



# Galería de Arte en Casa y su Efecto en la Cultura Emprendedora del Panameño

**Carmelo Acosta Beato**  
Docente ISAE Universidad  
Especialista en Educación Superior y Artista Plástico  
carmeloacosta129@gmail.com

## RESUMEN

El propósito del presente estudio se centró en determinar la Galería de Arte en Casa y su efecto en la Cultura Emprendedora del Panameño. Dicho estudio se enmarca en las teorías de Buechler relacionado con los nuevos movimientos sociales, del mismo modo la investigación corresponde al tipo descriptivo de campo, correlacionar y proyectivo con diseño no experimental transaccional. La muestra fue conformada por 15 individuos del contexto urbanístico del sector Costa del Este, para dar respuesta al objetivo planteado. Para la recolección de datos, se aplicó un cuestionario a los habitantes del sector, los instrumentos conformados por cinco (5) alternativas a escoger en la escala de Likert; dichas opciones fueron las siguientes: **siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca**. El instrumento aplicado fue validado por expertos en el área de arte. La confiabilidad se calculó por el coeficiente Alfa de Cronbach, resultando 0,97. La técnica de análisis de datos fue estadística descriptiva. De acuerdo con los datos obtenidos, se concluyó que es necesaria la construcción de una galería de arte en casa de forma que se pueda fortalecer la cultura emprendedora del panameño.

**Palabras claves:** Galería de arte en casa, emprendimiento cultural, estilo contemporáneo, eventos pictóricos, Costa del Este Panamá.

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the Art Gallery at Home and Its Effect on the Entrepreneurial Culture of the Panamanians. This study is framed in the theories of Buechler, based on social movements, in the same way the investigation corresponds to the descriptive type of field, correlate and projective with non-experimental transactional design. The sample consisted of 15 individuals from the urban context of the East Coast sector to respond to the stated objective. In the same way, the data collection, a questionnaire was applied to the inhabitants of the sector, the instruments conformed by five (5) alternatives to choose according to the Likert scale, these options were the following: **always, almost always, sometimes, almost never and never**. The applied instrument was validated by experts in the area of art. Reliability was calculated by the Cronbach's alpha coefficient, resulting in 0.97. The data analysis technique was descriptive statistics. According to the data obtained, it was concluded that the construction of an art gallery at home is necessary in order to strengthen the entrepreneurial culture of the Panamanian.

**Keywords:** Home Art Gallery, Cultural Entrepreneurship, Contemporary style, Pictorial events, Costa del Este Panama.

## INTRODUCCIÓN

A inicios del siglo XX, las vanguardias propusieron terminar con los museos, ya que se limitaban a afirmar que los mismos estaban llenos de cosas antiguas que no llamaban la atención a los visitantes. Esta situación da paso a las expresiones artísticas que en su momento también fueron rechazadas por la población, los académicos. Sin embargo, con el tiempo, las galerías de arte tuvieron que ser reinventadas y así, surge la galería de arte en casa.

Esta investigación tiene el propósito de factibilidad de una Galería de Arte en casa y su efecto en la cultura emprendedora del panameño. *Es un estudio descriptivo, correlacional y con un enfoque de factibilidad comercial, administrativa y financiera.* Entre los resultados del estudio en Panamá, aún no se ha iniciado esta experiencia de Galería de Arte en casa.

## ANTECEDENTES

En Panamá, la galería de arte se da a conocer a través de Roberto Gerónimo Lewis García de Paredes en 1903, con "rigor el movimiento pictórico en nuestro país". De ahí hasta hoy, se han ido abriendo paso a paso nuevos movimientos pictóricos y espacios de exposiciones y comercialización.

Actualmente, la galería en casa es un diseño innovador donde el mismo estará dedicado a la exposición y comercialización de obras de arte únicas. De allí que emerge la idea o el interés del autor de desarrollar un emprendimiento que se constituya a fortalecer la cultura emprendedora en Panamá, bajo esta modalidad y, por ende, promueva la alternativa de negocio.

El arte es una de las expresiones más importantes del ser humano, la cual ha permanecido a lo largo del tiempo y se ha difundido en diferentes sociedades. Las expresiones artísticas se pueden manifestar a través de diversas formas, como la pintura, la música, la danza, escultura, entre otros. Éstas producen accesibilidad para todos los ciudadanos, no sólo a su consumo pasivo, sino a los beneficios que su producción activa da lugar. Beneficios que permiten el establecimiento de las

bases de una nueva educación artística; y el surgimiento y promoción de la idea que la actividad artística ayuda a las personas necesitadas de ayuda psicológica y psiquiátrica a través de los medios utilizados por los artistas. (Dowmat, 2000)

En particular, en el género pintura, se destacan actualmente las obras de arte de *estilo contemporáneo*, el mismo viene rompiendo muchos paradigmas, presentando un estilo de arte espontáneo y diferente, con el cual se puede cambiar el aspecto total de un espacio en una casa u oficina. Cabe señalar que las bellas artes y la literatura ha sido en todos los tiempos el ornato y el termómetro del adelanto y la cultura de las naciones civilizadas. (Manrique, 2007). Esta frase del autor lleva a la importancia del estudio que se interesa en buscar si en Panamá, hay espacio para los artistas en una galería en casa.

