



**Exportación de talento de Street Dance como contribución al
crecimiento de la economía naranja de Colombia.**

**Proyecto de grado
Proyecto de investigación**

**Elaborado por:
David Felipe Riaño Ramírez**

Programa de Negocios Internacionales 14
Escuela de Finanzas
Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de
Comercio de Bogotá- Uniempresarial
Bogotá D.C, Colombia
2021



Exportación de talento de Street Dance como contribución al crecimiento de la economía naranja de Colombia.

Proyecto de grado

Proyecto de investigación

Elaborado por:

David Felipe Riaño Ramírez

Tutor:

Sergio Leonardo González

Programa de Negocios Internacionales 14

Escuela de Finanzas

Fundación Universitaria Empresarial de la
Cámara de Comercio de Bogotá- Uniempresarial

Bogotá D.C, Colombia

2021

Resumen:

La danza como uno de los componentes de la Industria Creativa Cultural y como contribuyente a la economía naranja de Colombia es un sector que está compuesto por diversas disciplinas dancísticas que involucran aspectos culturales y distintivos de cada una de ellas, que se manifiestan a través de sus espacios de formación y eventos de promoción bien sea de índole cultural o comercial. Este sector que genera empleo a la población que se especializa en cada uno de estos procesos dancísticos bajo diversos campos de entretenimiento o de exposición cultural de la ciudad o a nivel nacional bajo una versatilidad de adaptación a cualquier sector de la industria creativa cultural, sin embargo, bajo esta premisa el sector de la danza también presenta un alto grado de informalidad y de negligencia con respecto al apoyo gubernamental en base a su sostenimiento y promoción nacional e internacional que dificulta el fomento del potencial dancístico y la mejora de calidad de vida de los bailarines.

Específicamente en la danza urbana, y como punto en común con las demás disciplinas artísticas, su informalidad y su bajo reconocimiento por parte del Estado genera barreras de constitución como empresa (en el caso de los estudios de danza y escuelas de formación) y de sostenimiento en el mercado; añadiendo el factor de la excesiva intermediación entre otros actores de contratación que disminuye el margen de ganancia de los bailarines en términos laborales.

Es de suma relevancia mencionar que dentro del sector se carecerá de conocimiento sobre los procesos a realizar para generar una internacionalización del talento colombiano como servicio artístico, es así como este proyecto surge con el fin de estudiar dichas problemáticas a nivel sectorial conjuntamente de un análisis de las diversas oportunidades que se presentan dentro del ecosistema del Street Dance en relación con las industrias creativas culturales que potencien la capacidad de internacionalización de la danza en Colombia, la formalidad de empleo y de la generación de transferencia de conocimientos al sector, adicionalmente a la contribución del crecimiento de la economía naranja nacional.

Palabras clave:

Industrias creativas culturales, Economía naranja, internacionalización, danza, arte.

Abstract

Dance as one of the Cultural Creative Industry components and as a taxpayer to the Colombia's orange economy is a sector that is compound by several dance disciplines that involve cultural and distinctive aspects of each of them, they manifest through their training spaces and promotion events, whether of a cultural or commercial nature. This sector that generates employment to the population that specialize of each of these dance process under a versatility of adaptation to any sector of the cultural creative industry, however, under this premise the dance sector also presents a high informality grade and negligence in relation to the governmental support in base to the sustenance and national and international promotion of dance that hinders of dance potential and the improvement quality of dancers life.

Specifically in Street Dance, and as a common point with the others artistic disciplines, their informality and low recognition by the State generate constitution barriers as a business (in the case of the dance studios and training spaces) and sustenance in the market: adding the excessive intermedation factor among others engagement actors that decreases the dancers margin of gain in labor terms.

It is of utmost importance to mention that within the sector is knowledge is lacking about the processes to be carried out to generate a colombian talent internationalization as an artistic service, it's like that this project arises in order to study these problems at the sectoral level together of an analysis of the different opportunities that are presented in the Street Dance ecosystem in relation to the cultural creativity industry that enhance the capacity for internationalization of Colombia dance, the formality of employment and the generation of knowledge transfer to the sector, in addition to the contribution of the growth of the national orange economy.

Key words: Cultural Creative Industry, Orange Economy, internationalization, Dance, Art.

Índice

1. Introducción.....	6
2. Definición Del Problema	9
2.1. Problemática.....	9
2.2. Justificación	10
2.3. Pregunta Problema.....	12
2.4. Objetivo General.....	13
2.5. Objetivos Especificos	13
3. Marco Teórico.....	13
3.1. Estado Del Arte.....	13
3.1.1. Estudios Realizados Sobre Industrias Culturales Creativas	13
3.1.1.1. <i>Informe Sobre La Economía Creativa. Edición Especial 2013.....</i>	13
3.1.1.2. <i>Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas</i>	16
3.1.2. El Sector De La Danza A Nivel Internacional	18
3.1.2.1. <i>México</i>	18
3.1.2.2. <i>Estados Unidos.....</i>	20
3.2 Marco Legal	21
3.2.1 <i>Ley No 1834 Del 23 De Mayo De 2017</i>	21
3.2.2 <i>Documento Conpes 3659 Del 26 De Abril De 2010.....</i>	22
3.2.3 <i>Decreto 1204 De 2020.....</i>	22
3.3 Marco Conceptual	23
3.3.1 <i>Danza:</i>	23
3.3.2 <i>Empleo</i>	23
3.3.3 <i>Estrategias Comerciales:.....</i>	24
3.3.4 <i>Internacionalización</i>	24
3.3.5 <i>Gremio.....</i>	25
3.3.6 <i>Cultura.....</i>	26
3.4 Marco Teórico.....	26
3.4.1 <i>Industrias Creativas Culturales:.....</i>	26
3.4.2 <i>Economía Naranja</i>	29
3.4.3 <i>Gestión Del Conocimiento:.....</i>	31
3.4.4 <i>Propiedad Intelectual</i>	32
3.4.5 <i>Exportación De Servicios</i>	34
4. Metodología	35
5. Resultados	36

5.1 Análisis Integral Del Sector	36
5.2 Identificación De Oportunidades	44
5.2.1 Recolección de datos por medio de encuestas	49
5.3 Estrategias comerciales de internacionalización.....	62
6. Conclusiones:.....	64
Bibliografía.....	71

Tabla de contenido Gráficas

Gráfica 1 Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja. Participación porcentual del valor agregado de las áreas de cultura y economía naranja.....	37
.....	38
Gráfica 2 Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja. Participación porcentual del valor agregado del área artes y patrimonio.....	38
Gráfica 3 Elementos estructurales basados en fortalezas y debilidades del sector de las Artes Escénicas en Bogotá.....	41
Gráfica 4 Nivel educativo de los encuestados	49
Gráfica 5 Rangos de edad de los encuestados	49
Gráfica 6 Actividades culturales del Street Dance	50
Gráfica 7 Impacto del Street Dance en los bailarines	50
Gráfica 8 Sectores que han articulado al Street Dance	51
Gráfica 9 Actividades comerciales del Street Dance	51
Gráfica 10 Factores que han propiciado el crecimiento a nivel cultural y comercial.	52
Gráfica 11 Aspectos que se deben tener en cuenta como valor agregado.	53
Gráfica 12 Alianzas estratégicas internacionales del Street Dance adoptadas con mayor frecuencia.	55

Tabla de contenido Anexos

Anexo 1 Formato de entrevista para bailarines profesionales a nivel nacional.....	67
Anexo 2 Formato de encuesta para bailarines profesionales de Street Dance	68

1. Introducción

La economía nacional del país se compone de múltiples sectores y agremiaciones que aportan de manera positiva al crecimiento económico nacional desde diversas actividades permitiendo su desarrollo eficiente. Dentro de estos sectores se encuentra el sector industrial cultural creativo que se dedica al desarrollo y ejecución de actividades económicas enmarcadas en el ámbito cultural, artístico y tecnológico que generan contribuciones al sector creativo nacional además de permitir la conservación del valor cultural a partir de los recursos físicos y económicos en un mercado globalizado. Esta industria, como aporte a la cultura, se ha encargado de alinear el amor al arte con factores económicos que transformen las ideas y la propiedad intelectual en productos y servicios culturales y creativos, lo cual ha logrado posicionar las actividades culturales como sector competitivo en conjunto con las políticas de la Economía naranja que promueven el incentivo a la valoración, el acceso y las múltiples modalidades de adquisición de la producción cultural y creativa; según la cuenta satélite de cultura y economía naranja generada por el DANE en su informe preliminar, en el 2019 el valor agregado a precios corrientes de la economía naranja fue de 28.916 millones de pesos, donde el área de artes y patrimonio (donde se encuentra inmerso el sector de la danza) fue responsable de aportar un 29,8% al valor agregado de la cultura y economía naranja. (DANE, 2020)

El sector de la danza en la ICC (Industria Cultural Creativa), que se encuentra en la categoría de artes escénicas y espectáculos, involucra disciplinas danzarias que varían desde sus aspectos culturales (bien sean originados dentro del país o atraídos del exterior), composición técnica e incluso la institucionalidad que a través del tiempo se la ha agregado a los procesos formativos para las personas que se encuentran inmersas dentro del aprendizaje de dichas disciplinas. Cabe mencionar que, cada disciplina sectorizada como los ritmos latinos, el folclore colombiano, la danza clásica, la danza contemporánea y la danza urbana no comparten el mismo nivel de desarrollo, estabilidad e incluso formalidad tanto en el sector laboral como en el sector comercial, de igual forma, también varía su visibilidad dentro del territorio nacional debido a los espacios culturales asignados por el Ministerio de Cultura y a su facilidad de gestión, si se habla de manera independiente, para su emancipación;.

Según el Plan de Danza (2010-2020) dentro de su estudio sectorial denominado “Diálogos de Danza”, como forma de recolección y análisis de información cualitativa dirigido hacia organizaciones y agentes inmersos en este sector, se encontraron múltiples componentes donde se logra agrupar dichas necesidades, entre los cuales se encuentran: formación,

creación, organización y competitividad, información y difusión, investigación, circulación, apropiación e infraestructura.

Como bien se logra evidenciar, la danza en Colombia está impregnada de necesidades que afecta de manera transversal el desarrollo y el crecimiento de la misma como sector, pues, sus necesidades parten desde la desarticulación entre la educación y la cultura en materia de la debilidad en formulación de contenidos de formación para las disciplinas danzarias, así como la ausencia de programas formales que promuevan el factor educativo y pedagógico dentro del mismo, su impacto y promoción en los que se han intentado establecer; adicionalmente a la informalidad de agrupaciones que limita su acceso a recursos que se anida a la gestión ineficiente de redes existentes que no logran ser reguladas ni categorizadas para brindar condiciones mínimas en base a la profesión, oportunidades laborales y acceso a una mejor calidad de vida, entre otros causas que tienen como objeto, el desconocimiento de la población dedicada al arte, la escases de investigación particularmente en la danza y el arte y la precariedad de infraestructura física y pública para el desarrollo de actividades, entre otras.

Las problemáticas estructurales mencionadas anteriormente tienen un impacto de manera transversal en sector de la danza que le impide no solo generar procesos formativos de calidad sino también el establecimiento y sostenibilidad de academias que promuevan dicho sector, hasta la posibilidad de poder abarcar la demanda internacional de talento colombiano a nivel dancístico. A partir de este último factor, si bien las academias que se encuentran establecidas logran mantenerse en el ecosistema por medio de sus propios recursos en base a la creación de redes afines a la cultura, espacios de expansión y programas de formación, es innegable la presencia de falencias a nivel sectorial que no permite generar un crecimiento acelerado y estable del mismo, y mucho menos la viabilidad de exportar el talento colombiano.

La exportación del talento colombiano no ha logrado tener mayor visibilidad dentro del país como uno de los logros de la Economía naranja, además de que los esfuerzos generados por los Ministerios encargados no han logrado tener un impacto que acobije a la población que se encuentra inmersa dentro del sector de la danza, sin embargo, esta posibilidad de internacionalización del sector tiene un gran potencial competitivo en todas las disciplinas de la danza que no se han logrado explotar de manera eficiente. Como referencia del éxito que ha tenido la internacionalización de danza en sus disciplinas se puede mencionar a la gira que tuvo el grupo Ballet Nacional de Colombia en China al

ritmo de las raíces ancestrales de la cultura colombiana; la gran demandada presencia de los bailarines de salsa en Turquía; la prestigiosa participación de Fernando Montaña en el Teatro Nuevo de Torino en Italia y Ballet Londres; la gestión de la danza contemporánea fusionada con elementos étnicos y culturales colombianos por parte de Carlos Jaramillo Vega en Europa; y la presencia de la pieza coreográfica “Recital Colombia” en los festivales Kavel de Lyon-Bron y Kalypso de París-Créteil como uno de los más exitosas muestras de circulación de danza urbana nacional.

Cabe resaltar que, dentro de estos casos de éxito, también lo logran involucrar aspectos relevantes como la transferencia de conocimiento y la propiedad intelectual a las creaciones dancísticas, factores que aún no se han gestado de manera eficiente en Colombia como una oportunidad de poner en alto el talento colombiano y la marca país.

2. Definición Del Problema

2.1. Problemática

El sector industrial cultural y creativo en Colombia posee diversos subsectores que contribuyen al crecimiento y posicionamiento de la economía naranja dentro de la economía nacional a partir de su comercialización en un campo nacional e internacional; dentro de estos subsectores se encuentra específicamente el de “Artes y Patrimonio” que acoge a las artes escénicas y visuales, donde se encuentra la danza como una de las disciplinas allí participantes. Teniendo en cuenta las dinámicas y actividades que se generan a nivel gubernamental como a nivel sectorial, dentro de los demás sectores de la economía constantemente se está promoviendo el desarrollo, la innovación y la inversión para el crecimiento de las empresas en estos sectores en el mercado nacional y global, y con respecto a la ICC se ha fomentado este tipo de dinámicas a través de la economía naranja.

Si bien se ha estado promoviendo la participación de la ICC en la economía nacional, cabe resaltar que este sector (y como objeto de estudio, la disciplina de la danza) no ha obtenido un impacto determinante de manera transversal debido a la falta de estudio al mismo, apoyo institucional e incentivos que le permita a este sector potencializar sus actividades en el mercado nacional e internacional aprovechando la riqueza cultural nacional y el reconocimiento que posee el país a nivel internacional y regional en base al talento dancístico, además de las oportunidades que se están presentando en el ámbito del entretenimiento debido al incremento de consumo.

Con relación a las falencias presentadas de acuerdo al desempeño y apoyo del sector de la danza dentro del mercado nacional, también se logra identificar las falencias en torno a los procesos de internacionalización para que esta industria crezca en el ámbito internacional y logre ser constante en el posicionamiento global, es decir, dentro de la industria no se están generando apoyos educativos o formativos de cualquier tipo que permita a los empresarios de este sector tener conocimiento sobre como realizar la exportación de sus servicios o la exportación de los bailarines, de igual forma, tampoco se tiene conocimiento con mayor certeza sobre los requerimientos.

2.2. Justificación

En el marco actual al sector de la danza en Colombia se le puede asignar la cualidad de ser un sector resiliente debido a las diversas problemáticas que afectan su crecimiento y desarrollo además de ser uno de los sectores con menor reconocimiento dentro de la economía nacional, como claro ejemplo se evidencia que el área al que pertenece la danza para el año 2019 creció en un 3,6% con respecto al año anterior, adicionalmente, en relación al consumo cultural, la danza junto con la ópera y el teatro representan un 11,8% del consumo total, ocupando el tercer puesto de los eventos culturales mayor consumidos (DANE, 2020), siendo este, uno de los sectores que puede ser más competitivo dentro de la industria cultural creativa; anidado a este factor, si bien se han intentado generar iniciativas por parte del Ministerio de Cultura para beneficiar al sector su impacto no ha sido relevante dentro del mismo, permitiendo la repercusión y la emancipación de las problemáticas a la población que se dedica a cada una de las disciplinas dancísticas en Colombia; para generar un acercamiento de esta premisa, según el proyecto MASSDANZA en su 4ta fase realizado en el 2018 identifica que en Bogotá, el 11% de los bailarines habían cursado o cursaban un programa especializado en danza, además, de que el 46% de los bailarines, en términos laborales, no devengaban un pago mensual dentro de su actividad laboral, mientras que tan solo el 37% había devengado un salario mínimo mensual. (Universidad Jorge Tadeo Lozano; MASSDANZA, 2018)

Con respecto a la situación con la que ha tenido que sobrevivir el sector de la danza, cabe resaltar que cada una de las disciplinas que compone este sector comparte las mismas problemáticas. En el caso de la danza urbana, que es el objeto de estudio en la presente investigación, se busca analizar de manera integral los factores que han estancado su crecimiento de manera acelerada y que ha generado precariedades en el ámbito de formación, comercial y de exportación, pues, dentro de este gremio no solo se encuentra un alto índice de informalidad de las academias que brindan formación en danza urbana, sino también en la capacitación de los docentes que resulta siendo empírica además de las precarias condiciones laborales que suelen replicarse y la escases de espacios que permita expandir la cultura y la disciplina de manera eficiente.

Bajo estas problemáticas que se encuentran latentes, el gremio ha logrado demostrar en diversas ocasiones su potencial competitivo a nivel nacional e internacional; y este proyecto busca analizar las oportunidades que han surgido en el marco actual gracias al prestigio del talento colombiano y la manera de escalar dichas oportunidades a un marco

internacional, a través de estrategias que fomenten la calidad de formación, la investigación, la formalidad y las condiciones laborales dentro del gremio de la danza urbana. Cabe resaltar que, para el gremio y para el sector de la danza, su emancipación y reconocimiento como un sector competitivo dentro de la economía naranja de Colombia no solo involucra mejoras en términos estructurales sino también un cambio en el discurso social en donde la práctica de esta disciplina sea percibida como un agente de transformación cultural, político y social, además de ser un sector competitivo a nivel nacional e internacional en base a su versátil conexión con otras industrias, que promueve la marca país, la generación de empleo y la movilidad de propiedad intelectual entre los países aliados de la región.

El resultado de la presente investigación pretende generar un plan de acción estratégico para los principales gestores de la danza urbana con el fin de generar cambios estructurales en materia de las problemáticas planteadas en la investigación en términos administrativos y colaborativos, así como la gestión de pilares que direccionen las condiciones laborales y formativas; finalmente, brindar un espectro más claro sobre las oportunidades de internacionalización del talento así como la posibilidad de adaptar procesos a la danza como gestión del conocimiento y propiedad intelectual que permitan la emancipación y el posicionamiento a nivel nacional y regional de la danza urbana en Colombia.

2.3. Pregunta Problema:

¿Cómo se puede incrementar la exportación de talento de la danza urbana de Colombia en el marco actual?

2.4. Objetivo General:

Generar un análisis integral a las diversas oportunidades presentadas en el marco actual para incrementar el talento de exportación de la danza urbana y su contribución a la economía naranja.

2.5. Objetivos Específicos:

- Determinar las problemáticas que posee el sector de la danza urbana y como afecta a su crecimiento y estabilidad.
- Identificar las posibles oportunidades dentro del sector de la danza urbana que apoyen su potencial cultural y comercial.
- Generar estrategias de internacionalización para promover el talento de exportación en el sector de la danza urbana.

3. Marco Teórico

3.1. Estado Del Arte

3.1.1. Estudios Realizados Sobre Industrias Culturales Creativas

3.1.1.1. *Informe Sobre La Economía Creativa. Edición Especial 2013*

El estudio ejecutado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en torno a la Economía Creativa afirma que esta es uno de los sectores más competitivos en términos de crecimiento económico, generación de empleo y aumento en las exportaciones. Este gran dinamismo se da gracias a la innovación y la creatividad humana como base fundamental de la industria creativa para la generación de riqueza en el siglo XXI, por lo que el informe señala que, en la Economía Creativa se debe de liberar un potencial a partir de la promoción de la creatividad de las sociedades para mejorar la calidad de vida, el prestigio local y el fortalecimiento de los recursos para un futuro diverso.

En el desarrollo de la Economía Creativa, según lo afirma el informe, la intervención política resulta ser relevante, sin embargo, los nuevos retos se basan en la generación de conocimientos a partir del entendimiento, interacciones, y políticas en entornos locales además de la promoción de la misma en comunidades, regiones y ciudades que se encuentran en desarrollo. El objetivo principal del informe busca comprender las realidades de la economía creativa bajo la premisa de la reformulación de la prosperidad tangible de las personas en diversas circunstancias, a partir de factores creativos.

