

Universidad de Puerto Rico
Recinto de Río Piedras
Facultad de Humanidades
Programa en Estudios Interdisciplinarios
Maestría en Gestión y Administración Cultural

Emprendimiento cultural (GECU 6306)
45 horas/3 créditos
Profa. Hazel Colón Vázquez
Horario – Martes 6-9pm – Salón LPM 122

Descripción

El curso explora el desarrollo empresarial en el sector cultural. Se analizan las principales teorías de emprendimiento y el perfil de los emprendedores culturales y creativos. Se discute la importancia de entender y analizar el ambiente externo a la gestión empresarial, incluyendo el marco económico, político-legal, demográfico, conducta de los públicos o audiencias y el análisis de la competencia. Se analiza la cadena productiva de las industrias culturales como mecanismo para identificar oportunidades de negocios. El curso explora el desarrollo de modelos de negocio que garanticen la sostenibilidad económica y cultural de las empresas, así como la discusión de herramientas claves para el emprendimiento como la viabilidad financiera, diseño organizacional, mercadeo y compromisos con el gobierno. Se pone énfasis en la innovación cultural como herramienta de ventajas competitivas en el emprendimiento cultural. Por último, se explorará la herramienta del modelo de negocio canvas, el último se presentará un plan de negocio junto con los resultados del ejercicio de descubrimiento de clientela abordado durante todo el semestre.

Objetivos

A tono con la descripción arriba expresada, se aspira a que los estudiantes logren:

1. Conocer las principales teorías de emprendimiento.
2. Entender la importancia de la propiedad intelectual en el sector cultural.
3. Analizar los distintos factores externos que afectan el emprendimiento cultural.
4. Entender la cadena productiva de los sectores culturales como herramienta para el desarrollo de oportunidades de negocio.
5. Análisis crítico sobre el mercado y el descubrimiento de clientela.
6. Desarrollar y articular las externalidades en torno al emprendimiento cultural en desarrollo.
7. Desarrollar modelos de negocio en el sector cultural.
8. Conocer y analizar políticas públicas para promover el emprendimiento cultural en Puerto Rico y otros países.
9. Explorar el uso de nuevas tecnologías como parte del modelo de negocio.
10. Determinar la viabilidad económica de una idea de negocio.

11. Entender los compromisos con el gobierno al desarrollar una empresa.
12. Conocer aspectos importantes del mercadeo, finanzas y diseño organizacional en el desarrollo de una nueva empresa.
13. Preparar plan de negocio para financiamiento.
14. Presentar de manera efectiva una idea de negocio a potenciales inversionistas y colaboradores.

Bosquejo del contenido y distribución del tiempo

- I. Teorías sobre el emprendimiento (3 horas)
- II. Perfil del emprendedor cultural^[1]_{SEP}(3 horas)
- III. Análisis de oportunidades en el sector cultural (3 horas)
- IV. Modelos de negocio (6 horas)
- V. Desarrollo de un plan de negocio (3 horas)
- VI. Aspectos legales y compromisos con el gobierno (6 horas)
- VII. Finanzas empresariales (6 horas)
- VIII. Mercadeo empresarial (6 horas)
- IX. Sostenibilidad de la iniciativa empresarial (6 horas)
- X. Innovación en el sector cultural (3 horas)

TOTAL: 45 horas

Estrategias Instruccionales

La experiencia de enseñanza-aprendizaje deberá concretizarse a través de las siguientes estrategias: 1) exposición por parte del profesor o la profesora de conceptos y argumentos clave para la discusión de cada tema; 2) lectura de textos teóricos y estudios de caso; 3) discusión de las lecturas; 4) visita de conferenciantes, los cuales serán personas con amplia experiencia práctica en la gestión y administración cultural; 5) trabajo cooperativo; 6) Validación de mercado e idea de negocios a través de entrevistas, análisis y reflexión; 7) elaboración de un plan de negocio sobre una institución o empresa cultural; 8) presentación oral del caso; 9) discusión plenaria de los casos.