La Galería de Arte en casa es un espacio que se destina dentro de una casa, la misma se adecúa con fines de presentar las diferentes obras de arte de diferentes especialidades. (Pintura, escultura, dibujo, arte virtual y otras).

En consecuencia, se propone la creación de una galería llamada *GALERÍA DE ARTE EN CASA*, con el propósito de desarrollar una *estrategia innovadora* que logre una ventaja competitiva y generación de valor para sus propietarios.

## METODOLOGÍA

Para lograr este propósito, se realizó un estudio de factibilidad comercial, técnica, administrativa y financiera para la creación de dicha Galería en Costa del Este, la que se dedicará a la producción y comercialización de obras de artes únicas de los artistas, que le permita exponer sus trabajos al público; aunque se mantendrá la invitación a colegas que compartan el interés por la cultura emprendedora del panameño.

Esta investigación se sustenta en un paradigma de investigación positivista con un enfoque cualitativo. Del mismo modo, en el tipo de investigación descriptiva, que describe la realidad de los hechos tal y como se muestran. (R. Hernández Sampieri, 2016). Así mismo, es

correlacional, porque se puede observar la incidencia de una variable en la otra. No obstante, es proyectiva ya que permitirá brindar la solución a una problemática presentada. Considerando como población el sector de Costa del Este y de forma aleatoria se tomó la muestra para obtener los resultados. Al establecer la relación que tiene la galería de arte en casa y el efecto en la cultura emprendedora del panameño. Para este estudio, se aplicó una encuesta en *Casco Antiguo*, tomando como muestra galeristas, artistas y personas que visitan la zona. Se determina a la población en donde las galerías tienen cierta correlación con una galería de arte en casa.

1. **Criterio de inclusión:** personas mayores de 18 años que visitan o compran en galerías de arte.
2. **Criterio de exclusión:** personas menores de 18 años y que no visitan ni compran en galerías de arte.

## TIPOS DE CULTURA EMPRENDEDORA

### Emprendedor PYMES de cultura familiar

El emprendedor de la pequeña y mediana empresa representa la gran parte en países latinoamericanos. Es el emprendedor que maneja el ingreso de la familia. El emprendedor que, como muchos, empieza con una idea por necesidad y no necesariamente por oportunidad.

### Emprendedor que busca un impacto social

Los emprendedores sociales son igual de ambiciosos, tenaces y apasionados por sus ideas de negocio. La gran diferencia es que buscan cambiar el mundo creando un impacto social por medio de sus negocios.

### Emprendedor que busca hacer dinero

Estos emprendedores no buscan cambiar el mundo, sino que genera un valor financiero.

En razón a esta investigación, es de rigor hacer referencia al

**Emprendimiento Cultural**, el cual pretende que el emprendedor desarrolle proyectos participativos en los cuales se puedan generar instituciones creativas, mediante planes de negocios que direccionen sus estrategias de forma competitiva.

**TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN**

Para la recolección de datos en este estudio se consideró la información primaria y secundaria.

**Información primaria:** se realiza una encuesta en Casco Antiguo, considerada la población identificada como principal zona de mercado comparativo.

**Información secundaria:** en el proceso de desarrollo de este estudio se consideran datos estadísticos. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010) y la Cámara de Comercio e Industria.

**TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS**

Considerando las variables del estudio de mercado, se organizó y clasificó la información por medio del programa estadístico SPSS y Microsoft Excel con el fin de determinar la relación entre las variables: Galerías de Arte en casa y su Efecto en la Cultura Emprendedora del Panameño.

**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

El Casco Antiguo se consideró la zona en donde las galerías tienen correlación con galerías de arte en casa, y es visitada por cierta cantidad de personas que busca eventos pictóricos. Se aplicaron 50 encuestas de 15 preguntas cerradas a personas entre galeristas, artistas y otros del público. Se obtuvieron resultados determinantes para la apertura en Cosa del Este como sector atrayente para la innovación de una galería de arte en casa por sus estructuras comerciales.

**Tabla N°1: Sexo y edad de encuestado**

Edad	Masculino	%	Femenino	%	Total
18 - 27 años	6	24	4	16	<b>10</b>
28 - 37 años	7	28	8	32	<b>15</b>
38 - 47 años	8	32	8	32	<b>16</b>
48 - 57 años	4	16	5	20	<b>9</b>
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>50</b>

Fuente: El autor, 2018.

En la Tabla 1 se presenta la edad y sexo de los encuestados. Entre la edad de 18 a 27 años de edad hay un 24% del sexo masculino y 16% del sexo femenino. Para la edad de 28 a 37 años participó un 28% del grupo masculino y 32% del femenino. En la edad de 38 a 47 años participó el 32% de ambos sexos, lo que representa ocho personas, y en el último rango de 48 a 57 años, participó un 16% de masculino y el 20% de femenino.

**Tabla N°2: País que más expone en galería de arte**

País	Masculino	%	Femenino	%	Total
Panamá	6	24	6	24	<b>12</b>
España	6	24	6	24	<b>12</b>
Otros (Ecuador, Colombia, Estados Unidos, Rep. Dominicana)	13	52	13	52	<b>26</b>
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>50</b>

Fuente: El autor, 2018.

En cuanto al país que más expone en galería de arte, para Panamá hay un 24% del sexo masculino y 24% del sexo femenino. Para España hay un 24% del sexo masculino y 24% del sexo femenino. En otros países como Ecuador, Estados Unidos y República Dominicana, 52% de ambos sexos, lo cual representa a 26 personas.

**Tabla N°3: Compra obras y Compra en Galería de arte**

Compra	Masculino	%	Femenino	%	Total
Si	13	52	13	52	<b>26</b>
No	12	48	12	48	<b>24</b>
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>50</b>

Fuente: El autor, 2018.

De los que respondieron que SI compran obras y compran en galerías de arte, un 52% del sexo masculino y 53% del sexo femenino, lo que corresponde a 13 personas de ambos sexos. Para los que respondieron NO en la encuesta, un 48% del grupo masculino y un 48% del grupo femenino lo que representó 12 personas para ambos sexos. Este resultado lleva a considerar que se requiere trabajar más con las personas, para que aprendan a valorar la creatividad de los artistas.

**Tabla N°4: Técnica que compra en una obra de arte**

Técnica	Masculino	%	Femenino	%	Total
Oleo	6	24	6	24	<b>12</b>
Acrílico	6	24	6	24	<b>12</b>
Otros (carbón, crayola, tinta)	13	52	13	52	<b>26</b>
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>50</b>

Fuente: El autor, 2018.

En cuanto a la técnica de preferencia de los encuestados, el Óleo lo prefiere un 24% del sexo masculino y un 24% del sexo femenino. Igual proporción prefieren la técnica del Acrílico. Otras técnicas (carbón, crayola, tinta) un 52% de ambos sexos lo que representa 26 personas.

**Tabla N°5: Estilo que compra en una obra de arte**

Estilo	Masculino	%	Femenino	%	Total
Realista	13	52	13	52	<b>26</b>
Abstracto	6	24	6	24	<b>12</b>
Surrealista	6	24	6	24	<b>12</b>
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>50</b>

Fuente: El autor, 2018.

El estilo de preferencia de los encuestados, en primer lugar es el Realista con un 52%, mientras que el Abstracto y Surrealista presentan un 24% en ambos sexos.

**CONCLUSIONES**

Las obras de la *GALERÍA DE ARTE EN CASA* se elaborarán sobre lienzo, papel y otros artísticos. Las pinturas utilizadas son en base óleo, acrílica y otros, lo anterior con el fin de ofrecer un producto que garantice su calidad.

La galería es la primera puerta que se abre al artista para comercializar su obra. El trabajo del galerista consiste en realizar exposiciones y en promover y vender la obra de los artistas a los posibles coleccionistas.

Según en el mercado en el que actúan se divide en dos grandes grupos, a raíz de este estudio es de valor hacer mención las galerías o museos de los artistas.

**RECOMENDACIONES**

Para el siguiente estudio se recomienda que la Galería de Arte en Panamá se desarrolle en tres niveles.

**Galerías primarias** cuyos ingresos provienen de la venta de las obras. Las comisiones de venta son variables, pero el porcentaje universal es el 50% del precio de venta.

**Galerías secundarias** cuyos ingresos provienen del margen que consiguen entre la compra y la venta de las obras. Aunque el porcentaje es menor porque sólo realizan labores de venta, los ingresos son mucho mayores. La comisión varía, pero normalmente se sitúa entre un 10% y un 20%, aunque puede llegar a ser menor o incluso mayor.

**Galerías o museos de los Artistas**, éstas buscan mostrar al público las obras en apoyo a la cultura y al arte en un país. Es también una forma para generar recursos económicos al promover los trabajos artísticos realizados por los mismos.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Censo, I.N. (2010). *Indicadores económicos*. Panamá.  
 Dowmat, L.P. (2000). Tres aproximaciones al arte terapia. *Arte, Individuo y sociedad*, 311-319.  
 Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2010). *Indicadores económicos*. Contraloría General de la República, Estadística y Censo. Panamá  
 Manrique, J.A. (2007). *Una visión del arte y de la historia*. México: UNAM-México.  
 R. Hernández Sampieri, C.F. (2016). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.

