más altos.
10. Debe incluirse el presupuesto operacional actual.
11. Si se ha aplicado a otros fondos, decir a cuáles y si la aplicación fue exitosa.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDING / CROWDFUNDING (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDING/ CROWDFUNDING	MODELO
	<p>Verkami Colaborativo privado www.verkami.com/</p>	<p>Los creadores mantienen todos los derechos sobre sus obras; éstos ofrecen a los mecenas que les ayudan a financiar sus proyectos recompensas en forma de creaciones y productos exclusivos, experiencias únicas, ediciones limitadas, merchandising, acceso a descargas. Sólo los proyectos que en los 40 días de plazo lleguen como mínimo al 100% de su objetivo de financiación recibirán el dinero aportado por sus mecenas. En caso contrario, las cantidades que los mecenas se han comprometido a aportar no se hacen efectivas y el proyecto no recibirá la financiación.</p>
	<p>Lánzanos Colaborativo privado http://www.lanzanos.com/</p>	<p>Lánzanos es una plataforma online abierta al público que ofrece <i>Financiación por multitudes</i>.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alguien tiene una idea creativa. 2. Cientos de usuarios ven los proyectos, y si éstos se encuentra en la fase de financiación pueden apoyarlos económicamente con la cantidad que deseen. 3. Al apoyar un proyecto, se tiene derecho a elegir una recompensa relacionada con él (aparecer en los títulos de crédito, un ejemplar de un libro, una entrada para una obra de teatro, etc.) La recompensa se entregará una vez el proyecto llegue al 100% de la financiación; hasta entonces no se cobrará el apoyo. 4. Los proyectos tienen una duración determinada y una cantidad a recaudar. Si consiguen llegar al 100% de la financiación antes de que termine el tiempo, el proyecto sale adelante. En el caso contrario, a los usuarios no se les cobra por sus apoyos y el autor no recibe ninguna cantidad.
	<p>Youcoop Colaborativo privado http://www.youcoop.org/</p>	<p>YOUCOOP facilita procesos de cooperación e innovación social, distribuida por medio de dinámicas, metodologías y talleres para introducir cambios culturales en organizaciones como ONGs, instituciones, cooperativas o empresas sociales. Organizan mercados de ideas y de intercambio de conocimientos adaptados a entornos muy diversos, tanto públicos como privados.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDING / CROWDFUNDING (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDING/ CROWDFUNDING	MODELO
	<p>Fandyu Colaborativo privado http://www.fandyu.com</p>	<p>Plataforma de crowdfunding o financiación colectiva de proyectos creativos, emprendedores o sin ánimo de lucro. Si el aplicante es un creador, un emprendedor o una ONG, en Fandyu puede recaudar fondos, promocionar y hacer realidad su proyecto al cargarlo a la plataforma. Fandyu ofrece contraprestaciones únicas para los patrocinadores a cambio de su apoyo; además, por medio del uso de sus herramientas, la conexión a redes sociales y las actualizaciones del sitio, Fandyu ofrece difusión del proyecto. El dinero no cambia de manos hasta que se completen los fondos necesarios establecidos por el creador del proyecto; al mismo tiempo, posibilita probar ideas sin riesgos.</p>
	<p>Injoinet Colaborativo privado http://www.injoinet.com</p>	<p>Injoinet es una forma de poner en marcha proyectos con metas definidas a partir de la ayuda de grupos de personas para el análisis previo y la financiación de la idea. Con la cantidad conseguida: se efectúa el cargo a todas las personas que respaldan el proyecto. Los fondos son enviados íntegramente al creador del mismo. El creador llevará a cabo su proyecto y las personas que han respaldado el proyecto recibirán su recompensa. Cantidad no conseguida: La cantidad esperada no es alcanzada en el tiempo estimado. Automáticamente, todas las aportaciones son canceladas y se concluye el proyecto.</p>
	<p>Kreandu Colaborativo privado http://www.kreandu.com/</p>	<p>Kreandu es la plataforma de financiación online en la que las ideas consiguen salir adelante gracias a los aportes de personas. La propiedad del proyecto es de quien aplica a la plataforma, siempre y cuando el aplicante sea el creador del proyecto. Kreandu no recogerá ningún dinero si el proyecto no recoge al menos el 100% de su financiación.</p>


CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDING / CROWDFUNDING (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDING/ CROWDFUNDING	MODELO
	Volanda Colaborativo privado http://www.volanda.com/	Volanda es una nueva forma de apoyar a creadores y emprendedores. Funciona a través de muchas pequeñas aportaciones individuales que poco a poco generan los fondos para llevar a cabo grandes proyectos. Además, el apoyo del aplicante tiene recompensa. En agradecimiento a la colaboración, los creadores ofrecen un producto o una experiencia especial definida libremente por él y relacionada con su proyecto.
	Kickstarte Colaborativo privado http://www.kickstarter.com/	Apoyan proyectos del mundo de la música, cine, arte, tecnología, diseño, comida, editorial y otros campos creativos. No se trata de inversiones o préstamos. Los creadores del proyecto mantienen el 100% de la propiedad y el control sobre su trabajo. En su lugar, ofrecen productos y experiencias que son únicas para cada proyecto.
	*International-funding Colaborativo privado http://www.international-funding.org/	Ayuda a todo tipo de organizaciones sin fines lucrativos - desde pequeñas organizaciones benéficas que operan a nivel local hasta grandes instituciones que trabajan a escala nacional e internacional - a ponerse en contacto con diversas fundaciones estadounidenses que realizan donaciones y a obtener apoyo económico de ellas.
	*VFB consultor Colaborativo privado http://www.vfbconsultores.com.ar	Brinda un servicio integral a proyectos de inversión, emprendimientos nacionales e internacionales y empresas con base en industrias culturales.
	*Ideame Colaborativo privado http://idea.me/	Es una compañía de financiamiento colectivo o "crowdfunding" que tiene como objetivo contribuir a la concreción de ideas de talentos creativos y artísticos latinoamericanos en todas sus expresiones. <i>Ideame.com</i> es una plataforma que permite difundir de manera masiva proyectos del talento local y regional que muchas veces no llegan a ser fructíferos por falta de financiamiento; posibilita, además, que las personas participen de estos proyectos aportando capital a cambio de una recompensa.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: FUNDING / CROWDFUNDING (Matriz de datos)

LOGOTIPO	FUNDING/ CROWDFUNDING	MODELO
	Donate.net Colaborativo Privado http://www.donate.net	Equipo de abogados dedicados a obtener fondos para organizaciones de diferente naturaleza. El equipo cuenta con experiencia para diseñar un plan estratégico para obtener fondos, así como para ofrecer la implementación de una campaña estratégica para su iniciativa. De acuerdo a la idea, Donate.net ofrece auxilios desde U\$250.000 hasta U\$1.000.000.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: INCUBADORA



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

PRANA - Incubadora de Empresas Culturales e Industrias Creativas

<http://www.digaredesign.com/vinculos3.php>

<http://pranaincubadora.blogspot.com/>

<http://pranaincubadora.org/>

Contacto: CRA. 25 No. 39-70, Bogotá, Colombia. **Teléfono:** 2818279. **Celular**

3175049521. **E-MAIL:** pranainc@gmail.com

Público Objetivo

Emprendedores.

Sector

Sector cultural y creativo de Colombia.

Fuente de financiamiento

Inversiones Gaeta, Digare Design y British Council.

Formas de apoyo

PRANA ayuda a desarrollar nuevas empresas del sector cultural y creativo, mediante servicios especializados en las siguientes áreas:

1. Artes gráficas - editorial.
2. Audio-visuales
3. Artes escénicas
4. Patrimonio
5. Diseño: diseño industrial, diseño gráfico, diseño de medios interactivos, diseño textil-moda, joyería y artesanías.