Dentro de las premisas que desarrolla el informe, una de las más relevantes es la que afirma y sostiene que la creatividad y la cultura son aspectos que están conectados de manera directa con las ideas o interpretaciones del mundo, lo que conlleva a una retribución monetaria o no monetaria que incide en el desarrollo humano; es decir, que las Industrias Creativas Culturales generan beneficios que van más allá del espectro económico, como la identidad cultural y distintiva, la mejora en la calidad de vida, entre otros, siendo la creatividad y la cultura concebida como gestores y motores de desarrollo a través del valor económico que generan las Industrias Culturales Creativas en términos de generación de empleo y de nuevas tecnologías, y desarrollo sostenible.

Para sustentar los argumentos de valor mencionados anteriormente, el informe presenta la tasa media de crecimiento del sector, el cual fue del 8,8%, entre el año 2002 y el 2011; de igual forma, en el mismo periodo, la tasa de exportación de los bienes creativos fue 12%. En materia de derechos de autor, el informe relaciona la investigación hecha por la

Organización Mundial de Propiedad Intelectual en 40 países, donde se encuentra que esta modalidad representó ser el 5,2% del PIB. Las afirmaciones y los argumentos que se enuncian en dicho informe están sustentadas bajo la experiencia del tema de investigación, la asistencia técnica, la gestión de proyectos y la investigación académica, además de los aportes realizados por profesionales expertos en las regiones de estudio.

Como conclusión de la investigación, se afirma que las Industrias Culturales Creativas no son exitosas solo por el aumento de las exportaciones o la producción de regalías, sino que debe de generar también un beneficio en aspectos relacionados al bienestar humano y el desarrollo sostenible; estos beneficios económicos y de bienestar son generados gracias a la determinación de cauces, como a la creación de estrategias que fomenten el desarrollo en la cadena de valor de las ICC. Como ejemplo se toma el caso de los espacios geográficos de bajos recursos donde las ICC representar ser una viabilidad de desarrollo sostenible.

Las ICC, de manera contraria, posee problemáticas estructurales que no permiten que su gestión sea eficiente; según el informe, las problemáticas se basan en: gobiernos que poseen pocos mecanismos de financiación a parte de los créditos brindados a empresarios; los obstáculos de acceso a la financiación bancarios por parte de los gestores o productores culturales; escasez de recursos para emprender proyectos de marketing o para la gestión de redes transnacionales; la informalidad; desigualdad y pobreza sistémica, entre otros. A escala local, las problemáticas se basan en la falta de infraestructura y capacidades técnicas, además de presentar falencias en la estructuración y gestión de redes que limitan la promoción de iniciativas empresariales y creativas.

El informe basa sus conclusiones de manera esencial en la creación de causales para el desarrollo de las ICC, con el fin de impulsar el potencial de desarrollo inclusivo y sostenible en la economía a partir de la creatividad, seguridad y orgullo de la comunidad, además de los beneficios económicos que se encuentran implícitos dentro de la ejecución de las prácticas formales correspondientes. Estos cauces, simultáneamente, buscan fomentar dicho desarrollo a través del empoderamiento del artista, del emprendimiento cultural y de las comunidades que han sido responsable de la gestión de políticas para la promoción de las actividades y activos culturales; de esta manera, el informe como plan estratégico propone 10 recomendaciones a seguir para forjar nuevos cauces: 1. Entender que la economía creativa además de generar beneficios económicos, brinda beneficios no

monetarios que se centran en la expresión cultural que empodera a los individuos o comunidades oprimidos, el patrimonio cultural tangible e intangible y la planificación urbana para la calidad de vida de las ciudades; 2. apoyarse en la cultura para generar desarrollo económico, social y medioambiental; 3. generar mapeos para la identificación de activos culturales, desafíos, funcionamiento y estructuras a nivel local con los actores privados y públicos; 4. Mejorar los sistemas de recolección de datos que sirvan de base preliminar para la estructuración de políticas que sean afines al desarrollo de la economía creativa; 5. Investigar la relación entre el sector formal e informal para la elaboración de políticas que promuevan el desarrollo de la economía creativa, debido al gran número de empresas y personas creativas que obtienen capital de fuentes informales; 6. Definir casos de éxito que contribuyan a la orientación de la apertura de los nuevos cauces a partir de análisis transversales; 7. Fomentar la inversión en iniciativas de nuevas formas de creación y formación, además de la vinculación a aspectos empresariales y de las TIC para los emprendimientos creativos; 8. Invertir en las capacidades de tres actores fundamentales para el desarrollo de la economía creativa a nivel local, los cuales son: creadores y empresarios culturales, funcionarios administrativos y empresas privadas. 9. Empezar en el campo internacional por medio de la cooperación Sur- Sur con la finalidad de generar intercambio de información y de experiencias. 10. Anidar esfuerzos para el posicionamiento de la economía creativa dentro de los programas económicos y sociales para el desarrollo de manera prioritaria. (PNUD; UNESCO, 2013)

3.1.1.2. Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas

La UNESCO crea y pone a disposición de los responsables de la creación de políticas para el fomento de la industria creativa cultural, una guía que permita facilitar la intervención pública dentro de este sector en términos de gestión y actuación, que les permita hacerle frente a las oportunidades y los retos presentados en forma de capacidad, acceso y diversidad para transformar el sector en un agregado económico y cultural contundente a nivel local y regional.

Esta guía no se basa en brindar soluciones definitivas sino en ofrecer información genérica que es adaptable a diversos contextos antes de que se ponga en práctica, es por esta razón, que para el objeto de la presente investigación se tomará en cuenta los siguientes apartados: abrir mercados y crear públicos; coordinar esfuerzos; y gestión de continuidad.

La apertura y creación de público, en un aspecto económico depende de la premisa principal de la aceptación del público hacia los productos y servicios culturales y creativos ofrecidos para que las políticas culturales de apoyo tengan éxito dentro de su ejecución. El consumo local puede consolidarse de manera contundente si a nivel internacional el sector es reconocido, además de agregar prestigio al sector local y este a su vez genera mayor aceptación. La creación de públicos, dentro de las Industrias Creativas Culturales, trae consigo beneficios económicos, sociales y culturales, por lo que la creación de políticas debe poseer una relación directa entre el sector económico y el sector social.

La UNESCO manifiesta que la creación de públicos se puede llevar a cabo a partir de la demanda y de la oferta. En la demanda, la información que se encuentre disponible sobre las preferencias de los consumidores en cuanto a los productos y servicios culturales y creativos son indispensables para el funcionamiento del sector a partir de la diversificación en la intervención de diversos factores como la distribución, producción, comercialización, entre otros; de esta forma, las políticas específicas requieren de investigaciones previas conforme a estos datos para su implementación. Como ejemplos de la creación de públicos a partir del factor de la demanda se puede encontrar: asociaciones con el sistema educativo, beneficios al consumidor o promoción de actividades desde la gestión pública.

Por otro lado, la creación de públicos a partir de la oferta se basa en la metodología de comunicación, tales como: la creación de branding, subsidios a la comercialización, generar cuotas de exhibición, entre otros.

Si bien el mercado local se puede abordar a partir de estos dos factores, en el campo de la exportación y la creación de públicos y mercados externos dependen de otros factores adicionales como la capacidad de producción o la red a nivel internacional que posea una empresa. Se dice que las Industrias Creativas Culturales se han vuelto relevantes dentro de los sectores de exportación de los países postindustrializados debido a su factor competitivo de base tecnológica y protección de derechos de autor. Para países en vías de desarrollo, que suelen ser los receptores de productos o servicios culturales y creativos, la creación de mercados externos se genera a partir de casos atípicos y aislados que se derivan de un producto o servicio de altos estándares de originalidad o calidad de elaboración y/o nichos de mercados que no han sido explotados; sin embargo, como alternativa para estos países, la promoción comercial a través del Estado suele ser

una alternativa viable cuando se trata de superar las dificultades en la creación de mercados.

Una vez se hayan generado este tipo de esfuerzos, tanto en el sector privado como en el sector público, la creación de políticas debe involucrar aspectos económicos, sociales, territoriales y temáticos que caracterizan de manera particular las ICC. En el marco institucional, el impulso de las ICC integra a las instituciones públicas que se encargan de fomentar el sector cultural mientras que en otros casos, este factor se encuentra inmerso dentro de las mismas; en la involucración del sector público, suele implicarse las capacidades de otros actores como las asociaciones empresariales, las cámaras de comercio, o grupos de interés a nivel nacional o internacional que contribuyen a la gestión política, por lo que es importante, priorizar el dialogo y el cruce de intereses entre estos actores en el proceso de creación de políticas que desarrollen las ICC por medio de alianzas estratégicas.

La administración de las instituciones sobre las políticas que promuevan el desarrollo de las ICC debe ser transversales de tal manera que se tengan en cuenta factores de financiación, regímenes comerciales, infraestructura, logística, educación, entre otros que se encuentran implícitos dentro de cualquier sector. En el caso de las ICC, la coordinación debe estar dirigida hacia la propiedad intelectual de acuerdo a la particularidad del sector; en el caso de los emprendedores, el fomento de sus ideas y de las pymes debe contar con datos que sirvan de argumentos para los responsables de generar las políticas, además de disponer de espacios como incubadoras para la formulación de planes estratégicos enfocados a las ICC dentro de la economía.

En la coordinación de las políticas, además de tener en cuenta a las instituciones, es importante contar con autoridades regionales y locales que impulsen las ICC a nivel nacional en base a las estrategias implementadas y mecanismos de información que, generen concertación entre estos actores que estén desarrollando las ICC con el fin de anidar esfuerzos y la gestión colectiva de manera eficiente. De igual forma, se deben entablar diálogos con autoridades municipales que permiten la creación de clusters enfocados hacia las ICC para la creación e implementación de iniciativas a fines al sector y así, alimentar los factores competitivos particulares. Como referencia, a nivel interjurisdiccional, se puede tener en cuenta las ventanillas de apoyo a emprendedores, la gestión de parques industriales, la agrupación de redes de apoyo a las ICC, así como la

tramitación de proyectos culturales y las estrategias de promoción colectivas. (UNESCO, 2010)

3.1.2. El Sector De La Danza A Nivel Internacional:

3.1.2.1. México:

La diversidad creativa en base a las ICC en México se ha visto privilegiada por su posición geográfica estratégica en conexión con el país norteamericano, con Europa y con Asia; de acuerdo con esta premisa, se logra evidenciar que su posición estratégica le permite poseer una conexión entre culturas que genera un diálogo entre las mismas donde la creatividad y la innovación logran ser temas fundamentales dentro del cruce cultural. En el campo de la danza, México es reconocido por poseer diversos exponentes a nivel internacional en diversas disciplinas como José Limón en el ámbito de la danza moderna; Isaac Hernandez como uno de los bailarines principales del English National Ballet, entre otros; por otro lado, dentro del mismo sector, el país promueve el Encuentro de Artes Escénicas (ENARTES) que es gestionado por el Fondo Nacional para la Cultura y Artes dependiente de la Secretaría de Cultura.

Cabe resaltar que el Estado también ejerce acciones relevantes con respecto a políticas públicas a favor de las ICC en términos fiscales, uno de ellos que se basa específicamente en el sector de la danza es el EFIARTES: que genera estímulos fiscales en base al artículo 190 de la Ley del Impuesto sobre la Renta con el fin de financiar la producción del teatro, la danza, la música; este estímulo fiscal le permite a las entidades aportar recursos de inversión con el fin de disminuir su monto de renta. (Anaya, 2018)

Dentro de las instituciones que se encargan de la gestión de la cultura en México desde el Gobierno General se encuentra El Consejo Nacional para Cultura y las Artes (CONACULTA), que integra al Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto de Bellas Artes quienes son las encargadas de articular el patrimonio histórico y artístico (Navarrete & Pérez, 2016). En la articulación de la cultura dentro de la economía el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) ha sido el encargado de integrar la actividad económica de las industrias con respecto a la cultura por medio de una cuenta satélite, en donde la danza como uno de los aspectos integrados en el sector de "Artes escénicas y espectáculos" representa ser el 5,6% del aporte del sector de la cultura al PIB. (INEGI, 2019)

El Gobierno de México a través del CONACULTA genera diversos subsidios al sector de la cultura para fomentar proyectos, festivales, programas educativos, entre otros, por

medio de la transferencia de recursos públicos federales, en el sector de la danza específicamente se encuentran 16 beneficiarios en los cuales se encuentra: Compañía de danza del Instituto Guerrerense de la cultura; Festival Internacional de Danza “Morelos tierra de encuentro”; Festival Internacional de Danza que celebra el bicentenario (México, Colombia, Chile, Argentina y Venezuela); Seminario de danza creativa; primer congreso estatal de danza folklórica; Encuentro de danza (día internacional de la danza); Obra de danza contemporánea “Mujeres sin Nombre”; entre otros proyectos e instituciones que generan espacios nacionales e internacionales para encuentros dancísticos. (Gobierno de México, 2021)

3.1.2.2. Estados Unidos:

La industria creativa cultural se concentra en el estado de Nueva York, siendo este el epicentro artístico y creativo del país y uno de los sectores que genera un valor diferenciador dentro de la economía al brindar aspectos por los cuales pueda ser reconocida a nivel mundial al igual que los bienes raíces o el mercado financiero , representando ser un motor de crecimiento económico que genera ingresos anuales y contribuye al empleo de los ciudadanos dedicados a cada uno de los sectores que la componen. La Industria Cultura Creativa (ICC) en New York posee la tasa más alta de participación de empleo de la población, pues esta representa ser el 12% del empleo total del país con respecto al sector, mientras que en comparación con los demás sectores que componen el PIB del país, representa ser menos del 3%, por otro lado, cabe resaltar que en términos de ocupación laboral en el país como conjunto se ha presentado una disminución de empleo en un 9% con respecto al sector creativo, sin embargo, en New York se presentó en el 2017 un desempeño considerable al mantener la tasa de empleo por encima del 5%.

La danza como sector específico de la ICC está acompañada por el sector de compañías de artes escénicas siendo este el que ofrece con mayor frecuencia empleabilidad para bailarines y coreógrafos (además de ser la más común) y por otro lado se encuentran los artistas independientes, de esta manera, se puede mencionar que específicamente en el sector de la danza el empleo de los bailarines y coreógrafos ha incrementado en un 50,4% para el año 2019 en comparación con el 2018. Si bien anteriormente se mencionó que New York es uno de los estados donde la danza posee una estabilidad robusta en términos de empleo, cabe resaltar que en la ciudad Los Ángeles también se encuentra una gran población de bailarines y coreógrafos empleados.

Si bien el mercado de los estudios de baile en el país se ha estimado por un total de \$4,1 millones de dólares representando un crecimiento del 2,3% desde el año 2016 hasta el año en que se realiza la presente investigación, el apoyo gubernamental se ve reflejado de diversas formas a través de entidades y agencias que destinan recursos financieros para el crecimiento y fortalecimiento de la ICC, es decir, que este crecimiento comercial se ha generado gracias a la presente demanda generada por las compañías de artes escénicas y la población que pone sus intereses en consumir este tipo de servicios, también ha sido gracias a la contribución de las diversas agencias que se enfocan en sectores específicos dentro de las industrias creativas; en torno a la danza y a las artes escénicas, la Oficina de Medios y Entretenimiento de la Alcaldía es quien genera este tipo de apoyos a la industria, sin embargo, también se presenta una división entre las compañías que no poseen ánimo de lucro y las que si lo poseen, donde para el objeto de cada una varía el agente estatal de financiación, es decir que para las compañías sin ánimo de lucro el Grupo de Instituciones Culturales es el medio por el cual el gobierno hace llegar el apoyo financiero, mientras que para las compañías con ánimo de lucro la DCLA a través del Fondo de Desarrollo Cultural destinan subsidios financieros para compañías multidisciplinarias.

3.2 Marco Legal:

Se presenta el marco normativo que se debe tener en cuenta para la investigación y que debe ser de conocimiento para todos los interesados en este proyecto referente a leyes, normativas y decretos, que ha sido expedido e implementado por el gobierno para el sector de la economía naranja y las industrias creativas culturales.

3.2.1 Ley No 1834 Del 23 De Mayo De 2017

La ley tiene por objeto **“Desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.”**

El ministerio de cultura a través de esta ley comprende las industrias creativas como los sectores que basen la creación, la producción y comercialización de sus bienes y servicios en contenidos intangibles en base a su esencia cultural y las que generen protección de derechos de autor; adicionalmente, se menciona que el gobierno nacional actuará a favor de que estas industrias sean promocionadas, incentivadas, protegidas y reconocidas, por lo que se plantea la formulación de una Política Integral de la Economía Creativa.

Dentro de la ley se manifiestan aspectos fundamentales como las estrategias para la gestión pública de aplicación para la ley; las instituciones involucradas para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de las actividades culturales y creativas; incentivos y financiamiento para el desarrollo y crecimiento de las Industrias creativas y culturales (incluyendo aspectos de internacionalización); educación en base a la economía creativa además de estrategias de integración a través de los acuerdos comerciales suscritos por Colombia. (Ley No 1834, 2017)

3.2.2 Documento Conpes 3659 Del 26 De Abril De 2010

Este documento manifiesta lo siguiente: **“Este documento somete a consideración del Consejo Nacional de Política Económica y Social -CONPES- la política nacional para la promoción de las industrias culturales en el país con el objetivo de aprovechar su potencial competitivo, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de productividad.”**

Con respecto al objeto del documento se logró fijar la política nacional para la promoción de las Industrias culturales en base a su potencial competitivo y al aumento de participación dentro de la generación de empleo. Estos lineamientos se abarcaron a partir

de cinco estrategias que son: promoción de la circulación de bienes y servicios de las industrias creativas; incremento del acceso a los mecanismos de financiamiento; apoyo a las iniciativas locales para el desarrollo de industrias culturales; ampliación de la oferta de formación especializada y fomento del uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de modelos de negocio de las industrias culturales. (DNP, 2010)

3.2.3 Decreto 1204 De 2020

El objeto del decreto se basa en lo siguiente **“Por el cual se adiciona un título a la parte XII del Libro 2 del Decreto 1080 de 2015 Único Reglamentario del Sector Cultural, y se adopta la Política Pública integral de la Economía Creativa (Política Integral Naranja)”**

Este decreto integra dentro del Único reglamentario del Sector Cultural la Política Integral Naranja para el fomento de condiciones y mecanismo para la implementación y desarrollo de la misma bajo los parámetros mencionados dentro de la Ley 1834 de 2017. Dentro de su objetivo se encuentra la implementación de estrategias para articular los esfuerzos del sector público y privado que promuevan el desarrollo de las industrias creativas y culturales, además de la potencialización de su factor competitivo y sostenible dentro de la economía nacional a través de cinco líneas políticas, que son: Información, instituciones, industria, infraestructura, integración, inclusión, inspiración.

La implementación de dicha política está liderada por el Ministerio de Cultura y el Consejo Nacional de Economía Naranja, que, junto a su comité técnico y las entidades designadas, han formulado un Plan de Acción donde se han especificado los ejes, líneas de acción, responsables, metas e indicadores para dar cumplimiento a la Política Integral Naranja. (Decreto 1204, 2020)

3.3 Marco Conceptual:

3.3.1 Danza:

La danza como arte consiste en suscitar movimiento con el cuerpo de manera consciente y/o con significación en un tiempo y un espacio específico. Según Arberto Dallal en su libro “Los elementos de la danza” enfatiza el concepto de danza de la siguiente forma: **“La cultura del cuerpo incluye tanto los aspectos físicos como aquellos ingredientes subjetivos, inmateriales, que tienen influencia en los conceptos y el manejo del cuerpo humano”**. Por esta razón, esta práctica se le atribuye únicamente al ser humano. (Dallal, 2007)

3.3.2 Empleo

Según La organización Mundial del Trabajo (OIT), el empleo tiene por definición ser un trabajo perpetrado a cambio de un pago que puede ser en materia de salario, sueldo, comisiones, propinas o pagos en especie, sin convenir la modalidad de dependencia si se da de manera dependiente al ser un asalariado, o, de generar un autoempleo de manera independiente.

Dentro del empleo disponible, se logra hacer la distinción de dos tipos de empleo: el formal y el informal, donde la diferencia radica en el reconocimiento laboral del que ejerce el trabajo y la posibilidad de hacer cumplir sus derechos laborales como la seguridad social, beneficios no salariales de liquidación, entre otros; es decir, que en el empleo formal se genera el reconocimiento laboral y el cumplimiento de los derechos laborales mientras que en el empleo informal no se presentan estos dos factores a pesar de recibir un pago por su trabajo; dentro del impacto en la economía, el empleo formal contribuye a su crecimiento y a la reducción de la pobreza a través de la disponibilidad del empleo productivo. En la población con respecto al empleo se pueden encontrar dos categorías que definen la situación de las personas, estas son: la población económicamente activa y la población no económicamente activa.

En el escenario internacional con base al empleo se ha generado el derecho del empleo, que está compuesto por normas y principios que ha ido construyendo su perfeccionamiento y su campo de exigibilidad por medio de instrumentos internacionales como: la Carta de las Naciones Unidas; el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; la Declaración sobre el Progreso y el Desarrollo en lo Social; la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, entre otros.

3.3.3 Estrategias Comerciales:

Hace referencia a las acciones planeadas y estructuradas que son ejecutadas en el ámbito comercial con el fin de alcanzar los objetivos comerciales a través de un amplio análisis de factores económicos, financieros, simbólicos y competitivos. Estas estrategias también son planteadas cuando el oferente de algún producto o servicio se enfrente a condiciones desconocidas en el mercado en términos operativos y competitivos, de tal manera que estas no solo estén guiadas hacia la necesidad del cliente final sino también hacia la versatilidad que pueda tener para ser modificada y adaptable a las condiciones que el mercado imponga. (Burin, 2017)

Es válido mencionar que dentro de la versatilidad que puede adoptar las estrategias comerciales a su entorno para satisfacer la necesidad del cliente, estas se pueden fraccionar en cuatro aspectos que son: estrategias para el producto, precio, plaza y promoción, aspectos que se encuentran dentro del Marketing Mix para la inserción eficiente de una organización al mercado. (Trevor, 2009)

3.3.4 Internacionalización.

Es un proceso que adopta una organización en la participación de un mercado global donde se ven implícitos sus recursos y sus capacidades estratégicas para el aprovechamiento de oportunidades y la confrontación de amenazas en el exterior, bien sea de manera gradual o total; este proceso genera flujos financieros, comerciales e intelectuales entre las organizaciones de diversos países con el fin de: generar apertura hacia nuevos mercados, obtener costos de producción más bajos y construir estructuras de producción y de distribución más eficientes. (Leandro, 2009)

La internacionalización se basa en las fases que posee este proceso, y es que dentro de este no hay un único método que organice y agrupe de manera estricta y lineal dicho proceso, sino que este depende de las capacidades de la empresa, el riesgo que esté dispuesto a asumir, el control sobre sus actividades en el exterior y los recursos disponibles para la inserción al escenario internacional (Leandro, 2009). Este proceso tiende a ser dinámico en su desarrollo e involucra estrategias globales que derivan desde la selección de mercados internacionales hasta el ingreso al país seleccionado.

Se han generado múltiples teorías que se concentran en estudiar el proceso de internacionalización de las empresas y sus aspectos más relevantes a través de dos perspectivas: la económica y la del proceso. En la perspectiva económica se pueden encontrar teorías como: Paradigma ecléctico de Dunnig, enfoque macroeconómico, modelo de ventaja competitiva de las naciones, entre otras; mientras que en la perspectiva del proceso se encuentran: el modelo Uppsala, la teoría de interdependencia y transacciones interdependientes, modelo de planeación sistemática, entre otros. (Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2007)

3.3.5 Gremio:

Son agrupaciones, entre personas u organizaciones, que se crean con el fin de promover y representar los intereses que comparten los miembros pertenecientes a un sector económico, como reacción a las necesidades que se presentan a partir de los cambios que pueda sufrir el mercado a nivel nacional como a nivel internacional. Dichos intereses

o necesidades son transformados en propuestas de carácter público o privado que promueven condiciones generales que permiten su interacción en el mercado de manera satisfactoria y su posicionamiento social y económico. (Tirado, 2015)

Las asociaciones gremiales poseen diversas finalidades de carácter transversal, pues genera espacios para la construcción de decisiones y trabajo colaborativo entre los miembros, manifiesta intereses comunes de los integrantes y además aporta al incremento y progreso económico y social del país, al buscar la sostenibilidad y estabilidad de diversos sectores económicos y el incremento el beneficio de los consumidores. Es decir, que los gremios en un país también generan impacto en el sector político y social debido a la conexión entre estas estructuras nacionales; como ejemplo, en Colombia se encuentran como gremios inter o supra sectoriales la ANDI y la Asociación de Comercio Exterior, y como gremios sectoriales se encuentra Asocoflores, Asocaña, entre otros. (Barbosa, 2015)

3.3.6 Cultura:

Bajo el concepto general de Kidd Warren, en su libro "Culture and Identity" la cultura se refiere a la manera en que un grupo de personas viven su vida a partir de patrones de organización social que configuran el comportamiento dentro de una sociedad en todos los aspectos de la vida. Esta configuración se muestra a partir de actitudes, creencias, tradiciones, costumbres y demás, que hacen que cada cultura sea diferente, es decir, que estas configuraciones son producto del traspaso social masivo a partir de los esfuerzos combinados de los miembros (Kid & Teagle, 2012)

Es importante mencionar que el concepto de cultura y su percepción en la sociedad ha sido trabajado por diferentes disciplinas lo cual genera una gran variedad de definiciones que logran clasificarse, según Raymond Williams citado por Eduardo Bericat (2016, p. 127), por un concepto sociológico, antropológico y estético. Si bien se encuentran diversas concepciones de la cultura, se percibe que dentro de este objeto de estudio se encuentran únicamente tres elementos que la constituyen, los cuales son: las ideas, los valores y las emociones, pues, como unidad cultural, simbólica o comunicativa se compondrá por elementos cognitivos, valorativos y emotivos. (Bericat, 2016)

3.4 Marco Teórico:

3.4.1 Industrias Creativas Culturales:

El concepto de Industrias Creativas Culturales se ha ido construyendo con la suma de aportes que han realizado diferentes autores a partir de los avances evidenciados en la comercialización de bienes y servicios de tipo cultural.

Según UNESCO el concepto de Industria Cultural surge en el año de 1948 cuando el Autor Theodor Adorno utiliza el concepto al referirse a las metodologías de producción industrial en la creación y expansión de obras culturales de manera masiva, además de evidenciar una estandarización de los productos culturales y su racionalización en las técnicas de distribución. Con el paso del tiempo, se evidencia que cada uno de los factores que involucra la comercialización masiva de las Industrias Creativas Culturales tales como: creación, producción, distribución y disfrute, entre otros; se han modificado de manera que la tecnología y la sofisticación se han adherido a las cadenas productivas y a la circulación de manera masiva en los mercados. (UNESCO, 2017)

El concepto de Industrias Culturales (en plural), surge a partir del año 1960 con la influencia de la sociología francesa como un estudio hacia el entendimiento de la articulación entre la cultura, la tecnología y el capital. Uno de los autores que logra abarcar esta articulación de manera contundente es Pedro F. Bendassolli, que, junto a sus colaboradores, distinguen cuatro componentes que componen las industrias creativas. El componente más importante que es la creatividad, siendo esta la fuente de propiedad intelectual como base de la industria; el segundo componente como el objeto cultural, que posee una carga de sentido social que atribuyen los consumidores más allá de sus propiedades físicas; el tercer componente se basa en el valor económico de las industrias culturales bajo una relevancia económica, en base a cadenas de producción inmaterial y el consumo de expresiones culturales sobre los bienes materiales; y el cuarto se refiere a la convergencia entre los negocios, la tecnología y el arte.

El autor adicionalmente realiza una caracterización de tres bloques con los que se pueden agrupar las características de las Industrias Creativas. El primer bloque como la creatividad como recurso clave de producción, que valora el arte a través del arte y fomentando el uso de las tecnologías de la información; el segundo bloque agrupa a los productos generados en base a sus características diferenciadoras y entendidos como una variedad infinita; y el tercer bloque representa el consumo de carácter cultural y con inestabilidad dentro de la demanda. (Bendassolli, Jr, Kirschbaum, & Cunha, 2008).

En la década de los 90's surge el término de Industrias Creativas. Este surgimiento se le atribuye al gobierno de Reino Unido dentro de la transición generada de la percepción del valor real del arte y de la cultura al visibilizar las actividades económicas y formas comerciales que se podían generar a partir de las actividades creativas y culturales, que, como consecuencia, constituía una fuente creciente de empleo y de riqueza. La entidad que se encargó de visibilizar y generar este concepto fue el Departamento de Cultura, Medios y Deporte en 1998 con la creación de la mesa de trabajo para las Industrias Creativas donde se generó el primer mapeo para la misma; este modelo sistemático logró definir y medir las Industrias Creativas bajo la recolección de información para visibilizarla ante los políticos, inversionistas, académicos y funcionarios como un sector relevante dentro de la economía, además realizar la primera sectorización (que se tomó como una aplicación al mapeo) de las Industrias Creativas con las siguientes industrias: arquitectura, arte y antigüedades, artes escénicas (involucra teatro, danza, musicales y ópera), artesanías, cine y video, diseño, diseño de moda, edición, publicidad, música, software y radio y televisión. (DCMS, 1998)

El mapeo fue uno de los hitos más relevantes para incrementar el reconocimiento de las Industrias Creativas como sector competitivo dentro de la economía, generando repercusiones en el diseño de políticas públicas en Reino Unido en materia de Industrias Creativas. A nivel internacional, el mapeo fue tomado como un punto de referencia para establecer definiciones propias y establecer la lista de industrias a partir del modelo generado por Reino Unido en otros países, destacándose Hong Kong, Singapur, Taiwan, Corea y China; cabe resaltar que estos países adaptaban sus condiciones locales al establecer el modelo impuesto por Reino Unido. (BOP Consulting, 2006)

Unos años después, el autor John Howkins con su libro "The Economy Creative: How people make money from ideas" da relevancia a la propiedad intelectual dentro de la economía creativa, y a este concepto en sí mismo, como un factor de crecimiento económico, al incorporar un ámbito de negocios dentro las actividades creativas. Su obra logra potencializar la economía creativa basándose en ideas de las Industrias Creativas, las Industrias Culturales, las ciudades, clusters y clases creativas, en base al valor económico de los productos culturales en base a la creatividad, la innovación y la propiedad intelectual al ser combinadas con factores como la industria, la economía y el mercado. (Howkins, 2001)

Simultáneamente, en el año 2000 la ONU junto con la UNESCO emprenden un estudio en el que buscan estimular el sector productivo por medio de recursos y actividades del sector creativo y cultural, debido a que estos sectores demostraban tener potencial económico como soluciones alternativas a las dificultades económicas y sociales. Estos estudios se materializaron por medio de informes elaborados por la UNCTAD, PNUD Y UNESCO, argumentando que la economía creativa, y los factores que la componen, es uno de los sectores con mayor crecimiento gracias a su dinamismo y su capacidad de transformar diversos elementos de la economía como lo son: los recursos, el empleo, y las exportaciones. Un claro ejemplo de los informes sobre economía creativa más relevantes que se han publicado, han sido los de los años 2008 y 2010 (a través de la Oficina de las Naciones Unidas para la Cooperación Sur-Sur (UNOSSC), en asociación con la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) y el Centro de Comercio Internacional (ITC), junto con las comisiones anteriormente mencionadas) donde manifiestan el funcionamiento de la economía creativa como un sector económico transversal, refiriéndose al valor y la fortaleza de la misma, además de su potencial como motor de inversión. (Gomes, 2018)

Si bien se han mencionado diversos conceptos como: “Economía creativa”, “Industria cultural”, “Industria Creativa”, entre otros, es válido mencionar que la evolución de estos conceptos se ha ido generando a partir de agregados que integran las características de cada uno en materia de funcionamiento y sus potencialidades para la economía y la sociedad dentro del desarrollo, cada uno bajo análisis y contextos diferentes; sin embargo, para generar una definición general y aterrizada a lo que hoy en día se conoce como Industrias Creativas Culturales, se opta por la definición generada por la UNESCO a través del marco de estadísticas culturales en el año 2009 como “**Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial**” (UNESCO, 2009) donde la creatividad es el origen de cada bien, servicio o actividad que posee contenido cultural y artístico que sea dirigido a un mercado para el consumo del público, con características propias como: el uso de la creatividad como componente esencial de la creación; protección de los productos, servicios y actividades por propiedad intelectual; la integración del componente económico con el componente cultural y la innovación, entre otros. (UNESCO, 2017)

3.4.2 Economía Naranja:

La economía naranja, según el Banco Interamericano de Desarrollo, es el conjunto de acciones que condesciende que las ideas sean transformadas en productos y servicios donde su valor se basa en la propiedad intelectual y donde la creatividad y el talento es la base para generar competitividad en la economía global (Luzardo, Jesús, & Pérez, 2017).

La economía naranja no posee una única definición, sino que, a partir de sus componentes se le puede designar múltiples definiciones que se ajusten a sus propósitos políticos o de negocios, sin embargo, dentro de estas diferencias que se pueden encontrar en dichas definiciones se encuentra una zona común que está compuesta por la Economía Cultural y las Industrias Creativas. La Economía Cultural se entiende como el conjunto de actividades artísticas tradicionales, las Industrias Culturales Convencionales, y las actividades que se enfocan en la construcción de patrimonio cultural y su reproducción, mientras que las Industrias Creativas agrupan las Industrias Culturales Convencionales y el grupo de Creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software. Las agrupaciones anteriormente mencionadas contienen diversos sectores culturales y creativos, como las artes escénicas, visuales y de espectáculos; el turismo y patrimonio cultural material e inmaterial (correspondientes al grupo de Artes y Patrimonio); editorial y audiovisual (correspondiente a las Industrias Culturales Convencionales); diseño, software de contenidos y agencias de noticias (correspondiente a las creaciones Funcionales, Nuevos Medios y Software) (Restrepo & Márquez, 2013).

Para poder crear las actividades que componen la economía naranja es necesario hacer uso de la creatividad que es concebida como la materia prima de esta economía, y si bien se han generado múltiples cuestionamientos a partir de la atribución y el surgimiento de esta desde el sujeto, la UNCTAD, a través del Informe de Economía Naranja, ha construido tres categorías en torno a la creatividad. Se encuentra la creatividad artística que implica la imaginación y capacidad para producir ideas originales; la creatividad científica que se deriva de la investigación de fenómenos a través de la activación de la curiosidad para la experimentación y creación de soluciones para resolver problemas y la creatividad económica que se basa en los procesos que le fomentan la innovación tecnológica de producción, prácticas comerciales y mercadeo. (UNCTAD; PNUD , 2010)

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha agregado dos criterios a estos sectores en general a partir de dos caracterizaciones: las clases prioritarias de la economía naranja y a partir de ellas, la capacidad que poseen para mejorar la calidad de vida; dentro de la

primera se encuentran: arquitectura, artesanía, diseño, medios, moda, música, servicios creativos, software y plataformas digitales; mientras que en la segunda están presentes: el patrimonio cultural, el impacto social, el desarrollo urbano y de vivienda, medioambiente, educación, salud y bienestar. (Luzardo, Jesús, & Pérez, 2017).

En Colombia, a partir de la expansión y el crecimiento de la economía naranja se creó el Consejo Nacional de la Economía Naranja (CNEN) por medio del Decreto 0935 del 18 de octubre del 2018 con el fin de cumplir la función de ser el organismo consultivo y asesor del Gobierno Nacional, además de generar y formular los lineamientos políticos y coordinar las acciones institucionales para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa. Dentro del CNEN se encuentran diversas instituciones que lo componen; este está liderado por el Ministerio de Cultura y está conformado por el MinComercio, Mintrabajo, MicTIC, MinEducación, MinHacienda, MinInterior, DNP, DANE, DNDA, SENA y Findeter, apoyados por otros organismos como Innpulsa, Procolombia, Bancoldex, Colombia Productiva, entre otros. (MinCultura, 2021)

3.4.3 Gestión Del Conocimiento:

La gestión del conocimiento es entendida como un proceso de transformación en el que la información y los activos intelectuales se convierten en valor duradero para una organización, por medio de la conexión de dicho conocimiento con las personas involucradas de acuerdo a las necesidades encontradas; a partir de la aplicación de este conocimiento dentro de la organización es posible integrar, identificar, gestionar y compartir los activos de información que se han adoptado en los diferentes departamentos de la organización (Tasmin & Yap, 2010).

Otro concepto que es válido mencionar, se refiere a la habilidad que poseen las empresas para el incremento de conocimiento tácito y la creación de condiciones y mecanismos para que se genere un intercambio de conocimiento e información entre los empleados y las unidades de una organización (Lamont & Adams, 2003).

Bajo estas definiciones, Tasmin & Yap (2010), realizan una división del conocimiento en dos tipos, el conocimiento tácito y el explícito. El conocimiento explícito se refiere a todo el conocimiento que se encuentra formalizado expresado de manera escrita en datos, fórmulas científicas, especificaciones, manuales o libros que contengan información, debido a su facilidad para la codificación, mientras que el conocimiento implícito, se deriva del conocimiento personal, lo que incluye: ideas, experiencias, visiones, habilidades, entre otros. (Tasmin & Yap, 2010). Estos tipos de conocimiento deben estar acompañados de

procesos relacionados a la ejecución de actividades que estén dirigidas hacia la formulación y práctica de tácticas que favorezcan a la implementación de conocimiento dentro de la organización; de igual forma, la gestión de conocimiento también aporta a la consecución de objetivos específicos como la formulación de estrategias que permitan el desarrollo, la obtención y la implementación del conocimiento; suscitar la mejora continua dentro de los métodos de generación y ejecución de conocimiento; el seguimiento y la medición del impacto que genera la aplicación del conocimiento sumado a la optimización de recursos para los procesos de desarrollo y mejora de producto, entre otros. De esta manera la consecuencia de este conjunto de factores radica en la constante mejora continua de los procesos internos de la organización y la generación de innovación a partir de la acumulación y aplicación de conocimiento que aporte al incremento de las ventajas competitivas.

En las organizaciones, la gestión del conocimiento también resulta ser dependiente del conocimiento que se tenga del sector y de la intervención dinámica dentro del mismo, para incrementar la curva de aprendizaje de la organización y de manera simultánea sus habilidades y sus capacidades. Dentro del mismo también se presenta la creación de nuevo conocimiento y su difusión dentro de la organización para ser materializado en productos o servicios, lo cual corresponde a la construcción de su propio Capital Intelectual. (Herrera, Quejada, & Payares, 2011)

El Capital Intelectual derivado de la gestión de conocimiento, se compone de: el capital humano que comprende el conocimiento tácito y explícito que poseen las personas, así como la agrupación de competencias y capacidades para aprender de los equipos de trabajo; el Capital Estructural se basa en: el conocimiento que ha sido captado e institucionalizado por medio de los procesos, cultura y estructura de la organización; y el Capital Relacional se compone del conjunto de conocimientos obtenidos a través de las relaciones que se tiene con actores del entorno que generan valor dentro de la organización. (Euroforum, 1998)

3.4.4 Propiedad Intelectual:

Según Juan Pablo Canaval Palacios en su Manual de Propiedad Intelectual, "**la propiedad intelectual es la propiedad o dominio que recae sobre cosas inmateriales o incorpóreas, tales como las ideas o pensamientos producto del intelecto, imaginación, genialidad o talento de las personas**" de tal manera que el valor de una idea no es el mismo que el de un bien físico, y de igual forma su derecho a ser

comercializado. En términos legales, la propiedad intelectual posee leyes especiales que la regulan y la protegen a parte de lo que se conoce como propiedad ordinaria como bien lo menciona el inciso 2 del artículo 671 del Código Civil.

La propiedad intelectual posee dos categorías de acuerdo con el campo donde se de origen a la creación, de esta forma se puede referir a los derechos de autor o a la propiedad industrial. En los derechos de autor se refiere a los derechos que poseen las obras artísticas, literarias o científicas que han sido creadas por autores gracias a su invención y talento; principalmente, la propiedad intelectual acoge estas obras debido a que su creación se fundamenta en ideas, imaginación y talento, siendo estos factores cosas inmateriales que generan valor.

Por otro lado, la propiedad industrial se refiere a todas la creaciones que puedan ser aprovechadas en el comercio o aplicadas en las industrias, sin embargo, la protección recae sobre la invención solo si esta posee un avance tecnológico o científico que pueda ser aplicado a la industria o al comercio; estas a su vez se pueden dividir a partir de dos características: las nuevas creaciones, son aquellas que son inventadas en su totalidad y que marquen un avance dentro de su aplicación; mientras que los signos distintivos, son las distinciones que genera una organización para identificarse de manera individual en el comercio y de igual forma, tengan una utilidad científica o tecnológica dentro de su aplicación (Palacios, 2008).

En la actualidad resulta ser válido afirmar que el valor de la propiedad intelectual en ocasiones es mayor al de los activos físicos de una industria, y de igual forma, las industrias que se basan en la propiedad intelectual poseen mayor valor que las industrias tradicionales. Esto se ha generado debido a la transformación que ha sufrido la economía, en donde el valor se movilizó desde las industrias pesadas hacia las industrias del conocimiento que generan utilidades a partir de sus ventas y regalías. De igual forma, dentro de las organizaciones también se ha transformado la manera en que se contabilizan los activos dentro de la misma, pues, no solo se tiene en cuenta los activos físicos, sino también los activos de propiedad intelectual que repercute en la creación de productos y servicios a partir de la inventiva y la creatividad.

En materia cultural, la globalización ha permitido que la cultura se integre al comercio a través de la inserción de bienes y servicios culturales al mercado global, lo cual ha generado grandes contribuciones en términos de utilidad al sector cultural. La propiedad

intelectual ha protegido contenidos que han sido creados a través de obras literarias o artísticas, bajo un respaldo internacional por el Convenio de Berna para la protección de Obras Artísticas y Literarias, adicionalmente, es importante mencionar el reconocimiento de los derechos conexos a nivel internacional que son protegidos por medio de la Convención de Roma sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismo de Radio fusión, debido a la importancia aportada a las cadenas de valor de las industrias culturales cuando se trata de interpretación, ejecución, comercialización y comunicación de las creaciones artísticas y literarias originales. (Lopez, 2005)

La Propiedad Intelectual posee otros arquetipos con los que es posible identificar características propias de la protección de las creaciones de las Industrias creativas culturales, como lo son: los derechos de autor, que protegen la propiedad de un autor cuando ha sido plasmada por medio de música, piezas sonoras o escritas, durante la vida del autor y un tiempo después de su muerte dependiendo del país; las patentes: que se refieren a la concesión de derechos exclusivos de comercialización de productos o procesos durante un tiempo determinado al demostrar que la creación es innovadora y única; las marcas registradas: brindan protección a partir del uso del nombre, logo o símbolo que representa a una organización o un producto determinado, con el fin de evitar la falsificación y la comercialización de dichos productos a estafadores bajo la imagen de una organización de terceros; y finalmente, el diseño: que se interpreta como la protección del uso de formas o diseños originales de individuos u organizaciones a partir de su registro para contar con un tipo de protección legal (Newbiggin, 2010).

3.4.5 Exportación De Servicios:

La exportación de servicios, en base a la globalización y sus efectos, se puede entender como aquella relocalización de métodos de negocios que se caracterizan por poseer altos volúmenes de producción, intensidad dentro de la mano de obra y la capacidad de generar soporte a otros países con disponibilidad de recursos para generar mayor competitividad y calidad; como componente principal, la exportación de servicios busca establecer una inclusión de talento en base a la oferta de habilidades globales para generar una difusión de conocimiento desde cualquier ubicación geográfica. Dentro de los beneficios que brinda la exportación de servicios, se puede encontrar: optimización de recursos, flexibilidad estratégica, mejora continua en la calidad de los procesos, accesibilidad a tecnología y personal calificado, entre otros. (Fadda, 2013)

La OMC (Organización Mundial del Comercio), por medio del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) presenta cuadro modalidades en las que se puede generar la exportación de servicios.

La primera modalidad se refiere al **comercio transfronterizo**, donde una unidad (organización o persona) de un país recibe servicios del extranjero por medio de su infraestructura tecnológica (e-mail, SAAS, Cloud, Voz IP, entre otros); dentro de los servicios que se encuentran en esta modalidad se puede referir a la consultoría, informes de investigación de mercado, capacitación virtual a distancia, entre otros.

La segunda modalidad el cual tiene por nombre **consumo en el extranjero** se basa en que los consumidores nacionales se trasladen al extranjero a recibir un servicio determinado; esto se puede generar a través la modalidad de turistas, pacientes o estudiantes.

La tercera modalidad se presenta a través de la **presencia comercial**, es decir, el servicio es brindado en el país nacional por medio de una filial, oficina de representación o sucursal que se de una empresa de propiedad y control extranjero que se haya establecido en el territorio nacional de otro país.

La cuarta modalidad, se refiere al **movimiento de personas físicas** para la prestación de un servicio extranjero en el país consumidor de manera temporal, bajo su propio nombre o en nombre de un empleador, de tal manera, que dentro de esta modalidad se encuentran dos tipos de personas: los trabajadores independientes y los empleados. (OMC, 2015)

Con relación a las Industrias Culturales Creativas en Colombia, la exportación de la Economía Naranja se ha generado en 58 países por un monto de USD \$246, 2 millones entre el 2018 y 2019, donde los subsectores con mayor participación fueron: el audiovisual, contenidos digitales, software y servicios de TI, donde los principales compradores fueron Estados Unidos con valor de USD \$16,6 millones, Argentina con un valor de USD \$58,7 millones, Ecuador con un valor de USD \$ 16,6 millones y Perú con un valor de USD \$11,7 millones. En todas estas transacciones realizadas, el país ha estado promocionando el sello de Colombia Crea, como una insignia de creatividad y talento colombiano dentro de la industria que empodere y diferencia la identidad de los emprendedores y empresarios de este sector, tanto público como privado. (PROCOLOMBIA, 2019)

4. Metodología

La presente investigación se basa en un enfoque cualitativo y cuantitativo debido a la profundización y definición que se trabaja con respecto al análisis integral del Street Dance como parte del subsector de danza de las ICC y a su vez de la Economía Naranja en torno a las posibilidades de exportación de talento para la contribución al crecimiento económico. De igual forma, se realiza una observación de las ICC y de la Economía Naranja en base a su crecimiento e importancia en la economía nacional por medio de la Cuenta Satélite de Colombia como sistema de información económico que recoge la valoración económica del sector cultural y creativo del país.

Se hará uso del tipo de investigación exploratorio y descriptivo con el fin de examinar la problemática que ha sido poco estudiada para brindar una investigación más completa con respecto al contexto determinado; de igual forma, se busca agrupar características y factores que se encuentran inmersos en el sector del Street Dance, tanto a nivel cultural como a nivel comercial refiriéndose a dos aspectos relevantes: el primero dirigido hacia las diversas problemáticas que afectan al sector y el segundo hacia a las oportunidades comerciales en las que se ha involucrado el Street Dance al brindar una propuesta de valor para diversos sectores.

La recolección de la información cuantitativa se hará a través de la recopilación de datos brindados por diversas entidades (como el DANE, Procolombia, Cámaras de Comercio, Ministerio de Cultura entre otras) por medio de informes e investigaciones que se hayan realizado dirigido hacia las ICC y Economía Naranja; además de la recolección de información cualitativa por medio de entrevistas hacia los exponentes más relevantes del Street Dance en Colombia en ámbitos culturales y comerciales, así como encuestas dirigidas hacia bailarines de este sector se realizará la recolección de datos cualitativos con el fin de visibilizar el potencial que ha tenido el Street Dance a nivel comercial y su posibilidad de exportación, además de evidenciar las diversas problemáticas que se han tenido que afrontar en la construcción de la propuesta de valor.

Finalmente, con la información recolectada se estructura un plan de exportación de Street Dance basado en cartillas de exportación de servicios de Procolombia y de factores a tener en cuenta para el crecimiento y emancipación del mismo, a partir de su cadena de valor, en diversas formas, como: propiedad intelectual, transferencia de conocimiento, alianza con otros sectores y finalmente la exportación del mismo.

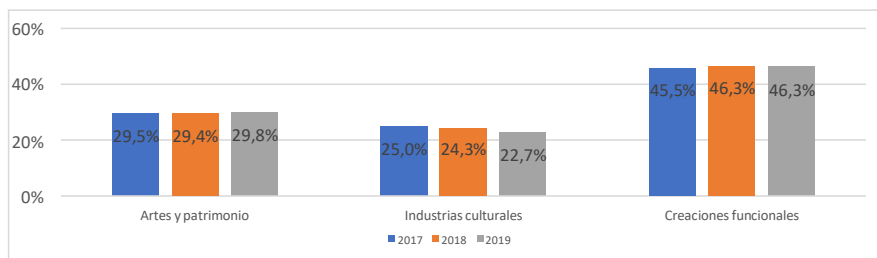
5. Resultados

5.1 Análisis Integral Del Sector

La Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja permite la medición del valor agregado que proporcionan las acciones económicas inscritas a la cultura y a la economía naranja, a través de la creación, producción y comercialización de bienes y servicios de carácter cultural y creativo, a la economía del país.

Dentro del proceso productivo de las actividades económicas que se encuentran dentro de las Industrias Creativas Culturales y la Economía Naranja, se logran distinguir tres grandes áreas: artes y patrimonio, industrias culturales, y creaciones funcionales; en donde cada una ha generado un valor agregado como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfica 1 Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja. Participación porcentual del valor agregado de las áreas de cultura y economía naranja.

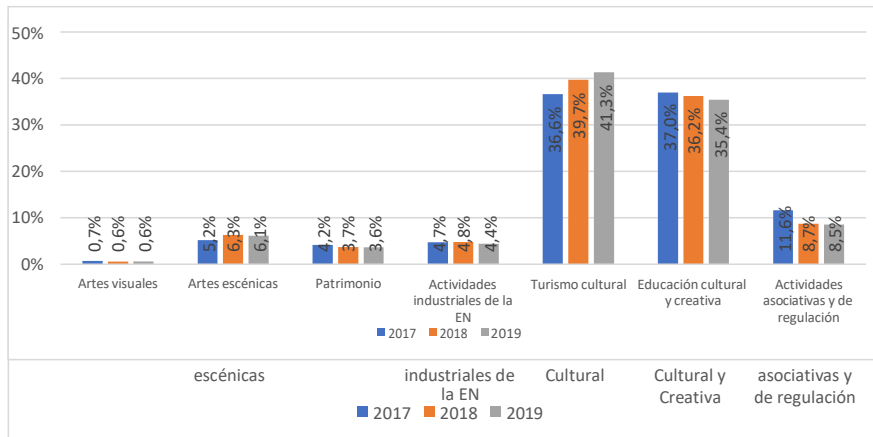


Fuente: (DANE, 2020)

Como volumen general, el valor agregado para el año 2019 creció 1,6% con respecto al año anterior, en donde la mayor contribución la tuvo el área de creaciones funcionales con un 46,2%, seguido del área de artes y patrimonio con 29,8% y finalmente las industrias culturales con 22,7%.

De manera específica y en base al objeto de estudio de la presente investigación, uno de los sectores más competitivos dentro de la economía naranja ha sido el sector de artes y patrimonio, el cual es compuesto por siete subsectores, de tal manera que el valor agregado que aportó cada uno se relaciona en el siguiente gráfico.

Gráfica 2 Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja. Participación porcentual del valor agregado del área artes y patrimonio.



Fuente: (DANE, 2020)

Según la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja, en la sección de Resultados del área artes y patrimonio, para el 2019 se evidenció un crecimiento en este subsector de la Economía Naranja del 3,6% con respecto al año anterior, generando una composición de valor agregado del 29,2%. Según el Gráfico No.2 dentro de ese crecimiento, el sector de las artes escénicas tuvo una representación porcentual del 6,1%, ocupando el cuarto lugar de la contribución de los sectores en el área de artes y patrimonio. Este subsector, que acoge a la danza dentro de las actividades que lo componen, demuestra tener un rendimiento sin impactos relevantes dentro del área, pues, a comparación del sector de Turismo Cultural y de la Educación Cultural Creativa su contribución al valor agregado del sector es mínima al aportar tan solo 483.065 millones de pesos a un total de 7.896.133 millones de pesos.

Sin embargo, en las ICC dentro de sus sectores, se promueve la generación de empleo como uno de los factores esenciales para el funcionamiento y crecimiento de los subsectores. Según el DANE, el sector de 'Artes y patrimonio' para el año 2019 generó una ocupación en la población de 300.471 personas, mientras que en 2018 fue de tan solo 288.079 personas; de igual forma, dentro de la ocupación del 2019, 184.289 son personas independientes y 116.182 son personas asalariadas, mientras que para el año

2018, fueron de 185.618 y 102.461 personas respectivamente. Estas cifras, demuestran que dentro del sector de Artes y patrimonio el acceso al empleo cada año se incrementa, además de resaltar que el número de personas ocupadas de la población que se dedican a este sector son en su mayoría personas independientes, por lo que muestra una tendencia sólida hacia el emprendimiento dentro de las actividades económicas que componen dicho sector en base a razones distintas a la necesidad, lo cual facilita su crecimiento en el ecosistema y aumenta sus probabilidades de supervivencia dentro del mercado.

Si bien el sector de Artes y patrimonio ha representado una dinámica favorable en cuestión de generación de empleo, es de suma importancia generar incentivos dirigidos a la creación de empresas, a los emprendimientos y a las pymes establecidas para generar una proyección sólida en cuestión de creación de empleo y el surgimiento de empresas empleadoras, además de propiciar un ambiente favorable para los emprendimientos que estimule el progreso de la economía naranja.

La visibilidad de las actividades involucradas dentro del sector de Artes y patrimonio se da en su gran mayoría, por medio de espectáculos públicos que bien pueden ser promovidos por el sector público o el sector privado. De manera general, dentro de las actividades que tuvieron mayor presencia por medio de espectáculos públicos en el 2019 fueron: el teatro con un 45%, los espectáculos de música con un 33% y espectáculos de danza con el 8% respectivamente.

Tabla 1 Número de espectáculos públicos registrados por tipo de espectáculo

Tipo de evento	2017	2018	2019
Teatro	2.626	5.033	6.867
Música	3.389	3.896	5.038
Danza	593	852	1.177

Fuente: Ministerio de Cultura (2019)

La danza se encuentra en el tercer lugar con 1.177 eventos públicos realizados en el 2019. Si bien se encuentra en el tercer lugar dentro de las actividades que tuvieron mayor presencia en los espectáculos públicos, su incremento con respecto al año anterior deja ver la competitividad que está teniendo el sector, además de una mayor oferta de espectáculos, lo cual genera de manera simultánea mayor visibilidad y valor agregado en términos de consumo para el sector de Artes y patrimonio.

Tabla con formato

Otro factor para tener en cuenta, que contribuye al valor agregado de la economía naranja, tiene relación con los productos derivados de Investigación + Creación. En el área de Artes y patrimonio, para el año 2019, las Obras o productos de arte, arquitectura y diseño representaron un 95,94% del total de la producción del área en general y de manera específica, en la sección de humanidades se concentró el 97% de dicha producción, donde el área de conocimiento referente a la danza o artes danzarias representó un 4,9% de dicho total. Esta tasa demuestra que el área y la disciplina de la danza o artes danzarias no genera grandes cantidades de productos en base a la Investigación+Creación debido a problemáticas estructurales como: informalidad dentro del sector, bajo presupuesto para la investigación y la adopción de modelos que materialicen las creaciones artísticas generadas.

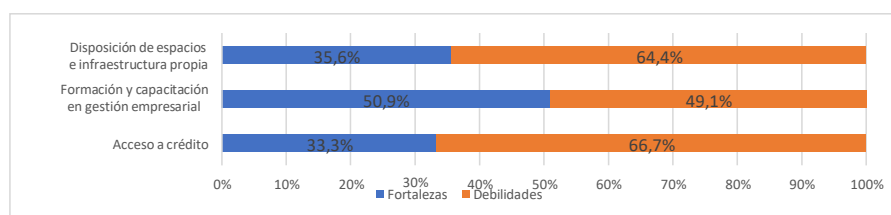
Bajo los mismos lineamientos empresariales y para generar un espectro más específico, se tomará como ejemplo la ciudad de Bogotá D.C. Según la caracterización de las Industrias Culturales y Creativas de la Cámara de Comercio de Bogotá, las empresas en el sector de las artes escénicas (que acogen el sector de la danza) no superan los cinco años de edad con una representación del 46,8%, mientras que el 38,4% de empresas tienen más de diez años dentro del ecosistema. Adicionalmente, dentro de estas empresas, se menciona que en promedio tan solo cinco personas dentro de las mismas poseen contrato formalizado, cuando se trata de empresas empleadoras lo cual deja una muestra del crecimiento que se presenta en términos de creación de empleo, pero, aun presentándose de igual forma una alta tasa de informalidad.

En términos comerciales, los ingresos del sector de las artes escénicas presentan un resultado binario en base a dos oportunidades: los ingresos por actividades del mismo sector, o ingresos por actividades de otros sectores. Si bien los ingresos por actividades del mismo sector, en el 2018, presentó ser de un 55,1% del total de ingresos, el 44,9% corresponde a los ingresos por actividades de otro sector, lo cual deja en evidencia la versatilidad y la integralidad del sector de las artes escénicas para vincularse a otros sectores y así generar oportunidades que incrementen su aporte al desarrollo y crecimiento económico del sector. Por otro lado, es importante mencionar que, en los eslabones de la cadena de valor que posee el sector de las artes escénicas y todas las actividades involucradas, el 68,7% se dedica a la creación y producción o edición debido a la naturaleza de las actividades, pues constantemente el sector está creando y produciendo obras artísticas de diversas temáticas; en el caso del sector de la danza, los

coreógrafos y los intérpretes son los encargados de la creación de las obras y/o muestras artísticas. De igual forma, se evidencian falencias en los eslabones de comercialización, circulación y formación siendo de 5,8%, 4,4% y 8,1% dentro de la cadena de valor, pues esto repercute en factores como: visibilidad del sector, articulación de manera eficiente en campos comerciales de manera independiente o articulada con otros sectores, y cualificación de los artistas inmersos dentro de las disciplinas que agrupa el sector de las artes escénicas.

Bajo los elementos estructurales más relevantes que componen el sector de las artes escénicas que afectan de manera directa su desempeño, desarrollo y crecimiento dentro de las ICC, se pueden destacar los siguientes en el gráfico 3.

Gráfica 3 Elementos estructurales basados en fortalezas y debilidades del sector de las Artes Escénicas en Bogotá.



Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá - Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. Cámara de Comercio de Bogotá (2018). Cálculos SCRD.

Los factores que mayores debilidades presentan dentro del área de artes escénicas se refieren al acceso a crédito y a la disposición de espacios e infraestructura propia con un 66,7% y un 64,4% respectivamente; si bien estas debilidades se concretan en el sector de la danza, es válido afirmar que el acceso a la financiación resulta presentar grandes debilidades debido al alto grado de informalidad dentro del sector, la falta de capacidad de endeudamiento o la carencia de capacidades que demandan las entidades financieras para brindar créditos a las personas naturales y jurídicas que hacen parte de esta actividad económica de las ICC; por otro lado, el factor basado en la infraestructura propia se puede atribuir a la incertidumbre y de la inestabilidad del mercado para los bailarines y coreógrafos, además de mencionar nuevamente la informalidad dentro de los empleos generados.

Bajo las repercusiones que causan dichos problemas estructurales para el desarrollo y el crecimiento del subsector de las artes escénicas, además de disminuir el acceso a óptimas condiciones y espacios de formación y circulación que requiere propiamente las disciplinas involucradas, el sector empresarial aplicado al subsector también se ve afectado en términos de sostenibilidad dentro del mercado al tener restricciones dentro de la financiación y estar expuesto a limitaciones de circulación, promoción y reconocimiento dentro de la economía nacional. El sector empresarial, según el estudio hecho por Confecámaras y aplicando un modelo de medición semi-paramétrico, el 50% de las empresas creadas durante sus primeros tres años de operación son cerradas durante este periodo, sobre todo, en los emprendimientos liderados por personas naturales, donde la tasa de fracaso es correspondiente a un 40% debido a la suma de los factores anteriormente mencionados; sin embargo, para las empresas que logran sobrevivir superando los tres años de operación, el sector de las artes y el patrimonio posee una tasa de 34,6% de firmas que se mantienen en el mercado debido al alto consumo que se presenta en la actualidad y su constante articulación como sector sin enfrentarse a un mercado saturado con un gran número de empresas que se desarrollan la misma actividad económica. La supervivencia empresarial en este tipo de empresas se ve determinada por factores como: tamaño, sector al que pertenece la firma, fuentes de financiamiento, orientación al mercado y capacidad de generar empleo formal, de tal manera que, si una empresa se concentra en aumentar progresivamente los estándares de los factores anteriormente mencionados de manera coordinada, además de integrarse a sectores estratégicos como Clusters y alternativas de financiación, la probabilidad de supervivencia será de aproximadamente un 54,4%, y si adicionalmente, genera procesos de exportación su probabilidad podrá incrementar a un 79,4% de supervivencia.

En el caso de Medellín, según la Cámara de Comercio de Medellín, para el 2019 las ICC fueron las responsables de generar aproximadamente 33.000 puestos de empleo, pues, al igual que en Bogotá y como se ha visto a lo largo de la investigación se ha ido generando un aumento en la creación de empresas dedicadas a la economía naranja, por lo que para el mismo año, en esta ciudad, se registraron 531 empresas nuevas, donde el 95,3% de estas corresponden a ser microempresas, 3,8% a ser pequeñas empresas y el 0,9% restante a ser medianas empresas. Para las actividades del subsector de las artes escénicas se encontró que habían 360 empresas, además de mencionar que a nivel estratégico, este subsector se encuentra inmerso en el Cluster de Turismo de Negocios;

no obstante, las ICC en Medellín posee problemáticas como: la alta informalidad dentro de los trabajos creativos, carencias en los factores gerenciales y administrativos de las empresas culturales y creativas, falencias dentro del fomento a los emprendimiento culturales, debilidad al momento de generar apertura de mercados y desconocimiento de factores clave como la normatividad sobre los derechos de autor.

Tomando referencia el campo de las exportaciones de las ICC, estas han estado generando ingresos por más de USD \$246 millones entre el 2018 y el 2019, según datos de Procolombia, los principales compradores han sido Estados Unidos, Argentina, Ecuador y Perú, mientras que, el departamento a nivel nacional que ha estado liderando las exportaciones ha sido Bogotá con un valor aproximado de USD \$154,3 millones, seguido por Valle del Cauca con ventas de USD \$39,5 millones, Antioquia con ventas de USD \$26,7 millones, entre otros; sin embargo la mayoría de estas exportaciones se generaron en actividades relacionadas al sub sector audiovisual, contenidos digitales, software y servicios de TI, lo que deja en evidencia que el sector de Artes y patrimonio no ha logrado tener mayor participación dentro de las exportaciones de las ICC debido a una falta de visibilización de los servicios involucrados dentro de las actividades que acoge el sector (sobre todo en el sector de la danza y como objeto de la presente investigación, del StreetDance), además de un apoyo gubernamental que promueva la competitividad del sector en las mismas ciudades que se mencionaron anteriormente.

Si bien las exportaciones generan mayores ingresos para las empresas que realizan estos procesos, además de generar una mejor calidad laboral, también se ve involucrado la mejora de la imagen del país, el posicionamiento de Colombia como un fuerte proveedor de productos y servicios creativos y culturales a nivel mundial, y la atracción de inversiones, además de otros factores como el turismo.

Un propósito que posee la promoción de exportaciones de las ICC en Colombia es posicionar el sello Colombia Crea como una marca nacional de creatividad y talento de los colombianos, con el fin de promover y fortalecer la identidad de las organizaciones y emprendimientos que se enfocan en las actividades económicas de las ICC, además de articular al sector público con el sector privado. Este propósito no solo lograría la identificación del talento colombiano en el escenario internacional como un sector competitivo con una identidad bajo la marca país, sino que, a nivel nacional, promovería la dignidad del sector cultural y creativo como un agregado que tiene impactos relevantes en los campos económicos, sociales y culturales del país. Es importante resaltar que, para el

2022 se tiene la meta de posicionar a Colombia entre los primeros 20 países exportadores de servicios a nivel mundial.

5.2 Identificación De Oportunidades

Para la recolección de datos enfocados netamente hacia el sector del Street Dance se realizó una búsqueda de las escuelas de formación en Street Dance más relevantes de las ciudades dónde la práctica, la circulación y la promoción de esta danza se encuentran consolidadas y posicionadas dentro del ecosistema, además de ser gestoras no solo de programas de formación en esta técnica sino de eventos y proyectos culturales y comerciales para la visibilización y articulación del StreetDance en aspectos culturales, económicos y sociales.

Adicionalmente, se realizaron cuatro entrevistas con grandes exponentes del StreetDance provenientes de la ciudad de Bogotá, quienes han tenido una gran trayectoria en el sector cultural y comercial ejerciendo el StreetDance como práctica a nivel nacional e internacional; los cuestionamientos realizados tienen como fin generar aspectos claves dentro del sector del StreetDance para impulsar el potencial del sector tanto a nivel cultural como a nivel económico, identificar las principales falencias y debilidades, además de sentar premisas relevantes para la viabilidad de exportación de esta práctica. De igual forma, se generó una encuesta dirigida hacia una muestra de 40 bailarines profesionales de Street Dance en Bogotá y en Medellín que han evidenciado el crecimiento de esta disciplina a nivel nacional y que han ejercido la práctica del Street Dance en diversos campos comerciales y culturales, generando reconocimiento por la ciudad a la cual pertenecen y por su mismo nombre.

En el caso de Medellín, según la Cámara de Comercio de Medellín, para el 2019 las ICC fueron las responsables de generar aproximadamente 33.000 puestos de empleo, pues, al igual que en Bogotá y como se ha visto a lo largo de la investigación se ha ido generando un aumento en la creación de empresas dedicadas a la economía naranja, por lo que para el mismo año, en esta ciudad, se registraron 531 empresas nuevas, donde el 95,3% de estas corresponden a ser microempresas, 3,8% a ser pequeñas empresas y el 0,9% restante a ser medianas empresas. Para las actividades del subsector de las artes escénicas se encontró que habían 360 empresas, además de mencionar que a nivel estratégico, este subsector se encuentra inmerso en el Cluster de Turismo de Negocios; no obstante, las ICC en Medellín posee problemáticas como: la alta informalidad dentro de los trabajos creativos, carencias en los factores gerenciales y administrativos de las empresas, la baja calidad de los productos, el alto nivel de corrupción y los bajos niveles de innovación y desarrollo tecnológico.

Tabla 2 Academias de formación mejor posicionadas en las ciudades principales

~~-Adicionalmente, se realizaron cuatro entrevistas con grandes exponentes del StreetDance provenientes de la ciudad de Bogotá, quienes han tenido una gran trayectoria en el sector cultural y comercial ejerciendo el StreetDance como práctica a nivel nacional e internacional; los cuestionamientos realizados tienen como fin generar aspectos claves dentro del sector del StreetDance para impulsar el potencial del sector tanto a nivel cultural como a nivel económico, identificar las principales falencias y debilidades, además de sentar premisas relevantes para la viabilidad de exportación del StreetDance. De igual forma, se generó una encuesta dirigida hacia una muestra de 40 bailarines profesionales de StreetDance en Bogotá y en Medellín que han evidenciado el crecimiento de esta disciplina a nivel nacional y que han ejercido la práctica del StreetDance en diversos campos comerciales y culturales, generando reconocimiento por la ciudad a la cual pertenecen y por su mismo nombre.~~

Ciudad	Academias de formación en Street Dance
Bogotá D.C	Proyecto Urban Dance
	Bureo Dance Studio
	LN7 Dance Studio
	The Game Dance Studio
	D-thre Studio
	Duncan Dance Studio
	Snap Dance
	Academia Vive Bailando
	DanceHolic Project
	Coarfu
	Efa Danza
	Cali
The New House	
Kidultz Dance Studio	
Urban Vibes Dance Crew	
Medellín	Elements
	The Big of The Street
	El Domo Dance Studio
	The Room
	Jungle

Fuente: Elaboración propia.

Las academias de formación en Street Dance mencionadas en la tabla anterior están posicionadas dentro del ecosistema a nivel distrital y a nivel nacional debido a su trayectoria, gestión cultural e interacción competitiva dentro del mercado debido a su propuesta de valor, reconocimiento de calidad y valor agregado en términos formativos. Dentro de estas academias se ofrece al público clases enfocadas hacia los estilos propios del Street Dance además de clases orientadas a estilos de índole comercial con elementos propios como: el performance y la puesta en escena del bailarín; en otras academias, como en el caso de Be Danza, Bureo Dance Studio, The Game Dance Studio, The New House, Proyecto Urban Dance, Kidultz Dance Studio y Elements ofrecen clases de técnica clásica y contemporánea, bajo la premisa de la integralidad que debe tener el bailarín dentro de su profesión y el desarrollo de habilidades de todo tipo.

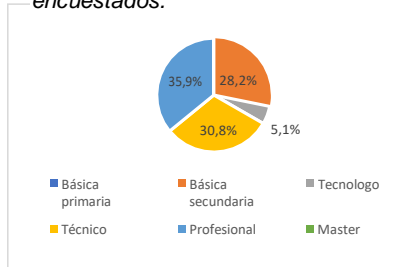
Otro factor que impacta de manera transversal el sector del Street Dance a nivel distrital y a nivel nacional es que estas academias se han encargado de generar espacios culturales para la visibilización de esta práctica por medio de eventos como: batallas de danza, conversatorios teóricos sobre la cultura, talleres formativos; y de igual forma se han encargado de articular esta disciplina a un ámbito comercial por medio de otros sectores económicos que serán mencionados a profundidad más adelante. Bajo la misma premisa de ser un actor fundamental para el sector, estas academias han generado empleo a múltiples bailarines profesionales dentro de sus instalaciones o han generado un apalancamiento para promover su talento a nivel nacional para generar oportunidades laborales; si bien el empleo que con mayor frecuencia se genera es referente a la docencia de la técnica, bajo estas academias se ha posibilitado el tránsito de diversos docentes a nivel distrital y a nivel nacional para la formación de bailarines e incluso han generado proyectos internos para efectuar la entrada de exponentes internacionales del Street Dance de tal forma que se logre estandarizar la información para la formación a nivel nacional y generar procesos de transferencia de conocimientos que aporten a la competitividad nacional.

Es importante aclarar que los esfuerzos y avances generados, por parte de las academias, para el posicionamiento del Street Dance a nivel nacional, han sido resultado de la inversión de recursos propios de las academias y gestión de los directores para efectuar actividades culturales de duración limitada (batallas, seminarios, encuentros nacionales de freestyle), de duración permanente (programación artística, iniciativas de creatividad artística en producción de servicios), fortalecimiento cultural de poblaciones específicas, con el fin de promover el desarrollo cultural y comercial del mismo, además de la actuación conjunta como sector.

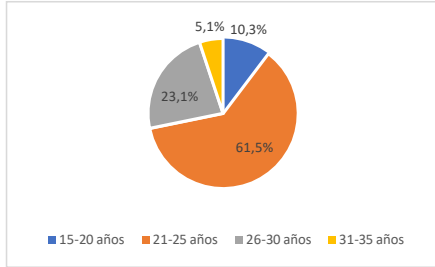
5.2.1 Recolección de datos por medio de encuestas

La recolección de datos para la identificación de las oportunidades que han estado surgiendo dentro del ámbito comercial y cultural del Street Dance se realizó por medio de una encuesta dirigida a 40 bailarines profesionales de Street Dance de Bogotá y de Medellín que han basado su trayectoria profesional en ámbitos comerciales y culturales.

Gráfica 4 Nivel educativo de los encuestados.



Gráfica 5 Rangos de edad de los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

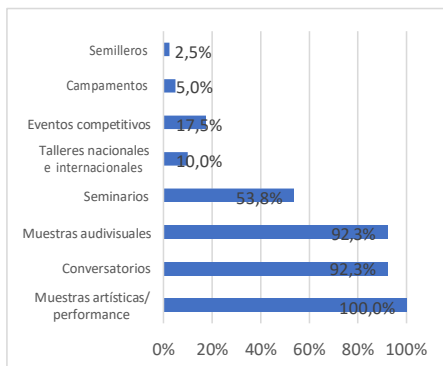
De la muestra tomada para la recolección de datos, el 61,5% de los bailarines profesionales tienen un rango de edad entre 21-25 años, seguido de un rango de 26-30 años equivalente a un 23,1% de los encuestados. De igual forma, se registra que el 35,9% de los encuestados cuenta con un nivel educativo profesional, seguido de un 30,8% con un nivel educativo técnico, lo que demuestra que la mayoría de los encuestados cuentan con un nivel educativo superior; por otro lado, en términos formativos del Street Dance, 43,9% de los encuestados iniciaron su formación en esta práctica desde hace 7-9 años, y el 35,9% de los encuestados hace 4-6 años, mientras que, tan solo 12,8% de los encuestados iniciaron su formación hace 10-12 años, y el 7,7% hace 13-15 años. Con respecto a la formación en Street Dance, estos bailarines han estado formándose de manera constante en la práctica acumulando una trayectoria formativa a nivel nacional, distrital e incluso internacional en base a diferentes programas formativos, seminarios, workshops y grupos de investigación independiente para fomentar la investigación, la visibilización, la articulación y dignidad cultural, e incluso la cualificación del desarrollo de habilidades del bailarín de Street Dance. Sin embargo, aunque las academias y los mismos bailarines con mayor trayectoria e investigación en esta práctica fomentan espacios de formación, aún se evidencia informalidad y desarticulación con programas académicos en instituciones de educación superior lo cual tiene repercusiones negativas en la valorización del Street Dance, ausencia de lineamientos pedagógicos formales enfocados a la práctica, repetición de esquemas que

no contribuyen a la construcción efectiva del pensamiento de la profesión, y la ausencia de mecanismos que validen los conocimientos esenciales de la práctica para el desarrollo de los actores que ofrecen procesos formativos.

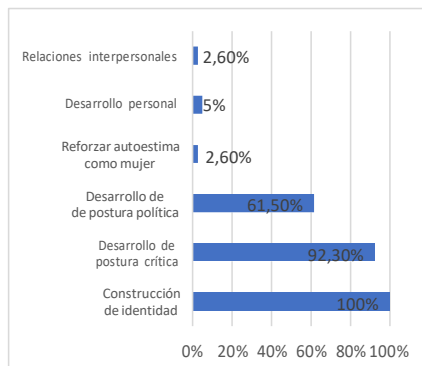
Fuente: Elaboración propia.

El Street Dance en el sector cultural se ha desempeñado en diversas actividades que han contribuido a su visibilización y fomento dentro de la comunidad. Dentro de las actividades en la que los bailarines han tenido participación con mayor frecuencia han sido las muestras artísticas/ performance con un 100% de participación de los bailarines encuestados, seguido de conversatorios y muestras audiovisuales con un 92,3% y seminarios con un 53,8%. Como ejemplo, en las muestras artísticas se puede referenciar el proyecto “Zigma Danza”, y las composiciones artísticas en espacios públicos; por otro lado, también se encuentran muestras audiovisuales por proyectos independientes o integrados a muestras artísticas, mientras que los conversatorios son de carácter formativo, de sensibilización, entre otros. Adicionalmente, el Street Dance ha tenido impacto social en los bailarines de manera transversal, pues el 100% de los bailarines encuestados han logrado construir su identidad a partir de la práctica, investigación e interiorización del Street Dance, mientras que el 92,3% y el 61,5% de los encuestados han desarrollado una postura crítica y política a partir de la práctica del Street Dance, pues involucra elementos culturales, políticos y críticos a partir del contexto del

Gráfica 6 Actividades culturales del Street Dance

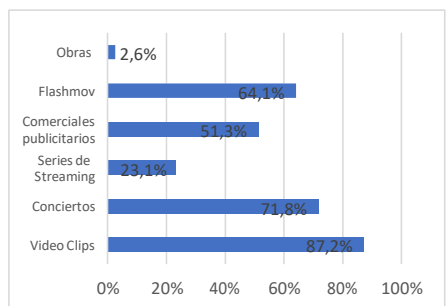


Gráfica 7 Impacto del Street Dance en los bailarines



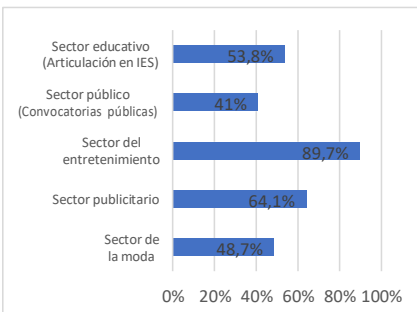
surgimiento de esta danza y su adaptabilidad a las particularidades de cada territorio.

Gráfica 9 Actividades comerciales del Street Dance



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 8 Sectores que han articulado al Street Dance

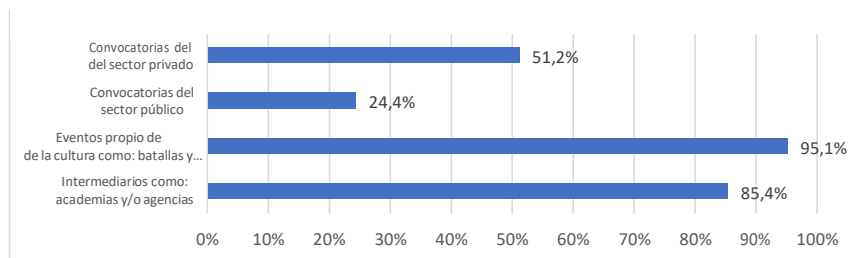


En el ámbito comercial, el Street Dance ha logrado visibilizarse por medio de video clips musicales de diversos artistas siendo la actividad en la que los bailarines profesionales encuestados han tenido más participación en un 87,2%, de igual forma, bajo el mismo sector artístico el 71,8% han participado en conciertos y el 51,3% en comerciales publicitarios. Esto demuestra que el Street Dance ha logrado articularse de manera efectiva, dentro del sector comercial, en eventos públicos y en el sector publicitario debido al alto impacto que genera en los espectadores y la visibilización que ha tenido el mismo en los medios digitales. Así mismo, según los bailarines encuestados, el Street Dance ha sido involucrado en otros sectores económicos como: sector del entretenimiento, sector publicitario, sector educativo y el sector de la moda. La demostración de esta integración del Street Dance han sido proyectos gestionados por las academias (en Bogotá las academias mejor posicionadas en el ámbito comercial son D-thre, PUD y Dunkan; en Cali Be Danza y en Medellín The Room, y Elements) que han entablado mecanismos de participación con las empresas de estos sectores económicos tales como: Falabella, Crem-helado, Margarita, Interrrapidísimo Croydon, Movistar, en términos publicitarios; en el sector del entretenimiento se ha articulado con artistas como: Chocquibtown, Greicy, Mike Bahía, Daniela Legarda y en el sector de la moda, se ha usado la imagen de bailarines de Street Dance en marcas como True.

Es claro que el Street Dance demuestra ser integral bajo las necesidades comerciales de diversos sectores económicos al adaptar la práctica y las formas de visibilización del mismo como un factor estratégico que ha permitido incrementar la valorización de la danza, y el posicionamiento dentro del ecosistema comercial como un aliado competitivo.

Si bien las academias y los gestores del Street Dance han logrado conectar esta práctica con los sectores anteriormente mencionados, se encuentran otros actores que de igual forma han sido relevantes para el desarrollo del Street Dance en ámbitos culturales y comerciales, dependiendo de su naturaleza, es decir, que las empresas o actores del sector privado han contribuido al desarrollo comercial, mientras que los actores del público poseen un índole de desarrollo cultural, y desde el mismo sector del Street Dance se ha evidenciado el desarrollo de ambos campos por eventos propios de la cultura implícita que se encuentra en la práctica.

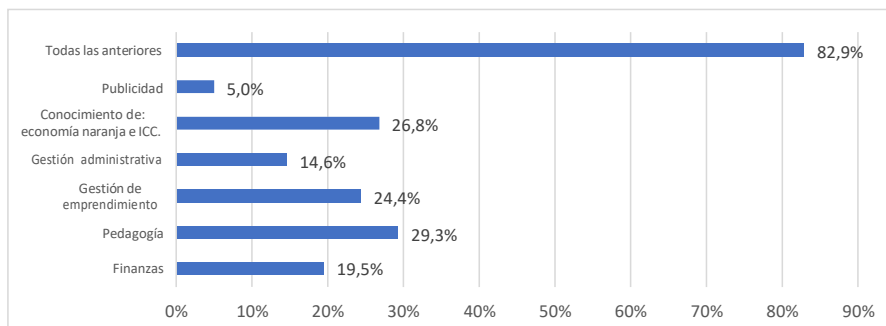
Gráfica 10 Factores que han propiciado el crecimiento a nivel cultural y comercial.



Bajo la perspectiva y la trayectoria de los bailarines encuestados, los actores y los factores que más han contribuido al crecimiento al desarrollo del Street Dance son los eventos propios de la cultura como: batallas y eventos independientes con un 95,1% e intermediarios como: academias y/o agencias con un 85,4%, si bien el sector privado posee un 51,2% de participación y se ha evidenciado un aumento dentro de la participación del Street Dance y de igual forma ha contribuido a su crecimiento y formalidad como sector, se sigue evidenciando que los factores que han aportado a la evolución del Street Dance están directamente relacionados con las actividades propias del sector, la gestión y la inversión de los recursos de los gestores y academias, mientras que factores como las convocatorias del sector público que podrían generar un mayor impacto en su desarrollo, circulación y visibilización tanto a nivel nacional como internacional posee una baja participación con un 24,4%.

El posicionamiento del Street Dance a nivel competitivo y como aliado estratégico de otros sectores depende de la propuesta de valor que se integre como sector a partir del valor agregado que posean los actores clave como: bailarines, academias y gestores culturales.

Gráfica 11 Aspectos que se deben tener en cuenta como valor agregado.



Fuente: Elaboración propia.

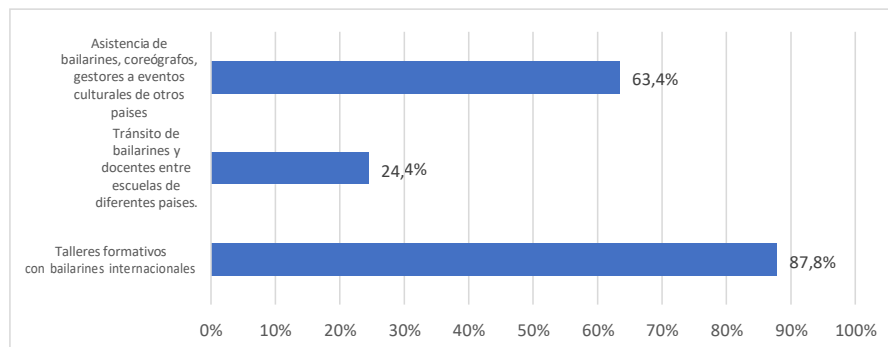
Esta propuesta de valor no solo responde a los beneficios que podrían recibir otros sectores como aliados estratégicos del Street Dance, sino también a los beneficios directos que reciben los actores dentro del sector al desarrollar su propuesta de valor, pues esto genera aspectos clave como la cualificación de los bailarines, la calidad del servicio que ofrecen las academias y bailarines, la circulación de la práctica dentro del territorio nacional, la supervivencia de las empresas que tienen por objeto actividades relacionadas a la práctica del Street Dance, aceleración de emprendimiento y generación de leads publicitarios de gran impacto.

Se determinó que el 82,9% de los bailarines encuestados consideran que factores como: pedagogía, finanzas, gestión de emprendimiento, conocimiento de la economía naranja y las ICC, además de publicidad, son relevantes para incrementar el valor agregado dentro de las habilidades del bailarín profesional para la auto gestión como profesional independiente dentro de la industria y para las academias como gestión empresarial que le permita aumentar el tamaño y capacidades de esta. Estos factores de manera transversal contribuyen a la valoración de la profesión del Street Dance al incrementar las propuestas y metodologías pedagógicas, al tener claros los rubros que un bailarín de cobrar dentro de la industria comercial para el cubrimiento de sus gastos profesionales y personales que le permitan tener una mejor calidad de vida, y la mejora de la gestión empresarial que permita incrementar la competitividad y consolidación dentro del mercado.

En el escenario internacional, el Street Dance colombiano se ha visibilizado mayormente por medio de competencias propias del sector como: el Hip Hop International y World of

Dance que son eventos de talla internacional abierto a la participación de grupos de Street Dance de todo el mundo, en donde Colombia ha sido representado por grupos de las academias anteriormente mencionadas. Por otro lado, esta visibilización también se ha generado por el tránsito de bailarines independientes a otros países en eventos culturales como las batallas de Street Dance, en donde la participación de estos han sido determinantes para que a nivel regional se esté posicionando el talento colombiano, mientras que, en el marco actual, los medios digitales han contribuido y han facilitado la visibilización del talento a nivel internacional, incluso generando mecanismos laborales como las clases en línea o talleres formativos. De los bailarines encuestados, el 56,1% considera que el Street Dance en Colombia es competitivo a nivel internacional, y el 34,1% manifiesta tal vez este sector en Colombia podría ser competitivo, mientras que el 9,8% opina que no es competitivo a nivel internacional; de igual forma el 56,1% considera que el Street Dance de Colombia se ha visibilizado a nivel internacional, mientras que tan solo el 19,5% de los encuestados manifiestan que no se ha visibilizado a nivel internacional y el 24,4% se mantiene en una posición de duda con respecto a la misma.

Gráfica 12 Alianzas estratégicas internacionales del Street Dance adoptadas con mayor frecuencia.



Fuente: Elaboración propia.

En Colombia se han adoptado diferentes mecanismos para establecer alianzas estratégicas internacionales en el sector del Street Dance que han tenido por objetivo la formación de los bailarines, el posicionamiento competitivo del talento nacional en eventos internacionales y la transferencia de conocimientos por medio del tránsito de bailarines a

escuelas internacionales. Estos aspectos no solo permiten traer beneficios para el sector nacional, sino también abre la puerta a entablar relaciones con actores fundamentales del Street Dance en otros países y así llegar a acuerdos tarifarios y propiciar la frecuencia de generar eventos entre los países que permitan la acogida de nuevas metodologías, prácticas y mecanismos para la competitividad del talento en ambos países.

El 87,8% de los bailarines encuestados considera que los talleres formativos con bailarines internacionales son el mecanismo que se ha optado con mayor frecuencia en Colombia, y el 63,4% considera que la asistencia de bailarines, coreógrafos y gestores a eventos de otros países es otro mecanismo que se ha adoptado como alianza estratégica, mientras que tan solo el 24,4% de los encuestados registra el tránsito de bailarines y coreógrafos entre escuelas de diversos países. La diferencia entre el primer factor y el último es el tiempo de estadía e interacción de los bailarines contratados, pues, en el primero se refiere a solo un día laboral, mientras que el último se genera bajo un tiempo prolongado con un plan progresivo de acción a implementar. En Medellín en academias como The Room y Jungle, y en Cali con Be Danza, han propiciado la importación de servicios de bailarines y coreógrafos de Street Dance con mayor frecuencia provenientes de México (como Jenny Pedraza, Luigy Barba, entre otros.) para la formación de bailarines nacionales a partir de sus metodologías, investigación pedagógica y prácticas que se consideran competitivas y con un alto valor agregado a nivel regional; mientras que, en términos de exportación varios bailarines a nivel nacional han sido contratados por dictar talleres de corta duración y ser jurados de eventos culturales en otros países debido a su trayectoria en el Street Dance.

Es importante reconocer que, para generar un aumento de la demanda a nivel internacional sobre el talento nacional, se debe incrementar la cualificación y la competitividad de los bailarines, coreógrafos y gestores en diversos aspectos que les permitan tener un buen desempeño a nivel internacional. Dentro de estos factores, el 82,9% de los bailarines encuestados consideran que se debe tener un alto grado de experiencia en ámbitos culturales del Street Dance (Batallas, Cypher, muestras culturales), y el 73,2% manifiesta la integralidad del manejo de otras técnicas dancísticas que complementen su proceso formativo y el desarrollo de sus habilidades; es decir, que el aumento de la demanda se puede generar a partir de la integración simultánea de estos factores. Otros factores que recomendaron los bailarines profesionales son: manejo de un

segundo idioma; desarrollo de identidad y autenticidad; cuidado del cuerpo; constante formación y disciplina en la profesión.

A lo largo del análisis de la recolección de datos se ha determinado que se han ejercido diversas actividades a nivel internacional, bien sea bajo la gestión de los bailarines o de las academias de formación, en torno al desarrollo del Street Dance, sobre todo en ámbitos culturales como la asistencia de eventos competitivos en diversos países o en términos formativos con la importación o exportación de bailarines y coreógrafos internacionales. Sin embargo, estos procesos y diálogos se han generado de manera informal, de tal manera que no se registra ante autoridades la importación o exportación de dichos servicios, sino solo se generan a través de un acuerdo entre las partes acordando condiciones básicas de la operación como: tiempo de estadía, condiciones de pago, condiciones de permanencia, entre otros.

Para la reforzar la premisa anterior, el 65,9% de los bailarines encuestados informa no tener conocimiento sobre los procesos de exportación, mientras que el 29,3% manifiesta conocer la existencia de este proceso, pero sin claridad de como llevarlo a cabo, y la menor cifra, que es de un 4,9% de los encuestados, informa tener pleno conocimiento de los procesos. Si bien el Street Dance se puede ejercer como un servicio de exportación bajo diferentes modalidades propios de la práctica y la cultura, también se puede llevar a cabo bajo la alianza de otros sectores económicos o de los mismos sectores acogidos por las ICC, de tal manera que habría que generar una adaptación y estructuración del Street Dance de acuerdo con los factores específicos que demande cada práctica, bajo este mismo planteamiento, el 65,9% de los bailarines encuestados no conocen la manera de articular la práctica como servicio de exportación, mientras que solo el 4,9% de los encuestados tienen pleno conocimiento de cómo generar dicha articulación; la ausencia de conocimiento por parte de los bailarines de como generar dicha articulación no solo genera que la DIAN no logre tener un seguimiento de las operaciones generadas y así tener un reporte oficial que de cuenta de la competitividad del sector en el mercado internacional y su contribución a las ICC, sino que también permite la fuga de oportunidades desde el exterior o la creación de las mismas al identificar mercados potenciales tanto ámbitos culturales, comerciales y dentro de los mismos sectores, como las giras musicales que generan los artistas, incluso la demanda de bailarines para series de streaming, además de actividades propias como talleres de formación y jurados de eventos competitivos.

Se ha planteado a lo largo de la investigación que la comercialización del servicio del Street Dance depende de su cualificación y de diversos factores que se deben tener en cuenta al momento de generar los rubros de cobro al vincularse a los diversos sectores como: entretenimiento, moda, publicitario, y demás; sin embargo, en el subsector de las artes escénica, la protección y comercialización de derechos de autor y distribución representa grandes cantidades de ingresos para esta industria, lo cual, también podría articularse al sector del Street Dance teniendo en cuenta que en esta práctica la creación de montajes coreográficos, sin importar la finalidad del mismo, es partir de la creatividad de los coreógrafos y de los bailarines involucrados en la creación del mismo.

La estabilidad laboral dentro de la profesión laboral dancística enfocada al Street Dance en el territorio nacional, posee diversas problemáticas de índole institucional, social y sectorial. Bajo la opinión de los bailarines encuestados, la mayoría manifiesta que en el marco actual, no se puede generar una estabilidad laboral sin importar el incremento de visibilización del Street Dance en ámbitos culturales y la frecuencia de vinculación a los sectores económicos. Sus opiniones se basan en los siguientes aspectos:

- El valor generado por parte de los bailarines al ofrecer sus servicios de creación coreográfica, interpretación, o docentes dentro del sector.
- La carencia de oportunidades laborales además de la difusión de estas; de igual forma, los cortos estímulos ofrecidos y la baja supervisión del Estado a las actividades ejercidas desde la práctica.
- Poca valorización y reconocimiento por parte de la sociedad hacia el Street Dance y su profesión dancística.
- En ocasiones, en ámbitos comerciales, los contratantes ofrecen una mala remuneración al bailarín de Street Dance y sin condiciones básicas amparadas por contratos laborales formales; además de generar múltiples exigencias hacia los bailarines para efectuar pagos.
- En la industria publicitaria y comercial, se presenta desinformación con respecto al oficio del bailarín, por lo que aún se mantienen cánones específicos de apariencia o la búsqueda de modelos lo que genera la búsqueda de alternativas a los bailarines de Street Dance de mala calidad.
- El bailarín debe involucrarse en diversos campos laborales como: interprete, coreógrafo, gestor cultural, entre otros, para aspirar a una estabilidad laboral, esto requiere de formación específica para el desempeño de cada especialización.

- Falta de profesionalización institucional y académica que genere una estandarización y formalidad de la información formativa y de las investigaciones generadas por bailarines independientes.
- Bajo algunas formas de ejercer, se pueden presentar diversos grados de estabilidad. Es decir, que la estabilidad laboral que brinda la dirección coreográfica no es la misma que brinda la interpretación o la docencia.
- Para los bailarines independientes, que ofrecen sus servicios bajo una modalidad de freelance, las oportunidades laborales suelen ser periódicas y momentáneas, con un alto grado de incertidumbre debido a la dependencia de oportunidades ofrecidas por sectores externos.

Y de igual forma, algunos bailarines manifestaron su opinión defendiendo que si se podría generar una estabilidad dentro del Street Dance bajo condiciones específicas como:

- La integración de una gestión empresarial adaptada a la gestión del Street Dance.
- La actualización constante de los servicios ofrecidos de acuerdo con las tendencias surgidas en la actualidad.
- Generar otro tipo de actividades que articulen el sector del Street Dance como práctica principal.

Las entrevistas se hicieron con el fin de obtener información más detallada y determinar puntos clave que permitan evidenciar el desarrollo del Street Dance en el ámbito comercial y cultural y su competitividad en el escenario internacional, además de inferir en las principales problemáticas que se encuentran presentes en el sector.

El primer pilar a tener en cuenta es la articulación del Street Dance en el sector comercial y en el sector cultural. En el ámbito comercial, se encontró que el Street Dance ha estado en espacios que han generado un reconocimiento y visibilización por la práctica y por el talento nacional (en el caso de las competencias), a partir de una cadena de valor que ha sido desarrollada por los principales gestores y exponentes de esta. Se ha evidenciado mayor articulación por el sector de la moda, audiovisual, entretenimiento y de publicidad, siendo los más frecuentes en la articulación de la práctica, y el sector público como uno de los menos frecuentes; adicionalmente, también se ha generado un aumento del emprendimiento con base a la práctica, difusión, formación y circulación del Street Dance como actividad principal. El sector del entretenimiento que involucra: shows en vivo y

producciones televisivas son los que generan mayor demanda del Street Dance al ser visto como un servicio de alta necesidad, mientras que, la articulación de otros sectores se debe a la constante evolución del impacto comercial que provoca el Street Dance en sus consumidores.

En el ámbito cultural, el Street Dance tiene un gran impacto en comunidades bajo una construcción social, pues esta práctica se ha utilizado en diversos campos sociales como una herramienta para la construcción de alternativas a problemáticas sociales en diversas comunidades de escasos recursos que ven en el desarrollo de la práctica un estilo de vida y una oportunidad para emprender su futuro. De igual forma, el Street Dance bajo su fundamento y su objetivo de creación, genera un sentido de revolución dentro de la comunidad que practica esta disciplina y se manifiesta por medio de la cultura, es decir, que esta práctica genera un sentido crítico a la realidad y al contexto social y cultural al que esté sometido la comunidad que practique y adopte la cultura. El Street Dance ha significado para muchas comunidades una manera de manifestación, reivindicación, empoderamiento, y visibilización por medio de la dignidad y la paz que se busca para una sociedad.

El siguiente pilar, es con referencia al campo laboral al que pueden ingresar los bailarines de Street Dance, pues, si bien se ha encontrado que existen diversas formas de ejercer la práctica como actividad profesional, esta debe ser percibida y ejercida bajo roles claros y determinantes a ejecutar (coreógrafo, director de puestas en escena, intérprete, docente, gestor cultural entre otras) para generar mecanismos que brinden formalidad y proyección por medio de objetivos específicos definidos a cada uno de los campos. Los factores que permiten el aumento de valorización del campo laboral del Street Dance de manera transversal se refiere a la formación constante en términos integrales, sin importar la profundización que se desee ejercer o las técnicas adquiridas, la articulación de otros conocimientos que aporten a la estructuración de proyectos para entidades públicas o privadas además del diseño de servicios bajo los costos operativos y estilo de vida del bailarín, mantener una unión dentro del sector con el fin de establecer diálogos que contribuyan a la mejora y estandarización de ofertas en base a parámetros laborales para el desarrollo laboral de cada una de las profundizaciones bajo condiciones dignas, la articulación de mecanismos y estrategias que permitan generar mayor visibilidad a eventos culturales dirigido a todo público, entre otros.

La mejora del desempeño del sector del Street Dance bajo su integralidad es el tercer pilar que se basa en determinar las problemáticas principales que han afectado el desarrollo, posicionamiento y competitividad del Street Dance. Las problemáticas se basan en diversos factores que se han replicado dentro de los ámbitos culturales, comerciales y formativos. En base al ámbito formativo, la pedagogía, la preparación física y el manejo de información presenta falencias bajo la sustentabilidad de la misma y el abordaje a procesos formativos continuos que contribuyan al estudio de la práctica en base a una recopilación de información con base en experiencias de ejecución e investigación y la calidad de la misma, adicionalmente el fácil acceso de diversos bailarines que aún no cuentan con habilidades pedagógicas a espacios de formación como docentes y la generación de ofertas laborales con bajos salarios o baja calidad de condiciones que afecta los procesos formativos, la formalidad del mercado laboral como docente y las condiciones laborales exigibles para otros docentes que cuentan con cualificación alta para el desempeño de esta posibilidad de ejercer.

De igual forma, se debe articular procesos dentro del sector para el desarrollo de propuestas conjuntas para la aplicación de convocatorias públicas que integren la cadena de valor del Street Dance y propiciar un impacto relevante dependiendo del objeto de estas. Este desarrollo conjunto contribuye a tener presente las necesidades del sector y el trabajo colaborativo con bailarines que posean conocimientos adicionales que contribuyan a la construcción de propuestas eficientes, además de generar un mecanismo de seguimiento para la transparencia de los procesos y recursos de las convocatorias públicas que ha ofrecido el Instituto Distrital de Artes, Ministerio de Cultura, las Alcaldías, entre otros.

La competitividad del sector se refiere al último pilar y agrupa las capacidades del sector a nivel nacional y sus oportunidades a nivel internacional. El emprendimiento en base a la gestión artística enfocadas hacia el Street Dance, bien sea de manera colectiva o individual, ha estado incrementado de tal manera que se evidencia la apertura de nuevas academias de formación, nuevos colectivos individuales formativos, y de nuevos modelos de negocios como agencias para bailarines; de igual forma, se ha evidenciado que hay un incremento en la implementación de un componente complementario en diversos espacios referente a la gestión empresarial y credibilidad de la marca, que prolongue la supervivencia de las empresas y de las personas naturales en el mercado, además de potencializar el crecimiento y el desarrollo de las mismas de manera eficiente en el

ecosistema y generar aspectos competitivos en base a la calidad de los servicios ofrecidos a nivel nacional. Conforme a los bailarines, la competitividad del sector debe estar basada en tres aspectos fundamentales: creatividad, formación y fundamento, y visibilización como aspectos claves que pueden generar posicionamiento del talento colombiano y en general del sector del Street Dance en Colombia a nivel internacional, pues, esto no solo produce un posicionamiento con respecto al talento nacional en aspectos culturales y comerciales en otros países que genere mayor dinámica entre la demanda y oferta del capital humano; sino también bajo la calidad como centro de formación en base a la veracidad de la información y la investigación de la práctica, el valor agregado creativo diferencial que se evidencia por medio de las muestras culturales y comerciales de Street Dance y la visibilización de cada uno de las modalidades implícitas de la práctica para ejercerla en el ecosistema que de paso al establecimiento de nuevas alianzas estratégicas entre el sector con otros países y la mejora de las existentes, además de generar proyectos innovadores y contundentes para el beneficio de la comunidad y el posicionamiento competitivo del país a nivel internacional.

Bajo el factor de la internacionalización adicional a lo que ya se ha mencionado, el talento colombiano de Street Dance ha demostrado ser competitivo por diversas representaciones que se han generado fuera del país y que han puesto a Colombia como un referente de Street Dance a nivel regional, sin embargo, hace falta generar mecanismos de participación y comunicación contundentes con las entidades encargadas de generar estímulos para el abordaje de estas iniciativas además de manifestar diversas problemáticas dentro del sector artístico como el apoyo gubernamental de tipo estructural para la disposición de infraestructura y programas que informen acerca de los procesos de exportación de servicios, incluso, bajo la sostenibilidad de la comunidad que ejerce esta práctica a nivel profesional.

5.3 Estrategias comerciales de internacionalización.

Las modalidades de exportación que se ajustan a los servicios generados a partir del Street Dance son el Suministro Transfronterizo de acuerdo con las modalidades recientes que han surgido para la comercialización del Street Dance, sobre todo en ámbitos formativos y culturales como la creación de plataformas en línea similares a la modalidad Edtech para procesos formativos con docentes internacionales, participación de competencias o eventos culturales en línea con la ayuda de plataformas virtuales, entre otros. Y la modalidad del consumo del extranjero que se ha generado bajo la presencia de bailarines de Street Dance en espectáculos en vivo bajo la circulación de cantantes a nivel

mundial, el traslado y la permanencia por tiempo prolongado de coreógrafos a otros países para generar representación como jurados o llevar a cabo workshops, así como procesos formativos por medio de campamentos artísticos o bajo la contratación de una escuela de formación extranjera.

Ambas modalidades responden a la demanda que se ha estado generando bajo la coyuntura actual en modalidades de servicio remoto que permitan la adquisición de programas formativos de acuerdo con características particulares de consumo, como lo pueden ser las redes sociales, o la creación de plataformas digitales ; y por otro lado, también responde a la demanda del consumo y contratación de servicios de coreógrafos, bailarines y docentes a nivel internacional que han logrado posicionarse en el ecosistema.

Bajo las formas de manera presencial, se encuentra una oportunidad al generar una alianza estratégica bajo una modalidad de Joint Venture entre academias de formación de diversos países con las que Colombia ya ha entablado un acercamiento comercial y estratégico con la movilización de diversos bailarines, coreógrafos, docentes, entre otros, de tal manera que se reduzca el riesgo de inversión, y se logre generar programas que articulen tanto la exportación de talento como la importación del mismo de manera frecuente, a partir de modalidades innovadoras que beneficien al sector y contribuyan a su desarrollo, cualificación y competitividad. Es importante aclarar que esta estrategia también está encaminada a la búsqueda de inversionistas o aliados estratégicos que deseen incursionar estrategias con la articulación del Street Dance, como el sector de la moda, del entretenimiento y publicitario.

A nivel nacional, la creación y articulación de un cluster artístico basado en el desarrollo y fomento de estrategias de exportación del Street Dance también resulta relevante. Esto genera el incremento de la cualificación de los interesados y una red de apoyo conjunta para presentar propuestas a convocatorias públicas que tengan por objeto la exportación de talento, y para la visibilización de este a nivel internacional en base las ventajas competitivas que posee el Street Dance en Colombia, bien sea en base a: muestras artísticas, factor creativo, modalidades de formación, investigación o propuestas de valor comerciales; e incluso la creación de actividades conjuntas para el crecimiento empresarial y su posicionamiento en la economía nacional. De igual forma, un cluster artístico genera una agrupación más clara y visible para el Estado y de diversas entidades públicas con el fin de que este sea beneficiario de programas de fortalecimiento de competencias como el biliguismo, becas de circulación, facilitación de procesos

operativos con respecto a la conexión de la oferta y la demanda, y la expedición de certificados de calidad en recursos humanos.

La promoción comercial del talento nacional se debe direccionar por medio de herramientas e instrumentos que contribuya a su difusión en el mercado internacional. Como herramienta principal y como se mencionó anteriormente, la difusión en plataformas web propias y con alto contenido de valor representan una ventaja competitiva dentro de la oferta de diversos servicios, pues podría involucrar procesos formativos, datos de investigación, hasta la venta de piezas coreográficas por medio de derechos de autor, y la vinculación de diversos bailarines profesionales como un portal que genere conexiones laborales con diversos países en ámbitos comerciales y/o culturales. De igual forma, la presencia del talento nacional en diversas ferias o eventos culturales internacionales del Street Dance, como de otros sectores potenciales, podría representar la apertura de nuevas oportunidades comerciales, aprovechando los acuerdos comerciales que tiene Colombia en vigencia y sus intereses para el comercio de servicios.

Bajo estas estrategias, la búsqueda de inversionistas del sector privado y del sector público que articulen al talento nacional de Street Dance como un aliado estratégico bajo un clima de negocios estable y con dinamismo aportará al posicionamiento del talento nacional en diversos sectores culturales y económicos (según corresponda la demanda), creará mejores condiciones de empleo, abrirá nuevos mercados para la internacionalización del Street Dance de Colombia y de igual forma la promoción de Colombia como un destino turístico basado en componentes de Street Dance.

Si bien los inversionistas podrían encontrarse en agencias internacionales, campañas artísticas y diversas convocatorias del sector privado y público a nivel internacional, para llevar a cabo dichos procesos se debe tener claridad sobre el marco normativo en cuanto a la capacidad del exportador, su documentación y la legalidad del proceso, además de tener en cuenta las recomendaciones de acuerdo con las certificaciones o requisitos del ejercicio profesional dentro de la internacionalización generada por el MinCIT y Procolombia.

6. Conclusiones:

- En el Street Dance, el desarrollo de una competitividad y la creación de la propuesta de valor está basada en dos aspectos fundamentales: la formación y la formalidad. Específicamente en esta práctica se debe diseñar rutas de acción entre los grupos

independientes, academias de formación y entidades que permitan generar una relación entre la educación de calidad (bajo factores como: investigación, veracidad de información y modelos pedagógicos) y los componentes culturales intrínsecos, con el objetivo de promover una mayor cualificación de los bailarines profesionales, creación de programas formativos de la práctica en base a roles clave como: docentes y gestores culturales, y el incremento del valor de esta en todas las modalidades encontradas bajo la sistematización de conocimientos, planes de acción y proyecciones como sector. Adicionalmente, se debe fomentar la formalización bajo la activación de los emprendimientos surgidos y buscar apoyo y acompañamiento institucional para la formulación y seguimiento de planes estratégicos, mecanismos de financiación, de gestión empresarial y la integración en prestaciones sociales que aporte a su supervivencia dentro del mercado y al crecimiento de la empresa para cubrir la demanda nacional e incursionar en la exportación de talento, además de generar un impacto socio-económico-cultural de manera eficiente bajo las actividades culturales de este sector y la estabilidad laboral . Este aspecto se puede llevar a cabo en compañía de instituciones como: Cámaras de comercio, Ministerio de Cultura y SENA.

La articulación del Street Dance en ámbitos comerciales ha estado en incremento en diversos sectores económicos, y si bien esto genera mayor visibilización y mayor empleabilidad para bailarines y coreógrafos profesionales, aún se expresa que las condiciones laborales presentadas en esta articulación no son dignas, presentando explotación o mala remuneración a los contratados. Como sector se deben generar mesas de diálogo que permita la difusión de información acerca de los rubros que se deben cobrar bajo las modalidades de contratación y las exigencias que se deben tener presentes para el incremento de la calidad de condiciones laborales que deben ofrecer los contratantes; esto añadiendo la propuesta de valor que se debe plantear desde el sector del Street Dance para diversos sectores económicos (según sus características particulares) que contenga las ventajas competitivas que posee al ser un aliado estratégico bajo factores que puedan construir una oferta. De igual forma, estas mesas de diálogo contribuyen al seguimiento de las problemáticas del sector y su gestión con la comunicación entre las entidades públicas de tal manera que se ejerza una representación clara para la rendición de cuentas y transparencia de los procesos.

- El potencial del Street Dance en ámbitos culturales está orientado hacia la visibilización de las actividades propias como eventos competitivos, conversatorios y eventos sociales (cypher), además de talleres formativos a nivel nacional e internacional. En el sector comercial, la articulación por parte del sector del entretenimiento y publicitario son los que con mayor frecuencia contratan a bailarines profesionales del Street Dance para sus campañas; además de sectores nuevos como el de la moda, que han acogido la propuesta de valor del Street Dance y han generado nuevas modalidades de negocio a partir de alianzas estratégicas con la finalidad de generar mayor impacto en su audiencia o muestras escénicas innovadoras en el ecosistema. Particularmente, dentro de los sectores de las ICC, el Street Dance ha aumentado su interacción con el sector de medios audiovisuales y de la música, pues, cada vez se evidencia mayor aparición de elementos dancísticos de esta práctica en series de streaming, videos musicales o eventos en vivo con interpretación coreográfica, proyectos visuales para plataformas digitales, muestras escénicas con elementos coreográficos, entre otros; lo que responde a la integralidad de interacción y dialogo del Street Dance y de la danza en general con otras expresiones por medio de la comercialización y la promoción de las mismas.

Otro escenario que ha generado mayor competitividad para el Street Dance es la comercialización de componentes formativos en plataformas digitales o de piezas coreográficas, sin embargo, aún se encuentra falencias en el desarrollo de la infraestructura digital para este mercado que afecta la calidad del material ofertado y la valorización del mismo, además de la articulación de factores como derechos de autor, y regalías a partir de la difusión y comercialización de creaciones dancísticas de la práctica.

- A nivel internacional, el Street Dance de Colombia ha generado mayor dinamismo de acuerdo con el tránsito de coreógrafos y bailarines profesionales a países como México, Perú y Brasil para eventos culturales, bien sea de índole competitivo o social por medio de la demanda que ha generado el talento nacional y la representación que se ha tenido en eventos internacionales. Por otro lado, la búsqueda de alianzas estratégicas con bailarines y coreógrafos de los mismos países, ha dado paso a la transferencia de conocimiento en base a procesos formativos que contribuyen a la competitividad y cualificación de los bailarines profesiones, sin embargo, se evidencia la oportunidad de entablar dichas alianzas con academias de formación, bajo la modalidad de Joint Venture, de dichos países para aumentar la frecuencia del tránsito de coreógrafos y bailarines que incursionen modelos pedagógicos en la práctica y se incrementa la

demanda del talento nacional, además, de posicionar a Colombia en el sector internacional como centro de formación y actor competitivo con alto valor agregado para las industrias. De igual forma, las plataformas digitales, como se mencionó anteriormente, representan ser una oportunidad potencial para la visibilización y comercialización del talento nacional.

Estos procesos para llevarse a cabo requieren de un cluster artístico que genere credibilidad en las inversiones de actores privados nacionales o internacionales, visibilidad eficiente del sector, y cualificación de los integrantes para responder a la demanda internacional, además de promover la formalización de las empresas involucradas y de los profesionales para la ejecución de sus actividades.

Anexo 1 Formato de entrevista para bailarines profesionales a nivel nacional.

1. ¿Cuál es su nombre y cuál ha sido su experiencia profesional dentro del Street Dance?
2. ¿Ha estado involucrado en proyectos culturales y comerciales ejerciendo el Street Dance como práctica? ¿Cuáles han sido?
3. Desde un punto de vista cultural y de acuerdo con su experiencia, ¿Qué impacto social y cultural ha tenido el Street Dance en Colombia?
4. De acuerdo con su experiencia en aspectos comerciales ¿Qué sectores han generado espacios para la articulación del Street Dance?. Ej: sector audiovisual, sector de la moda, entre otros. ¿Considera que se ha articulado de manera correcta y digna?
5. ¿podría determinar con qué frecuencia el Street Dance es demandado por los sectores anteriormente mencionados? ¿Y por qué?

6. Si bien el Street Dance se ha involucrado en espacios comerciales y culturales a nivel nacional, ¿considera usted que la práctica de esta danza es sostenible para las personas que se dedican a ello y en qué condiciones?
7. De acuerdo con su experiencia, ¿logra identificar oportunidades de Colombia para la gestión cultural y comercial del Street Dance a nivel nacional e internacional? ¿Cuáles son?
8. ¿Qué problemáticas ha identificado dentro del gremio del Street Dance que afectan sustancialmente a su crecimiento y articulación en campos económicos, sociales y culturales?
9. De acuerdo con su perspectiva y en comparación con los países que ha visitado ¿Qué cree que se debería mejorar dentro del sector del Street Dance a nivel cultural y comercial? ¿y qué aspectos resaltaría?
10. ¿Considera usted que la práctica del Street dance (y la danza en general) en términos de emancipación y fortalecimiento es acogida por el gobierno nacional dentro de sus prioridades? Bajo que factores sustenta su opinión.
11. Cómo percibe el sector del emprendimiento del Street Dance y que factores encuentra determinantes para el crecimiento de este.
12. ¿Ha tenido la oportunidad de generar emprendimiento en este sector? Y si es así, cómo ha sido su experiencia
13. ¿Considera usted que la manera de comercializar el Street Dance y la danza en general es solo a partir del movimiento? ¿o considera que se debería tener en cuenta aspectos como: propiedad intelectual, derechos de autor, ¿entre otros?
14. Considera usted que el sector del Street Dance en Colombia es competitivo a nivel internacional ¿por qué?. Mencione aspectos que fundamentan dicha competitividad.
15. Si se habla de redes a nivel internacional, en términos formativos, culturales y comerciales, basados en transferencia de conocimiento, alianzas comerciales y demanda de talento. Cómo evaluaría al sector del Street Dance en Colombia con respecto a dichos parámetros.

Anexo 2 Formato de encuesta para bailarines profesionales de Street Dance

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. Dentro de los siguientes rangos, ¿en cuál se encuentra su edad?
3. ¿Cuál es su nivel educativo?

4. ¿Hace cuánto inició su proceso de formación en Street Dance aproximadamente?
 - a. 1-3 años
 - b. 4-6 años
 - c. 7-9 años
 - d. 10-12 años
 - e. 13-15 años
5. De las siguientes opciones, ¿en qué actividades culturales ha tenido la oportunidad de participar realizando Street Dance?
 - a. Muestras artísticas
 - b. Conversatorios
 - c. Muestras audiovisuales
 - d. Seminarios
 - e. Otros
6. En su trayectoria como bailarín/a profesional de Street Dance, ¿este ha tenido impacto en usted a partir de los siguientes factores?
 - a. Construcción de identidad
 - b. Desarrollo de postura crítica
 - c. Desarrollo de postura política
 - d. Otros
7. De las siguientes opciones, ¿en qué actividades comerciales ha tenido la oportunidad de participar realizando Street Dance?
 - a. Video Clips
 - b. Conciertos
 - c. Series de Streaming
 - d. Comerciales publicitarios
 - e. Flashmov
 - f. Otros.
8. En su trayectoria como bailarín/a de Street Dance, dentro de los siguientes sectores, con cuál ha evidenciado que se ha articulado el Street Dance con mayor frecuencia:
 - a. Sector de la moda
 - b. Sector publicitario
 - c. Sector del entretenimiento
 - d. Sector público (convocatorias públicas)
 - e. Sector educativo(articulación del Street Dance en universidades, colegios, institutos, etc)
 - f. Otros
9. Bajo que factores, considera usted, el Street Dance ha logrado crecer a nivel cultural y comercial.
10. Intermediarios como: academias y/o agencias b. Eventos propios de la cultura como: batallas y/o eventos independientes c. Convocatorias del sector público d. Convocatorias del sector privado como: publicidad, entretenimiento, otros.
11. ¿Considera que, en Colombia, la profesión dancística enfocada al Street Dance posee una estabilidad al momento de ejercerla en el ámbito laboral? (si/no, bajo que factores argumenta su respuesta)
12. En su desempeño como bailarín profesional, usted posee conocimiento de los requisitos legales que debe tener para desempeñar su labor?. Tales como: ARL, RUT, Pago parafiscales, etc.
 - a. Sí, lo tengo claro
 - b. Si, pero no los tengo claros
 - c. No tengo conocimiento

13. Dentro de los siguientes aspectos, ¿cuáles considera usted que se deben tener en cuenta como valor agregado dentro de las habilidades profesionales como bailarín/a de Street Dance?
- a. Finanzas b. Pedagogía c. Gestión de emprendimiento d. Gestión administrativa como persona natural e. Conocimientos de la economía naranja, ICC, entre otros f. Todas las anteriores
14. ¿Considera que el Street Dance en Colombia es competitivo a nivel internacional?
- a. Si b. No c. Tal vez
15. De acuerdo con su experiencia dentro del sector, ¿Cree usted que el Street Dance de Colombia se ha visibilizado en el escenario internacional?
- a. Si b. No c. Tal vez
16. Dentro de las siguientes formas de generar alianzas estratégicas internacionales, ¿cuáles evidencia que se han adoptado con mayor frecuencia dentro del Street Dance en Colombia?
- a. Talleres formativos con bailarines internacionales b. Tránsito de bailarines y docentes entre escuelas de diversos países c. Asistencia de bailarines, coreógrafos, gestores a eventos culturales de otros países
17. ¿Ha tenido la oportunidad de ser participe de las formas de generar alianzas estratégicas internacionales dentro del Street Dance en Colombia?
- a. Si b. No
18. ¿Qué factores considera que debe tener un bailarín/a de Street Dance en Colombia para tener un buen desempeño a nivel internacional?
- a. Integralidad del manejo de otras técnicas dancísticas b. Experiencia en ámbitos comerciales a nivel nacional c. Experiencia en ámbitos culturales a nivel nacional d. Complementar su formación con algún programa universitario
19. ¿Conoce usted sobre los procesos de exportación de servicios?
- a. Si, lo tengo claro b. Si, pero no los tengo claros c. No tengo conocimiento
20. ¿Conoce usted la manera de articular el Street Dance como un servicio de exportación?
- a. Si, lo tengo claro b. Si, pero no los tengo claros c. No tengo conocimiento

21. ¿Tiene conocimiento de cómo implementar factores como: propiedad intelectual y derechos de autor, dentro del Street Dance en Colombia?
- a. Si, lo tengo claro
 - b. Si, pero no los tengo claros
 - c. No tengo conocimiento

Bibliografía

- Anaya, C. J. (2018). *Industrias culturales y creativas en México. Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica evolución y perspectivas*. Universidad Miguel Hernández de Elche. Obtenido de Industrias culturales y creativas en México. Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica evolución y perspectivas. Universidad Miguel Hernández de Elche: <http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/1321/2018/11/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-Iberoam%C3%A9rica.pdf>
- Barbosa, V. N. (2015). *Influencia de los gremios empresariales en Colombia*. Recuperado el 22 de Mayo de 2021, de Influencia de los gremios empresariales en Colombia (Ensayo de diplomado; Universidad Militar Nueva Granada): [https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7332/ENSAYO%20DEFINITIVO%20VILMA%20ARCILA%20BARBOSA%20ENSAYO%20\(4\)%20\(Autoguardado\).pdf;jsessionid=CD8A2C398A82F8C4EF4DBD5D18B8E2AB?sequence=1](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7332/ENSAYO%20DEFINITIVO%20VILMA%20ARCILA%20BARBOSA%20ENSAYO%20(4)%20(Autoguardado).pdf;jsessionid=CD8A2C398A82F8C4EF4DBD5D18B8E2AB?sequence=1)
- Bendassolli, P. F., Jr, T. W., Kirschbaum, C., & Cunha, M. P. (13 de Noviembre de 2008). *INDÚSTRIAS CRIATIVAS: DEFINIÇÃO, LIMITES E POSSIBILIDADES*. Obtenido de INDÚSTRIAS CRIATIVAS: DEFINIÇÃO, LIMITES E POSSIBILIDADES: <https://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>

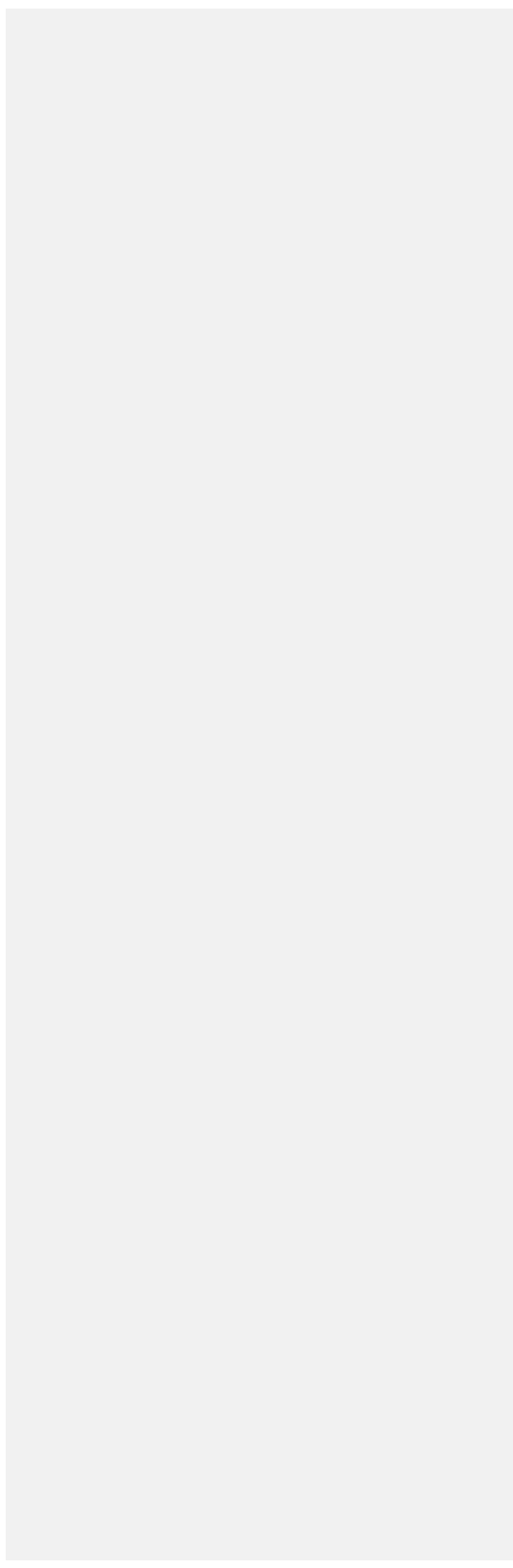
- Bericat, E. (2016). Cultura y sociedad. En J. I. Ussel, A. T. Requena, & R. M. Miras, *La sociedad desde la sociología: Una introducción a la sociología general* (Quinta ed., Vol. I, págs. 125-127). Madrid, España: Tecnos. Recuperado el 23 de Mayo de 2021
- BOP Consulting. (2006). Guía práctica para mapear las industrias creativas. *Serie Economía Creativa y Cultural de British Council*, 13-21.
- Burin, D. (2017). Capítulo 5: Estrategias de Comercialización. En D. Burin, A. M. Haro, S. Dumrauf, F. Ganduglia, G. Castro, & E. d. Lillo (Edits.), *Manual de facilitadores de procesos de innovación comercial* (Primera ed., Vol. I, págs. 11-14). Buenos Aires, Argentina: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de <https://www.redinnovagro.in/docs/BVE17089159e.pdf>
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2007). *Toerías de Internacionalización*. Recuperado el 21 de Mayo de 2021, de Toerías de Internacionalización: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780130>
- Congreso de Ccolombia. (1 de Septiembre de 2020). *Decreto 1204 de 2020. Función Pública*. Obtenido de "Por el cual se adiciona un título a la parte XII del Libro 2 del Decreto 1080 de 2015 Único Reglamentario del Sector Cultura, y se adopta la Política Pública integral de la Economía Creativa (Política Integral Naranja)": https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=141144
- Congreso de Colombia. (23 de Mayo de 2017). *Ley No 1834 Por medio de la cual se fomenta la econompía creativa ley naranja*. Obtenido de Ley No 1834 Por medio de la cual se fomenta la econompía creativa ley naranja.: <https://economianaranja.gov.co/media/5ruhndp/ley-1834-del-23-de-mayo-de-2017.pdf>
- Contraloría. (7 de Marzo de 2018). *Procedimiento para elaborar el plan de acción institucional*. Recuperado el 21 de Mayo de 2021, de Procedimiento para elaborar el plan de acción institucional: http://www.contraloriabogota.gov.co/sites/default/files/Contenido/Normatividad/Resoluciones/2018/RR_018_2018%20Nueva%20Versi%C3%B3n%20de%20Algunos%20Documentos%20del%20Sistema%20Integrado%20de%20Gesti%C3%B3n%20SIG/PDE-04%20Proc%20Plan%20de%20Acci%C3%B3n%2
- Dallal, A. (2007). *Los elementos de la danza* (Primera ed., Vol. I). Ciudad de México, México D.F: UNAM. Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial. Recuperado el 04 de Junio de 2021
- DANE. (2020). *Boletín técnico. Cuenta satélite de cultura y economía naranja 2018-2019 preliminar*. DANE. Bogotá D.C: DANE. Recuperado el 04 de Junio de 2021, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/2014-2019/boletin-CSCEN-2019.pdf
- DANE. (2020). *Boletín técnico. Encuesta de Consumo Cultural (ECC) 2020*. Bogotá D.C: DANE.
- DCMS. (1998). *Creative Industries Mapping Document, Department for Culture, Media and Sport*. Reino Unido.

- DNP. (26 de Abril de 2010). *Documento Conpes 3659. Consejo Nacional de Política Económica y Social*. Obtenido de Política nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia.: <http://acpi.org.co/wp-content/uploads/2013/09/CONPES-INDUSTRIAS-CULTURALES.pdf>
- Euroforum. (1998). *Medición del Capital Intelectual. Modelo Intelect.* San Lorenzo del Escorial, Madrid, España: IUEE.
- Fadda, G. (2013). El nuevo mundo de las exportaciones: los Servicios. *Programa de cátedras de la OMC/ FLACSO. I*, pág. 7. Buenos Aires: Cátedra OMC FLACSO Argentina. Recuperado el Junio de 02 de 2021, de https://dl.airtable.com/JIPZOOBASwiGbxdv0rEK_FLA_OMC_17_Exportacion.pdf
- Gobierno de México. (2021). *Subsidios. Financiamiento. Cultura*. Obtenido de Subsidios. Financiamiento. Cultura.: <https://www.cultura.gob.mx/gobmx/financiamiento/subsidios/>
- Gomes, C. L. (2018). *La economía creativa y las industrias culturales y creativas: ¿Una alternativa postcapitalista?* Obtenido de XV Coloquio Internacional de Geocrítica. Las ciencias sociales y la edificación de una sociedad post-capitalista.: <http://www.ub.edu/geocrit/XV-Coloquio/ChristianneGomes.pdf>
- Herrera, T. J., Quejada, R., & Payares, J. G. (2011). La gestión del conocimiento y los procesos de mejoramiento. *Dimens. Empres*, IX(1), 80-87. Recuperado el 31 de Mayo de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3797779>
- Howkins, J. (2001). *The creative Economy. How people make money from ideas*. London: Penguin Books.
- INEGI. (2019). *Cultura*. Obtenido de Cultura: <https://www.inegi.org.mx/temas/cultura/>
- Kid, W., & Teagle, A. (2012). *Culture and Identity* (Segunda ed., Vol. I). New York, USA: Palgrave Macmillan. Recuperado el 23 de Mayo de 2021
- Lamont, B. T., & Adams, G. L. (2003). Knowledge Management Systems and Developing Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Knowledge Management*, 7(1), 142-154. Recuperado el 31 de Mayo de 2021, de <https://www.semanticscholar.org/paper/Knowledge-management-systems-and-developing-Adams-Lamont/e974f9f72d8cf5622238e0d16109a22596011c10>
- Leandro, A. A. (2009). El Proceso de Internacionalización de Empresas. En A. A. Leandro, *Internacionalización de Empresas* (Tercera ed., Vol. III, págs. 18-19). Costa Rica: TEC Empresarial. Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de https://www.researchgate.net/publication/43950302_El_Proceso_de_Internacionalizacion_de_Empresas/fulltext/0f316eba3829de2215fdf3c1/El-Proceso-de-Internacionalizacion-de-Empresas.pdf
- Lopez, V. M. (2005). Industrias culturales y derechos de autor. Oportunidades y desafíos. *Jornadas de Derechos de Autor* (págs. 2-5). México D.F: INDAUTOR. Recuperado el 01 de Junio de

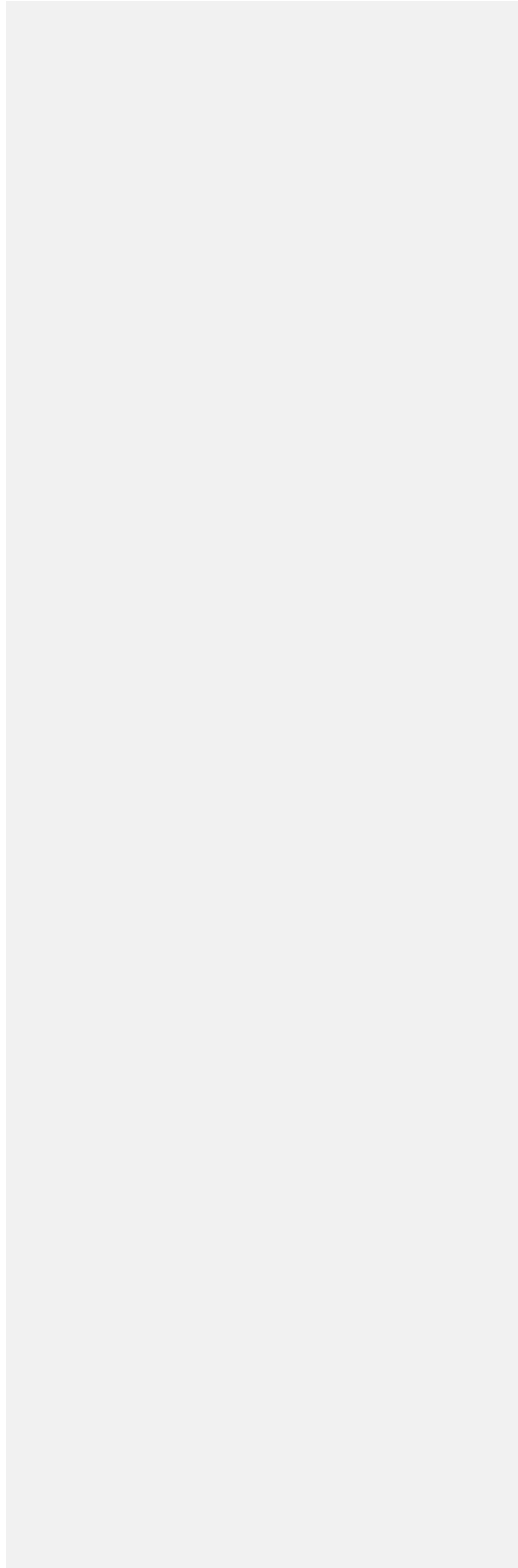
- 2021, de
https://www.wipo.int/edocs/mdocs/lac/es/ompi_da_mex_05/ompi_da_mex_05_5.pdf
- Luzardo, A., Jesús, D. D., & Pérez, M. (2017). *Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADa-naranja-Innovaciones-que-no-sab%C3%ADas-que-eran-de-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- MinCultura. (2021). *Inicio: ABC Economía Naranja*. (MinCultura, Editor) Recuperado el 31 de Mayo de 2021, de ABC Economía Naranja: <https://economianaranja.gov.co/abc-economia-naranja/>
- Navarrete, R. A., & Pérez, C. R. (13 de abril de 2016). *Efectos económicos del sector cultural en México*. *Revista análisis económico*. Universidad Autónoma Metropolitana. Obtenido de Efectos económicos del sector cultural en México. Revista análisis económico. Universidad Autónoma Metropolitana:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/413/41345703010/html/index.html>
- Newbiggin, J. (2010). *La economía creativa. Una guía introductoria*. ODAI; British Council, Serie económica, creativa y cultural. London: British Council. Recuperado el 01 de Junio de 2021, de https://cerlalc.org/wp-content/uploads/publicaciones/olb/PUBLICACIONES_OLB_La-economia-creativa-una-guia-introductoria_V1_010210.pdf
- OMC. (2015). *Servicios: módulo de formación sobre el AGCS: Capítulo 1, 1*. (OMC, Productor, & OMC) Recuperado el 02 de Junio de 2021, de Finalidad y conceptos. 1.3 Definición del comercio de servicios y de los modelos de suministro.:
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/cbt_course_s/c1s3p1_s.htm
- Palacios, J. P. (2008). *Manual de propiedad intelectual* (1 ed.). (L. H. Rincón, Ed.) Bogotá D.C, Colombia: Editorial Universidad del Rosario. Recuperado el 01 de Junio de 2021, de <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/1058>
- PNUD; UNESCO. (2013). *Informe sobre la Economía Creativa: Edición Especial. Ampliar los Cauces de Desarrollo Local*. PNUD; UNESCO. New York; Paris: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo; Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado el 4 de Junio de 2021 , de <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- PROCOLOMBIA. (19 de Noviembre de 2019). *Casos de éxito: La Economía Naranja del país ya se exporta a 58 países*, 1. (Procolombia, Editor, & Procolombia) Recuperado el 02 de Junio de 2021, de La Economía Naranja del país ya se exporta a 58 países:
https://procolombia.co/noticias/la-economia-naranja-del-pais-ya-se-exporta-58-paises?_cf_chl_jschl_tk__=922b67709e382f161f9b4de6f963d5d91e8839ab-1622603355-0-AdGZizzynzkZKX6yRmZfYOckzAHnwQvz9jeHr7J6JFrFbjI9cKmY1CnpKah0RKrQ0eWVghO2mdenRpOWdYjyvcRln_FGpAJ

- Restrepo, P. F., & Márquez, I. D. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. (Primera ed., Vol. I). Bogotá D.C, Colombia: Banco Interamericano de Desarrollo; Puntoaparte Bookvertising. Recuperado el 28 de Mayo de 2021, de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>
- SEDBOLIVAR. (2010). *Archivos: Guía de Plan de Acción*. Recuperado el 21 de Mayo de 2021, de Guía de Plan de Acción: <http://www.sedbolivar.gov.co/archivos/Normatividad/Avisos/2010/Guia%20plan%20de%20accion.pdf>
- Tasmin, R., & Yap, L. (2010). *Determining Factors of Knowledge Management Implementation in Knowledge-Based Organizations*. (Primera ed., Vol. I). (M. Baharom, F. a. Mahmuddin, M. a. Yusof, Y. a. Ishak, & W. a. Saip., Edits.) Johor, Malasya: Universiti Tun Hussein Onn Malasya. Recuperado el 31 de Mayo de 2021, de <https://core.ac.uk/reader/12006928>
- Tirado, R. (julio-septiembre de 2015). Teorías y conceptos para analizar las organizaciones gremiales de empresarios. *Revista Mexicana de Sociología*, 77(3), 471-472. Recuperado el 21 de Mayo de 2021, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v77n3/v77n3a5.pdf>
- Trevor, R. E. (Febrero de 2009). *Repositorio UNISON: Estrategias de Marketing para la Introducción de Nuevas Marcas al Mercado*. Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de Estrategias de Marketing para la Introducción de Nuevas Marcas al Mercado. Capítulo III: Estrategias de Marketing. (Tesis de pregrado): <http://www.repositorioinstitucional.uson.mx/bitstream/unison/2720/1/garibaytrevorrubenerasmol.pdf>
- UNCTAD; PNUD . (2010). *Economía Creativa: una opción factible de desarrollo*. Washington: UNCTAD.
- UNESCO. (2009). *Marco de estadísticas culturales (MEC) de la UNESCO 2009*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO.
- UNESCO. (2017). *Sobre definiciones ¿Qué se entiende por industrias culturales y creativas?* Obtenido de Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de industrias culturales y creativas.: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-%09cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-%09que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>
- Universidad Jorge Tadeo Lozano; MASSDANZA. (6 de Noviembre de 2018). *La danza en Bogotá desde las cifras*. Obtenido de La danza en Bogotá desde las cifras: <https://www.utadeo.edu.co/es/bogota/noticia/novedades/cartografias-del-cuerpo/162751/la-danza-de-bogota-desde-las-cifras>

|



|
|



***Estimado estudiante diligencie todos los campos de la ficha.**

TITULO COMPLETO DEL TRABAJO DE GRADO

Exportación de talento de Street Dance como contribución al crecimiento de la economía naranja de Colombia.

AUTORES

Apellidos completos

Riaño Ramirez

Nombres completos

David Felipe

TUTOR DE TRABAJO DE GRADO

Apellidos completos

González

Nombres completos

Sergio León

EVALUADOR TRABAJO DE GRADO

Apellidos completos

León

Nombres completos

Alexander

PROGRAMA ACADÉMICO

Nombre del programa

Negocios Internacionales 14

**Tipo de programa
(marque con una x)**

Pregrado

X

Especialización

Maestría

Linea de Investigación

Artículo de investigación

**Modalidad de Grado
(marque con una x)**

Misión académica

Proyecto de Investigación

X

Emprendimiento

Semillero de Investigación

Diplomado

CIUDAD

Bogotá D.C

**AÑO DE PRESENTACIÓN DEL
TRABAJO DE GRADO**

2021

NÚMERO DE PÁGINAS

72

PALABRAS CLAVES

Español

Industrias culturales creativas

Economía naranja

Internacionalización

Danza

Arte

Inglés

Cultural creative industry

Orange economy

Internationalization

Dance


Art

RESUMEN (Máximo 250 palabras)

El sector del Street Dance (y de la danza en general) como sector perteneciente al área de artes y patrimonio de las ICC si bien no ha tenido impactos relevantes dentro de la contribución al crecimiento de los aportes a la economía naranja, es un sector que fomenta la generación de empleo y el emprendimiento en base a esta actividad; de igual forma, este sector se ha caracterizado por su presencia e impacto de manera simultánea en ámbitos culturales y comerciales a nivel nacional y a nivel internacional.

Si bien el sector del Street Dance posee diversos campos en los que puede generar aportes, presenta problemáticas estructurales como: informalidad dentro del sector, bajo presupuesto para la investigación y la falta adopción de modelos que materialicen las creaciones artísticas generadas, cualificación de bailarines y coreógrafos, entre otros, que afectan su emancipación y fortalecimiento en el sector comercial y su visibilización a nivel cultural, adicionalmente de generar barreras para la internacionalización del talento colombiano.

Dentro de las oportunidades comerciales que ha generado el Street Dance, se encontró la vinculación del sector del entretenimiento, el sector publicitario y el sector de la moda en actividades como: video clips, comerciales publicitarios, flash movs, entre otros; mientras que a nivel internacional se han gestado procesos educativos en el traslado de coreógrafos y bailarines internacionales y la creación de talleres formativos. Adicionalmente de presentar una oportunidad de establecer procesos de Joint Venture entre academias, la creación de un cluster y la incursión en plataformas digitales.

	LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARA PUBLICAR Y COMPARTIR LA CONSULTA Y USO EN EL REPOSITIO.	Código: INV-FM-013
		Versión: 1.0
		Página: 1 de 3

Bogotá D.C., 02 de Agosto de 2021

Términos aplicados a la licencia general para publicar y difundir obras en el repositorio institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá.

El (los) suscrito (s) a continuación declara(n) que es el titular (es) de los derechos de propiedad intelectual objeto de la presente cesión en relación con la obra aquí descrita

David Felipe Riaño Ramirez con C.C. N°1010029684, actuando en calidad de autor(es) de la (obra): Exportación de talento de Street Dance como contribución al crecimiento de la economía naranja de Colombia.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia trabajo académico en formato digital o electrónico.

Objeto y fines de la cesión:


Bajo los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables y con el fin de dar la máxima difusión posible de la obra mencionada a través del repositorio institucional y demás herramientas de visibilidad académica existentes de la Universidad, el (los) autor(es) cede(n) a la Fundación Empresarial Uniempresarial de **forma no exclusiva, limitada y gratuita** para la presente licencia y de la licencia de Creative Commons con que se publica para:

- Publicar la obra de forma abierta y con acceso libre en el Repositorio institucional de la Universidad en el formato en el que lo requiera (impreso, digital, electrónico o cualquier otro conocido o por conocer) y en las demás herramientas de visibilidad académica y científica existentes y futuras por el plazo máximo legal y con ámbito universal. Además, entiende(n) que circulará en internet a un alcance mundial.
- Autorizar a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- A transferir y convertir la obra a cualquier formato y medio para propósitos de preservación digital.

Derechos del autor:

El autor como titular de la obra y por aceptar depositar el documento en el repositorio tiene derecho a:

- A que sea identificada claramente su nombre como autor o como propietario del documento.

 <p>Uniempresarial FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ "VIGILADA MINEEDUCACIÓN"</p>	LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARA PUBLICAR Y COMPARTIR LA CONSULTA Y USO EN EL REPOSITIO.	Código: INV-FM-013
		Versión: 1.0
		Página: 1 de 3

- Comunicar y dar visibilidad a su obra en esta y posteriores versiones en los medios que considere oportunos.
- Solicitar la retirada de la obra por causa justificada. Para tal efecto es importante que se comunique con el área encargada.
- Recibir notificaciones por parte de terceras personas a fin de reclamación de su obra relativas al derecho de autor.
- A reclamar sus derechos a terceras personas sobre sus derechos autor.

Deberes del autor:

El autor se compromete a:

- A no infringir ningún derecho legal de propiedad industrial, intelectual o de cualquier otra a terceros.
- Garantizar que su obra cuenta con los derechos a la intimidad, a la imagen a otros.
- A asumir toda la responsabilidad legal, eximiendo a la Universidad por los daños causados a terceros.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá D.C, el año 2021 del mes agosto a los 02 días.

FIRMA

Firma




C.C. 1010029684

Otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la

	LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARA PUBLICAR Y COMPARTIR LA CONSULTA Y USO EN EL REPOSITIO.	Código: INV-FM-013
		Versión: 1.0
		Página: 1 de 3

responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá D.C, el año 2021 del mes agosto a los 02 días.

FIRMA

Firma



C.C. 1010029684