Recursos de aprendizaje

Los recursos son de carácter bibliográfico y audiovisual. Se utilizará el sistema blackboard para hacer accesible gran parte de la bibliografía del mismo. También se recomienda consultar los enlaces disponibles en el portal www.mapacultural.wordpress.com, así como otros portales incluidos en el prontuario del curso y a través de blackboard.

Sistema de calificación: Cuantificable: A-F

Evaluación

Análisis de cadenas productivas	100 puntos
Análisis FODA	75 puntos
Ejercicio sobre descubrimiento de clientela	100 puntos
Plan de negocios	150 puntos
Participación en clase	75 puntos

Nota

ACOMODO RAZONABLE

Según la Ley de Servicios Educativos Integrales para Personas con Impedimentos, todo estudiante que requiera acomodo razonable deberá notificarlo al profesor el primer día de clase. Los estudiantes que reciban servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con el (la) profesor(a) al inicio del semestre para planificar el acomodo razonable y el equipo de asistencia necesaria conforme a las recomendaciones de la Oficina de Servicios a Estudiantes con Impedimentos (OSEI) del Decanato de Estudiantes. También aquellos estudiantes con necesidades especiales de algún tipo de asistencia o acomodo deben comunicarse con el (la) profesor(a). Si un alumno tiene una discapacidad documentada (ya sea física, psicológica, de aprendizaje o de otro tipo, que afecte su desempeño académico) y le gustaría solicitar disposiciones académicas especiales, éste debe comunicarse con la Oficina de Servicios a Estudiantes con Impedimentos (OSEI) del Decanato de Estudiantes, a fin de fijar una cita para dar inicio a los servicios pertinentes.

INTEGRIDAD ACADÉMICA

La Universidad de Puerto Rico promueve los más altos estándares de integridad académica y científica. El Artículo 6.2 del Reglamento General de Estudiantes de la UPR (Certificación Núm.13, 2009-2010, de la Junta de Síndicos) establece que “la deshonestidad académica incluye, pero no se limita a: acciones fraudulentas, la obtención de notas o grados académicos valiéndose de falsas o fraudulentas simulaciones, copiar total o parcialmente la labor académica de otra persona, plagiar total o parcialmente el trabajo de otra persona, copiar total o parcialmente las respuestas de otra persona a las preguntas de un examen, haciendo o consiguiendo que otro tome en su nombre cualquier prueba o examen oral o escrito, así como la ayuda o facilitación para que otra persona

incurra en la referida conducta”. Cualquiera de estas acciones estará sujeta a sanciones disciplinarias en conformidad con el procedimiento disciplinario establecido en el Reglamento General de Estudiantes de la UPR vigente. Para velar por la integridad y seguridad de los datos de los usuarios, todo curso híbrido y en línea deberá ofrecerse mediante la plataforma institucional de gestión de aprendizaje, la cual utiliza protocolos seguros de conexión y autenticación. El sistema autentica la identidad del usuario utilizando el nombre de usuario y contraseña asignados en su cuenta institucional. El usuario es responsable de mantener segura, proteger, y no compartir su contraseña con otras personas. El uso de cualquier generador de texto basado en IA (inteligencia artificial) en cualquier tarea o trabajo asignado se considera deshonestidad académica y viola el artículo 6.2 del Reglamento General de Estudiantes de la UPR (Certificación Núm. 13, 2009-2010, de la Junta de Síndicos).

NORMATIVA SOBRE HOSTIGAMIENTO SEXUAL

“La Universidad de Puerto Rico prohíbe el discrimen por razón de sexo y género en todas sus modalidades, incluyendo el hostigamiento sexual. Según la Política Institucional contra el Hostigamiento Sexual en la Universidad de Puerto Rico, Certificación Núm. 130, 2014-2015 de la Junta de Gobierno, si un estudiante está siendo o fue afectado por conductas relacionadas a hostigamiento sexual, puede acudir ante la Oficina de Procuraduría Estudiantil, el Decanato de Estudiantes o la Coordinadora de Cumplimiento con Título IX para orientación y/o presentar una Queja”.