Objeto de financiación

PRANA es una plataforma capaz de generar trabajo e impulsar empresas sostenibles del sector cultural y creativo de Colombia, mediante la información, investigación, capacitación, desarrollo de proyectos, asesoría, conformación de redes, agremiaciones y comercialización de productos y/o servicios con identidad para un mercado global, con miras a estimular el espíritu empresarial y el liderazgo, fortalecer los sectores económico, educativo y social a nivel regional y nacional.

Aporte

PRANA ofrece la infraestructura física y humana en aspectos jurídicos, financieros, administrativos, tecnológicos y de diseño, así como el apoyo mediante servicios de consultoría especializados, creando una estructura para las iniciativas de crecimiento económico y expansión de negocios.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: apoyo para la conformación de empresa.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: INCUBADORA



Tipo de financiación

Privado.

Nombre - contacto

Incubar Colombia
<http://www.incubarcolombia.org.co/>
Contacto: Avenida Kra. 7 No. 48-27. Bogotá, Colombia. **Teléfono:** 5740404/0606. **Fax:** 5729666/9266. info@incubarcolombia.org.co

Público Objetivo

Empresas innovadoras de Base tecnológica.

Sector

Inovación y Tecnología.

Fuente de financiamiento

Fundadores: Dr. José Galat Noumer, Universidad La Gran Colombia; Dr. Pablo Michelsen Niño, Politécnico Gran Colombiano. Dr. Luis Germán Pachón Ovalle, Universidad Incca de Colombia-, Dr. Diego Arango Osorio, Emporium AGA S.A.

Formas de apoyo

Incubar Colombia presta sus servicios a través de procesos estructurados de sensibilización, formación y acompañamiento, fundamentado en el modelo de negocio exitoso gestionado por la entidad.

Objeto de financiación

Incubar Colombia es una incubadora de empresas innovadoras de base Tecnológica, especializada en proveer servicios integrales de Emprendimiento y creación de empresa a nivel nacional, mediante el apoyo de iniciativas empresariales en fase de PRE- INCUBACIÓN, INCUBACIÓN y fortalecimiento empresarial.

Aporte:

- Sensibilización, formación y acompañamiento integral para la creación y fortalecimiento de empresas.
- Formulación especializada de proyectos y propuestas innovadoras.
- Acercamiento a entidades públicas y privadas que apoyan el emprendimiento.
- Inteligencia competitiva.
- Vigilancia tecnológica y empresarial.
- Asesoría y consultoría en áreas de gestión organizacional *in-situ*.
- Diseño de Imagen Corporativa.
- Acompañamiento en la conformación de Clústeres, Redes empresariales, cadenas productivas, nodos de productividad, economía solidaria y cooperativismo.
- TICS: Diseño, desarrollo y transferencia.
- Formación y capacitación en convenio con entidades educativas de alto perfil.

PRODUCTO FINANCIERO:

Producto: apoyo para la conformación de empresa.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: INCUBADORA



Tipo de financiación

Mixto.

Nombre - contacto

Incubadora de Empresas Culturales (IEC)
<http://www.incubadoracultural.org/>
Contacto: Universidad de Caldas,
Sede Central, Edificio Orlando Sierra,
Cuarto piso, Facultad de Artes y
Humanidades, Manizales-Colombia. Calle
65 N° 26-10, **Telefax.** (57) (6) 8781572,
Info@incubadoracultural.org

Público Objetivo

Emprendedores y empresas en gestación.

Sector

Industria cultural o creativa y de servicios relacionados.

Fuente de financiamiento

Instituto de Cultura y Turismo de Manizales,
el Ministerio de Cultura y la Universidad de
Caldas.

Formas de apoyo

A través de la Convocatoria INCU*ARTE.

Objeto de financiación

La Incubadora de Empresas Culturales (IEC) es una organización orientada al apoyo de ideas e iniciativas, proporcionar conocimiento y tecnología a emprendedores y empresas en gestación que estén enmarcadas dentro de la industria cultural o creativa y de servicios relacionados.

Aporte

Desde 11.100.000 hasta 13.100.000 representados en dinero y especie (creación de marca, asesorías, espacios, entre otros).

Requisitos de acceso e incompatibilidades

- Quienes hayan resultado ganadores de esta misma convocatoria en la versión del año anterior, no podrán participar.

PRODUCTO FINANCIERO

Producto: apoyo para la conformación de empresa.

Condiciones financieras:

Plazo: 12 meses, a partir de la suscripción del acta de inicio, para la ejecución de la totalidad de las actividades y apoyos.

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO
TIPO DE FUENTE: INCUBADORAS (Matriz de datos)

LOGOTIPO	INCUBADORA	MODELO
	<p>*PRANA Colombia Mixto http://pranaincubadora.org</p>	<p>PRANA ofrece la infraestructura física y humana para desarrollar nuevas empresas del sector cultural y creativo, mediante servicios especializados en cada área, para los sectores que se encuentran divididos en los siguientes cinco grupos: Artes Gráficas-Editorial, Audiovisuales, Artes Escénicas, Patrimonio y Diseño.</p>
	<p>*Incubar Colombia Colombia Privado http://www.incubarcolombia.org.co/</p>	<p>La Fundación INCUBAR COLOMBIA es una incubadora de empresas dedicada a satisfacer las necesidades de emprendimiento y de gestión de las organizaciones públicas y privadas, implementando el mejoramiento continuo y generando mayores oportunidades de negocios. Incubar Colombia presta sus servicios a través de procesos estructurados de sensibilización, formación y acompañamiento, fundamentado en el modelo de negocio exitoso gestionado por la entidad.</p>
	<p>*Incubadora de Empresas Culturales Colombia (Manizales) Mixto http://www.incubadoracultural.org/</p>	<p>La Incubadora de Empresas Culturales (IEC) es una organización orientada al apoyo de ideas e iniciativas. Proporciona conocimiento y tecnología a emprendedores y empresas en gestación que estén enmarcadas dentro de la industria cultural o creativa y de servicios relacionados.</p> <p>Desde la Universidad de Caldas, la Incubadora ofrece el soporte requerido para la transformación de dichas ideas en productos o servicios culturales viables, promoviendo así el desarrollo cultural, económico y social de la región.</p> <p>La Incubadora abre anualmente la convocatoria INCU*ARTE, un concurso que promueve la creación de empresas culturales que sean rentables y sostenibles, que incorporen innovaciones tecnológicas y nuevos medios aplicables a la cadena productiva del país y que propendan por la generación de empleo.</p>
	<p>Creame Colombia (Antioquia, Cundinamarca, Cesar y Arauca) Privado http://www.creame.com.co</p>	<p>El Centro Integral de Servicios Empresariales CREAME es una organización pionera en Colombia en la generación de cultura emprendedora, la creación de nuevas empresas y el fortalecimiento de unidades económicas que salgan a los mercados nacionales e internacionales a competir activamente.</p>

CARACTERIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO

TIPO DE FUENTE: INCUBADORAS (Matriz de datos)

LOGOTIPO	INCUBADORA	MODELO
 <p>Fundación Incubadora de Empresas de Base Tecnológica del Caribe</p> <p>INCUBAR DEL CARIBE</p>	<p>Incubar del Caribe Caribe Colombiano Privado-Fundación</p> <p>http://www.incubarcaribe.org/</p>	<p>Incubar del Caribe es una entidad que busca crear y renovar la base empresarial del Caribe colombiano, por medio del acompañamiento, asesoría y consultoría, impulsando la innovación y la transferencia de tecnología a empresarios actuales y potenciales mediante la interacción con organismos nacionales e internacionales.</p>
 <p>GESTANDO</p> <p>INCUBADORA EMPRESARIAL COLOMBIA SOLIDARIA</p>	<p>Incubadora Empresarial – Gestando Colombia Privado-Asociación Colombiana de Cooperativas</p> <p>www.gestando.co op/</p>	<p>Organización solidaria dirigida a la identificación de oportunidades empresariales que faciliten la creación y el fortalecimiento de empresas innovadoras mediante la aplicación de un modelo de acompañamiento empresarial dirigido a la generación de una cultura de emprendimiento solidario.</p>

FICHAS TÉCNICAS

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS

ANEXO 10

Foro política, contenidos digitales. Julio 27 de 2011. Manizales - Caldas.



El Foro se realizó en coordinación con Jorge Restrepo Múnera, Gerente de Contenidos Digitales del Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y la Universidad de Caldas, como iniciativa de la política del Gobierno Nacional que lanzará cuatro ViveLabs, Laboratorio de Creación de Contenidos Digitales, con el objetivo de desarrollar y fortalecer la cadena de valor de la industria de forma integral.

<http://vivedigital.gov.co/foros/contenidos/>

Reunión de investigadores en emprendimiento y economía de la cultura. Septiembre 14 y 15 de 2011. Cartagena - Bolívar.



Presentación de avances sobre estudios para el fortalecimiento empresarial en Colombia por parte de la Red de Universidades.

www.mincultura.gov.co/

Circularart 2011.
Septiembre 22 - 25 de 2011. Medellín-Antioquia.



Segundo Mercado Cultural de Medellín. Espacio que reúne a profesionales de la música, artistas, agentes, productores, managers y especialistas en marketing cultural, así como al público en general. Fue una oportunidad para dar a conocer las nuevas y ya consolidadas propuestas musicales de Colombia y América Latina.

<http://www.circularart.org/>

Colombia 3.0.
Octubre 5 al 8 de 2011. Bogotá - Cundinamarca.



El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones realizó la primera cumbre nacional de contenidos digitales que reunió empresarios, desarrolladores, firmas inversionistas, academia y expertos internacionales del sector. Colombia 3.0 ofreció a sus visitantes una completa agenda académica, ruedas de negocios y "desconferencias" con temas de interés mundial.

<http://www.colombiatrespuntocero.com/>

Fuentes de Financiación para Emprendedores. 10 de Noviembre de 2011. Manizales - Caldas.



CAMARA DE COMERCIO
DE MANIZALES

A través de este evento se dieron a conocer fuentes alternativas de financiación existentes en Colombia para los emprendedores, así como sus características y el momento en el que deben acudir a este tipo de mecanismos según la etapa de emprendimiento en que se encuentren, es decir, recursos no reembolsables (Fondo Emprender, Fomipyme, entre otros), reembolsables (créditos, por ejemplo), entre otros, así como los mecanismos alternativos de financiación para empresas en etapa temprana con alto potencial de Crecimiento (Venture capital), teniendo en cuenta la experiencia de los emprendedores e inversionistas en estos mecanismos de financiación.

<http://www.momentoempresarial.net/agenda/agenda-de-capacitaciones/details/508.html>

C3+D. Noviembre 21, 22 y 23 de 2011. Vía Streaming.

Laboratorio
Nacional de
Emprendimiento
2011



CREACIÓN,
CULTURA Y
CONTENIDOS
DIGITALES

Actividades académicas del Laboratorio Nacional de Emprendimiento C3+D Creación, Cultura y Contenidos Digitales.

<http://www.laboratorioc3masd.co/>

Encuentro Internacional de Gestores y Redes Culturales. Noviembre 24 - 25 y 26 de 2011. Cali - Valle.



Encuentro de diversos expertos y actores culturales quienes, a partir de sus experiencias, generaron espacios de discusión y reflexión encaminados a la construcción de propuestas crítico-propositivas que contribuirán al fortalecimiento de la gestión, las redes y la industria cultural.

http://proyectoindustriasculturalescali.blogspot.com/2011/11/iii-encuentro-internacional-de-gestores_23.html