PLAN DE CONTINGENCIA EN CASO DE UNA EMERGENCIA

En caso de surgir una emergencia o interrupción de clases, el profesor continuará ofreciendo el curso utilizando la modalidad a distancia o en línea, según establecidas en este prontuario oficial. De acuerdo a la información oficial y las directrices institucionales, el profesor realizará esfuerzos para comunicarse con los estudiantes vía correo electrónico institucional u otros medios alternos disponibles para coordinar la continuidad del ofrecimiento.

Referencias electrónicas

Observatorio de economía y cultura (Colombia) – www.economiaycultural.org

Unesco Institute for Statistics – Culture -
<http://www.uis.unesco.org/culture/Pages/economic-contribution-culture-handbook-2012.aspx>

UNCTAD Creative Economy Programme -
<http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Creative-Economy-Programme.aspx>

Global Center for Cultural Entrepreneurship – www.culturalentrepreneur.org

Página del economista Arjo Klamer – www.klamer.nl

Association for Cultural Economics International – www.culturaleconomics.org

Revistas académicas

Journal of Arts, Management, Law and Society –

<http://www.tandfonline.com/loi/vjam20#.VCOIhCtdWDo>

International Journal of Arts Management –

<http://www.gestiondesarts.com/en/chair-in-arts-management-publications/ijam/what-is-ijam/>

Journal of Cultural Economics -

<http://www.springer.com/economics/microeconomics/journal/10824>

International Journal of Cultural Policy -

<http://www.tandfonline.com/loi/gcul20#.VCOIKytdWDo>

Arts & Business - <http://artsandbusiness.bitc.org.uk/>

Bibliografía

Benhamau, F. (2003) “Artists’ Labour Markets.” In *Handbook of Cultural Economics*, edited by Ruth Towse, 69-75. Massachusetts: Edward Edgar Publishing.

Bhide, A. “How Entrepreneurs Craft Strategies that Work.” *Harvard Business Review* (March-April 1994): 150-161.

Bilton, C. (2006). *Cultures of Management: Cultural Policy, Cultural Management and Creative Organizations*. Draft unpublished.

Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2008). *Entrepreneurship*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Caves, R. (2000). *Creative Industries: Contracts between arts and commerce*. Cambridge: Harvard Press.

Colbert, F. (2003) “Entrepreneurship and Leadership in Marketing the Arts.” *International Journal of Arts Management* 6, no. 1 pp. 30-39.

Colbert, F. (1994). *Marketing Culture and the Arts*. Montreal: HEC Press.

Finn, A., McFadyen, S., and Hoskins, C. (1994). “Marketing, Management, and Competitive Strategy in the Cultural Industries.” *Canadian Journal of Communication* 19, no. 3.

Hagoort, G. (2003). *Art Management: Entrepreneurial Style*. The Netherlands: Eburon.

Hernández, J. (2014). Understanding ‘Cultural Return’: Spill-over Management in the Creative Industries. In *Beyond Frames: Dynamics between the creative industries*,

knowledge institutions and the urban context. Ed. Kooyman, R., Hagoort, G. & Schramme, A. Eduron: The Netherlands.

Hernández, J. (2013). *Perfil de la economía creativa en Puerto Rico*. Disponible en <https://www.labcultural.com>.

Menger, Pierre-Michael. (1999) “Artistic Labor Markets and Careers.” *Annual Review Sociology* 25, pp. 541-574.

Miller, T. & George Y. (2002). *Cultural Policy*. London: Sage.

Ministerio de Cultura de Colombia. *Arte y Aparte: Manual para el emprendimiento en artes e industrias creativas*. (Colombia: Ministry of Culture, 2005).

Mintzberg, H. (1994). “The Fall and Rise of Strategic Planning” *Harvard Business Review* (January-February): 107-114.

Mintzberg, H. (1998). “Covert Leadership: Notes on Managing Professionals.” *Harvard Business Review* (November-December): 140-147.

Ostelwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons: USA.

Ries, E. (2011). *The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crown Business.

Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New venture creation: Entrepreneurship 21st Century* (8th ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin.