UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

La Economía Creativa como Eje para el Desarrollo Económico Local del Municipio de Morelia, Michoacán, México

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

DOCTOR EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

PRESENTA:

M.P.P JUAN ANTONIO COLOR VÁZQUEZ

DIRECTOR DE TESIS:

DR. JORGE VÍCTOR ALCARAZ VERA

Morelia, Michoacán, marzo de 2025

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

Dra. América Ivonne Zamora Torres.
Presidenta del H. Consejo Técnico.
Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales.
P R E S E N T E.

Por medio de la presente le enviamos un cordial saludo y nos permitimos hacer de su conocimiento que una vez revisada la Tesis Doctoral titulada **"LA ECONOMÍA CREATIVA COMO EJE PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL DEL MUNICIPIO DE MORELIA, MICHOACÁN, MÉXICO"** del alumno **M.C. JUAN ANTONIO COLOR VÁZQUEZ** del Programa de Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, hemos encontrado que satisface plenamente los requerimientos hechos por el Jurado Sinodal, por lo que otorgamos nuestra autorización para que se lleve a cabo la impresión de la versión definitiva de la citada tesis y se continúe con el proceso de obtención del grado respectivo.

Sin otro asunto que tratar por el momento, quedamos a sus órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

ATENTAMENTE.
Morelia, Mich., a 7 de febrero de 2024

Jurado Sinodal

Dr. Jorge Víctor Alcaraz Vera
Director de Tesis

Dr. Joel Bonales Valencia
Secretario

Dr. José Odón García García
Primer Vocal

Dr. Rubén Chávez Rivera
Segundo Vocal

Dr. Casimiro Leco Tomás
Tercer Vocal

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En la Ciudad de Morelia, Mich., el día 7 de febrero de 2025, el que suscribe **M.C. JUAN ANTONIO COLOR VÁZQUEZ**, alumno del programa de Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional adscrito al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, manifiesta ser el autor intelectual del presente trabajo de tesis, desarrollado bajo la dirección del Dr. Jorge Víctor Alcaraz Vera, y cede los derechos del trabajo titulado **LA ECONOMÍA CREATIVA COMO EJE PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL DEL MUNICIPIO DE MORELIA, MICHOACÁN, MÉXICO** a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para su difusión con fines estrictamente académicos.

No está permitida la reproducción total o parcial de este trabajo de tesis ni su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin la autorización escrita del autor y/o director del mismo. Cualquier uso académico que se haga de este trabajo, deberá realizarse conforme a las prácticas legales establecidas para este fin.

JUAN ANTONIO COLOR VÁZQUEZ

AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo por mantener ese espíritu humanista para socializar el acceso a la educación y así poder acceder al programa.

Sumamente agradecido y orgulloso del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales y de todo su personal, aprender de todos sus docentes literalmente mejoró mi vida en el aspecto académico, político y profesional, tengo el firme propósito de retribuir a la sociedad todo lo aprendido en sus aulas.

Al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías, ahora Secretaría de Ciencia, Humanidades Tecnología e Innovación por mantener este maravilloso programa de becas de posgrado que permite facilitar a la población en general el acceso a este nivel de estudio y por aceptarme como becario.

Mi gratitud eterna, mi respeto absoluto y mi admiración plena al Doctor Jorge Víctor Alcaraz Vera por su orientación, su tiempo, sus atenciones, su paciencia y sobre todo su generosidad para compartir sus conocimientos en todo este trayecto que duró dirigiendo la investigación.

Agradecer de manera especial al cuerpo académico de sinodales que me acompañaron y orientaron en este proceso, el Dr. Casimiro Leco Tomas, el Dr. Joel Bonales Valencia, el Dr. José Odón García García y el Dr. Rubén Chávez Rivera, gracias a su tiempo, sus conocimientos y sus atenciones se enriqueció la investigación de forma sustancial.

A mi familia, que son todo para mí, soy muy afortunado por tenerlos en mi vida y siempre estaré agradecido por apoyo, por su motivación y por creer en mí.
GRACIAS TOTALES

DEDICATORIAS

Siempre en todo lo que hago y con todo mi cariño dedicado a mi padre Juan José Color, porque a pesar de su ausencia física, siempre he sentido su protección, su inspiración, su fortaleza, su empatía y su valentía.

A mi madre Alicia, por todo, por nunca rendirse, por siempre levantarse cada día y seguir peleando sola por mi bienestar y el de mis hermanos, enseñarnos la responsabilidad y a cumplir de la mejor manera nuestros compromisos.

A mis hermanos Iván y Omar por ser mi motor, mi inspiración, mi soporte, mi apoyo y mi mayor motivación para seguir mejorando y cumpliendo mis objetivos, los admiro una enormidad y estoy sumamente orgulloso de los seres humanos ejemplares que son.

A mis sobrinas Abril e Ivana y mi sobrino Osmar, por su cariño y sus porras, les quiero montones y espero ser siempre el ejemplo y apoyo que merecen tener, estoy muy orgulloso de las excelentes personas en las que se están convirtiendo, ser su tío es la mejor que me ha pasado en la vida.

A mis cuñadas Susana y Erika por ser un pilar de sus familias, cuidar de mis hermanos, sobrinas y sobrino, por procurar a mi madre y por siempre apoyarme en todos mis proyectos.

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS ..... **VI**
ÍNDICE DE MAPAS ..... **VII**
ÍNDICE DE FÍGURAS ..... **VIII**
ÍNDICE DE GRÁFICOS ..... **IX**
ÍNDICE DE DIAGRAMAS ..... **XI**
SIGLARIO ..... **XII**
GLOSARIO ..... **XV**
RESUMEN ..... **XVIII**
ABSTRACT ..... **XIX**
INTRODUCCIÓN ..... **XX**
PARTE I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN Y MARCO REFERENCIAL **1**
CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN **2**
1.1. Planteamiento del problema 2
1.1.1 Descripción del problema 2
1.2. Preguntas de la investigación 8
1.2.1 Pregunta general 8
1.2.1.1 Preguntas específicas 8
1.3. Objetivos de la investigación 8
1.3.1 Objetivo general 8
1.3.1.1 Objetivos específicos 9
1.4. Tipo de la investigación 9
1.4.1. Alcances de la Investigación 9
1.4.2. Enfoques de la investigación 9
1.5. Justificación 10
1.5.1. Conveniencia 10
1.5.2. Relevancia social 10
1.5.3. Implicaciones prácticas 10
1.5.4. Valor teórico 11
1.6. Horizonte temporal y espacial 11
1.7. Viabilidad de la investigación 11
1.8. Hipótesis de la investigación 12
1.8.1 Hipótesis general 12
1.8.1.1 Hipótesis específicas 12

1.9. Identificación de variables 12
CAPÍTULO 2. DESCRIPCIÓN DE LA LOCALIDAD OBJETO DE ESTUDIO 14
2.1 Antecedentes Históricos 14
2.2 Ubicación geográfica 15
2.3 Caracterización social y demográfica 18
2.4 Marginación 20
2.5 Características económicas 21
CAPÍTULO 3. LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL Y NACIONAL 24
3.1 La economía creativa en el contexto internacional 24
3.1.1 África 24
3.1.2 Asia y el pacífico 25
3.1.3 Europa 27
3.1.3.1 España 28
3.1.4 América latina y el caribe 30
3.1.4.1 Colombia 31
3.2 La economía creativa en el contexto nacional 35
PARTE II. MARCO TEÓRICO 42
CAPÍTULO 4. TEORÍAS Y CONCEPCIONES SOBRE EL DESARROLLO 44
4.1 El concepto de Desarrollo 45
4.2 El enfoque de la Modernización 49
4.3 El enfoque de la Dependencia 50
4.4 El enfoque Neoliberal 53
4.5 El enfoque de las Capacidades 54
4.6 Los enfoques Latinoamericanos 56
4.7 El enfoque Espacial 58
4.8 El enfoque de la Globalización 58
4.9 Repensando el Desarrollo 59
CAPÍTULO 5. APROXIMACIONES TEÓRICAS AL CONCEPTO DE REGIÓN Y AL CONCEPTO DE LOCALIDAD 62
5.1 Territorio y Territorialidad 63
5.2 Región y Regionalización 63
5.3 Desarrollo Local 66
CAPÍTULO 6. ECONOMÍA CREATIVA 68
6.1 Creatividad 69

6.2 Economía Creativa 70
6.3 Ciudades y clústeres 79
CAPÍTULO 7. FUNDAMENTO TEÓRICO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DEL INSTRUMENTO 81
7.1 Perfil socioeconómico 81
7.2 Nivel de ingresos 87
7.3 Acceso al financiamiento 91
7.4 Apoyos de Instituciones Públicas 98
7.5 Perspectivas de crecimiento 104
PARTE III. MARCO NORMATIVO 110
CAPÍTULO 8. REGULACIONES Y LEYES QUE INCENTIVAN Y PROTEGEN A LA ECONOMÍA CREATIVA 111
8.1 Marco normativo en el contexto internacional 113
8.1.1 Colombia 113
8.1.2 Chile 116
8.2 Marco normativo en el contexto nacional 118
8.2.1 Ley Federal del Derecho de Autor 121
8.2.2 Ley General de Cultura y Derechos Culturales 122
8.2.3 Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial 122
8.2.4 Iniciativas para el fomento de la EC en Jalisco 123
8.3 Marco normativo en el estado de Michoacán 125
PARTE IV. MARCO METODOLÓGICO 126
CAPÍTULO 9. PROPUESTA METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DOCUMENTAL 127
9.1 Alcances y limitaciones 127
9.1.1 Alcances 127
9.1.2 Limitaciones 127
9.2 Proceso metodológico de la investigación 128
9.2.1 Fase de Investigación y desarrollo documental 128
9.2.2 Fase de mapeo de la EC en el municipio de Morelia, Michoacán, México 129
9.2.2.1 Resultados del mapeo y análisis documental 138
9.2.2.1.1 Tasa de empleo 140
9.2.2.1.2 Nivel de salario 143
9.2.2.1.3 Ecosistema emprendedor creativo. 147

9.2.3 Fase de diseño, identificación, aplicación de encuestas y análisis descriptivo. 151
CAPÍTULO 10. IMPLEMENTACIÓN DEL INSTRUMENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS 152
10.1 Universo y muestra de estudio 152
10.2 Instrumentos 152
10.2.1 Instrumentos cuantitativos 152
10.2.2 Instrumentos cualitativos 153
10.3 Diseño del instrumento 153
10.4 Resultados 155
10.4.1 Datos Generales 155
10.4.2 Perfil socioeconómico 156
10.4.3 Salario 162
10.4.4 Acceso al financiamiento 164
10.4.5 Apoyos de Instituciones públicas 167
10.4.6 Perspectivas de crecimiento de los emprendimientos creativos 173
10.4.7 Propuesta de los emprendedores creativos 176
CAPÍTULO 11. PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE POLÍTICA PÚBLICA 177
11.1 Paso 1: Identificación del problema 178
11.1.1 Árbol de problemas 179
11.1.2 Árbol de objetivos 180
11.2. Paso 2: Establecer el Propósito 181
11.3. Paso 3: Determinar el Fin 181
11.4. Paso 4: Proponer los Componentes 182
11.5. Paso 5: Desarrollar las Actividades 183
11.6. Paso 6: Plantear los Supuestos 184
11.7 Paso 7: Verificación de la lógica vertical 185
11.8 Paso 8: Proyectar los Indicadores 185
11.9. Paso 9: Proponer los Medios de verificación 185
11.10 Paso 10: Verificación de la lógica horizontal 190
11.11 Resumen ejecutivo de la propuesta de programa público 190
CONCLUSIONES 195
RECOMENDACIONES 199
FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN 202
BIBLIOGRAFIA 204

ANEXOS 221
ANEXO 1. Matriz de congruencia 221
ANEXO 2. Ley Federal del Derecho de Autor 222
ANEXO 3. Ley General de Cultura y Derechos Culturales 224
ANEXO 4. Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial 225
ANEXO 5. Ley Orgánica de la Agencia para el Desarrollo de Industrias Creativas y Digitales del Estado de Jalisco 227
ANEXO 6. Ley de Fomento y Desarrollo Artesanal en el Estado de Michoacán 230
ANEXO 7. Directorio de las Industrias Creativas del Municipio de Morelia 233
ANEXO 8. Modelo de encuesta para emprendimientos creativos 234
ANEXO 9. Operacionalización de la encuesta 239
ANEXO 10. Evidencia fotográfica 241
ANEXO 11. Reporte de análisis de coincidencias de la Coordinación General de Estudios de Posgrado 245
ANEXO 12. reporte de anti plagio interno realizado por la plataforma Plagium 246
ANEXO 13. formato de declaración de originalidad y uso de la inteligencia artificial 247

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Identificación de las variables..... 13
Tabla 2. Clasificación de las Industrias Creativas. 136
Tabla 3. Tasa de empleo de la EC en el municipio de Morelia..... 140
Tabla 4. Nivel de salario de la EC en el municipio de Morelia. 144
Tabla 5. Unidades económicas de la EC en el municipio de Morelia. 147
Tabla 6. Establecer el Propósito..... 181
Tabla 7. Determinar el Fin 182
Tabla 8. Proponer los Componentes..... 182
Tabla 9. Desarrollar las Actividades 183
Tabla 10. Plantear los Supuestos..... 184
Tabla 11. Verificación de la Lógica Vertical..... 185
Tabla 12. Proyectar Indicadores y Proponer Medios de Verificación (parte I)..... 186
Tabla 13. Proyectar Indicadores y Proponer Medios de Verificación (parte II).... 187
Tabla 14. Proyectar Indicadores y Proponer Medios de Verificación (parte III)... 188
Tabla 15. Proyectar Indicadores y Proponer Medios de Verificación (parte IV) .. 189
Tabla 16. Verificación de la Lógica Horizontal..... 190

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1. Ubicación del municipio de Morelia en el estado de Michoacán. 16
Mapa 2. Delimitación del área geoestadística del municipio de Morelia. 17
Mapa 3. Densidad poblacional del municipio de Morelia. 18
Mapa 4. Porcentaje de población económicamente activa del municipio de Morelia. 19
Mapa 5. Grado de marginación del municipio de Morelia. 21

ÍNDICE DE FÍGURAS

Fígura 1. PIB del municipio de Morelia. 22
Fígura 2. Comparativo del personal ocupado por actividad económica en el municipio de Morelia. 23

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Porcentaje de empleos creativos respecto al total de empleos en el municipio de Morelia. 143
Gráfico 2. Porcentaje de unidades creativas respecto al total de unidades económicas en el municipio de Morelia. 150
Gráfico 3. Género del emprendedor creativo 157
Gráfico 4. Rango de edad al iniciar el emprendimiento creativo 157
Gráfico 5. Tiempo que lleva operando la empresa 158
Gráfico 6. Nivel máximo de estudios alcanzado por el emprendedor 159
Gráfico 7. Número de capacitaciones en las que ha participado el emprendedor en el último año 159
Gráfico 8. Resultados económicos obtenidos en el último año fiscal 160
Gráfico 9. Empleos directos que genera el emprendimiento creativo 161
Gráfico 10. Conocimiento del término emprendimiento creativo 161
Gráfico 11. Nivel de ingreso mensual promedio 163
Gráfico 12. Nivel de salario pagado mensual promedio 163
Gráfico 13. Fuente de financiamiento inicial para el emprendimiento 164
Gráfico 14. Oferta de financiamiento para los emprendimientos creativos 166
Gráfico 15. Accesibilidad a financiamiento por parte de los emprendedores creativos 167
Gráfico 16. Conocimiento de apoyos económicos provenientes del gobierno para los emprendimientos creativos 168
Gráfico 17. Accesibilidad a programas de apoyo económico gubernamentales . 169
Gráfico 18. Conocimiento de programas de capacitación para los emprendedores creativos. 170
Gráfico 19. Percepción de la calidad de las capacitaciones recibidas 170
Gráfico 20. Tiempo transcurrido en la realización de los trámites administrativos para que la empresa iniciara operaciones 171
Gráfico 21. Percepción de la actuación del gobierno respecto al fomento al emprendimiento creativo. 172

Gráfico 22. Perspectivas de crecimiento a corto plazo (de 1 a 3 años) del emprendimiento creativo 173
Gráfico 23. Perspectivas de crecimiento a largo plazo (5 años) del emprendimiento creativo..... 174
Gráfico 24. Perspectivas de empleos generados del emprendimiento creativo en cinco años 175
Gráfico 25. Percepción para instalar un clúster creativo 175
Gráfico 26. Impulso a los emprendimientos creativos 176

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1. Árbol de Problemas 179
Diagrama 2. Árbol de Objetivos..... 180

SIGLARIO

ALC América Latina y el Caribe.

BANCOLDEX Banco de Desarrollo Empresarial de Colombia.

BID Banco Interamericano de Desarrollo.

BM Banco Mundial.

CDMX Ciudad de México.

CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CNEN Consejo Nacional de la Economía Naranja.

ColCiencias Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia.

CNCA Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile.

CONACULTA Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

CONAHCYT Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías.

CONEVAL Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

COVID-19 Coronavirus Disease 19 (por sus siglas en inglés).

DANE Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia.

DE Desarrollo Económico.

DEL Desarrollo Económico Local.

DENUE Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas.

DL Desarrollo Local.

DR Desarrollo Regional.

DOF Diario Oficial de la Federación.

EC Economía Creativa.

EEUU Estados Unidos de América.

FICM Festival Internacional de Cine de Morelia.

FINDTER Financiera de Desarrollo Territorial

FMI Fondo Monetario Internacional.

IAM Instituto del Artesano Michoacano.

ICCN Industrias Creativas y Culturales Nacionales.

IDH Índice de Desarrollo Humano.

I+D+I Investigación, Desarrollo e Innovación

IMCO Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.

IMPI Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

IMPLAN Instituto Municipal de Planeación de Morelia.

INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

iNNpulsa Agencia de Emprendimiento e Innovación del Gobierno Nacional de Colombia.

LFPPI Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial.

LFDA Ley Federal de Derechos de Autor

MinCIT Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia

MinCultura Ministerio de Cultura de Colombia

MinEducacion Ministerio de Educación de Colombia

MinTrabajo Ministerio de Trabajo de Colombia

MSNM Metros Sobre el Nivel del Mar.

OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

OIT Organización Internacional del Trabajo.

OMC Organización Mundial del Comercio.

ONG Organizaciones No Gubernamentales.

ONU Organización de las Naciones Unidas.

OPD Organismo Público Descentralizado.

OVIE Oficina Virtual de Información Económica

PIB Producto Interno Bruto.

PMD Plan Municipal de Desarrollo

PND Plan Nacional de Desarrollo.

PNUD Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

PNFEC Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa.

PP Políticas Públicas.

ProColombia Agencia de Promoción del Turismo y la Inversión Extranjera.

SAT Servicio de Administración Tributaria.

SCIAN Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte.

SE Secretaría de Economía.

SECTUR Secretaria de Turismo.

SENA Servicio Nacional de Aprendizaje.

SGM Segunda Guerra Mundial.

TLC Tratado de Libre Comercio.

T-MEC Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá

UE Unión Europea.

UNCTAD *United Nations Conference on Trade and Development.*

UNESCO Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

USD Dólar estadounidense.

VAB Valor Agregado Bruto.

GLOSARIO

Catrinas: Figuras de barro y otros materiales que representan un personaje creado por el caricaturista mexicano José Guadalupe Posada, originalmente llamada “La Calavera Garbancera” y posteriormente rebautizada por el muralista Diego Rivera como “La Catrina” (Fuentes, 2018).

Crecimiento Económico: Es el aumento sostenido de la producción económica de un Estado, usualmente se mide como el aumento del Producto Interno Bruto (PIB) real en un periodo de tiempo (Larraín y Sachs, 2004).

Democracia: Consiste en un método de formación de las decisiones colectivas: precisamente, en el conjunto de las reglas que atribuyen al pueblo, y por lo tanto a la mayoría de sus miembros, el poder –directo o a través de representantes de asumir decisiones (Ferrajoli, 2003).

Desarrollo Humano Sostenible: Es el desarrollo que no sólo suscita un crecimiento económico, sino que también distribuye equitativamente sus beneficios; que regenera el medio ambiente en lugar de destruirlo; que fomenta la autonomía de las personas en lugar de marginarlas (Aznar y Barrón, 2017).

Desarrollo Social: Es el resultado de la mejora de los índices colectivos de bienestar como esperanza de vida, mortalidad infantil, ingreso disponible o acceso a servicios sociales; es decir, todo lo que significa que los grupos humanos vivan más y con buena calidad de vida (Uribe, 2004).

Desigualdad Social: Es cuando individuos que pertenecen a categorías distintas reciben, por ello, tratamiento y beneficios distintos desde el punto de vista legal o material, durante períodos muy largos de vida social. Un segundo requisito para que se pueda hablar de desigualdad es que exista una discriminación importante y verificable que afecte a una persona o a un grupo de personas en su bienestar material, en sus oportunidades o en el ejercicio de sus derechos (Insulza, 2011).

Economía urbana: Estudia los sistemas económicos producidos en la población con el objetivo de realizar análisis de las diferentes estrategias económicas urbanas

y poder plasmarlo, posteriormente, en planeamientos urbanísticos, proyectos o programas por una determinada organización pública (De Forn y Sunyer, 2012).

Equidad: Se define como la equivalencia de la razón “insumo/resultado” para todas las partes involucradas en un intercambio dado (Olvera & Arellano, 2015).

Estado de bienestar: Se define como una serie de disposiciones legales que dan derecho a los ciudadanos a percibir prestaciones de seguridad social obligatoria y a contar con servicios estatales organizados (en el campo de la salud y de la educación, por ejemplo), en una amplia variedad de situaciones definidas, como de necesidad y contingencia (Collazos, 2007).

Molcajete: Del náhuatl *molcaxitl*, de *molli*, salsa y *caxitl*, taza, escudilla o cajete. Utensilio de origen prehispánico parecido a un mortero con tres patas cortas, fabricado de piedra o barro. Se utiliza para moler distintos ingredientes y especialmente para preparar salsas, las cuales en ocasiones se sirven en este mismo recipiente (LAROUSSE, 2020).

Pirindas: Es un etnónimo, es decir, el nombre que los descendientes de ese pueblo originario utilizan con preferencia para que se les reconozca (Guillaumin, 2011)

Plan *Marshall*: Estrategia diseñada por el Secretario de Estado de los Estados Unidos de América (EEUU), George Marshall en 1947, el cuál tenía como objetivo principal evitar el colapso económico de Europa, así como con la contención del movimiento comunista que venía creciendo y haciéndose más fuerte (Sanahuja, 1999).

Pobreza: Es cuando una persona tiene al menos una carencia social (en los seis indicadores de rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso a la alimentación) y su ingreso es insuficiente para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias (CONEVAL, 2020).

Políticas Públicas: Son un conjunto de acciones intencionales que se elaboran para alcanzar objetivos o resolver problemas de la sociedad y también son causales porque se considera que deben ser la mejor opción para alcanzar dicho objetivo o resolver dicho problema (Aguilar, 2010).

Turismo Cultural: Es una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico (Talavera, 2003).

RESUMEN

El propósito de este trabajo es plantear un panorama que permita conocer el posible potencial de la Economía Creativa (EC) establecida en el municipio de Morelia, Michoacán, México, y si puede coadyuvar al Desarrollo Económico Local (DEL) del municipio, a través del análisis de contenido y el pensamiento crítico. Para la elaboración de este documento se consultaron estudios sectoriales y diversas caracterizaciones del sector que se han publicado recientemente de otras ciudades de México y del mundo. El crecimiento y el desarrollo económicos de las ciudades en la actualidad están condicionados por la capacidad que tienen los agentes económicos en generar conocimiento, innovación y nuevas tecnologías. Desafortunadamente en México en lo general y en Morelia en lo particular, predomina una visión tradicional y limitada de cómo generar crecimiento económico, una muestra clara son las trabas ideológicas, legales y de políticas públicas que impiden desarrollar las actividades creativas como un bien económico. Se concluye de manera preliminar que el municipio de Morelia cuenta con las suficientes capacidades endógenas para realizar una investigación que permita desarrollar instrumentos que contribuyan con la recolección y la interpretación de información relacionada con la EC, así como la elaboración de modelos que faciliten la creación y profesionalización de las empresas que tengan relación con lo anterior. Así mismo, permitirá determinar, si es viable, rentable y con impacto inmediato implementar políticas públicas (PP) que fomenten la EC de una manera integral, e incluso incluirlo en el Plan Municipal de Desarrollo (PMD) para coadyuvar en DEL del municipio.

Palabras clave

1. Economía creativa 2. Desarrollo 3. Desarrollo económico local.

ABSTRACT

The purpose of this work is to present a panorama that allows knowing the possible potential of the Creative Economy (CE) established in the municipality of Morelia, Michoacán, Mexico, and if it can contribute to the Local Economic Development (LED) of the municipality, through the content analysis and critical thinking using the essay format. For the preparation of this document, sectorial studies and various characterizations of the sector that have recently been published from other cities in Mexico and the world were consulted. The economic growth and development of cities today are conditioned by the capacity of economic agents to generate knowledge, innovation and new technologies. Unfortunately, in Mexico in general and in Morelia in particular, a traditional and limited vision of how to generate economic growth predominates, a clear example is the ideological, legal and public policy obstacles that prevent the development of creative activities as an economic good. It is preliminary concluded that the municipality of Morelia has sufficient endogenous capacities to carry out an investigation that allows the development of instruments that contribute to the collection and interpretation of information related to CE, as well as the elaboration of models that facilitate the creation and professionalization of companies that are related to the above. Likewise, it will make it possible to determine whether it is feasible, profitable and with immediate impact to implement public policies that promote CE in a comprehensive manner, and even include it in the Municipal Development Plan to contribute to LED in the municipality.

Key Words

1. Creative economy 2. Development 3. Local economic development.

INTRODUCCIÓN

En el contexto de los esfuerzos de las naciones por formular una nueva agenda de desarrollo global en respuesta a las repercusiones de la pandemia de la enfermedad por el virus Corona 2019 (COVID-19), el concepto de Economía Creativa (EC), particularmente en el ámbito de las industrias culturales y creativas, se reconoce cada vez más como un catalizador y facilitador del desarrollo humano sostenible. Este reconocimiento se extiende más allá de sus contribuciones económicas, reconociendo el papel significativo del sector en la generación de tecnologías innovadoras e ideas creativas, así como sus beneficios sociales no monetizados. En la sociedad contemporánea, la Economía Creativa ha surgido como una formidable fuerza transformadora, con un potencial sustancial para el desarrollo que permanece en gran parte sin explotar. Se destaca como uno de los sectores de más rápido crecimiento dentro de la economía global, caracterizado no solo por su capacidad de generación de ingresos sino también por sus contribuciones a la creación de empleo y al aumento de los ingresos por exportaciones (BOP, 2018).

México, en particular el estado de Michoacán y el municipio de Morelia, posee un potencial significativo para la producción, desarrollo y fortalecimiento de las industrias creativas, las cuales pueden contribuir a la creación de un tejido productivo capaz de fortalecer el mercado interno, mitigar la prevalencia del empleo informal, mejorar las condiciones precarias de los empleos formales existentes y fomentar una cultura de emprendimiento creativo entre la población. Estos avances tienen el potencial de aliviar los niveles de pobreza y hacer frente a los desafíos económicos que se avecinan (Secretaría de Cultura, 2020).

En la primera parte se presentan los fundamentos de la investigación, donde se hace una descripción del problema que se pretende abordar, se plantean las preguntas de investigación, tanto la general como las específicas, así mismo en congruencia con las preguntas se plantean los respectivos objetivos de investigación, general y específicos. Posteriormente se especifica el enfoque, el tipo y los alcances que se pretenden realizar con la investigación. En seguida se propone la justificación para la realización de esta investigación, enfocándose en la

trascendencia, relevancia teórica, relevancia metodológica y relevancia social que puede aportar el desarrollo de la misma a la sociedad, tanto académicamente, como en el sector público y el sector privado.

En esta misma parte también se describe el horizonte temporal y espacial y la viabilidad para realizar la tesis. A continuación, se plantean la hipótesis general y las hipótesis específicas que van en concordancia con los objetivos y las preguntas. Finalmente, en esta parte, se hace una propuesta de las variables que se deben analizar para el correcto desarrollo de la investigación y que permita tener una visión más clara para la estructuración y realización del trabajo requerido.

En la segunda parte se presenta un avance del marco teórico que se pretende construir, a partir de las diversas disciplinas con sus respectivas y diversas teorías que se van a consultar para lograr el constructo que permita sustentar la elaboración de este trabajo. En la tercera parte se muestra una perspectiva de las fuentes documentales, electrónicas, consultas con expertos y de información tomada de bases de datos que permitan fortalecer el marco referencial.

En la cuarta parte se describe el marco metodológico establecido para la investigación, se discuten los posibles instrumentos cuantitativos y cualitativos que se pueden emplear, se examina la población de estudio, el alcance de la investigación y las limitaciones encontradas en la ejecución de la tesis. En la quinta parte se presenta una lista completa de las referencias consultadas durante la formulación de este protocolo y, por último, se incluye un anexo que presenta una matriz de congruencia.

PARTE I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN Y MARCO REFERENCIAL

La investigación se refiere a la actividad de producción de conocimientos que se despliega a partir de los resultados anteriores expresados en modelos, leyes, teorías, y que requieren también instrumentos, equipos, experiencias, habilidades, todos los cuales son construidos o creados por el hombre con el fin de explicar y manipular la naturaleza (Hernández *et al*, 2014).

En esta primera parte del proyecto de investigación se presentan los fundamentos de la investigación, donde se aborda el planteamiento del problema, las preguntas, objetivos e hipótesis de la investigación, el tipo de investigación que se realizará, la justificación, el horizonte y viabilidad de la investigación, así como la identificación de las variables.

Dentro del marco referencial se presenta una caracterización del municipio de Morelia, Michoacán, México, donde se abordan sus antecedentes históricos, la ubicación geográfica, la marginación, la caracterización social y demográfica, así como las características económicas.

CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Toda investigación científica debe realizarse siguiendo la metodología establecida, en este capítulo se presentan los elementos iniciales y fundamentales para la estructuración y desarrollo del trabajo de tesis, comenzando por el planteamiento del problema, el cual se desagrega en la descripción del problema, planteando las preguntas de investigación y los objetivos de la investigación, describiendo el tipo de investigación que se utilizará así como la justificación para realizar dicha investigación. Se continúa estableciendo el horizonte temporal y espacial que permite identificar la viabilidad y finalmente se propone la hipótesis y la identificación de las variables de la investigación.

1.1. Planteamiento del problema

Identificar el problema es el punto de partida de toda investigación de tesis. Surge cuando el investigador encuentra un déficit o faltante teórico dentro de un conjunto de datos establecidos, o un hecho no abarcado por una teoría, un tropiezo o un acontecimiento que no encaja dentro de las expectativas en su campo de estudio. Todo problema surge de una dificultad, la cual se origina a partir de una necesidad, en la cual aparecen dificultades sin resolver (Tamayo, 2003). Pero no sirve de nada solo identificar el problema o concebir la idea, lo trascendente es que se realice da la manera adecuada el planteamiento del problema, porque permite considerar cual es la información que habrá de recolectarse, con cuáles métodos y como deberá de interpretarse. En realidad “plantear el problema no es sino afinar y estructurar formalmente la idea de investigación” (Hernández *et al*, 2014).

1.1.1 Descripción del problema

El crecimiento económico y el desarrollo de las áreas urbanas contemporáneas están significativamente influenciados por la capacidad de los agentes económicos para producir conocimiento, fomentar la innovación y desarrollar nuevas tecnologías. En este marco, el concepto de Economía Circular (EC) ha despertado un considerable interés tanto en el sector académico como en el privado, ya que sirve como un mecanismo eficaz para la difusión y generación de conocimiento y

avances tecnológicos. Numerosos académicos sostienen que es probable que la promoción de la EC produzca efectos beneficiosos en el Desarrollo Económico Local (DEL) de las ciudades (Valdivia y Rodriguez, 2019).

Lamentablemente, en México prevalece una perspectiva tradicional y limitada respecto de los mecanismos para fomentar el desarrollo económico. Un claro ejemplo de ello son las barreras ideológicas que impiden el avance de las actividades creativas como activos económicos viables. A diferencia de países como Inglaterra, donde la producción creativa es un componente fundamental de la economía, México no reconoce su potencial como un importante catalizador económico. Como resultado, las políticas públicas destinadas a promover las empresas creativas no se han implementado de manera efectiva (British Council, 2019).

Las industrias culturales y creativas en México representan aproximadamente el 7.4% del Producto Interno Bruto (PIB) del país y brindan alrededor de 2 millones de oportunidades de empleo directo e indirecto. Además, estos sectores presentan una balanza comercial positiva en el comercio exterior. Este fenómeno es atribuible a la importante exposición de la sociedad mexicana a las expresiones culturales globales. Cabe destacar que nueve de cada diez películas que se exhiben actualmente en los cines son producidas en otros países, y aproximadamente el 60-70% de las estaciones de radio transmiten música en idiomas distintos del español. En consecuencia, parece que el contenido creativo es consumido predominantemente por audiencias internacionales más que por ciudadanos mexicanos. Si se implementara una estrategia nacional integral y políticas públicas dirigidas a promover estas industrias, se estima que su contribución al PIB del país podría aumentar hasta un 12% (Gutierrez P. , 2007).

El país tiene potencial para convertirse en una potencia económica y creativa, caracterizada por un superávit comercial en el que las exportaciones superan a las importaciones, lo que genera una afluencia positiva de divisas. El empleo en el sector cultural representa el 3,6% de la fuerza laboral total y los niveles de productividad en este ámbito son, en promedio, el doble de los de la economía

nacional, a pesar de la percepción común de que el sector carece de productividad (BOP consulting, 2010).

Durante un largo periodo, México ha dependido de las industrias pesadas como un componente fundamental de su estrategia económica. Sin embargo, un análisis de los centros urbanos industriales del país revela que el empleo en estos sectores no conduce intrínsecamente a la prosperidad (Gutiérrez P., 2007). Dados los desafíos actuales que enfrenta la maquila mexicana, en particular en el sector automotriz en medio de la renegociación del Tratado entre Estados Unidos, México y Canadá (T-MEC), cabe destacar que ha habido poca promoción de una mayor inversión en las industrias culturales o creativas como una estrategia de desarrollo viable. Los datos del Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO) indican que las industrias creativas parecen ser un motor económico emergente (IMCO, 2015).

En un análisis comparativo de las cifras de empleo, el sector automotriz en México generó 839,571 empleos en 2017, mientras que la industria creativa empleó a un número significativamente mayor de personas, totalizando 1,384,161. Además, cabe destacar que la diferencia en la contribución al Producto Interno Bruto (PIB) entre estos dos sectores es de apenas 0.5 por ciento. Dados los preocupantes niveles de pobreza de México y su dependencia sustancial del turismo, priorizar las inversiones en la promoción de la economía creativa es esencial para el desarrollo sostenible (Centro de Cultura Digital, British Council, BID, 2019).

Para enriquecer el discurso sobre este tema, es pertinente hacer referencia a los datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). En 2018, en el país se registraron un total de 5 millones de unidades económicas, de las cuales el 1.7 por ciento, equivalente a 91,388 establecimientos, estaban asociados a sectores como publicidad, diseño, desarrollo de software, arquitectura, música, edición, cine, radio y televisión, librerías, museos y artesanías. Cabe destacar que este segmento experimentó una tasa de crecimiento de 2.9 por ciento en los tres años anteriores (2015-2018), empleando a más de 725 mil personas (INEGI, 2019).

En esta clasificación, los principales sectores incluyen la industria de la música y las artes escénicas (30%), el sector editorial (20%), la publicidad y el marketing (16%), la artesanía (17,8%), la producción cultural nacional (17,5%), el diseño y los servicios creativos (8,3%), las artes escénicas y el espectáculo (5,5%), la formación educativa y la difusión cultural (4,8%), el libro, la imprenta y la prensa (3,9%), el patrimonio material y natural (1,7%), las artes visuales y plásticas (1,5%) y la música y los conciertos (1,2%). En 2016, estos sectores emplearon en conjunto a un total de 1.359.451 personas (Rodríguez, 2018).

México tiene un valor significativo en el mercado mundial debido a sus exportaciones de diversos productos culturales, entre ellos música, videojuegos, literatura, televisión y cine. Como primera economía de América Latina y la decimoctava más grande del mundo, el potencial de crecimiento de México en este sector es notable. Los analistas económicos especializados en industrias culturales sugieren que la creación de aproximadamente 600.000 nuevos empleos podría concretarse si se integran en la planificación estratégica gubernamental políticas públicas sólidas que prioricen la cultura y la economía creativa (British Council, 2019).

Los siguientes datos macroeconómicos corresponden al municipio de Morelia: de acuerdo con el Índice de Competitividad Urbana elaborado por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), Morelia se ubica en el lugar 61 entre 74 ciudades evaluadas. En cuanto a la métrica denominada “Innovación de los Sectores Económicos”, el municipio exhibe una preocupante disparidad, caracterizada por cifras bajas de Producto Interno Bruto (PIB) en sectores relacionados con la innovación y patentes. Cabe destacar que existe una yuxtaposición entre un número relativamente alto de investigadores y una presencia comparativamente baja de centros de investigación y programas de posgrado de alta calidad (IMCO, 2019).

En términos de su posición económica, la ciudad no se ubica entre las diez primeras del país, ocupando la vigésimo sexta posición en general. La tasa de desempleo es relativamente baja, con un 4,1% (INEGI, 2020), pero ocupa el decimotercer lugar entre treinta y nueve ciudades principales del país, lo que indica una tasa de

desempleo más alta en comparación con muchas otras. Además, el salario mensual promedio se estima en aproximadamente $6,418.77 pesos, lo que sugiere que, si bien existen oportunidades de empleo, la remuneración está por debajo del promedio nacional de $6,814 pesos. Esto indica una situación en la que hay empleo disponible, pero la remuneración es inadecuada (IMCO, 2019).

En relación con la situación actual de la economía creativa (EC) en el municipio de Morelia, se destaca la ausencia de mapeos sistemáticos o marcos analíticos que permitan dilucidar la organización estructural, la distribución o los conjuntos de datos integrales necesarios para evaluar con precisión el potencial económico generado por las diversas unidades económicas que realizan actividades productivas o que se categorizan como parte de la EC. Esta falta de datos es particularmente llamativa si se considera que organizaciones internacionales, incluida la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), han reconocido a Morelia como uno de los ocho municipios de México que son miembros de la Red Internacional de Ciudades Creativas de la UNESCO. Además, durante un compromiso realizado el 22 de enero de 2020 en Mérida, Yucatán, México, estos municipios se comprometieron a emprender iniciativas destinadas a fomentar la transformación social, económica y cultural dentro de sus comunidades, posicionando así la creatividad y la cultura como elementos fundamentales de la planificación urbana para el desarrollo sostenible (UNESCO, 2020).

Este compromiso se formalizó mediante la firma de una Carta de Intenciones con la Oficina de la UNESCO en México, que dio lugar también a la constitución de la Red Mexicana de Ciudades Creativas, integrada por los municipios de Ensenada, Guadalajara, Mérida, Morelia, Puebla, Querétaro, San Cristóbal de las Casas y la Ciudad de México (CDMX), que se han integrado con éxito a la Red Internacional de Ciudades Creativas de la UNESCO y, en esta ocasión, han formalizado su colaboración como red mexicana. El objetivo principal de esta red es potenciar la creación, producción, distribución, difusión y acceso a la vida cultural, fomentando al mismo tiempo los vínculos de cooperación a través del intercambio de experiencias entre las ciudades miembro (UNESCO, 2020).

Además, el municipio de Morelia se caracteriza por ser una importante sede donde se organizan varios eventos nacionales e internacionales relacionados con la industria creativa, como lo es el Festival Internacional de Cine (FICM), el Festival Internacional de Órgano, el Festival de Música Miguel Bernal Jiménez, el Festival Internacional de Danza Folklórica, Festival Internacional de la Guitarra y al menos otros doce festivales más. Entre los eventos culturales más importantes de la sociedad mexicana y moreliana se encuentran la celebración generalizada del Día de Muertos en las plazas de los pueblos, la celebración de la Semana Santa, particularmente marcada por la Procesión del Silencio del Viernes Santo, la conmemoración del nacimiento de José María Morelos y el aniversario de la fundación de la ciudad, entre otras festividades notables (UNESCO, 2020).

Michoacán cuenta con un rico patrimonio gastronómico, pues sus tradiciones culinarias fueron reconocidas como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. En la ciudad de Morelia se puede encontrar una gran variedad de platillos tradicionales representativos de la región. Además, en 1991, la UNESCO designó al centro histórico de Morelia como Patrimonio Cultural de la Humanidad, reconociendo su gran variedad de estilos arquitectónicos que encapsulan más de 450 años de historia, y que comprende 1,113 monumentos y quince plazas, todas construidas predominantemente con cantera rosa (UNESCO, 2020).

El municipio de Morelia cuenta con una variedad de recursos culturales y educativos que contribuyen a su condición de importante centro de patrimonio cultural. Entre estos recursos destacan: a) un número importante de museos, en concreto catorce, que no han recibido una promoción o reconocimiento adecuado; b) las artesanías tradicionales producidas en al menos dos localidades del municipio, a saber, las catrinas de Capula y los molcajetes de San Nicolás de Obispo; c) la presencia del Conservatorio de las Rosas, de renombre internacional, considerado como una de las instituciones de música de mayor prestigio; y d) aproximadamente cuarenta y cinco universidades ubicadas en el municipio (SIC MÉXICO, 2020), que tienen el potencial de servir como centros de innovación y creatividad.

Con el desarrollo de esta investigación se pretende comprobar si efectivamente existen las condiciones para explotar y consolidar a la EC como un eje fundamental que pueda incidir en el DEL del municipio, así como contribuir con posibles propuestas que coadyuven a que se logre dicho desarrollo.

1.2. Preguntas de la investigación

Las preguntas de la investigación se deben asociar con el objetivo general y con los objetivos específicos. Además, su orientación debe ir hacia las respuestas que se buscan con la investigación (Navarro, 2014).

1.2.1 Pregunta general

¿Cuáles son las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México?

1.2.1.1 Preguntas específicas

1. ¿La tasa de empleo es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México?
2. ¿El nivel salarial es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México?
3. ¿El ecosistema emprendedor es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México?

1.3. Objetivos de la investigación

Los objetivos tienen que expresarse con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación, deben ser alcanzables, medibles y congruentes entre sí (Rojas, 2001).

1.3.1 Objetivo general

Conocer cuáles son las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.3.1.1 Objetivos específicos

1. Determinar si la tasa de empleo es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.
2. Identificar si el nivel salarial es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.
3. Investigar si el ecosistema emprendedor es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.4. Tipo de la investigación

El tipo de investigación que se pretende realizar es no experimental, ya que no se realizará en un ambiente controlado, ni se realizarán manipulaciones de las variables; se espera desarrollar mecanismos y estrategias que puedan ser implementados, por tanto se propone que sea una investigación aplicada; con diseño transeccional o transversal, ya que su propósito es describir y comparar variables; así mismo será una investigación longitudinal por que se pretende analizar y dar seguimiento a las variables en un periodo de tiempo.

1.4.1. Alcances de la Investigación

La presente investigación tendrá un alcance exploratorio, porque se abordará una situación poco conocida o relativamente nueva en el municipio; así mismo tendrá alcance descriptivo porque se tiene el objetivo de especificar las propiedades y características de las diferentes variables; además tendrá alcance correlacional-causal porque se medirá cada una de las variables, después se cuantificarán, se analizará y se interpretará la vinculación que se presente entre ellas y finalmente, se pretende que tenga alcance predictivo, para que se puedan realizar propuestas que permitan contribuir con el DEL del municipio de Morelia.

1.4.2. Enfoques de la investigación

La investigación tendrá un enfoque de investigación mixto, ya que se integrarán los dos enfoques, tanto el cualitativo como el cuantitativo. Bajo el enfoque cuantitativo se pretende utilizar instrumentos y herramientas estadísticas para determinar

correlaciones entre variables y así mismo intentar plantear posibles propuestas de solución. Bajo el enfoque cualitativo, se pretende realizar una recolección de datos a través de encuestas y entrevistas, que permitan explicar de forma empírica la complejidad de factores de la EC y conocer las perspectivas de los diferentes implicados respecto al contexto en el que se desarrollan. En términos generales el enfoque será preponderantemente cuantitativo.

1.5. Justificación

Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación se debe demostrar que el estudio es necesario e importante (Hernández *et al,* 2014). Todo proyecto de investigación debe manejar la utilidad del estudio para establecer su trascendencia. Para establecer la relevancia es recomendable intentar dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los beneficios que se obtienen con su realización? ¿Por qué es necesaria esta investigación? ¿A quién o a quiénes beneficia? ¿Quién o quiénes serán los usuarios? (Avila, 2019).

1.5.1. Conveniencia

Esta investigación se considera de gran pertinencia ya que busca dilucidar la influencia de las variables económicas en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México. Se espera que los hallazgos de este estudio sirvan para orientar los procesos de toma de decisiones tanto en el sector público como en el privado.

1.5.2. Relevancia social

Proponer estrategias viables encaminadas a fortalecer las capacidades económicas del municipio de Morelia, Michoacán, México, que faciliten el DEL. Estas estrategias deben centrarse en la creación de nuevas oportunidades económicas que permitan abordar eficazmente los índices de desempleo y pobreza, al tiempo que promueven una cultura de creatividad e innovación en la comunidad.

1.5.3. Implicaciones prácticas

El avance de esta investigación facilitará la creación de herramientas para la recolección y análisis sistemático de datos relacionados con la EC. Además,

apoyará la formulación de modelos que mejoren el establecimiento y la profesionalización de las empresas involucradas en la EC. Mediante el análisis de los datos recopilados y los hallazgos resultantes, este estudio tiene como objetivo evaluar la viabilidad, la rentabilidad y el impacto inmediato de promover un enfoque integral de la EC como una estrategia central para el DEL en el municipio de Morelia, Michoacán, México. Además, la investigación busca explorar la posible integración de iniciativas de EC dentro del plan de desarrollo municipal.

1.5.4. Valor teórico

Desarrollar marcos teóricos que aporten argumentos sólidos para propuestas relacionadas con PP, innovación en el sector privado y potenciales líneas de investigación en el ámbito académico, que apunten a impulsar el concepto de EC de manera global, precisa y eficiente, contribuyendo en última instancia a potenciar el DEL en el municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.6. Horizonte temporal y espacial

La investigación se realizará en el periodo de tiempo del 2015 al año 2024, esto porque a partir del 2015 empezó a tener mayor relevancia la conceptualización de la EC en México y porque en el 2024 finaliza el periodo del doctorado. El horizonte espacial será el municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.7. Viabilidad de la investigación

La presente investigación es un tema de que va adquiriendo importancia en el contexto económico, cultural y social, en el continente, además la información al respecto va en aumento y existen suficientes bases de datos para consultar, analizar y comparar los temas que serán objeto de estudio, por lo tanto, se considera viable de realizar la investigación, debido a que en Europa han venido publicando muchas investigaciones al respecto.

Es esencial reconocer que se cuenta con los recursos financieros y materiales necesarios para la ejecución de esta investigación. El estudio propuesto tiene como objetivo identificar y analizar sistemáticamente las características y requisitos

fundamentales asociados con la EC en el municipio de Morelia. Este análisis servirá como marco fundacional para desarrollar propuestas de políticas objetivas, fomentar el espíritu emprendedor y facilitar futuras investigaciones académicas que promuevan la EC. El énfasis estará en mejorar la eficiencia y la eficacia, posicionando así a la economía creativa como una estrategia viable para acelerar el DEL en Morelia, Michoacán, México.

1.8. Hipótesis de la investigación

El término hipótesis se define como una respuesta probable de carácter tentativo a un problema de investigación y que es factible de verificación empírica. La hipótesis expresa la relación entre dos o más variables que son susceptibles de medición. Una hipótesis planteada correctamente debe poderse contrastar empíricamente (Ávila, 2016).

1.8.1 Hipótesis general

La tasa de empleo, el nivel salarial, y el ecosistema emprendedor constituyen algunas de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.8.1.1 Hipótesis específicas

1. La tasa de empleo es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.
2. El nivel salarial es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.
3. El ecosistema emprendedor es una de las principales dimensiones de la EC que inciden en el DEL del municipio de Morelia, Michoacán, México.

1.9. Identificación de variables

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. El concepto de variable se aplica a personas u otros seres vivos, objetos, hechos y fenómenos, los cuales adquieren diversos valores respecto de la variable referida. Las variables adquieren valor para la investigación científica

cuando llegan a relacionarse con otras variables, cuando forman parte de una teoría (Hernández *et al*, 2014).

El crecimiento y el desarrollo contemporáneos de las zonas urbanas están influidos fundamentalmente por la capacidad de los agentes económicos para producir conocimientos, fomentar la innovación y desarrollar nuevas tecnologías. Esta capacidad, cuando se utiliza de manera efectiva, puede facilitar el desarrollo económico y crear potencialmente un círculo virtuoso de progreso (Valdivia y Roríguez, 2019).

Se consideró que se deben tomar en cuenta las variables que permitan identificar el potencial, el desarrollo y el crecimiento económico, en el caso de esta investigación, se propone una variable independiente y una variable dependiente, pero a su vez se contemplan tres dimensiones de la variable dependiente; por lo anterior se plantea que las principales variables que contribuyan a determinar el impacto de la EC en el DEL del municipio de Morelia son:

Tabla 1. Identificación de las variables

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE
X1= ECONOMÍA CREATIVA	Y2= DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL	Y.1.1= TASA DE EMPLEO
		Y.1.2= NIVEL DE SALARIO
		Y1.3= ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

Fuente: Elaboración propia (2022).

Se considera que el planteamiento y estructuración inicial permitió realizar de forma fluida la investigación, al establecer de manera clara en este capítulo los fundamentos de la investigación permitió que no hubiera divagaciones, pérdida de tiempo y se trabajará con certeza.

CAPÍTULO 2. DESCRIPCIÓN DE LA LOCALIDAD OBJETO DE ESTUDIO

Identificar, investigar y caracterizar la región, localidad o espacio de estudio es primordial para determinar hasta dónde o hasta qué, serán los elementos o variables de estudio. En el presente capitulo se presentan los antecedentes históricos, la ubicación geográfica, la caracterización social y demográfica, los grados de marginación y algunas características económicas.

2.1 Antecedentes Históricos

Morelia es el municipio principal del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo cuya ciudad central, es una de las ciudades medias de referencia a nivel nacional por razones sociales y culturales. Al ser la capital alberga a los poderes de la entidad y cobra un papel central en su dinámica política, sociodemográfica y económica (Bernal y Martínez, 2015).

La ciudad de Morelia tiene sus orígenes en la época prehispánica alrededor del siglo XIII en el cual se tienen registros de ocupación en la Loma de Santa María por parte de grupos de Pirindas[1] dotados ya de una sociedad jerarquizada que mantuvo relaciones sociales y políticas con Teotihuacán. Ya durante el siglo XIV se pueden observar poblaciones matlatzincas y tarascas. Para este periodo se conoce que fue un lugar de tránsito entre las capitales purépechas y los yacimientos de obsidiana en Ucareo y los asentamientos de Cuitzeo. Es de señalar que el término Guayangareo, cuyo significado es “loma con hundimiento en la ladera” se le daba a esta zona donde se asentaría posteriormente la ciudad de Morelia (Herrejón, 2000).

En un principio se asentaron comunidades indígenas de la cultura teotihuacana en el Valle de Guayangareo y hacia la segunda mitad del siglo XV, de los matlatzincas. La ciudad de Morelia, como otras ciudades medias de México, surgió en un contexto de generación de asentamientos diferenciados para la población española y los pueblos originarios, estos últimos generalmente ubicados en barrios periféricos;

[1] El término pirinda es un etnónimo, es decir, el nombre que los descendientes de ese pueblo originario utilizan con preferencia para que se les reconozca (Guillaumin, 2011).

esta primera estructura empieza a sufrir modificaciones a partir de migraciones del norte de Michoacán y suroeste del actual estado de Guanajuato (Vargas, 2008).

El Virrey de Mendoza, derivado de una diferencia con Fray Vasco de Quiroga por trasladar la sede del episcopado a la ciudad de Pátzcuaro, y aprovechando una cédula real de 1537 que lo autorizaba a fundar una villa llamada “Valladolid”, ordena entonces asentar en Guayangareo la nueva “Ciudad de Michoacán” por haber allí “fuentes de agua y cerca las demás cosas necesarias para la población y perpetuación de la dicha ciudad”. Así, el 18 de mayo de 1541, al tomar los tres jueces la posesión “para la ciudad de Michoacán en Guayangareo, señalaron los términos y ejidos de la ciudad”. Esta fecha quedó marcada en la historia de México como el día “oficial” de la fundación de Morelia (Vargas, 2008, pp. 284- 285).

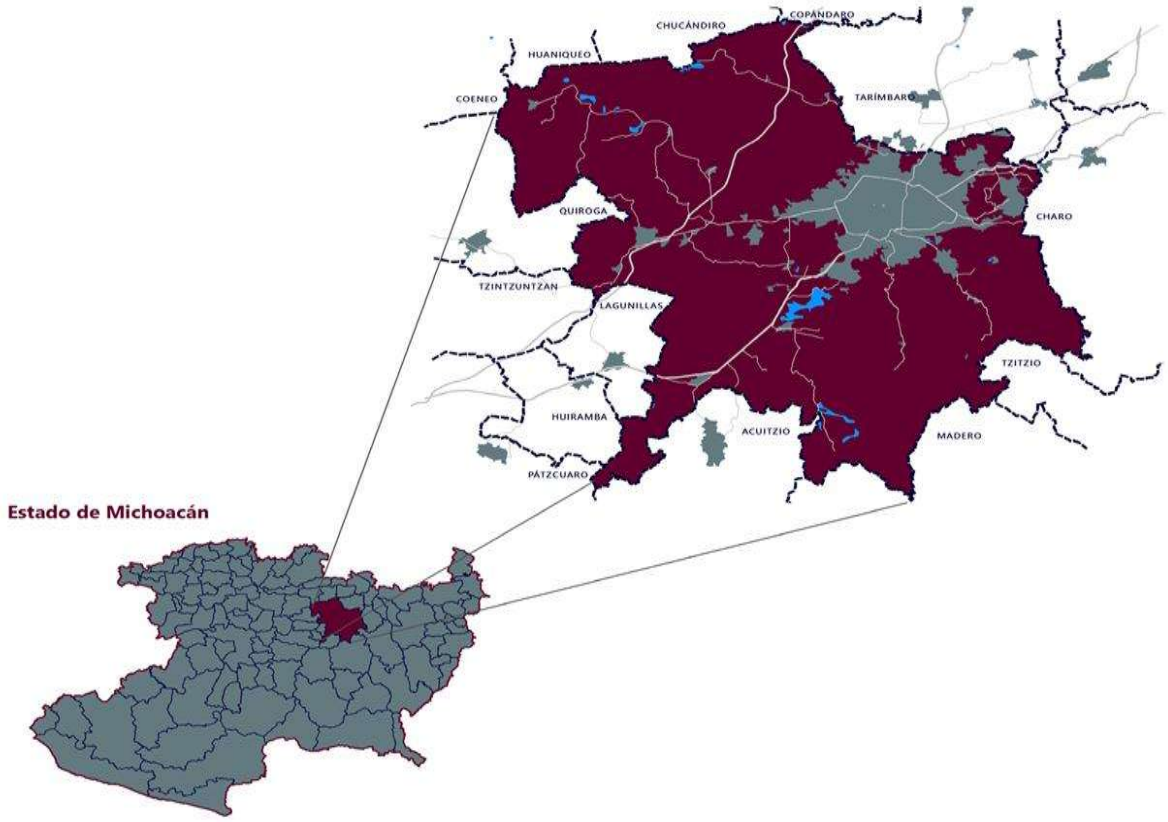
Ya en el México independiente la antigua Valladolid tomaría el nombre de Morelia en 1828, en honor al general José María Morelos y Pavón, y para 1831 sería erigida como municipio por la Ley Orgánica Municipal del Estado de Michoacán. Aunque su limitado proceso de industrialización durante el periodo de 1884 a 1911, en el cual fue presidente Porfirio Díaz, se mantuvo a Morelia al margen de las rutas de comercio y vías de comunicación de la época, el papel de fincas de la región fue preponderante y el crecimiento económico estimuló la urbanización. Sin embargo, es hasta la segunda mitad del siglo XX que se verifica un rápido crecimiento poblacional, basado en nacimientos e inmigración; con ello se incrementaron las actividades productivas del sector terciario y se consolidó como centro comercial, estudiantil y proveedor de servicios (Ávila, 2007; Vargas, 2008). Es a finales del siglo XX e inicios del siglo XXI cuando ocurre una enorme expansión urbana sobre tierras agrícolas y de agostadero, bosques y zonas de recarga de acuíferos, con los consecuentes desafíos territoriales y ambientales sin precedente (Ávila, 2007).

2.2 Ubicación geográfica

El municipio de Morelia representa el 2.04% de la superficie total estatal. La cabecera municipal, la ciudad de Morelia, constituye el área urbana número uno de Michoacán, con 67.2 km2, lo que representa el 13% del estado de Michoacán en general. La superficie destinada a la agricultura es de 393.05 km2 y cuenta con

293.98 km2 de bosque, lo que coloca al municipio en el sexto y séptimo lugar en el estado, respectivamente. Morelia colinda al norte con los municipios de Huaniqueo, Chucándiro, Copándaro y Tarímbaro, al este con Charo y Tzitzio, al Sur con Villa Madero y Acuitzio, al oeste con Pátzcuaro, Huiramba, Lagunillas, Tzintzuntzan, Quiroga y Coeneo (INAFED, 2010).

Mapa 1. Ubicación del municipio de Morelia en el estado de Michoacán.



Fuente: Marco Geoestadístico Nacional (INEGI, 2014).

El municipio de Morelia tiene sus límites latitudinales entre las coordenadas de 19°51’45’’ y 19°26’50’’ al norte del ecuador, mientras que sus fronteras longitudinales se ubican a 101°30’33’’ y 101°02’34’’ al oeste del meridiano de Greenwich. Se encuentra al centro-norte del estado de Michoacán, en la región III Cuitzeo. En términos de conurbación, forma parte de la zona metropolitana de Morelia en conjunto con los municipios de Tarímbaro, Álvaro Obregón y Charo (Sánchez y Vieyra, 2012).

Mapa 2. Delimitación del área geoestadística del municipio de Morelia.

Fuente: Mapa Interactivo de Morelia (SIGEM, 2020).

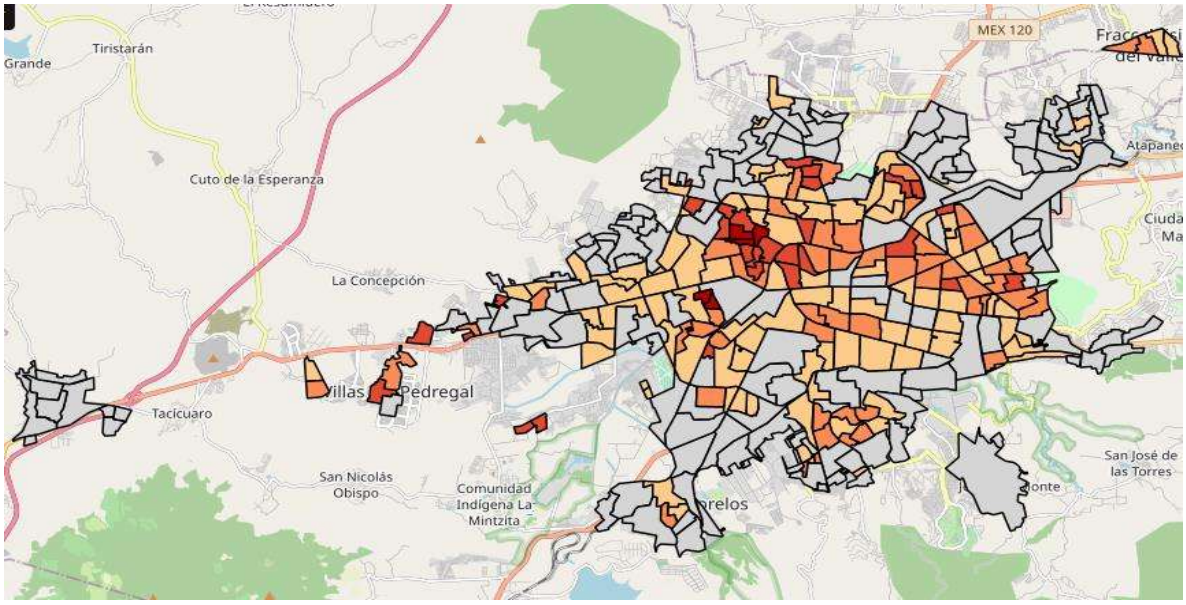
Tiene una superficie accidentada ya que se encuentra localizado en las provincias fisiográficas del Cinturón Volcánico Transmexicano y en un mínimo porcentaje en la Sierra Madre del Sur. Al este se hallan sierras en la que se localizan los cerros Punhuato, el Pico Azul y la Torrecilla, mientras que más al sureste se tiene la presencia de valles donde se ubica el punto de menor altitud con 1,500 metros sobre el nivel del mar (MSNM). Al oeste hay sierras que contienen al cerro del Águila el cual es el punto de mayor altitud del municipio con 3,000 MSNM y al cerro Sanambo, mientras que al noroeste hay mesetas y lomeríos donde se localizan los cerros Pelón y Tariacuaro. La ciudad de Morelia, además, se asienta en una zona de llanuras que culmina al suroeste del municipio y por la cual atraviesa el río Grande. Al noroeste de la urbe colindan sierras que albergan a los cerros Quinceo, Tetillas y Prieto (INEGI, 2010).

2.3 Caracterización social y demográfica

Michoacán ocupa el sexto lugar entre los estados de México con mayor porcentaje de población en situación de pobreza y el quinto en pobreza extrema. En contraste, el municipio de Morelia se posiciona como el segundo municipio del estado con menor porcentaje de población en situación de pobreza y el tercero con menor porcentaje de población en situación de pobreza extrema, según reporta el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (2020).

En el año 2015 Morelia era el municipio más poblado de la entidad con una población de 784,776 habitantes (INEGI, 2015), de los cuales alrededor del 80% habitaban en la ciudad de Morelia. El municipio posee una densidad de población muy contrastante, siendo las áreas más densamente pobladas, las que se encuentran en el centro de población de Morelia con densidades incluso mayores a 3 mil habitantes por km2, seguidas de las tenencias que se han incorporado a la ciudad y su zona conurbada (las tenencias de Tacícuaro, Morelos y San Nicolás Obispo tienen más de 400 habitantes por km2); por el contrario, y de manera contrastante, el resto de las tenencias tienen todas menos de 100 habitantes por kilómetro cuadrado (SIGEM, 2020).

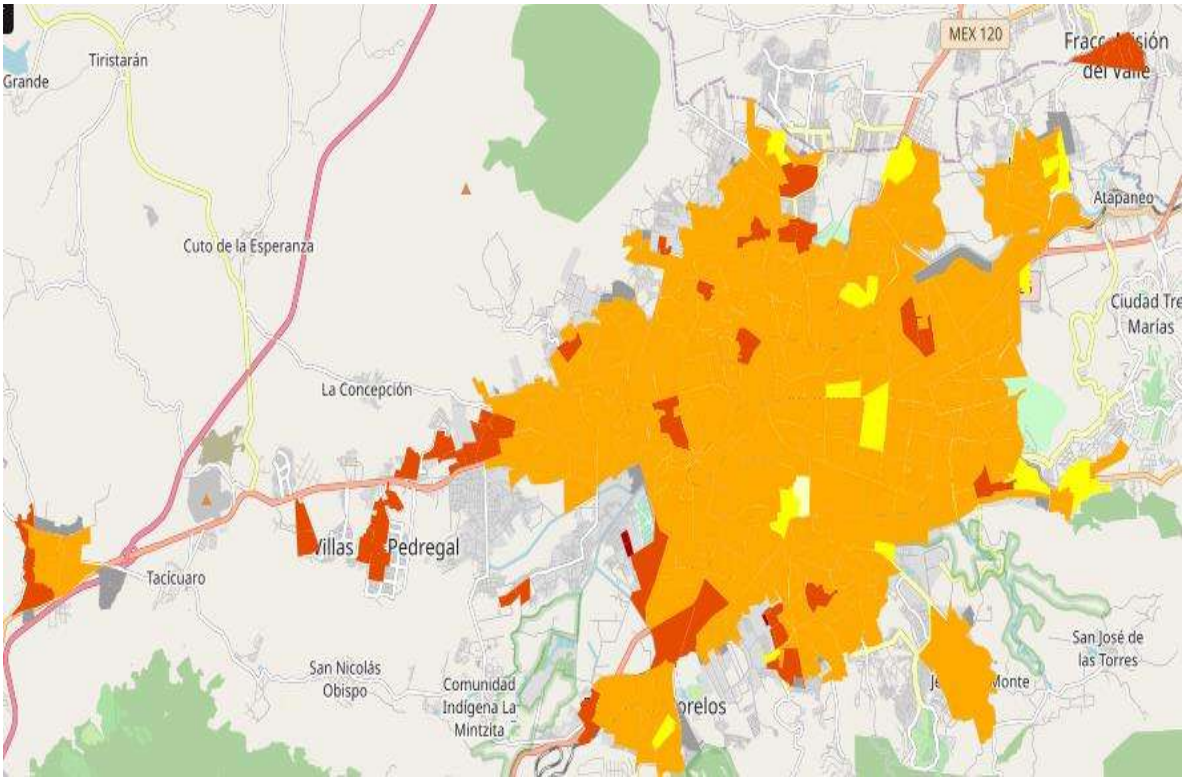
Mapa 3. Densidad poblacional del municipio de Morelia.



Fuente: Elaboración propia con base en el Mapa Interactivo de Morelia (SIGEM, 2020).

Esta situación muestra una diferenciación de condiciones en la zona urbana y en las zonas rurales del municipio, lo cual también se aprecia en otros indicadores y puede deberse en parte a que la población rural joven, en edad económicamente activa, sobre todo aquella entre 15 y 30 años de edad, terminan por emigrar de sus localidades de origen, ya sea para ocuparse en las áreas urbanas realizando empleos del sector secundario o terciario (como es el caso de la población que tiene bajos grados de escolaridad promedio) o también en busca de mejores ofertas académicas y culturales, incrementando con ello su nivel de escolaridad y a su vez, su calidad de vida (SIGEM, 2020).

Mapa 4. Porcentaje de población económicamente activa del municipio de Morelia.



Fuente: Elaboración propia con base en el Mapa Interactivo de Morelia (SIGEM, 2020).

2.4 Marginación

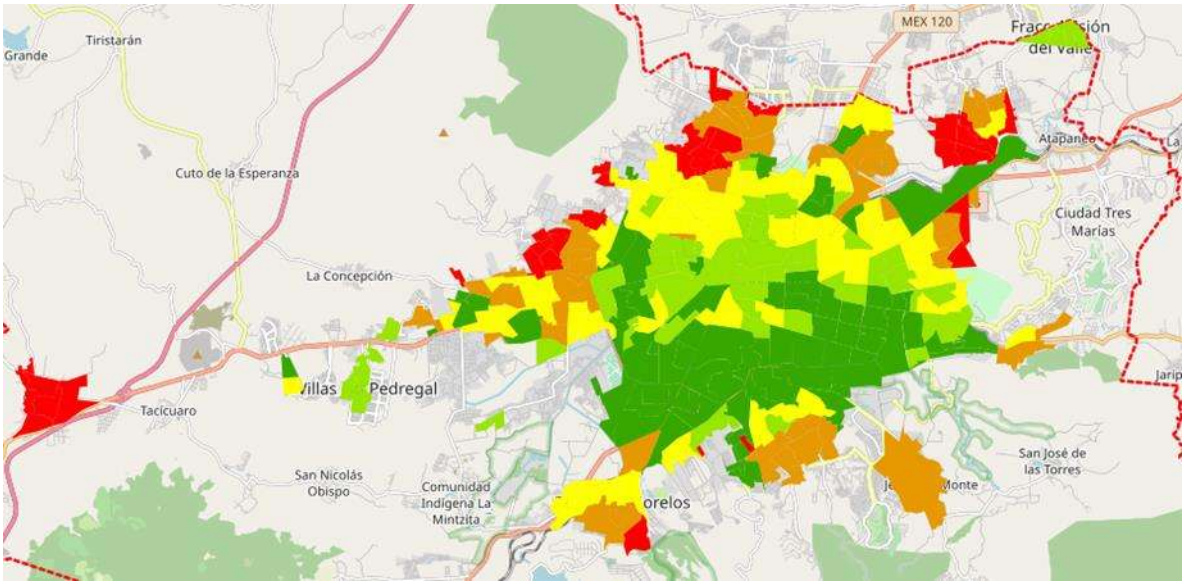
Un indicador importante para considerar es la marginación, que comprende un fenómeno multifacético y estructural que en última instancia surge del modelo económico productivo imperante. Este modelo se refleja en la distribución desigual del progreso, las características de la estructura productiva y la exclusión de diversos grupos sociales tanto de los procesos de desarrollo como de sus beneficios asociados; es un concepto que tiene una expresión territorial capaz de identificar unidades territoriales críticas y para su estimación se contemplan variables asociadas a la descripción de las situaciones de educación, vivienda e ingresos (CONEVAL, 2020).

Para el municipio este indicador presenta una distribución muy polarizada, siendo las localidades rurales con población menos numerosa, alejadas o no incorporadas a la zona metropolitana las que presentan grado alto y muy alto de marginación principalmente; otro grupo de asentamientos que presentan alto grado de marginación son los asentamientos informales, que aunque asentados en la zona urbana, también presentan esta situación, mientras que la ciudad de Morelia en su zona consolidada y las localidades de reciente creación (fraccionamientos y conjuntos habitacionales) presentan menores grados de marginación (SIGEM,2020).

Entre las localidades con marginación alta y muy alta destacan: Teremendo de los Reyes, Umécuaro, Buenavista, Atécuaro, San Miguel del Monte, El Durazno, San José de las Torres, Chiquimitío, La Mintzita, Piedra Dura, La Aldea, Atapaneo, Santiago Undameo y Puerto de Buenavista, entre otros. En estas regiones marginadas existe una importante deficiencia en materia de oportunidades sociales, acompañada de una falta de capacidad para obtenerlas o crearlas. Esta situación se ve agravada por la privación y el acceso limitado a bienes y servicios esenciales necesarios para promover el bienestar general y en consecuencia, enfrentan escenarios de elevada vulnerabilidad social cuya mitigación escapa del control personal o familiar, pues esas situaciones no son resultado de elecciones individuales, sino de un modelo productivo que no brinda a todos las mismas

oportunidades y las desventajas ocasionadas por la marginación y son acumulables, configurando escenarios cada vez más desfavorables (SIGEM, 2020).

Mapa 5. Grado de marginación del municipio de Morelia.

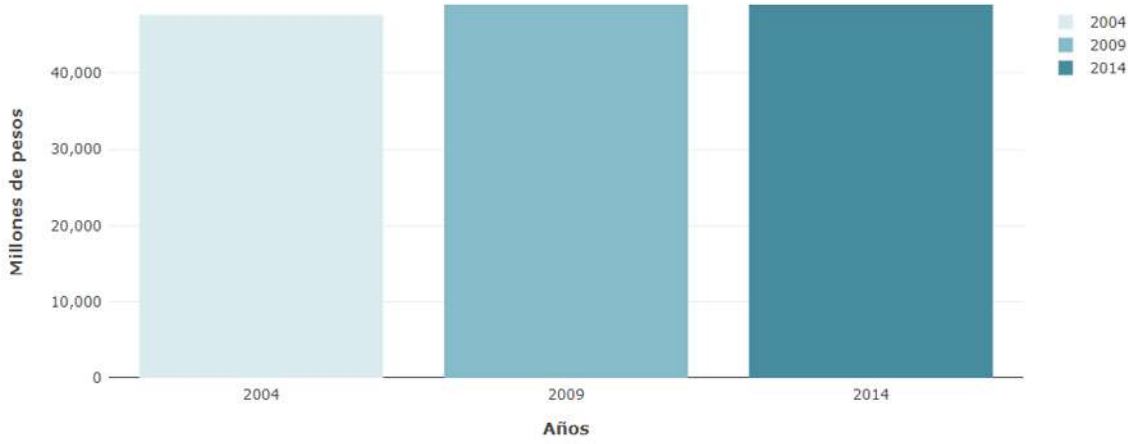


Fuente: Elaboración propia con base en el Mapa Interactivo de Morelia (SIGEM, 2020).

2.5 Características económicas

El PIB del Municipio de Morelia es de aproximadamente 50 mil millones de pesos, lo que representa el 84% del PIB de su región funcional, es decir, de la cuenca del lago de Cuitzeo. Por lo tanto, su PIB per cápita es 58% mayor que el promedio en dicha región. Sin embargo, esta no es una realidad que se presente al interior de todo el municipio, ya que existe mucha disparidad respecto al volumen de producción y poder adquisitivo entre las diferentes localidades con relación a la ciudad de Morelia, que es donde se concentra la mayor parte de la riqueza a nivel municipal. Para el municipio de Morelia resulta una gran ventaja ser la que aporta la mayor parte del PIB en su región funcional; esto indica que la producción de bienes y servicios de demanda final se realiza principalmente en su territorio municipal. Sin embargo, dicha producción es desigual para las localidades y la ciudad (IMPLAN, 2020).

Figura 1. PIB del municipio de Morelia.

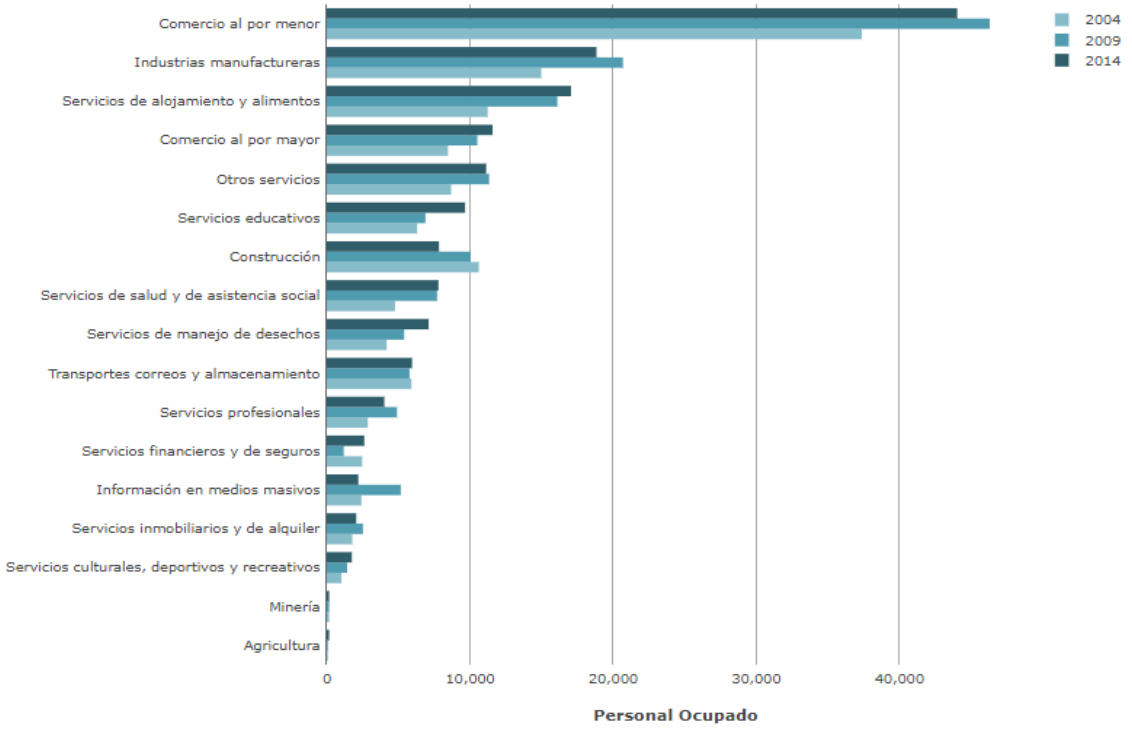


Fuente: SIGEM (2020).

Esta situación se relaciona con la migración existente de las zonas rurales hacia la urbe, debido a que la oferta laboral es más amplia en la ciudad. En este sentido, existe un área de oportunidad para las localidades y la ciudad mediante el fortalecimiento a los emprendimientos locales en todo el territorio municipal para potencializar sus actividades económicas vinculándolas con las aptitudes del suelo y las características de la población, principalmente en las localidades para activar la economía en dicha escala.

Desde hace aproximadamente medio siglo se identifica una clara vocación territorial por el sector terciario en el municipio, que se hace patente al representar un poco más del 60% del PIB. Los componentes de excelencia del territorio municipal tanto naturales como humanos fortalecen dichas actividades. Las ventajas para la población de desarrollar este sector se relacionan con actividades tales como el turismo en zonas con paisajes atractivos, la oferta de servicios en sitios con gran riqueza cultural e histórica, así como, en zonas donde se ubican los centros universitarios y de investigación. Asimismo, su ubicación le otorga al territorio un potencial de conectividad con el Bajío y el Pacífico inigualable (IMPLAN, 2020).

Figura 2. Comparativo del personal ocupado por actividad económica en el municipio de Morelia.



Fuente: SIGEM (2020).

Es fundamental fomentar la innovación y la competitividad compartida, así como la participación en iniciativas conjuntas de todo tipo, desde actividades de difusión y fomento colaborativo, hasta proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I) o de creación de capacidades. Por lo anterior, resulta primordial el fortalecimiento de la cultura, educación e investigación; el turismo en diferentes categorías; la salud y el bienestar; así como de las actividades logísticas, toda vez que representan oportunidades estratégicas económicas y productivas estrechamente vinculadas a los componentes de excelencia del territorio (Fundación Metrópoli e IMPLAN, 2016).

Son muchas y muy extensas las áreas productivas que se tienen que mejorar y fortalecer, pero se debe de empezar por algo y esta investigación pretende contribuir con el análisis y posibles propuestas que conviertan a la EC en un eje que permita el encadenamiento con las otras actividades económicas y se pueda lograr un desarrollo económico para el municipio de Morelia.

CAPÍTULO 3. LA ECONOMÍA CREATIVA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL Y NACIONAL

La cultura actúa como catalizador del progreso y contribuye de manera significativa al avance de la economía creativa en su conjunto y, más concretamente, de las industrias culturales y creativas. Estos sectores son reconocidos no solo por su importancia económica, sino también por su creciente papel en el fomento de las innovaciones tecnológicas y la generación de ideas creativas, además de por sus inmensos beneficios sociales (UNESCO, 2017).

Los marcos culturales mejoran el acceso al desarrollo al dotar a las personas de las habilidades necesarias para idear sus propias soluciones y avances. La integración de una metodología centrada en las personas y los lugares en los programas de desarrollo y las iniciativas de consolidación de la paz, que reconoce el contexto cultural en un espectro de intervenciones (como la salud, la educación, la equidad de género y la participación de los jóvenes), permite una consideración integral de los diversos valores, circunstancias, recursos, capacidades y limitaciones locales. Este enfoque facilita el potencial de un cambio sostenible y transformador (UNESCO, 2020).

3.1 La economía creativa en el contexto internacional

3.1.1 África

En el continente africano, las industrias culturales y creativas han experimentado un rápido crecimiento en los últimos años. Es en el sector informal en el que la EC de África es más dinámica. Así, para los jóvenes, el sector informal de la EC puede proveer una serie de oportunidades para trabajar, crear nuevas empresas y desarrollar habilidades que permitan alcanzar el potencial de pleno empleo del sector creativo (UNESCO, 2014).

La descentralización de los gobiernos en varios países africanos ha llevado a las autoridades locales a asumir la responsabilidad del desarrollo cultural, planteando iniciativas basadas en la artesanía y el patrimonio existente, así como en la

interacción con el turismo cultural[2]. Raramente se da prioridad a industrias culturales como la música y el cine; no obstante, existen excepciones. Los obstáculos que bloquean la cadena de valor cultural incluyen, sobre todo, la falta de ciudadanos debidamente capacitados y/o infraestructura adecuada, fondos muy escasos, la ausencia de redes de distribución, la creciente duplicación de productos sin permisos legales y el tamaño limitado de los mercados locales (UNESCO,2014).

El *marketing* influye cada vez más en la perspectiva estratégica de las autoridades locales, que empiezan a reconocer las importantes contribuciones de las organizaciones de la sociedad civil en el establecimiento de infraestructuras de producción y distribución, así como en el desarrollo y la financiación de empresas culturales y creativas. Organizaciones no gubernamentales (ONG) internacionales han apoyado mucho a estos esfuerzos y varias ciudades de los países nórdicos también han firmado e implementado convenios de colaboración con ciudades africanas (UNESCO,2014).

Sin embargo, existe un esfuerzo consciente por modificar la imagen de lo que significa vivir en el África urbana; en otras palabras, reemplazar el estereotipo de la ciudad africana como lugar de pobreza, hambruna y conflicto, resaltando la cultura africana moderna en toda su diversidad y mostrando los aspectos positivos derivados. La concentración urbana ayuda mucho a los profesionales de la creatividad a acceder a servicios, infraestructura y espacios públicos adecuados, así como a los patrones de consumo de la cultura popular (UNESCO,2014).

3.1.2 Asia y el pacífico

Asia Oriental se ha distinguido por su adopción del concepto de EC, sobre todo en las economías que han estado creciendo de forma exponencial en los últimos años como son Singapur, Hong Kong, la República de Corea y Taiwán. Aunque se puede establecer de manera estricta que estos países o regiones ya no son economías en desarrollo, su experiencia es instructiva dado que sus respectivas estrategias de

[2] El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico (Talavera, 2003).

economía creativa arraigaron en las ciudades a finales de la década de 1990 (UNESCO,2014)

Los gobiernos rápidamente aceptaron la prescripción de que la EC crece rápidamente, tiene un valor añadido y es esencial para el desarrollo económico, y la idea de que la gente creativa necesita entornos especiales para prosperar. Este desarrollo ha estado ligado a una aspiración claramente transformacional: la creatividad como medio de “modernización”, es decir, de cambiar la mentalidad y la estructura industrial (UNESCO, 2014).

El marco de este dinámico proceso de absorción se ha caracterizado por un rápido desarrollo económico, una urbanización y cambios sociales significativos, que han generado una variedad de condiciones ventajosas, entre las que se destaca la preeminencia de las industrias y actividades orientadas a los servicios dentro de los centros urbanos, en particular entre los sectores que utilizan intensamente las tecnologías de la información y la comunicación; cambios en el consumo hacia bienes y servicios con un mayor valor añadido; la existencia de zonas o regiones dinámicas de conocimiento local (correlacionado con altos niveles de innovación); y marcos institucionales, normativos y legales mejorados. El desarrollo del sector creativo en el sudeste asiático también está estrechamente vinculado al turismo, basado sobre todo en el patrimonio cultural. Un elemento crucial es que los individuos de la industria están aprovechando las páginas de internet que les permiten acceder a mercados globales directamente (UNESCO,2014).

En China se formuló una estrategia de industrias culturales de cara al X Plan Quinquenal en 2001, el año en que China se convirtió en miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Cada vez más, se esperaba que las empresas en los sectores de la cultura y los medios de comunicación operaran sobre la base de una empresa comercial, en particular, la industria cinematográfica. Como política, el concepto “industrias creativas” fue introducido en 2004 en ciudades como Beijín, Shanghái, Shenzen y Guangzhao, y fue extendido a Chongqing, Nanjing, Qingdao y Tianjin bajo el XI Plan Quinquenal en 2006. Más recientemente, el gobierno del extenso distrito Xihu, en Hangzhou, no sólo ha

invertido considerables cantidades en el sector, también ha puesto en marcha un fondo dedicado a proveer financiación a empresas culturales pequeñas y medianas. El objetivo detrás de este tipo de iniciativas es atraer a los mejores expertos y especialistas en el campo para crear empresas líderes y obras influyentes (UNESCO,2014).

3.1.3 Europa

La Comisión Europea ha destacado el papel de la EC en la generación de empleos de calidad con más de 6,4 millones de personas en el conjunto de la Unión Europea (UE) en 2009, el 3% del empleo total. Según, la EC contribuyó en 2003 a aproximadamente el 2,6 % del PIB de la UE y proporcionaron empleo a unos cinco millones de personas. Un estudio más reciente de TERA Consultants estima que el sector generó en torno a 560 mil millones de euros de valor agregado y representó aproximadamente 8,5 millones de empleos en 2008, correspondientes al 4,5% del PIB europeo y el 3,8% de mano de obra, respectivamente. En algunos países como Reino Unido, su contribución superó el 6% del PIB y se situó en torno al 5% en Francia, en el 4,2% en Alemania, en el 3,8% en Italia y en el 3,6% en España. Esta aportación corresponde solo a las actividades tradicionales que según la metodología utilizada en el estudio serían prensa y libros, música, video y *software* e informática y actividades anexas (Bonilla *et al*, 2012).

Un primer detonante de la creciente valoración de las actividades creativas fue el impulso institucional dado en Gran Bretaña a su desarrollo, mantenido después por otras instituciones internacionales y muy especialmente por la UE, que las integra en la Estrategia Europa que surge de la Cumbre de Lisboa del año 2000 y que se actualizó después con propuestas cuyo horizonte llega al año 2020. Dentro de sus actuaciones, la UE, además de diseñar un Libro Verde cuyo objeto es liberar el potencial de estas actividades, declaró 2009 “Año Europeo de la Creatividad y la Innovación”. Hay que tener en cuenta, además, que el énfasis que la UE está poniendo sobre este tipo de actividades obedece también, al reconocimiento de que éstas pueden contribuir al cambio económico estructural que permita la superación de la crisis (Caravaca *et. al*, 2013).

3.1.3.1 España

La importancia y potencial de la EC en España radica en varios factores. En primer lugar, por la riqueza cultural que posee España, comparable a la que existe en otros países cercanos y que contribuye a situar a España en los primeros puestos en las comparaciones internacionales sobre dimensión del sector. Cabe destacar, por ejemplo, el puesto número 2 que ocupa España en la lista de países con lugares declarados patrimonio cultural de la humanidad, con 42, un *ranking* donde sobresale Italia que ocupa el número 1 con 46 (Bonilla *et al*, 2012).

En segundo lugar, por la riqueza idiomática, ya que el español aporta una ventaja competitiva a las industrias culturales españolas, como lo refleja el cada vez mayor número y proporción de hispanohablantes en el mundo, que previsiblemente continuará expandiéndose de modo natural en las próximas décadas y contribuyendo de forma relevante a la economía española (Bonilla *et al*, 2012).

En tercer lugar, la demanda nacional española de productos y servicios relacionados con la cultura ofrece un notable margen para su desarrollo. Por un lado, la participación de la sociedad española en actividades culturales es aún muy inferior a la media de la UE. Por otro, existe evidencia de que el consumo de cultura está positivamente vinculado con el nivel de renta y educativo de las personas. Por tanto, cabe esperar que el aumento de la renta y nivel de vida de los españoles se traduzca en un papel cada vez más destacado de las industrias culturales en los próximos años (Bonilla *et al*, 2012).

Las industrias creativas son una parte relevante de la economía española: 5,75% de la producción y el 6,5% del empleo. España es el quinto mayor productor europeo industrias creativas. las industrias creativas están muy concentradas en España, sustancialmente más que en otros países. Las industrias creativas se concentran sobre todo en las partes centrales del área metropolitana de Madrid (31% de la ocupación) y de Barcelona (19%) (Boix y Lazzeretti, 2011).

En este sentido, una revisión de la literatura a partir del caso de Madrid, han puesto de manifiesto la importancia de las trayectorias, redes y sustratos de actores para

impulsar esta creatividad y transmitirla hacia la economía (no necesariamente en sectores “creativos”). También se ha visto la necesidad de herramientas públicas que actúen como palancas y que faciliten el paso del creativo al emprendedor, evitando que éste pueda caer en un ciclo de precariedad y subsistencia y, por último, la necesidad de pasar de “recetas” aplicables a cualquier territorio hasta PP que requieren paciencia para ver resultados (Prada, 2015).

A pesar de que existe un contexto donde hay aglomeración de las industrias creativas principalmente en Madrid y Barcelona y que aún y cuando la mayor parte del resto de los territorios sigue quedando al margen, algunas provincias consiguen insertarse competitivamente, bien por contar con un importante patrimonio cultural o por haber aplicado políticas de promoción de determinados *clústeres* como es el caso de Sevilla. Esto introduce la influencia de factores locales (trayectoria histórica, instituciones, coaliciones locales de actores, etcétera) (Méndez *et. al*, 2012)

Como se mencionó, Sevilla comenzó a implementar un impulso a la EC, ya que, dentro del marco establecido por el Plan de Innovación y Modernización de Andalucía, el gobierno de esta comunidad autónoma hacía hincapié en la necesidad de potenciar el desarrollo de las empresas creativas. Para ello, se aprobó el denominado “Proyecto Lunar”, en el que se involucran las Consejerías de Empleo, e Innovación, Ciencia y Empresa. El objetivo de este proyecto es fortalecer la contribución de estas empresas a la economía andaluza, para lo que presta diferentes servicios: asesoramiento a emprendedores en la elaboración de planes de negocio, en la tramitación burocrática o en la búsqueda de vías de financiación; posibilidad de contar con consultorías especializadas; apoyo a la internacionalización y organización de jornadas formativas (Caravaca *et. al* , 2013).

En Sevilla, que fue la ciudad en la que se inició este proyecto, ya a fines de 2008 se habían adherido al mismo 346 proyectos empresariales, realizado 43 encuentros interempresariales y acciones de promoción, constituido 44 nuevas empresas y generado 61 empleos directos. Como complemento a lo anterior, se creó una incubadora especializada denominada “La Fábrica de Ideas” (Caravaca *et. al* , 2013).

3.1.4 América latina y el caribe

En la región de América Latina y el Caribe (ALC), la situación también está sumamente diversificada. Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Cuba ya tienen un marco de EC instaurado mientras que México, Perú y Uruguay están empezando a reconocer el potencial del sector. El Estado Plurinacional de Bolivia, Ecuador, Paraguay, la República Bolivariana de Venezuela y los Estados centroamericanos todavía tienen que hacerlo. Estas diferencias se explican por el legado de una tradición continental de vincular la cultura a cuestiones relacionadas con la calidad de vida y los derechos sociales, independientemente de los resultados económicos. La visión política, contempla la producción, la distribución y el consumo cultural en términos no estrictamente relacionados con los resultados económicos. Así, la acogida de la cultura como recurso económico surgió recientemente y es admitida con cierta reticencia por muchos artistas y creadores. Muchas iniciativas reflejan el intento de reconciliar las dos visiones, probablemente de forma más deliberada que en otros contextos (UNESCO,2014).

En ALC se han puesto en marcha numerosas iniciativas destinadas a concienciar sobre la importancia y los efectos de la economía creativa (EC). El sector creativo representa una fuente sustancial de dinamismo para las economías de las Américas, ya que muestra un rápido crecimiento y posee la capacidad de fomentar la creatividad, la innovación y el espíritu emprendedor en una amplia gama de actividades. Este potencial es particularmente pronunciado en una región como ALC, que se distingue por su inmensa diversidad cultural. Esa diversidad puede mejorar las ventajas comparativas de la región, aumentar su papel catalizador en el desarrollo económico, diversificar la producción económica más allá de los productos básicos y reforzar la eficacia de las iniciativas de desarrollo local (Rodríguez, 2018).

ALC posee una identidad cultural distintiva y un potencial significativo, aunque subutilizado, de desarrollo económico y artístico, que puede fortalecerse mediante la EC. Los elementos fundamentales de la EC enfatizan el establecimiento de redes colaborativas y de apoyo. Al fusionar la EC con la integración de varios sectores

dentro de la sociedad, pueden surgir nuevas estructuras organizacionales para las empresas culturales y la industria creativa, fomentando el desarrollo económico sostenible. Además, la aplicación de la EC en ALC promete mitigar la dependencia cultural histórica de las naciones centrales, como EE. UU y Europa, reforzando así la identidad regional y facilitando una mayor integración entre los países latinoamericanos (Menesez *et. al,* 2016).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) aboga por el establecimiento de indicadores no económicos relacionados con diversos aspectos culturales, como los niveles de empleo en el sector cultural, las características de estas oportunidades de empleo, la cantidad de obras y productos culturales disponibles y las cifras de asistencia a los sitios culturales. Esta iniciativa es particularmente pertinente para la región de ALC, ya que estos indicadores pueden brindar información importante sobre el alcance de las actividades creativas en las sociedades, así como sus contribuciones al empleo y a los patrones de consumo de los hogares. Además, la CEPAL enfatiza la necesidad de contar con datos confiables para la formulación de políticas basadas en evidencia, así como para la evaluación de sus posibles impactos (Rodríguez, 2018).

3.1.4.1 Colombia

Colombia se ha convertido en un país líder en el desarrollo de la EC en ALC. Desde 2005, reconociendo la creciente importancia de los sectores culturales y creativos a escala mundial, la Cámara de Comercio de Bogotá emprendió un estudio integral centrado en las industrias creativas y culturales. Este estudio tuvo como objetivo evaluar los compromisos, estrategias y proyectos existentes relacionados con estas industrias, con el objetivo principal de identificar herramientas efectivas para impulsar las industrias creativas en Colombia. Al hacerlo, el estudio buscó alinear al país con los estándares de calidad y el posicionamiento global característicos de este floreciente sector económico. La investigación proporcionó análisis tanto cuantitativos como cualitativos de los diversos subsectores dentro de las industrias creativas y culturales, utilizando datos primarios recopilados a través de encuestas

y entrevistas realizadas con las partes interesadas de cada subsector (Ramírez y Rodríguez, 2018).

Uno de los factores que más reflejan la seriedad con la que este país está fomentando la EC es que en Colombia ya existe un marco legal que le brinda garantías a los derechos de autor; a la industria cultural y a la EC, los cuales se reglamentan en la Ley 1834 de 2017. El objeto de la ley naranja es “desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas”. Algunos de los sectores que se definen en esta ley son: editorial, audiovisual, fonográfico, de artes visuales, de artes escénicas y multimedia. La importancia de las industrias culturales para la sociedad fue clave para la creación de esta ley (Hernández *et. al*, 2018).

La Ley Naranja se basa en las siete estrategias destinadas a fomentar el desarrollo de la EC y aspira a facilitar la transformación económica y social mediante la legitimación de este marco legislativo. De conformidad con esta normativa, las autoridades locales han comenzado a formular políticas destinadas a estimular la revitalización de la economía. Es esencial subrayar la importancia de este sector para el desarrollo económico del país, en particular en las regiones caracterizadas por un rico patrimonio cultural (Hernández *et. al*, 2018).

El gobierno colombiano reconoce al sector como un importante contribuyente a la creación de empleo de calidad y un importante catalizador del desarrollo. Para apoyar su consolidación, el gobierno ha establecido diversos lineamientos, que incluyen estrategias para la gestión pública, la formulación de políticas pertinentes y sus directrices complementarias, y la propuesta de integración de entidades públicas orientadas a la promoción y desarrollo del sector. Adicionalmente, se han propuesto diversos mecanismos de financiamiento. Por otra parte, la creación del Consejo Nacional de la Economía Naranja (CNEN) sirve para fortalecer la institucionalidad del sector (ACRIP, 2019).

Para proporcionar datos empíricos sobre las industrias creativas en Colombia, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística ha establecido una cuenta satélite dedicada a la cultura y la economía naranja. Esta cuenta documenta

sistemáticamente los resultados de producción y la generación de ingresos asociados con las economías creativas, que se caracterizan como actividades que "producen derechos de autor y propiedad intelectual, incluidas marcas y patentes". La cuenta satélite evalúa cuantitativamente la producción de 32 actividades que el CNEN ha identificado como parte integral de las industrias creativas. Estas actividades se clasifican en tres categorías principales: artes y patrimonio, industrias culturales tradicionales y creaciones funcionales, que abarcan nuevos medios y desarrollo de *software* (ACRIP, 2019).

Además, existen instituciones y organizaciones fuertes dedicadas a promocionar los procesos y políticas y la economía cultural, como el Ministerio de Cultura y el Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo (Yandy, 2017).

En 2018, las industrias creativas generaron un valor agregado de 15 mil 645 millones de pesos, lo que representa el 1.8% del valor agregado total de la economía. Las industrias culturales, que incluyen sectores como la edición, la producción audiovisual y la industria fonográfica, fueron las que tuvieron la mayor contribución, con el 42.2% de este valor agregado. Le siguieron las creaciones funcionales —que abarcan los medios digitales, los contenidos de software, el diseño y la publicidad—, que aportaron el 34.2%. Por último, el sector de las artes y el patrimonio, que incluye las artes visuales, las artes escénicas, el entretenimiento, el turismo y el patrimonio cultural tangible e intangible, representó el 23.6% del valor agregado total. (ACRIP, 2019). De esta forma, Colombia ocupa el tercer puesto en Latinoamérica en número de empleados en este sector, después de México y Brasil. Por la importancia de estos datos y de los estudios realizados sobre el sector en el contexto mundial y en el de Colombia en particular (Blanco, *et. al*, 2018).

En el marco de las PP, el gobierno ha puesto en marcha un marco institucional orientado a fomentar el crecimiento de las industrias creativas. El Plan Nacional de Desarrollo (PND) para el periodo 2018-2022 contempla un segmento específico dedicado a la “economía naranja”, al que se le asigna un presupuesto de 6 mil millones de pesos. Este segmento delinea varios objetivos para el período de cuatro

años, entre ellos, la meta de incrementar de 791 a 3 mil 500 el número de oportunidades de empleo directo en los sectores de la economía naranja, facilitado por el Fondo Emprender. Además, se pretende lograr una tasa de crecimiento anual promedio de 5.1% en el valor agregado bruto generado por estas actividades durante la vigencia del plan (ACRIP, 2019).

Otro mecanismo de financiamiento es el de los Bonos Naranja, una estrategia que se genera en Banco de Comercio Exterior de Colombia y cuyo objetivo es captar recursos de la economía y de la sociedad civil para integrarlos en los emprendimientos del sector creativo por medio de líneas de crédito. La emisión del bono fue anunciada por el Banco por más de trescientos mil millones de pesos (Rodríguez y López, 2019).

En el sector académico también han incrementado las investigaciones respecto a la EC, realizando análisis desde diferentes enfoques, una de estas investigaciones permitió un acercamiento al conocimiento de la realidad de las industrias culturales y creativas en lo referente a la gestión del conocimiento. Esto es muy importante, si se tiene en cuenta que éste es un sector con gran impacto en las economías nacionales, especialmente en las de los denominados países desarrollados y que requiere de un gran impulso en economías emergentes, por el poco valor que en estas economías se le da a la actividad cultural (Blanco *et. al*, 2018).

La sociedad civil ha desempeñado un papel importante en el fomento de la cultura emprendedora junto con las instituciones académicas. Esta colaboración ha dado lugar al establecimiento de Mesas Redondas centradas en las Artes, la Arquitectura y el Diseño, que han facilitado el examen de metodologías de investigación alternativas y la generación de nuevos conocimientos. Estas discusiones han tenido en cuenta diversos aspectos, incluidos los temas de investigación, las metodologías, el desarrollo intelectual y los diversos productos producidos en consonancia con el concepto de investigación-creación. Las mesas redondas han planteado cuestiones pertinentes sobre la visibilidad y la valoración de los productos creativos y de investigación, en particular en lo que respecta al establecimiento de un lugar apropiado para las disciplinas creativas dentro del Sistema Nacional de

Ciencia, Tecnología e Innovación. Un objetivo clave de esta iniciativa es integrar y conectar la investigación, la innovación y las prácticas creativas con diversos actores y sectores del conocimiento para fomentar el desarrollo del país (Múnera, 2016).

3.2 La economía creativa en el contexto nacional

En México, la integración de las cuestiones económicas y creativas ha sido un proceso en marcha durante aproximadamente quince años. Sin embargo, la implementación de iniciativas relacionadas ha avanzado de manera lenta y gradual. Un evento pionero en este ámbito fue el Seminario Internacional sobre Indicadores Culturales: Su Contribución al Estudio de la Economía y la Cultura, celebrado en el Centro Nacional de las Artes de la Ciudad de México en 2003. Este seminario reunió a expertos nacionales e internacionales para discutir y evaluar metodologías para desarrollar indicadores culturales. Los debates enfatizaron la importancia de estas herramientas para diagnosticar el sector cultural y, en consecuencia, para formular políticas públicas culturales y creativas efectivas. En ese momento, existía una clara necesidad de datos completos sobre el sector para facilitar la creación de estadísticas e indicadores que mejoraran el análisis y promovieran el avance de las iniciativas culturales (Reyes, 2016).

Una ilustración de las deficiencias en la compilación de indicadores y estadísticas relativas a la EC se evidencia en los datos proporcionados por el INEGI, que engloban diversas actividades culturales en México. Sin embargo, en consonancia con los modelos internacionales de cultura económica que categorizan de forma diferenciada las industrias creativas y culturales, dicha diferenciación está notablemente ausente en el contexto mexicano. Además, la información disponible se presenta a nivel agregado, lo que da como resultado la omisión de ocupaciones específicas, como las asociadas con el diseño de software (Matadamas *et. al*, 2018).

A raíz del Seminario realizado en 2003, tanto el gobierno federal como los gobiernos locales pusieron en marcha una serie de iniciativas, que inicialmente se centraron en las industrias culturales y posteriormente se ampliaron para abarcar a las empresas creativas. A nivel federal, el gobierno de Felipe Calderón integró un

capítulo sobre Industrias Culturales en su Programa Nacional de Cultura. Además, durante la administración de Enrique Peña Nieto, se reforzó el apoyo a las industrias culturales mediante la implementación del Programa Especial para la Cultura y las Artes (2014-2018), que delineó explícitamente varios objetivos generales y específicos destinados a promover estos sectores (Reyes, 2016):

Objetivo 5. Apoyar la creación artística y desarrollar las industrias creativas para reforzar la generación y acceso de bienes culturales.

5.1 Fortalecer los estímulos a la creación artística y las iniciativas de emprendimiento cultural de la población del país.

5.2 Fomentar y estimular el surgimiento de empresas creativas y culturales.

En los últimos años se han llevado a cabo diversas iniciativas para facilitar la implementación de programas de fortalecimiento de la capacidad económica en las entidades federativas, entre las que se cuentan las siguientes:

a) La CDMX ha institucionalizado las iniciativas del sector de Programas Comunitarios dentro de la Dirección de Desarrollo Comunitario, que ha promovido y monitoreado activamente diversos modelos de gestión, incluidos proyectos culturales comunitarios, a través de numerosas convocatorias y foros de reflexión. A principios de 2015, la Secretaría de Trabajo y Promoción del Empleo, en colaboración con la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de México, formalizó un acuerdo destinado a fortalecer la capacidad y la eficacia de las cooperativas culturales (Reyes, 2016).
b) En 2012, el Instituto Veracruzano de Cultura, en alianza con el entonces Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), puso en marcha el programa Empresas Culturales, iniciativa que ofrece una serie de cursos y talleres de capacitación orientados a fomentar el desarrollo de empresas culturales y creativas. Además, el programa incluye el Foro de Empresas Culturales y Creativas, que ha llevado a cabo con éxito tres ediciones hasta la fecha, así como el Programa de Apoyo a Empresas Culturales y Creativas,

que ha ofrecido apoyo a múltiples empresas de la región de Veracruz a través de tres convocatorias (Reyes, 2016).

c) En 2013, la Secretaría de Cultura de Jalisco creó la Dirección de Industrias Culturales y Creativas, convirtiéndose así en la primera agencia de su tipo en México, ubicada fuera de la capital. Las iniciativas de la agencia se centran en brindar capacitación empresarial a través de cursos de educación continua, facilitar el intercambio anual de ideas y experiencias a nivel nacional e internacional a través del Congreso Internacional de Industrias Creativas, y apoyar a las empresas culturales y creativas a través de la creación del Fondo Proyecta, que está diseñado para promover y estimular el crecimiento de las industrias creativas y las organizaciones culturales (Reyes, 2016).
d) En 2014 en el estado de Oaxaca se realizó una investigación para determinar el comportamiento de la EC en su entidad y descubrió que aproximadamente el 8% de unidades económicas que se desempeñaban en la EC. De 2004 a 20014, las unidades económicas creativas crecieron %185 destacando las actividades relacionadas con las expresiones culturales. Por otro lado, el porcentaje de personas ocupadas en el sector de la EC representaba alrededor del 6%, así mismo en el mismo periodo de tiempo de 2004 a 2014, se muestra que hubo un incremento de empleos por parte de la EC en un 146% (Matadamas *et. al*, 2018).
e) En el norte de México se han puesto en marcha diversas iniciativas para fomentar el desarrollo de las industrias creativas, entre las que destacan el primer Foro de Economía Creativa Local, convocado por el Instituto de Cultura de Baja California en Ensenada a finales de agosto de 2015, y el Primer Foro de Industrias Creativas organizado por la consultora Eudoxa, que se llevó a cabo en Tijuana (Reyes, 2016).

El término “industria creativa en México” ha cobrado relevancia en el discurso contemporáneo, pues las profesiones englobadas en esta categoría han experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas. La evolución del panorama político y económico en México ha facilitado la expansión e influencia

económica del sector creativo. Es fundamental reconocer que, históricamente, el Estado ha jugado un papel central en la promoción de iniciativas culturales, por lo que la reciente inclusión de empresas privadas en el mercado de las profesiones creativas es un fenómeno relativamente novedoso. Este desarrollo se da en un marco en el que la relación con el Estado sigue siendo un elemento crucial (Castañeda y Garduño, 2017).

En este contexto, la industria creativa ha cobrado una importancia considerable en el discurso contemporáneo. En México, se estima que aproximadamente el 7% del Producto Interno Bruto (PIB) ha provenido de las industrias creativas en la última década, acompañado de notables aumentos en la inversión (Castañeda y Garduño, 2017). Datos recientes indican que se han identificado alrededor de 91,388 establecimientos creativos en el país, categorizados en nueve sectores primarios. Entre estos, tres grandes industrias son particularmente prominentes: la música y las artes escénicas, que representan el 30% del total de establecimientos; la edición, que representa el 20%; y la publicidad y el *marketing*, que constituye el 16%. Además, estos sectores no solo comprenden el mayor número de establecimientos, sino que también brindan empleo a un mayor número de personas en comparación con otros sectores (BOP, 2018).

La evolución de la dinámica productiva en el sector creativo ha facilitado el surgimiento de nuevas tendencias laborales, entre las que se encuentran el trabajo freelance, el trabajo por cuenta propia y la participación en la economía informal. Los indicadores sugieren una marcada concentración de profesionales económicamente activos en las regiones central y centro-occidental de la República. Este fenómeno se puede atribuir a la concentración de empresas y de producción de bienes creativos en estas zonas, lo que ilustra la relación entre la actividad económica y su configuración geográfica (Castañeda y Garduño, 2017).

La mayor parte de las actividades económicas, creativas y culturales del país se concentran predominantemente en seis estados: CDMX, Estado de México, Jalisco, Puebla, Veracruz y Nuevo León. Estos estados no solo albergan el mayor número de establecimientos comerciales, sino que también representan una parte

importante de las oportunidades de empleo dentro del sector de las industrias creativas. Por el contrario, los estados que muestran una menor participación en estas actividades son Colima, Campeche, Baja California Sur, Nayarit, Tlaxcala y Durango (BOP, 2018).

De igual forma, un número importante de universidades que ofrecen programas relacionados con las industrias creativas se ubican en las regiones centrales del país, específicamente en la CDMX, Hidalgo, Estado de México, Morelos, Puebla y Tlaxcala, así como en los estados del centro-oeste, que incluyen a Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas. Esta distribución sugiere que la región central de México ejerce una influencia considerable sobre los sectores creativos, lo que resulta en la formación de redes de producción que, a su vez, facilitan la generación de un mayor volumen de productos y servicios creativos (Castañeda y Garduño, 2017).

Desde un punto de vista favorable, las redes de producción dentro de las aglomeraciones influyen significativamente en la economía nacional, en particular porque la mayoría de los profesionales dedicados a las industrias creativas se concentran en los centros urbanos, como lo demuestra el panorama nacional. Este fenómeno puede caracterizarse como la formación de clústeres, en los que las actividades se realizan dentro de un espacio geográfico compartido que facilita el intercambio de conocimientos y habilidades (Castañeda y Garduño, 2017).

En México, la creatividad es reconocida como un activo importante por numerosas naciones. Reconociendo este potencial y el papel fundamental que desempeña en el desarrollo económico, México ha participado cada vez más en las industrias creativas, en particular en la producción de contenido audiovisual e interactivo en América Latina. Si entendemos que las industrias creativas representan una nueva fuerza impulsora en la economía global, México y la región de ALC en general tienen una oportunidad única, sin precedentes en su historia, de surgir como actores clave en el escenario mundial (Araujo, 2018).

Si bien la creatividad mexicana es reconocida en todo el mundo, México todavía no ha alcanzado su máximo potencial de desarrollo en el sector de la EC, factor que ha inhibido su competitividad con respecto a otros países tanto a nivel regional como global. Existen tres aspectos clave para garantizar la competitividad de un país: estructura, programas institucionales y PP que incentiven que las empresas sean rentables e innovadoras. México, como otras economías emergentes, entre otras cosas le faltan estudios de diseño tanto a nivel nacional como de la industria, por lo que ésta es una de las principales áreas de oportunidad para el sector (BOP, 2018).

México tiene fortalezas claras dentro de la industria creativa por el talento calificado a través de escolaridad alcanzando el grado en las licenciaturas de ingeniería y tecnología, aunado a los costos de producción y desarrollo audiovisual muy competitivos. Algunos de los productos más vendidos en el exterior son las telenovelas, contenido digital en videojuegos y plataformas; así como nuevas tecnologías en sonido y producción. La población de habla hispana en uno de los segmentos de mayor crecimiento en la industria del entretenimiento, México representa una plataforma ideal para la producción ya que funciona como una interface cultural e idiomática, lo que ofrece oportunidades únicas de crecimiento (Araujo, 2018).

Por el contrario, el empleo creativo en México ha mostrado tasas de crecimiento positivas; sin embargo, los salarios no han reflejado esta tendencia, lo que ha dado como resultado una disminución general que ha afectado no solo a la población empleada en general, sino también a los estratos de ingresos más altos, en particular entre los especialistas creativos. El panorama laboral dentro de la EC en el país revela disparidades significativas. Por un lado, representa un sector dinámico con tasas de crecimiento que superan el promedio nacional; por otro lado, no está aislado de la reducción generalizada de los salarios promedio que se experimenta en todo el país. A pesar de esto, los ingresos laborales dentro de la economía creativa siguen siendo más del 10% más altos que los de otros sectores, lo que indica la existencia de una prima salarial creativa asociada con la participación en este dominio económico. Sin embargo, es importante señalar que el empleo creativo

no está exento de las condiciones precarias que han plagado otras ocupaciones dentro del país (Valdivia y Roríguez, 2019)

Reyes (2016) postula que existe un potencial significativo sin explotar en el ámbito de la EC y sostiene que una vía prometedora para el sector creativo radica en el desarrollo de cadenas de valor más equitativas. Dichas cadenas de valor deberían facilitar la valorización de las contribuciones creativas de los individuos. Además, Reyes aboga por una reevaluación de las perspectivas sostenidas por los nodos terminales de la cadena, es decir, los creativos o productores y los consumidores, y sugiere que estas relaciones deberían entenderse a través de marcos alternativos. Hace hincapié en la necesidad de procesos de distribución más equitativos que aseguren retornos económicos justos tanto para los creativos como para los productores.

En su estudio de 2016, Reyes afirma que el ámbito de la creatividad económica alberga un potencial considerable sin explotar y sostiene que una estrategia viable para impulsar el sector creativo implica el establecimiento de cadenas de valor más equitativas. Estas cadenas de valor deberían promover el reconocimiento y la valoración de las contribuciones creativas de los individuos. Además, Reyes pide que se reexaminen las perspectivas de los nodos terminales dentro de la cadena de valor, específicamente los creativos o productores y los consumidores, y aboga por que estas relaciones se interpreten a través de marcos teóricos alternativos. Subraya la necesidad de implementar procesos de distribución más equitativos que garanticen retornos económicos justos tanto para los creativos como para los productores (Reyes, 2016).

Como se muestra en la información anterior, se considera a la EC como un sector que seguirá creciendo y desarrollándose a nivel mundial, tanto en las industrias tecnológicas por su natural desarrollo como en el área de la Inteligencia Artificial como en el sector artesanal, debido a que serán de los puestos de trabajo que la propia Inteligencia Artificial no va a desplazar.

PARTE II. MARCO TEÓRICO

Después de conocer las distintas partes que conforman un problema, al investigador se le presentan diversas alternativas, dentro de las cuales es posible encontrarle una explicación. Esta explicación se estructura a partir de la consulta de diversas fuentes: documentales, electrónicas, consultas con expertos y de información tomada de bases de datos; la cual debe ser interiorizada por el investigador y a partir de un proceso serio de reflexión realizar su constructo teórico que explica el problema. Este constructo se caracteriza por relacionar los conceptos con los cuales se elabora la teoría para explicar la realidad del problema (Tamayo, 2003).

La presente investigación será interdisciplinar, es decir, se apoyará en diversas disciplinas y a su vez se consultarán diferentes teorías dentro de dichas disciplinas con diferentes enfoques con la finalidad de integrar de manera global los resultados, una interpretación bien argumentada y se elaboren propuestas incluyentes que abarquen todas las perspectivas posibles. Debido a la naturaleza del problema que se pretende analizar, se deben incluir razonamientos de economía, de desarrollo regional (DR), de desarrollo local (DL) y de desarrollo económico (DE).

Desde el punto de vista de la Economía, se consultarán las obras de autores clásicos que abordaron el valor que tenía la creatividad, en específico las artes y la cultura como contribución a la riqueza, entre estos autores se encuentran David Hume, Adam Smith y David Ricardo; todos concordaban en que las actividades creativas no eran productivas desde el punto de vista teórico, pero que eran actividades necesarias para que las personas que realizaban actividades económicas, que desde su perspectiva, si eran productivas, pudieran divertirse.

También se abordará a los autores de la corriente humanista como lo fueron Morris, Ruskin y Arnold, a quienes se les considera los primeros en hacer contribuciones teóricas importantes respecto a la relación de las artes con la economía, así como de su contribución en el aumento de la riqueza (Goodwin, 2006)

Otro autor clásico de la economía que se abordará y que se le considera el primero que desarrolla el tema de la innovación y del emprendimiento o del emprendedor es

Schumpeter (2010), quién define al emprendedor como aquella persona dinámica y no ordinaria, que promueve innovaciones en la operación y administración de proyectos y enfatiza que su principal función es revolucionar los estándares ya establecidos, proponiendo e implantando posibilidades técnicas no probadas, para crear una industria o reorganizar una ya establecida. Para el crecimiento de la industria creativa se requieren individuos con estas características y el impulso a la innovación en todos los ámbitos.

El DE depende esencialmente de la capacidad para introducir innovaciones al interior de la base productiva y tejido empresarial de un territorio. Tradicionalmente se ha tendido a simplificar esta constatación del funcionamiento de la economía y se ha reducido el concepto al señalar que el DE depende de la inversión de recursos financieros. Sin embargo, la disponibilidad de los mismos no es suficiente por sí sola, ya que pueden dirigirse hacia aplicaciones de carácter improductivo o especulativo, sin asegurar la inversión productiva real. Así pues, la orientación de los recursos financieros hacia la inversión productiva depende de otros factores básicos (Alburquerque, 2004)

Establecido lo anterior, los autores que serán fundamentales para el desarrollo de la investigación así como para la elaboración de las posibles propuestas son aquellos relacionados con el DE y DL, principalmente aquellos autores que le asignan mayor relevancia a los factores endógenos para acelerar el desarrollo, como lo son Von Thiunen y su teoría de la ubicación; Walter Christaler y su teoría de los lugares centrales; Douglas North y su teoría de la base de exportación; Francoix Perroux y su teoría de los polos de desarrollo; Walter Rostow y su teoría de las etapas del desarrollo; H.W. Richardson y su teoría del *input-output*, de Michel Piore y Charles Sabel y su teoría de la acumulación flexible.

CAPÍTULO 4. TEORÍAS Y CONCEPCIONES SOBRE EL DESARROLLO

La noción de desarrollo puede considerarse una continuación de la ideología occidental del progreso, que se originó en la Grecia clásica y se consolidó en Europa durante la Ilustración. Esta ideología se basa en la creencia de que el pensamiento racional puede revelar los principios universales que gobiernan y estructuran el orden social, lo que permite su transformación en beneficio colectivo de la sociedad. Nisbet (1991) ofrece un análisis histórico exhaustivo del concepto de progreso en el contexto occidental, rastreando su evolución desde sus orígenes helénicos hasta su declive, en particular a la luz de las atrocidades observadas en los campos de concentración nazis y los bombardeos de Hiroshima y Nagasaki. Postula además que la idea de progreso se basa en la afirmación de que la humanidad ha progresado históricamente desde un estado inicial caracterizado por el primitivismo, la barbarie o incluso la falta de civilización, y que esta trayectoria de avance es continua y persistirá en el futuro (Nisbet, 1991).

La transición de lo inferior a lo superior se considera una realidad innegable, similar a las leyes inmutables de la naturaleza. Se considera que la noción de progreso ha desempeñado un papel fundamental, más importante que cualquier otro concepto, en el estímulo de la creatividad en diversos ámbitos y en el fomento de las esperanzas y la confianza colectivas e individuales en el potencial de transformación social y personal. No obstante, la noción de desarrollo tiene precedentes históricos, en otros términos, como civilización, evolución, riqueza y crecimiento. Por ejemplo, Adam Smith y más tarde John Stuart Mill, ambos destacados economistas ingleses, consideraban que la riqueza era un indicador clave de la prosperidad o decadencia de una nación. La teoría del desarrollo evoluciona en respuesta a la evidencia empírica, al tiempo que se adhiere a su propia dinámica interna (Valcárcel, 2006).

Según Sergio Boisier (2001), habría sido la “Carta del Atlántico” la que pareciese marcar el surgimiento del concepto de desarrollo en la esfera internacional. Este documento político suscrito por Roosevelt y Churchill en 1941 tenía por objetivo diseñar el mundo que se levantaría al lograrse la derrota del nazi-fascismo. Se

señala en esta proclama, que el único cimiento sólido de la paz reside en que todos los hombres puedan disfrutar de seguridad económica y social, y, por lo tanto, se comprometan a buscar un orden de este tipo al lograr la victoria. Esta declaración de intenciones era también una especie de antídoto contra la influencia sobre las gentes empobrecidas del mundo, de la prédica revolucionaria de su “aliado” soviético. Este último aspecto, el carácter de alternativa al comunismo, es particularmente relevante para entender cómo nace el concepto de desarrollo. El término surge ligado al liderazgo mundial capitalista (Rendón, 2010).

4.1 El concepto de Desarrollo

El término "desarrollo" abarca una multitud de interpretaciones, lo que dificulta su definición precisa. Esta dificultad surge principalmente debido a la naturaleza dinámica, normativa, cualitativa y compleja del concepto, que integra varias dimensiones sociales y económicas (Noguera y Semitiel, 2010). El desarrollo es un concepto crucial para comprender la modernidad, incluidas sus potencialidades y deficiencias. Las interpretaciones del desarrollo han sido diversas, al igual que las prácticas asociadas. Un aspecto central de las nociones de progreso y desarrollo es la idea de que los individuos, aprovechando su capacidad de acción social e individual (autonomía en varios niveles), poseen la capacidad de mejorar sus vidas mediante el dominio tanto del mundo externo como de su propia naturaleza intrínseca. En consecuencia, los conceptos de autonomía y dominio tienen una relevancia significativa en el contexto de la modernidad y forman la base de las prácticas contemporáneas, incluido el desarrollo (Berneth, 2001).

El concepto de desarrollo se ha empleado a menudo de forma amplia para denotar cualquier forma de transformación positiva en las condiciones de vida de las personas. A pesar de la ausencia de una definición definitiva y universalmente aceptada entre los científicos sociales, un tema predominante en diversos intentos de articular el concepto es que el desarrollo se entiende como un proceso que mejora la calidad de vida dentro de la sociedad. Esta interpretación sugiere, en primer lugar, que el desarrollo abarca mejoras en varias dimensiones, incluidas las condiciones económicas, políticas, sociales, ecológicas y culturales, lo que indica

que su alcance es más amplio de lo que comúnmente se percibe. En segundo lugar, esta definición subraya la necesidad de evaluar la calidad de vida dentro de la sociedad, lo que permite la identificación de mejoras que supuestamente surgen del proceso de desarrollo (Domínguez, 2010).

El concepto de desarrollo se concibe como una condición social dentro de una nación en la que las necesidades genuinas de su población se satisfacen mediante la utilización racional y sostenible de los recursos y sistemas naturales. Dicha utilización debe basarse en tecnologías que respeten las dimensiones culturales y defiendan los derechos humanos. Esta definición general del desarrollo abarca la estipulación de que los grupos sociales deben tener acceso a organizaciones y servicios esenciales, como la educación, la vivienda, la atención de la salud y la nutrición. Además, hace hincapié en el imperativo de respetar sus culturas y tradiciones dentro del marco social del Estado-nación (Reyes, 2001).

El concepto de desarrollo tiene una influencia significativa, ya que se han implementado diversos proyectos que han tenido un impacto positivo y negativo en las personas de todo el mundo. De hecho, una parte importante de la población mundial, en particular durante las últimas ocho décadas, ha experimentado lo que puede denominarse la "experiencia del desarrollo". Esta experiencia abarca una práctica, un discurso y una ideología centrados en torno a la modernización y el progreso. El objetivo general de esta experiencia de modernización y desarrollo ha sido mejorar la calidad de vida de las personas (Berneth, 2001).

El desarrollo es un proceso multidimensional que implica cambios en las conductas y actitudes individuales que impactan las estructuras institucionales de los sistemas económicos, sociales y políticos cuya finalidad es la persecución del crecimiento económico[3] y el desarrollo social[4] mediante la reducción de la desigualdad social[5] y

[3] Es el aumento sostenido de la producción económica de un Estado, usualmente se mide como el aumento del PIB real en un periodo de tiempo (Larraín y Sachs, 2004)

[4] Es el resultado de la mejora de los índices colectivos de bienestar como esperanza de vida, mortalidad infantil, ingreso disponible o acceso a servicios sociales; es decir, todo lo que significa que los grupos humanos vivan más y con buena calidad de vida (Uribe, 2004).

[5] La desigualdad social se caracteriza por el trato diferencial y el acceso a los recursos que reciben las personas de diversas categorías sociales y que persiste durante períodos prolongados dentro de

la reducción de la pobreza[6]. Por lo tanto, se puede decir que el concepto de desarrollo es multidimensional porque implica todos los componentes del bienestar humano, tales como los económicos, sociales, políticos, culturales, espirituales y del medio ambiente (Vargas, 2008).

Goulet (2000), enumera como dimensiones del desarrollo las siguientes: el componente económico, el ingrediente social, la dimensión política, elemento cultural, y el paradigma de vida completa. El desarrollo se realiza mediante mecanismos institucionales económicos, sociales y políticos, públicos y privados que promueven mejoras en gran escala en los niveles de vida de los individuos mediante el logro de objetivos de crecimiento económico, equidad[7], democracia[8] y estabilidad.

La conceptualización de desarrollo no ha estado exenta de críticas, desde sus inicios, algunos economistas como Seers comenzaron a criticar la postura mantenida por la corriente principal de la economía, que concedía la máxima importancia al crecimiento económico, y que se identificaba con el avance en el PIB. Para ese entonces, el desarrollo, utilizado con frecuencia como sinónimo de mejora, tendría que aceptarse como un concepto normativo. Habría, por tanto, que determinar cuáles son las condiciones necesarias para alcanzar el potencial de la personalidad humana, considerado como un objetivo universalmente asumible, para lo cual se identificaron tres necesidades básicas, que deben ser cubiertas para

---

las estructuras sociales. Además, un criterio fundamental para la existencia de desigualdad es la presencia de una discriminación sustancial y demostrable que afecte negativamente a un individuo o grupo en términos de sus condiciones materiales, oportunidades o el ejercicio de sus derechos (Insulza, 2011).

[6] Se considera que una persona se encuentra en situación de pobreza cuando presenta al menos una deficiencia en los seis indicadores de desventaja educativa, acceso a servicios de salud, acceso a seguridad social, adecuación y calidad de la vivienda, disponibilidad de servicios básicos en la vivienda y acceso a alimentos. Además, el ingreso de esa persona es insuficiente para adquirir los bienes y servicios necesarios para satisfacer sus necesidades nutricionales y no nutricionales (CONEVAL, 2020).

[7] Se define como la equivalencia de la razón “insumo/resultado” para todas las partes involucradas en un intercambio dado (Olvera & Arellano, 2015).

[8] Consiste en un método de formación de las decisiones colectivas: precisamente, en el conjunto de las reglas que atribuyen al pueblo, y por lo tanto a la mayoría de sus miembros, el poder –directo o a través de representantes de asumir decisiones (Ferrajoli, 2003).

poder hablar de desarrollo: disponer de capacidad de compra, disponer de una ocupación y la igualdad (Noguera y Semitiel, 2010).

Uno de los fenómenos que afectaron de manera más importante la comprensión del concepto de desarrollo fue la crisis de 1980, que se expresó básicamente en cambios en la manera de actuar del sector financiero, pero que al mismo tiempo hizo evidente el lento pero inexorable agotamiento del modelo económico imperante. En estas condiciones, los programas de desarrollo nacionales se orientaron al enfrentamiento de la crisis vía la recuperación de la estabilidad de la balanza de pagos. El desarrollo se veía como factible con solamente invertir y con limitar la acción del Estado y confiar en el efecto del capital financiero (Campos, 2010).

Los profundos cambios acaecidos desde entonces han transformado tanto el concepto de desarrollo como la clasificación de los países según el grado de desarrollo alcanzado. Así, el denominado grupo de países en desarrollo ha ganado extraordinariamente en heterogeneidad, dificultando su caracterización y, por tanto, restando significado a una denominación común. Pese a ello, la utilidad de contar con la posibilidad de categorizar distintas unidades territoriales (países, regiones, comarcas, etc.) para su estudio conjunto lleva a establecer diversos métodos de clasificación, siendo los más usuales los que provienen de los distintos organismos internacionales y que, en mayor o menor medida, descansan sobre la variable ingresos per cápita como referencia habitual.

Precisamente, la noción de desarrollo ha cambiado en el sentido de atenuar la atención prestada a la riqueza material, considerada tradicionalmente como única determinante del bienestar humano. Desde 1990, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) busca dar una definición más amplia del bienestar, más allá del PIB (Faura, *et. al* 2010). Más recientemente, en el PNUD han señalado que el desarrollo consiste en el aumento de las capacidades humanas, en particular las de aquellas personas que tienen los mayores déficits.

El desarrollo, que se concibe ahora como un proceso complejo de ampliación de las capacidades humanas y de los derechos de las personas, implica avances en la participación, en la equidad, en la educación, en el bienestar material, en la salud, en la cultura, en los derechos civiles, etcétera. Además, el desarrollo debe ser sostenible desde el punto de vista económico, social y ambiental. Esto significa que la economía del desarrollo ha experimentado importantes cambios: desde el concepto “crecimiento económico”, se pasó al de “desarrollo económico”, que ha evolucionado posteriormente al de ‘desarrollo sostenible’ cuya concepción es también dinámica (Noguera y Semitiel, 2010).

En los últimos sesenta años se pueden identificar diferentes enfoques del desarrollo, que va desde el enfoque de la Modernización, el enfoque de la Dependencia, el enfoque Neoliberal, el enfoque de las Capacidades, los enfoques Latinoamericanos, el enfoque espacial, el enfoque de los Sistemas Mundiales, el enfoque de la Globalización y enfoques recientes.

4.2 El enfoque de la Modernización

El contexto histórico en el que se desarrolló la teoría de la modernización está influenciado significativamente por el conflicto ideológico entre el socialismo y el capitalismo, comúnmente conocido como la "Guerra Fría". Cabe destacar que este marco teórico se originó en instituciones académicas estadounidenses. La teoría de la modernización integra conocimientos de varias disciplinas, incluidas la economía, la ciencia política, la sociología y la psicología. Además, organizaciones internacionales como las Naciones Unidas (ONU) y el Banco Mundial (BM) han adoptado este enfoque, lo que ha facilitado su rápida legitimación, su amplia difusión y su aplicación práctica en las naciones que luchan por el desarrollo (Valcárcel, 2006).

Se considera que hay dos factores históricos fundamentales que contribuyeron al surgimiento de la teoría del desarrollo de la modernización después de la Segunda Guerra Mundial (SGM). El primero es el ascenso de EE. UU como potencia global dominante, en particular a la luz del debilitamiento significativo de naciones occidentales como Gran Bretaña, Francia y Alemania después de la guerra. EE. UU

asumió un papel de liderazgo en el escenario mundial, ejemplificado por la implementación del Plan Marshall, que tenía como objetivo facilitar la reconstrucción de la Europa occidental desgarrada por la guerra mediante una importante asistencia política y financiera. El segundo factor se relaciona con la proliferación del movimiento comunista, que ganó fuerza e influencia a escala global durante este período (Reyes, 2001).

La teoría de la modernización postula que las sociedades contemporáneas exhiben niveles más altos de productividad, mejores resultados educativos para los niños y mejores sistemas de apoyo para las poblaciones marginadas. Una característica definitoria de las sociedades modernas es su diferenciación estructural, que se refiere a la delimitación explícita de los roles y funciones políticas de varias instituciones. Las premisas fundamentales de la teoría de la modernización se basan en la comprensión de la modernización como un proceso en fases. En consonancia con el modelo de desarrollo económico de Rostow, se propone que las sociedades progresan a través de cinco etapas distintas (Reyes, 2001):

1) La sociedad tradicional.
2) La precondición para el despegue.
3) El proceso de despegue.
4) El camino hacia la madurez.
5) Una sociedad de alto consumo masivo.

4.3 El enfoque de la Dependencia

La teoría de la dependencia surgió en ALC durante la década de 1960 en un contexto radical caracterizado por un fuerte compromiso con la transformación social y un alejamiento intelectual definitivo de la teoría de la modernización. En el contexto de América del Sur, los conceptos de desarrollo y subdesarrollo se examinan desde una perspectiva histórica. Los defensores de la teoría de la dependencia la caracterizan como una forma específica de interacción entre la economía global y las economías locales, así como entre la dominación internacional y las jerarquías de clase internas. Este marco se entiende como un resultado histórico de la división internacional del trabajo, que ha llevado a la

concentración del desarrollo industrial en ciertas naciones, relegando a otras al papel de meros proveedores de materias primas (Valcárcel, 2006).

Los fundamentos de la teoría de la dependencia se originaron principalmente en las investigaciones realizadas por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Una figura clave en este discurso fue Raúl Prebish, quien sostuvo que para establecer condiciones propicias para el desarrollo dentro de una nación es esencial (Reyes, 2001):

1) Controlar el tipo de cambio de la moneda, primando la política fiscal sobre la monetaria.
2) Promover un papel más efectivo del gobierno en el desarrollo del país.
3) Crear una plataforma de inversiones que dé prioridad al capital nacional.
4) Permitir el ingreso de capital externo de acuerdo con las prioridades ya establecidas en el plan nacional de desarrollo.
5) Promover una demanda interna más efectiva en el mercado interno como base para consolidar los esfuerzos de industrialización en América Latina y los países en desarrollo.
6) Crear una mayor demanda interna mediante el aumento de los salarios y sueldos de los trabajadores.
7) El gobierno establece un sistema de seguridad social más efectivo, especialmente para los sectores pobres, a fin de crear condiciones que hagan más competitivos a estos sectores.
8) Desarrollar una estrategia nacional acorde con el modelo de sustitución de importaciones, protegiendo la producción nacional mediante cuotas y aranceles en los mercados externos.

Se propone que el impulso al desarrollo socioeconómico se logra adoptando métodos de producción más eficientes para elevar la productividad del trabajo y los frutos de ese progreso son: la elevación del nivel de ingreso real y, por tanto, de las condiciones de vida de la población. Para elevar la productividad y desatar el desarrollo, la CEPAL asume que corresponde a los gobiernos impulsar la política de industrialización que se lograría (Ornelas, 2010).

Lo anterior se lograría mediante el fortalecimiento de la industrialización de los países latinoamericanos mediante la inversión, promoción y soporte por parte del Estado, generando un gran salto hacia adelante que permita aprovechar las economías externas potenciales del proceso para así poner a la economía camino del crecimiento autosostenido. De modo que, finalmente, se estableciera una secuencia entre industrialización, acumulación, crecimiento y desarrollo (entendido éste, obviamente, como incremento del PIB) en un mismo proceso que representara el intento de emulación de la experiencia seguida por los países occidentales (Molero, 2008).

La CEPAL sostenía que otra estrategia para impulsar de forma rápida la industrialización era mediante la sustitución con producción interna de las manufacturas que se importaban (industrialización sustitutiva de importaciones), el Estado apoyaría este proceso con políticas de tipo de cambio y de protección fiscal gravando las importaciones tradicionales. Lo recursos que por este concepto se obtuvieran, se destinarían al desarrollo industrial interno orientado a seguir sustituyendo importaciones (Berneth, 2001).

La industrialización, cuya expansión la haría capaz de absorber a la fuerza de trabajo desplazada por la introducción de técnicas modernas en la agricultura se convertía, de acuerdo con la CEPAL, en la pieza angular de la política de desarrollo económico. Finalmente, la industrialización permitiría a los países periféricos superar la dependencia de las naciones centrales, ya que las economías latinoamericanas tendrían una nueva forma de inserción en la división internacional del trabajo (Ornelas, 2010).

Adicionalmente, se establece un rechazo de la llamada tesis mono-económica y la aceptación de la tesis de la afirmación del beneficio mutuo. La primera de ellas supone la concepción de que los países subdesarrollados se separan como un grupo, mediante varias características económicas específicas comunes a ellos, de los países industriales avanzados, y que el análisis económico tradicional concentrado en éstos últimos países deberá modificarse, en consecuencia, en algunos aspectos importantes, cuando se aplique a los países subdesarrollados. La

segunda se corresponde con la aseveración de que las relaciones económicas existentes entre estos dos grupos de países pueden configurarse en forma tal que ambos resulten beneficiados (Molero, 2008).

La teoría de la dependencia integra elementos del neomarxismo con los principios económicos keynesianos. Basada en el marco económico de Keynes, la teoría de la dependencia se articula a través de cuatro principios principales:

1) la necesidad de fomentar una demanda interna sustancial y efectiva dentro de los mercados nacionales;

2) el reconocimiento de la importancia del sector industrial para alcanzar mayores niveles de desarrollo nacional, en particular debido a su capacidad para generar mayor valor agregado en los productos en relación con el sector agrícola;

3) el imperativo de aumentar los ingresos de los trabajadores como estrategia para estimular una mayor demanda agregada en condiciones de mercado nacionales; y

4) la defensa de un papel gubernamental más proactivo para fortalecer las condiciones que conducen al desarrollo nacional y elevar los niveles de vida de la población (Reyes, 2001).

4.4 El enfoque Neoliberal

Durante la década de 1980, los desafíos asociados a la crisis del Estado de bienestar en los países del Norte, junto con la pérdida de eficacia del modelo de sustitución de importaciones en los países del Sur, dieron lugar a una propuesta que surgió principalmente de las teorías económicas neoclásicas y que redefinió los paradigmas del desarrollo en consonancia con el avance de la neomodernización liberal transnacional. En este contexto, el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el BM surgieron como actores centrales en la formulación de políticas económicas para los países en desarrollo, un desarrollo que puede verse como una respuesta al problema de la morosidad de la deuda externa (Valcárcel, 2006).

En respuesta a la creciente deuda nacional, surgió la doctrina del ajuste estructural, que moldeó significativamente la teoría y la práctica del desarrollo, al tiempo que

promovió un grado de pragmatismo en diversos ámbitos institucionales y académicos. El contexto histórico de este giro neoliberal se remonta a la conclusión de la Guerra Fría en 1989, marcada por la caída del Muro de Berlín y la disolución de los regímenes socialistas en Europa del Este, que contrastaron marcadamente con el ascenso de los EE. UU y las ideologías capitalistas. El crecimiento económico se restableció como el impulso central para el desarrollo y el avance social, a menudo enmarcado como un objetivo instrumental y último de las políticas de desarrollo, a veces exigiendo la subordinación de las demandas sociales a las prioridades económicas. Dentro de la narrativa liberal predominante, los imperativos económicos se consideraron críticos y fundamentales. El Consenso de Washington jugó un papel central al proporcionar un nuevo marco de política económica destinado a reemplazar los desacreditados enfoques de planificación central y sustitución de importaciones (Valcárcel, 2006).

4.5 El enfoque de las Capacidades

Durante la década de 1980, las contribuciones intelectuales del economista y filósofo indio Amartya Sen, en particular su enfoque de las capacidades, comenzaron a ganar prominencia dentro de la comunidad académica occidental. Un elemento central del argumento de Sen es la afirmación de que una investigación crítica gira en torno al grado en que los individuos poseen capacidad de acción sobre sus propias vidas, reemplazando así la influencia de las circunstancias externas y la aleatoriedad por la autonomía individual sobre esos factores.

En resumen, el desarrollo se concibe como un proceso que mejora las capacidades individuales y colectivas de los seres humanos para participar en actividades que libremente eligen y valoran. Al mismo tiempo, la dinámica de la oferta y la demanda de bienes y servicios se considera como elementos complementarios en lugar de ser el objetivo principal del desarrollo. La importancia del marco de Amartya Sen es que se centra en lo que los individuos son capaces de "hacer y ser", en contraposición a lo que poseen. Esta perspectiva está estrechamente vinculada a la noción de derechos, que sustentan tanto la realización material como espiritual de los individuos (Valcárcel, 2006).

El planteamiento de Amartya Sen para la evaluación del nivel de vida tiene como premisa la relevancia frente a sencillez, apartándose de la aproximación tradicional, basada en el ingreso, y abogando por una evaluación directa de las capacidades individuales. Esta propuesta metodológica no sólo afecta al dominio de definición del nivel de vida, sino que tiene importantes implicaciones en la medición del desarrollo, que pasa a ser una cuestión multidimensional (Rivera, *et. al.* 2010).

El enfoque de las capacidades sirve de base teórica al PNUD para formular su conocido Índice de Desarrollo Humano (IDH) (Esteban, *et. al.* 2010). El IDH es una medida sinóptica del desarrollo de un país, que se calcula como el promedio simple de los logros relativos alcanzados por dicho país en tres componentes básicos del desarrollo humano: el índice de salud, el índice de educación y el índice de ingreso (PNUD, 2020).

Desde una óptica universalista, se considera que Sen elaboró la concepción de capacidades y realizaciones (o funcionamientos) para establecer una relación íntima y recíproca entre el alcance del desarrollo y la libertad. Dicho autor reflexionó extensamente sobre la condicionante fundamental del desarrollo que, a su juicio, consiste no en la posesión de bienes o dinero, que solo tienen importancia instrumental; ni en la utilidad o placer que éstos brindan, sino en las capacidades que permiten realizar la vida que más se valora. En tal sentido, Sen critica el enfoque económico argumentando que el nivel de vida de un individuo está determinado por sus capacidades y no por los bienes que éste posee, ni por la utilidad que experimente (Sandoval y Mota, 2010).

El enfoque de las capacidades de Amartya Sen se fundamenta en cuatro pilares (Sandoval y Mota, 2010):

1) **Las capacidades a nivel de personas o de la sociedad.** En el primer caso, la capacidad de una persona se evalúa en términos de la habilidad real que posee para lograr funcionamientos valiosos como parte de la vida. En el segundo caso, se considera a los conjuntos de capacidades individuales para una evaluación totalizadora, en términos de ventajas sociales.

2) **Los funcionamientos.** Representan partes del estado de una persona, en particular sobre las cosas que logra hacer o ser al vivir. En este caso, hay una combinación de funcionamientos que inciden sobre la calidad de vida de las personas y su valía depende de la capacidad de las personas.
3) **Objetos-valor y espacios evaluativos.** Se considera objetos valor a los bienes materiales y no materiales que se deben considerar en un proceso de evaluación de las capacidades y los funcionamientos. La identificación de los objetos de valor especifica los espacios evaluativos.
4) **Capacidad y libertad.** El concepto de libertad tiene que ver con la capacidad personal e individual de elegir entre varias opciones los diferentes tipos de vida; eso se constituye en capacidades que proporcionan a las personas y sociedades una mejor calidad de vida.

A diferencia de los enfoques anteriores, aunque todavía predominantes, el énfasis no está colocado en el crecimiento económico como forma de medir y alcanzar el desarrollo, sino en una serie de relaciones entre diversos aspectos económicos, sociales, políticos, culturales y ambientales. Ahora, se propone un nuevo paradigma en el que la persona está en el centro del proceso de desarrollo a partir de la ampliación de las libertades, lo que se expresa en sus capacidades reales para alcanzar la vida que más valora y quiere tener, en un contexto de armonía con el medio ambiente (Rivera, *et. al.* 2010).

4.6 Los enfoques Latinoamericanos

AL condensa una larga tradición sobre el tema del desarrollo que se nutre de la experiencia arraigada en el pensamiento latinoamericano, de las nuevas formas de la lucha social emprendidas y del reconocimiento de las particularidades de la región frente al mundo, todo esto, permiten repensar con mayores posibilidades de éxito el rumbo que debe tomar la sociedad al margen del neoliberalismo y de las formas tradicionales de organización. obliga a replantearse la vigencia del desarrollo como un objetivo político y económico de las naciones, el papel central del Estado en la consecución de dichos objetivos y el de los pactos sociales necesarios para ello,

también implica dimensionar la experiencia histórica de nuestros pueblos con nuevos parámetros (Sotomayor y Aceves, 2010).

En términos generales el pensamiento latinoamericano sobre el desarrollo se esforzó por generar un enfoque si no multidisciplinario sí, al menos, “integrado del desarrollo”, Una manifestación de lo anterior es que dichas teorías se abocaron al tema del cambio social, con lo cual siguieron la tradición sociológica de los fundadores de la disciplina (Molina, 2007).

Un ejemplo del pensamiento latinoamericano, desde la teoría de la modernización, fueron los planteamientos de Gino Germani, que, aunque nació en Italia, todos sus aportes académicos y de investigación los realizo en Argentina. Germani (1969), propone que para el estudio del desarrollo se deben incluir tres procesos: desarrollo económico, modernización social y modernización política. A su vez, estos procesos forman parte de un proceso social de mayor envergadura denominada por el autor, como secularización, y para el cual propone la unidad del mundo sociocultural desde tres dimensiones básicas: la cultura, la sociedad y las motivaciones o la personalidad. Este enfoque no sólo incorpora las dimensiones económicas, política y cultural en su objeto de indagación, sino que propone el estudio de las relaciones, fases y desfases ocurridos entre ellas en el proceso de cambio de la estructura social (Molina, 2007).

Una figura notable en la teoría del desarrollo latinoamericano es el economista brasileño Celso Furtado, cuya obra seminal, “Desarrollo y subdesarrollo” (1970), articula una conceptualización matizada del desarrollo que abarca tres dimensiones distintas: primero, la mejora de la eficiencia del sistema de producción social; segundo, la satisfacción de las necesidades fundamentales de la población; y tercero, la realización de los objetivos perseguidos por los grupos dominantes dentro de la sociedad, que compiten por la asignación de recursos limitados (Valcárcel, 2006).

4.7 El enfoque Espacial

El auge que ha logrado el desarrollo espacial en los últimos años se debe en buena parte a la conciencia adquirida en todos los países del mundo en vías de desarrollo, sobre los problemas de orden socioeconómico que los afectaron y además en la necesidad de encontrar soluciones a dichos problemas (Salguero, 2006).

Esta conciencia sobre los conflictos económicos y sociales que genera, ha determinado tanto a los dirigentes políticos como a los planificadores, a los administradores y a los economistas, a ocuparse en el estudio de los factores que inciden en dichos problemas, con la finalidad de posibilitar la transformación de la estructura espacial de las economías en una transformación que conduzca a erradicar, o por lo menos a disminuir significativamente, las preocupantes desigualdades que se presentan, en comparación con las economías de mercado libre o de proteccionismo (Salguero, 2006).

4.8 El enfoque de la Globalización

La teoría de la globalización tiene su origen en el mecanismo global, que muestra una tendencia hacia una creciente integración, con especial énfasis en el ámbito de las transacciones económicas. Una de las características básicas de la teoría de la globalización es su enfoque y énfasis en los aspectos culturales y económicos y los intercambios a escala global. Esta escuela de pensamiento considera que, además de los vínculos económicos, financieros y políticos, el principal elemento moderno que explica el proceso de desarrollo son los vínculos culturales entre los países. Uno de los factores más importantes en este intercambio cultural es la creciente flexibilidad de la tecnología para conectar a las personas de todo el mundo. Los principales aspectos del enfoque de la globalización son los siguientes (Reyes, 2001):

a) Reconoce que los sistemas globales de comunicación están adquiriendo cada vez mayor importancia y que a través de este proceso, los países interactúan con mayor frecuencia y flexibilidad, no sólo a nivel gubernamental sino también a nivel nacional.

b) Si bien los principales sistemas de comunicación están operativos en los países desarrollados, estos mecanismos también se aplican a los países en desarrollo. Este hecho aumenta la posibilidad de que los grupos marginales de los países pobres puedan utilizar las nuevas tecnologías para comunicarse e interactuar en un contexto global.
c) Los sistemas de comunicación modernos traen consigo importantes cambios estructurales en los patrones económicos, sociales y culturales de cada país. En términos de actividad económica, estos nuevos avances tecnológicos son cada vez más accesibles para las pequeñas empresas locales. Esta situación ha creado un entorno diferente para realizar transacciones económicas, utilizar recursos productivos, intercambiar productos y aprovechar los "mecanismos de las criptomonedas". Desde un punto de vista cultural, los nuevos productos de comunicación unifican los patrones de intercambio en todo el mundo, al menos en términos de transacciones económicas en el contexto actual.
d) Estos nuevos patrones de comunicación están influyendo en nuevas concepciones de las minorías en ciertos países. Aunque estas minorías no están plenamente integradas en el nuevo sistema de comunicación global, las grandes empresas y las élites políticas de cada país participan en esta interacción en todo el mundo. Al fin y al cabo, las corporaciones y las élites políticas siguen siendo quienes toman las decisiones en los países en desarrollo.
e) Los factores culturales determinan la forma de la estructura socioeconómica de cada país. Las condiciones sociales son el resultado de los factores culturales y económicos dominantes en cada país.

4.9 Repensando el Desarrollo

El desarrollo en estos tiempos deberá ser una construcción participativa que proponga la más severa crítica a la sociedad basada en la relación subordinada del trabajo al capital y al mismo tiempo someta al capital a los intereses populares. En otras palabras, una nueva concepción del desarrollo deberá partir de la convicción

de que en el capitalismo se puede lograr la dirección social del proceso de desarrollo económico y social. Esto requiere la participación creciente de la población, que siempre ha sido excluida de las definiciones esenciales del desarrollo y, sobre todo, marginada de los proclamados logros el desarrollo conducido por el capital y el aparato gubernamental (Ornelas, 2010).

Por otra parte, el proceso de desarrollo debe tener como una de sus características básicas la redistribución del ingreso real mediante las políticas fiscal y de inversión pública en infraestructura social, esta política debe acompañarse de acciones concertadas con la población tendientes a solucionar los problemas de la desigualdad y la pobreza pues una sociedad no supera esas situaciones cambiando únicamente la forma como se distribuye el ingreso, aun cuando esto ocurra en favor de los sectores de más bajo ingreso ya que el desarrollo social debe comprenderse vinculado al bienestar general de la sociedad, es decir, tiene que ser concebido como un proceso social de cambio y mejoramiento constante de las condiciones generales de vida social (Ornelas, 2010).

Se debe comprender que lograr el bienestar social no solamente depende de superar la carencia de ingreso, es decir, de la imposibilidad de acceder al mercado de consumo, sino que depende también de otros factores como la satisfacción total o parcial de los componentes del bienestar social o mejorar su distribución equitativa entre la sociedad dando prioridad, precisamente, a los pobres, lo que no se logra con el mero incremento del ingreso monetario personal o de las familias. Ahora bien, para que el desarrollo pueda contribuir a satisfacer las necesidades de la sociedad, la estrategia económica debe incorporar como propios los objetivos y las metas del bienestar social. El propósito explícito de esta estrategia económico–social sería reencontrar a la economía con la política, sometiendo la razón económica a la social (Ornelas, 2010).

La tendencia creciente no sólo al uso de herramientas matemáticas cada vez más sofisticadas, sino a la inclusión de análisis que apuntan a la interdisciplinariedad, al incluir aspectos de psicología, antropología, historia y por supuesto contribuciones conceptuales y metodológicas provenientes de la química, la física o la biología. La

inclusión del espacio y el tiempo en el análisis de las distintas disciplinas es otro componente novedoso y crucial en la reinterpretación del desarrollo, ya sea que se visualicen como acciones de los Estados, de los agentes económicos o de la población en general (Rivera, *et. al.* 2010).

La crítica radical a las prácticas de algunos gobiernos que atentan incluso contra el propio crecimiento económico o a la idea del desarrollo económico tradicional, también es algo rescatable de lo señalado por los poetas y escritores. La visión global, integral, ética que manifiestan la mayoría de los luchadores por la paz, los ecologistas y los literatos, viene a ser un ingrediente indispensable del desarrollo alternativo (Rivera, *et. al.* 2010).

El desarrollo, que abarca la mejora de las condiciones económicas, sociales, ecológicas y culturales de la sociedad, está inextricablemente vinculado al desarrollo de las capacidades y competencias de sus integrantes. Esta mejora del desarrollo individual, facilitada por redes de conocimiento (como las conexiones familiares, sociales y organizacionales), junto con el fortalecimiento de las relaciones interpersonales dentro del tejido social, se manifiesta en el establecimiento de comunidades. Esta formación comunitaria tiene por objeto consolidar los esfuerzos colectivos, lo que permite la identificación y la consecución de objetivos compartidos (Domínguez, 2010).

La innovación y la creatividad humanas se han convertido en la auténtica riqueza de las naciones del siglo XXI. Por consiguiente, liberar el potencial de la economía creativa implica promover la creatividad general de las sociedades, afirmar la identidad distintiva de los lugares donde prospera y se agrupa, mejorar la calidad de vida allá donde exista, así como la imagen y el prestigio locales, lo cual, si se estructura y se implementa de manera adecuada representa un punto de partida para el desarrollo sostenible.

CAPÍTULO 5. APROXIMACIONES TEÓRICAS AL CONCEPTO DE REGIÓN Y AL CONCEPTO DE LOCALIDAD

La concepción predominante y directa del espacio suele entenderse como un vacío o un vacío; en concreto, se lo percibe como un contenedor que puede llenarse o vaciarse mediante la introducción o eliminación de entidades tangibles, lo que lo hace capaz de ser ocupado o desocupado. Palacios (1983) caracteriza el espacio como una dimensión intrínseca a la realidad material, más que como un ámbito separado en el que pueden situarse objetos y procesos. Por el contrario, Perroux propuso que el espacio puede conceptualizarse de varias maneras: a) como delineado por un plan; b) como un campo de fuerzas; y c) como un agregado homogéneo (Palacios, 1983).

Por otro lado, espacio geográfico es el conjunto de estructuras espaciales y las relaciones entre ellas, que ocurren en la superficie de la tierra como objeto de la acción, la dotación de sentido y la interpretación de los seres humanos, asume hoy una importancia fundamental, por cuanto la naturaleza se transforma productivamente. Debe considerarse como un conjunto indisociable en el que participan, por un lado, cierta combinación de objetos geográficos, objetos naturales y objetos sociales, y por el otro, la vida que le colma y anima, es decir, la sociedad en movimiento. El contenido (la sociedad) no es independiente de la forma (los objetos geográficos), y cada forma encierra una fracción de contenido. El espacio, por consiguiente, es un conjunto de formas, cada una de las cuales contiene fracciones de la sociedad en movimiento (Tibaduiza, 2008)

Es el objeto de estudio de la Geografía y se caracteriza por la existencia de una combinación dinámica, por consiguiente, inestable, de elementos geográficos diferenciados que actuando dialécticamente unos sobre otros hacen del mismo un conjunto indisociable que evoluciona en bloque. Los elementos que constituyen la estructura geográfica de la Tierra variarán según la zona, los principales componentes del espacio geográfico son los nodos, las redes, las jerarquías, los flujos y las superficies (Luna, 2010).

5.1 Territorio y Territorialidad

En lo que se refiere al territorio, se puede definir como el producto de una intervención consciente, vinculada a una determinada estructura del poder, de espacios concretos; constituye además un instrumento de control, producción y significación el espacio (Rodríguez y Manent, 2016). El territorio se genera a partir del espacio, es el resultado de una acción conducida por un actor sintagmático (actor que realiza un programa) a cualquier nivel. Apropiándose concretamente o de manera abstracta de un espacio, el actor territorializa el espacio (Dematteis y Governa, 2005).

La territorialidad por otra parte es cuando las colectividades se apropian de los espacios que las contienen y les dan un sentido ritual en su especificidad, es decir, hacen del territorio una territorialidad que está cargada de cronotopos y delimitada por la frontera como dispositivo simbólico y lugar de enunciación (Spíndola, 2016). Lo cual genera una relación dinámica entre los componentes sociales (economía, cultura, instituciones, poderes) y aquello que de material e inmaterial es propio del territorio donde se habita, se vive, se produce (Dematteis y Governa, 2005).

5.2 Región y Regionalización

El término "región" comprende dos definiciones principales. La primera definición se refiere a un concepto abstracto de un área caracterizada por un conjunto de criterios de similitud u homogeneidad, aplicables tanto al mundo tangible como, potencialmente, a otros contextos dentro del universo. La segunda definición opera a un nivel más concreto, y se refiere a áreas distintas de la realidad física y sus componentes. En este contexto, el término designa específicamente segmentos particulares de la superficie de la Tierra, delineados de acuerdo con criterios objetivos predeterminados que pueden derivar tanto de las ciencias naturales como de las ciencias sociales (Palacios, 1983).

Coraggio clasifica la noción de regionalización en dos tipos distintos: regionalización objetiva y regionalización subjetiva. La regionalización objetiva se refiere a la manifestación de un proceso, relación o fenómeno particular dentro de un área

geográfica específica. Por el contrario, la regionalización subjetiva implica la metodología establecida para delimitar regiones según criterios predeterminados y objetivos específicos, como los que se emplean en las actividades de planificación (Palacios, 1983).

En el campo de las ciencias regionales existe un marco conceptual que busca ofrecer una síntesis teórica de los diversos segmentos disciplinares que se entrecruzan en el examen de los procesos sociales que ocurren en áreas geográficas definidas, comúnmente denominadas regiones. Estas regiones pueden clasificarse en distintas clasificaciones (Palacios 1983):

Región homogénea. Es una unidad territorial caracterizada por un factor singular de diferenciación, que puede ser de naturaleza social, física, climatológica o política. La diferenciación interna de sus componentes suele ser menos pronunciada que la diferenciación observada entre regiones distintas. Desde una perspectiva económica, una región homogénea se conceptualiza como una entidad cohesiva que experimenta patrones uniformes de desarrollo y declive. Este concepto se emplea en el campo de la macroeconomía regional, donde sirve como base para analizar cuestiones relacionadas con el crecimiento, la determinación del ingreso y los cambios tanto de corto como de largo plazo. En este marco, estas variables suelen escalarse, operando bajo el supuesto de valores constantes en toda la región (Palacios, 1983).

Región polarizada. A menudo denominada región nodal, denota unidades territoriales delimitadas por la interdependencia funcional y la intensidad de las interacciones entre sus componentes, a pesar de la incapacidad de establecer límites precisos. La característica definitoria de tales regiones reside en las interacciones dinámicas entre los centros y las áreas periféricas. Este sistema se estructura en torno a un núcleo central, con el que todos los elementos constituyentes muestran relaciones más fuertes que con aquellos situados más allá de los confines del área nodal. En términos prácticos, este concepto se refiere típicamente a una ciudad y su área de influencia circundante, que sirve tanto como

área de mercado para la producción de la ciudad como área de abastecimiento para su demanda de insumos (Palacios, 1983).

Región económica de la escuela alemana. Se refiere a la delimitación de una región a partir de la distribución espacial de las actividades productivas y los procesos económicos que ocurren teniendo en cuenta la fricción de la distancia. Se la conceptualiza como una unidad económica distinta y autosostenible formada por la agregación de áreas de mercado correspondientes a varios productos. Estas áreas de mercado se caracterizan por una configuración hexagonal para cada producto, ya que esta disposición geométrica minimiza la distancia total entre los puntos de producción y consumo, al tiempo que maximiza simultáneamente el número de consumidores por unidad de superficie. Este marco opera bajo el supuesto de un paisaje isótropo con una distribución uniforme de los recursos y la población (Palacios, 1983).

Región productiva (Teoría de la base económica). El concepto de región productiva, tal como se articula en la teoría de la base económica, postula que la superficie de la Tierra exhibe variabilidad en la distribución de los recursos naturales. Esta dotación diferencial conduce a una división espacial del trabajo, en la que distintas áreas geográficas se especializan en la producción de bienes en función de su respectiva disponibilidad de recursos. En consecuencia, la teoría subraya la noción de que ninguna región puede alcanzar la autosuficiencia; por el contrario, el intercambio y el comercio interregionales son imperativos para la viabilidad económica. El crecimiento económico de una región depende, por lo tanto, de su capacidad productiva general y, más específicamente, de su potencial de exportación (Palacios, 1983).

Región espacial (Teoría de Coraggio). Se refiere a porciones específicas de territorio que sirven como escenario de procesos y relaciones sociales, así como de elementos y fenómenos naturales. Estos componentes están inextricablemente vinculados, formando lo que se denomina un complejo socio-natural. La interacción entre las esferas social y natural está mediada por procesos ecológicos y biológicos, como las funciones metabólicas, cuya evolución subraya la interconexión intrínseca

entre estos dos dominios. Esta relación no debe conceptualizarse simplemente como una interacción entre objetos o entidades discretos; más bien, refleja una profunda interdependencia. Una región, por lo tanto, representa la manifestación espacial de una colectividad diversa pero cohesionada. Sus dimensiones, configuración y posicionamiento geográfico están determinados por la lógica subyacente de los procesos sociales, que, a su vez, influyen en los patrones de organización espacial y apropiación territorial. En esencia, una región puede entenderse como la encarnación espacial de un subsistema social históricamente definido, con su configuración territorial que surge de procesos sociales específicos caracterizados por la regularidad y la recurrencia (Palacios, 1983).

Región histórica. El concepto de región histórica, tal como lo articulan los académicos mexicanos Moreno y Florescano, se centra en la interacción de las fuerzas económicas, sociales y políticas que han dado forma histórica a las características y la estructura de las regiones. Su análisis destaca el impacto de varios esquemas de dominación a lo largo de diferentes períodos históricos. Argumentan que los atributos únicos de una región solo pueden entenderse plenamente dentro del contexto nacional y el marco histórico más amplios. Por lo tanto, una región se conceptualiza como una entidad espacial que se ha construido históricamente y que surge de las relaciones sociales y los patrones de dominación que han prevalecido a lo largo de sus fases de desarrollo (Palacios, 1983).

5.3 Desarrollo Local

El objetivo principal del Desarrollo Local (DL) es fomentar un entorno participativo que mejore las capacidades de las instituciones locales para ejecutar iniciativas socialmente inclusivas y centradas en el empleo. Facilitar el diálogo social a nivel local y aumentar las capacidades de gestión de las organizaciones gubernamentales y de la sociedad civil son mecanismos fundamentales tanto para la formulación como para la ejecución de iniciativas locales destinadas a promover el bienestar económico y social de las comunidades. La implementación simultánea de intervenciones económicas y sociales es un principio fundamental del desarrollo

local, ya que busca crear un entorno en el que las iniciativas sociales refuercen los objetivos económicos y viceversa (OIT, 2012).

Lo que se presenta en este capítulo permite relacionar la construcción de una economía creativa con el aprovechamiento de elementos culturales, patrimoniales y del conocimiento, que impulsen la localización y el fomento de iniciativas económicas relacionadas con la EC local y puedan incidir en el desarrollo económico local del municipio, enfatizando en una perspectiva territorial, la valoración de los recursos y de las capacidades endógenas.

CAPÍTULO 6. ECONOMÍA CREATIVA

Para la parte de la EC se consultarán referencias que son más actuales, ya que el término tiene relativamente poco tiempo de que se propuso, pero que ha traído muchas investigaciones y aportes, tanto de la comunidad académica como de los organismos internacionales, dichas referencias aportarán información relevante para el desarrollo de la investigación.

Para soportar y analizar el tema del emprendimiento creativo se tomarán de referencia los documentos y manuales que se han desarrollado por organizaciones internacionales, donde plantean estrategias para impulsar y desarrollar la economía creativa como lo son el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el *British Council*, la UNESCO, el PNUD, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés, *United Nations Conference on Trade and Development*) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Se consultarán además los portales de internet gubernamentales a los que accederá en búsqueda de información que permita analizar las condiciones, apoyos limitaciones y en general todas aquellas PP, tanto por parte del gobierno tanto federal como estatal serán: la Secretaría de Economía (SE), la Secretaría de Cultura, el Servicio de Administración Tributaria (SAT), el INEGI, el Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT), etcétera.

Fundamental para comprender la EC, lo que abarca y cómo funciona, es necesario abordar los conceptos de "creatividad" en lo particular y "economía creativa" en lo general, con la finalidad de alcanzar al menos una visión general como base para el análisis comparativo y la formulación de la presente investigación. También se considera abordar los conceptos en evolución asociados a la EC cómo lo son “ciudades creativas”, “clústeres creativos” y “distritos creativos”.

6.1 Creatividad

El proceso creativo representa una de las capacidades más avanzadas e intrincadas inherentes a los seres humanos, abarcando habilidades cognitivas que facilitan la síntesis de funciones cognitivas más simples, así como de aquellas consideradas superiores, que en última instancia conducen a la generación de ideas o conceptos novedosos. La creatividad ha sido un aspecto duradero de la naturaleza humana; sin embargo, históricamente ha sido un tema poco explorado y ha recibido una atención académica limitada. Recién en los últimos años han comenzado a surgir teóricos que dedican sus esfuerzos a una investigación más profunda de este tema y contribuyen al cuerpo de literatura en torno al concepto de creatividad (Esquivias, 2004).

El concepto de creatividad no tiene una definición única que capte adecuadamente su naturaleza multifacética. En el ámbito de la psicología, que ha estudiado ampliamente la creatividad individual, sigue sin haber consenso sobre si la creatividad debe conceptualizarse como una característica inherente a los individuos o como un marco procedimental a través del cual se producen ideas novedosas (UNCTAD, 2008).

En consecuencia, la incorporación formal de este concepto como tema de investigación en múltiples disciplinas es un avance reciente. Esta evolución permite comprender las amplias oportunidades de investigación y los esfuerzos académicos que pueden surgir de su exploración. Cabe destacar que este tema ha suscitado un interés y una participación cada vez mayores, en particular en los últimos años, lo que lo posiciona como un área relativamente novedosa de investigación académica (Esquivias, 2004).

La creatividad es un concepto multifacético que encarna uno de los procesos cognitivos más avanzados inherentes a los seres humanos. La evidencia sugiere que está determinada por una amplia gama de experiencias evolutivas, sociales y educativas, y su expresión puede observarse en varios dominios. Las definiciones de creatividad han evolucionado con el tiempo, reflejando cambios en la comprensión, pero ciertas constantes, a saber, la novedad y la contribución,

persisten a lo largo de esta evolución. En consecuencia, la creatividad no debe considerarse simplemente como un rasgo de los individuos. Es evidente que factores como los procesos cognitivos, la personalidad, la motivación, las emociones y el ámbito afectivo influyen significativamente en este fenómeno. Además, los individuos exhiben diversos grados de creatividad y existen metodologías establecidas destinadas a fomentar su desarrollo (Esquivias, 2004).

No obstante, es posible delinear las características de la creatividad en diversos dominios de la actividad humana. Por ejemplo, se podría argumentar que la creatividad artística abarca la capacidad de imaginación y la generación de conceptos originales, así como interpretaciones innovadoras del mundo, que se manifiestan a través de textos, sonidos y medios visuales. En cambio, la creatividad científica se caracteriza por la curiosidad y la apertura a la experimentación, lo que facilita conexiones novedosas en contextos de resolución de problemas. Además, la creatividad económica puede entenderse como un proceso dinámico que fomenta la innovación en tecnología, estrategias comerciales, marketing y otras áreas, y está intrínsecamente vinculada a la búsqueda de ventajas competitivas dentro de la economía (UNCTAD, 2008).

6.2 Economía Creativa

La aspiración a producir obras que vayan más allá de sus funciones utilitarias, que incorporen belleza y transmitan significado cultural a través de la música, el teatro, el entretenimiento y las artes visuales, o que expresen perspectivas sociales a través del estilo y la moda, es un fenómeno tan antiguo como la humanidad misma. A lo largo de la historia, siempre ha habido individuos dotados de la creatividad y la habilidad necesarias para hacer realidad tales emprendimientos artísticos, junto con aquellos dispuestos a apoyarlos económicamente. Esta interacción constituye la base de la EC (Newbigin, 2009).

La naturaleza extensa e intrincada del patrimonio cultural distingue a la economía creativa de otros sectores dentro del panorama económico más amplio. Históricamente, las actividades culturales no se consideraban parte integral de la economía; más bien, se las percibía como actividades que las personas realizaban

durante su tiempo libre, separadas de sus actividades profesionales. Esta perspectiva persiste en cierta medida en la actualidad, ya que las industrias creativas siguen incorporando valor tanto cultural como económico (Newbigin, 2009).

En 1998, el Reino Unido inició el documento de mapeo de las industrias creativas, en el que se introdujo el término "industrias creativas" por primera vez. En este documento se delinearon trece sectores de actividad distintos, entre ellos la publicidad, la arquitectura, las artes y antigüedades, la artesanía, el diseño, el diseño de moda, el cine, diversas formas de software, la música, las artes escénicas, la edición y la radio y la televisión. Este esfuerzo de clasificación inicial estableció un marco fundacional para la posterior definición y cuantificación del sector en los años siguientes (BOP, 2018).

La conceptualización de la economía creativa se atribuye predominantemente al autor y ejecutivo de medios británico John Howkins (2001, p. 20). En su obra seminal, *The Creative Economy: Turning Ideas into Profits*, Howkins articula una definición de la economía creativa como "el conjunto de actividades que, de manera secuencial, facilitan la transformación de ideas en bienes y servicios culturales, cuyo valor se deriva de su contenido de propiedad intelectual". Esta definición abarca varios sectores en los que la valoración de bienes y servicios está fundamentalmente vinculada a la propiedad intelectual, incluidos, entre otros, la arquitectura, las artes visuales y escénicas, la artesanía, el cine, el diseño, la publicación, la investigación y el desarrollo, los juegos y juguetes, la moda, la música, la publicidad, el software, la televisión y la radio, así como los videojuegos (Buitrago y Duque, 2013).

Según los cálculos de Hawkins, en 2000 Europa Central y Oriental valía unos 2,2 billones de dólares estadounidenses (USD) a nivel mundial y crecía a un ritmo del 5% anual. Este concepto es, y sigue siendo, muy amplio, ya que incluye no sólo los bienes y servicios culturales, sino también todo el campo de la “investigación y el desarrollo”. Así, si bien reconoce las actividades y los procesos culturales como el

núcleo de la nueva y poderosa economía, también se ocupa de las manifestaciones creativas en áreas que no pueden considerarse “culturales”(UNESCO, 2014).

La terminología asociada con las "industrias culturales y creativas" varía considerablemente en distintos contextos. Los países intentan con frecuencia adaptar los marcos existentes para que se ajusten mejor a las realidades específicas de sus contextos locales, los matices culturales y la dinámica del mercado. En consecuencia, estos términos se encuentran en constante evolución, especialmente a medida que surgen nuevos discursos. Esto plantea preguntas pertinentes sobre la clasificación de diversos fenómenos, como los desfiles de moda, los carnavales y los videojuegos, dentro de los marcos de las industrias culturales y creativas (UNESCO, 2014).

Aunque no se ha llegado a una definición universalmente aceptada de la economía creativa, existe un consenso notable que se refleja en la caracterización proporcionada por Nesta, el fondo de innovación del Reino Unido, que define la economía creativa como el conjunto de "aquellos sectores que se especializan en la utilización del talento creativo para objetivos comerciales". En la actualidad, hay un esfuerzo creciente por comprender el alcance de este fenómeno, con el desarrollo de diversas herramientas cuantitativas como iniciativas de mapeo, evaluaciones micro y macroeconómicas, hojas de ruta estratégicas, matrices de indicadores, análisis de clústeres y redes internacionales. A pesar de estos avances, sigue habiendo una brecha significativa en la comprensión de los componentes fundamentales del sector de la economía creativa, específicamente en términos de talento, habilidades y conocimiento (BOP, 2018).

El sector creativo está constituido fundamentalmente por un conjunto de obras y expresiones artísticas que encarnan el valor cultural intrínseco, que, aunque difícil de cuantificar, entrelaza la forma estética, el trabajo intelectual o el talento del artista y la significación de la obra como reflejo de la identidad individual o colectiva. Este ámbito engloba tanto el patrimonio cultural, concebido como legado, como la creación artística contemporánea. Por tanto, incorpora, por un lado, el patrimonio histórico, arqueológico y documental, junto con las instituciones encargadas de su

conservación, como museos, bibliotecas y archivos. Por otro lado, incluye las artes visuales, que abarcan la pintura, la escultura y la fotografía, así como las artes escénicas y musicales, que incluyen el teatro, la ópera, la danza y la interpretación musical (Herrero, 2011).

La EC representa un segmento del panorama económico mundial que se caracteriza por un dinamismo significativo y por sus importantes beneficios, gracias a su transversalidad inherente y a sus diversas formas de generación de riqueza. En este contexto, las habilidades y competencias de los creadores y emprendedores pueden seguir desarrollándose y mejorándose (Pizarro, 2015).

La EC constituye un segmento diferenciado del panorama económico mundial, caracterizado por un dinamismo notable y ventajas considerables, atribuibles a su transversalidad inherente y a sus diversas modalidades de generación de riqueza. En este marco, las habilidades y competencias de los creadores y emprendedores tienen potencial de desarrollo y mejora continua (UNCTAD, 2008).

Los componentes del segmento sustancial inicial dentro del modelo de círculo concéntrico deben considerarse como un recurso con una disponibilidad finita, que también puede verse influida por consideraciones de sostenibilidad, como lo ejemplifican numerosos ejemplos de patrimonio cultural. Además, estos elementos suelen poseer las características de los bienes públicos, lo que complica su provisión y mantenimiento a menos que se dependa únicamente de garantías estatales. Además, estos bienes generan externalidades, que son predominantemente positivas; sin embargo, esta noción puede ser cuestionada en contextos como los destinos turísticos excesivamente congestionados. Los bienes y servicios puramente creativos conducen a la aplicación de derechos de propiedad basados en la autoría, aunque ciertos aspectos del patrimonio cultural, como los derechos de imagen o las aplicaciones alternativas, también pueden merecer consideración a este respecto (Herrero, 2011).

El segundo componente fundamental del sector cultural lo constituyen las llamadas industrias culturales, que se caracterizan por su capacidad intrínseca de

reproducción y que abarcan diversos ámbitos, entre ellos la industria editorial y del libro, la música grabada, el sector audiovisual, el cine, los medios impresos y la radiodifusión, como la radio y la televisión, etc. (Herrero, 2011).

El tercer bloque concéntrico comprende las industrias creativas, que están adquiriendo cada vez mayor importancia en el contexto de los estudios creativos relacionados con el desarrollo económico. En este sector, el talento y la cultura no sirven como objetivos últimos, sino como insumos esenciales para la producción de bienes y servicios que no son estrictamente de naturaleza cultural. Esta categoría incluye una variedad de actividades de diseño, como el diseño de moda, el diseño de interiores y la artesanía, así como los servicios de publicidad y el diseño arquitectónico. Además, abarca numerosos productos asociados con las tecnologías emergentes de la información y la comunicación, incluidos el *hardware*, el *software*, los dispositivos móviles, los videojuegos y, de manera más amplia, las industrias de contenido (Herrero, 2011).

La EC requiere un análisis desde dos perspectivas distintas. La primera es una perspectiva interna, microeconómica, que se centra en las unidades creativas individuales y sus interacciones dentro del entorno de mercado. Esta perspectiva hace hincapié en la importancia de los consumidores culturales y su compromiso con las producciones creativas. La segunda perspectiva es macroeconómica, en la que se examina la economía creativa como un sistema integrado. Esto implica analizar las interacciones de un país con los mercados externos, reconociendo que estos mercados también presentan oportunidades de desarrollo para las unidades individuales y las partes interesadas examinadas desde dentro de cada mercado (Pizarro, 2015).

La EC está estrechamente vinculada a los sectores público, no lucrativo e informal, lo que da lugar a una estructura híbrida compleja. Además, si bien ciertas dimensiones de la comunidad económica están representadas a través de métricas de precios e ingresos, otros factores esenciales que contribuyen a su éxito están más íntimamente asociados con identidades y valores intrínsecos. En consecuencia, la gobernanza de la comunidad económica requiere una

comprensión de una complejidad que abarca una variedad de consideraciones políticas (UNCTAD, 2008).

El Estado desempeña un papel fundamental en el fomento y la protección del desarrollo creativo. Actúa como promotor y facilitador del avance cultural apoyando a las industrias culturales y creativas, así como facilitando mecanismos que permitan a los creadores generar ingresos. Esto se logra mediante la protección de sus derechos de propiedad intelectual y la comercialización de sus obras creativas (Pizarro, 2015).

La EC se distingue de otros sectores por sus estructuras organizativas singulares y los riesgos de mercado inherentes a la introducción de nuevos productos. En particular, las microempresas son más frecuentes en este sector que en otros, sobre todo en los países en desarrollo. No obstante, este sector abarca tres niveles distintos de empresa: productores independientes a pequeña escala, sucursales semiindependientes afiliadas a corporaciones más grandes y grandes empresas multinacionales que operan en industrias como la cinematográfica y la editorial (UNESCO, 2014).

En la sociedad contemporánea, es imperativo innovar y crear en las relaciones entre los individuos, el medio ambiente, la comunidad y el Estado, reconociendo al mismo tiempo el papel de la academia como lugar permanente de producción intelectual. La creatividad debe aprovecharse para analizar los movimientos sociales, identificar las necesidades de la comunidad y desarrollar un nuevo marco económico que se mantenga arraigado en sus orígenes como ciencia social. Es en este contexto donde se articulan con mayor profundidad los principios fundamentales de una economía responsable, encaminada a promover el bienestar y un futuro sostenible (Pizarro, 2015).

El discurso en torno a la sostenibilidad no puede conciliarse con la dependencia continua de recursos naturales escasos y finitos dentro de nuestros marcos sociales y económicos. Para garantizar un futuro viable, es imperativo mejorar los componentes que constituyen una EC. Esto requiere la construcción de un nuevo

paradigma económico que se base fundamentalmente en recursos que sean abundantes y renovables, como la cultura, el conocimiento, la creatividad, las experiencias y los valores. La interacción con la creatividad y la cultura implica una interacción simultánea entre cuatro dimensiones: la económica, que suele ser la más fácilmente reconocida, así como las dimensiones social, cultural y ambiental (Deheinzelin, 2011).

Este fenómeno da lugar a una comprensión más amplia del término "recursos" y fomenta un intercambio de activos sin precedentes. Por ejemplo, la inversión en capital financiero puede conducir al desarrollo de capital humano, que posteriormente contribuye al avance del capital tecnológico. Esto, a su vez, ayuda a la preservación del capital natural, que en última instancia revierte en capital financiero, creando así un proceso cíclico. Las características descritas permiten que la EC facilite la inclusión social y productiva de la "base de la pirámide", mejorando así la adquisición de una ciudadanía genuina para una parte significativa de la población mundial que sigue marginada del mercado. Esta exclusión los coloca fuera del marco tradicional de la industria creativa, al tiempo que afirma su papel como agentes fundamentales dentro del sistema socioeconómico (Deheinzelin, 2011).

Para facilitar el desarrollo de la EC, es esencial participar en una construcción social colectiva que transmita la identidad local. Este proceso está íntimamente ligado a la dinámica cultural y puede durar varias décadas. Sin este marco fundacional, el avance social se vuelve inalcanzable, ya que carecería de la narrativa cohesiva que proporciona la cultura, que permite la transformación y la distinción. Si bien la EC depende de la evolución social, la sociedad contemporánea también necesita creatividad para su sostenibilidad y crecimiento (Pizarro, 2015).

El emprendimiento creativo es una fuente importante de empleo a nivel mundial, en particular para los jóvenes y las mujeres, en un marco económico en el que los productos culturales prosperan gracias a las condiciones propicias para su creación y difusión. Las conclusiones de las iniciativas de la UNESCO en todo el mundo indican que la inversión en emprendimiento creativo fomenta la creación de

empresas viables, genera oportunidades de empleo y mejora los niveles de ingresos. Además, estas iniciativas se alinean con las prioridades globales generales de la UNESCO, en particular los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ya que la creatividad actúa cada vez más como catalizador del desarrollo al promover valores esenciales para el progreso (UNESCO, 2017).

Este sector desempeña un papel crucial en el producto interno bruto (PIB) de las naciones, impulsa la innovación, promueve iniciativas de desarrollo y facilita la transferencia de conocimientos entre diversos campos. Su importancia comercial y cultural ha impulsado a los gobiernos de todo el mundo a mejorar y ampliar este sector como un componente clave de sus estrategias de diversificación económica (BOP, 2018).

Invertir en creatividad requiere una reconfiguración integral de las políticas culturales, junto con la mejora de las capacidades y los marcos de trabajo dentro de los sectores cultural y creativo. Cuando las políticas culturales fomentan un entorno más propicio para los artistas y los emprendedores creativos, allanan el camino para el surgimiento de nuevas y mejores oportunidades. A medida que estas personas mejoran sus habilidades existentes o adquieren nuevas competencias, están mejor preparadas para aprovechar estas oportunidades. Esto inicia un proceso transformador; la confluencia de preparación y oportunidad conduce a la creación de empleo, el fortalecimiento económico y la transformación social, lo que da como resultado un escenario mutuamente beneficioso. A medida que las economías se fortalecen, se produce un aumento correspondiente de las inversiones dentro de las industrias creativas, lo que perpetúa este ciclo positivo. Estos avances permiten un discurso sobre la sostenibilidad, que está fundamentalmente alineado con los principios del desarrollo sostenible centrado en el ser humano (UNESCO, 2017).

Además de su valor de cambio, que representa la etapa final en la que los bienes y servicios alcanzan su precio óptimo en el mercado, y su valor funcional, que viene determinado por sus aplicaciones prácticas en la vida cotidiana, muchos productos de las industrias creativas poseen también un valor expresivo. Este valor expresivo abarca el significado cultural asociado a estos productos, que a menudo guarda

poca o ninguna relación con sus costos de producción o utilidad práctica (Newbigin, 2009).

El panorama laboral dentro del sector se puede clasificar en tres tipos principales: a) individuos que trabajan como artistas, profesionales o creativos dentro de las industrias creativas; b) personal de apoyo que abarca roles como gerentes, asistentes administrativos, secretarias, contadores y otros que facilitan las operaciones de estas industrias; y c) creativos que están integrados en varios otros sectores (Newbigin, 2009).

Toda definición integral de la EC incorpora inherentemente la noción de propiedad intelectual. En 1998, el Gobierno del Reino Unido articuló este concepto como abarcando "aquellas actividades que se originan en la creatividad, la habilidad y el talento individuales, que poseen el potencial de generar empleo y riqueza mediante la creación y utilización de la propiedad intelectual". Dado que una parte significativa de los resultados de las industrias creativas tiene importancia tanto cultural como comercial, es imperativo que el marco de la propiedad intelectual maneje el delicado equilibrio entre los derechos privados de los creadores y el derecho del público a acceder a la información y la cultura (Newbigin, 2009).

Debido a sus características distintivas en relación con otros sectores económicos, la EC requiere intervenciones políticas a medida. Históricamente, el desarrollo de políticas en este ámbito se ha ceñido en gran medida a paradigmas industriales convencionales, a pesar de la dinámica operativa fundamentalmente diferente de la EC. Los marcos predominantes en este campo tienden a ser excesivamente rígidos, lo que socava la importancia de las especificidades locales y regionales. Como resultado, hay una escasez de marcos de políticas contemporáneos que promuevan eficazmente un enfoque económico adecuado y pertinente a las circunstancias (UNESCO, 2014).

En cada uno de estos casos, la integración de conocimientos y habilidades se combina con un compromiso con la innovación y el desarrollo de nuevos prototipos que respondan a las nuevas demandas de los consumidores. La importancia

contemporánea que se atribuye a este sector surge de su integración en un nuevo paradigma productivo y tecnológico caracterizado por la experiencia, la creatividad y la conectividad. Este paradigma representa un alejamiento de la sociedad de producción industrial tradicional, que priorizaba los resultados físicos y materiales. Además, trasciende el concepto de sociedad del conocimiento, que se basa predominantemente en el capital intelectual e innovador. En el contexto actual, el conocimiento también se ha mercantilizado, convirtiéndose en un activo comercializable, al tiempo que se reconoce cada vez más la esencia de la creatividad (Herrero, 2011).

La EC debería actuar como catalizador para el desarrollo de un nuevo paradigma cultural, en el que las industrias creativas y culturales funcionen como vehículos instrumentales para la representación de las realidades locales. Estas industrias deberían facilitar la construcción de una identidad local distintiva dentro de cada territorio, donde los empresarios desempeñen un papel central en la difusión de esta identidad a la población en general mediante sus iniciativas imaginativas y creativas (Pizarro, 2015).

Incluso, las oportunidades de la EC para el Desarrollo Sostenible vienen del concepto de “economía de nicho” o de la “cola larga”, donde la variedad de actores para una diversidad de públicos origina una multiplicidad de actividades segmentadas, sobre todo de pequeña y mediana envergadura y con gran colaboración (Deheinzelin, 2011).

6.3 Ciudades y clústeres

Una de las características más notorias y consistentes de las industrias creativas es que muchas de ellas tienen especificidad geográfica. A diferencia de una fábrica de ensamblaje de automóviles o de producción de ropa, que se puede mover de un país a otro siempre y cuando la mano de obra sea barata y el régimen de impuestos sea competitivo, las industrias creativas no pueden ser reubicadas mecánicamente. (Newbigin, 2009).

La evidencia proveniente de varias ciudades alrededor del mundo apunta a que un ambiente rico y variado culturalmente hablando —no solamente a nivel de las artes formales como tales, sino también de cafés, bares, clubes, plazas públicas y una gran variedad de instituciones educativas— es tan importante para crear un ambiente fértil para las empresas creativas como un buen sistema de transporte y espacios de trabajo accesibles. Entre más diversa sea la cultura de una comunidad, más atractiva les resulta a los individuos creativos, lo que también termina atrayendo a más gente. Se entiende la diversidad como un elemento clave de éxito en estas situaciones, y no simplemente en términos de comunidad, cultura y estilos de vida, sino también en términos de la convivencia de diferentes tipos de conocimiento y creatividad en un solo lugar: tanto académicos y técnicos, como sociales y culturales (Newbigin, 2009).

México en lo general y el municipio de Morelia en particular cuentan con un enorme potencial creativo que se puede desplegar con sostenibilidad, arraigo, inclusión, formación y empleos. Se deben implementar PP que estimulen la colaboración entre agentes sectoriales y la creación de ecosistemas productivos. Invertir en el fortalecimiento de la EC impulsará territorios más innovadores, inclusivos, sostenibles y cohesionados, con crecimiento económico, desarrollo local e integración social.

CAPÍTULO 7. FUNDAMENTO TEÓRICO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DEL INSTRUMENTO

La investigación se ha ampliado conforme pasó el tiempo y se iban resolviendo los planteamientos que se propusieron al comenzar el doctorado; una parte medular que se agregó fue la aplicación de un instrumento que permitiera recabar información en campo, debido a que por el tipo de investigación que se trata, el cual es una investigación exploratoria, porque se aborda una situación poco conocida, relativamente nueva, con poca información e investigación en la región pero con amplia proyección y soporte en otros países, así mismo también es descriptiva porque se tiene el objetivo de especificar las propiedades y características de las diferentes variables, la información recabada en gabinete no era suficiente para lograr una investigación más integral, además de que se pretende realizar una propuesta de PP que permita coadyuvar con el fomento de la EC en el municipio de Morelia.

Con base en lo anterior, en el presente capítulo se desarrollan de forma teórica los elementos en los cuales se fundamentó la investigación para la estructuración del instrumento, se presenta en el mismo orden en el que está implementado en la encuesta comenzando con el perfil socioeconómico que permita hacer una caracterización básica del emprendedor creativo, se continua con la parte del nivel de ingreso y/o salarios que se percibe para contrastar con la información de gabinete recabada, seguido de la parte en la cual se consulta su percepción de la accesibilidad a diferentes tipos de financiamiento, para continuar con la parte donde se les pregunta como perciben los diferentes apoyos que puedan proporcionar los tres niveles de gobierno y terminar conociendo su opinión respecto a sus perspectivas de crecimiento.

7.1 Perfil socioeconómico

El creciente interés en el fomento del espíritu empresarial como una alternativa de desarrollo ante la crisis económica global generado por la pandemia, ha llevado a que el tema se convierta en una especie de “moda” en la que se aplica una gran

cantidad de recursos con resultados, por lo general, poco satisfactorios. No existe una conceptualización universal sobre el emprendedor, ni tampoco un enfoque único para abordar su estudio, lo que sí es claro es que el proceso de creación de empresa implica mucho más que una formación práctica en análisis del mercado y elaboración de planes de negocios. Esto es así porque quien protagoniza este proceso es un personaje complejo con creencias y valores formados desde adentro y desde fuera de su ser; por esta razón, las características socioeconómicas que más se han analizado en relación con la figura del emprendedor son: la edad, la educación, la procedencia y el sexo (Marulanda *et al*, 2014).

Deben servir de base a las actuaciones en el ámbito de las PP la incorporación del análisis del perfil del emprendedor teniendo en cuenta el género, la edad, el nivel de estudios y el incentivo familiar como indicadores capaces de originar diferencias significativas. La evaluación del comportamiento del empresario por parte de las personas de su entorno es de suma importancia. En concreto, las percepciones, positivas o negativas, que tienen la familia, los amigos y las redes cercanas, así como las que se encuentran en el contexto educativo y profesional, influyen en gran medida en la consideración que el empresario tiene de la creación de una empresa. La medida en que estos círculos sociales promueven o inhiben determinadas conductas desempeña un papel decisivo a la hora de determinar el proceso de toma de decisiones del empresario en relación con la creación de una empresa (Fuentes y Sánchez, 2010).

Los emprendedores aprenden de las experiencias anteriores y tienen la oportunidad de analizar qué les fue bien y en qué fallaron, de tal manera que van adquiriendo lo que podría denominarse un modelo de acumulación de conocimiento para la creación de empresas. Los emprendedores que con anterioridad ya han creado una organización tienen mayor probabilidad de éxito y serán más eficientes en la creación de su segunda y tercera empresa. Parte del conocimiento necesario para establecer un nuevo negocio es conocimiento tácito, que se obtiene generalmente por experiencia personal. (Vallmitjana, 2014).

En lo referente a la adquisición de las competencias necesarias para emprender, se pueden mencionar dos factores fundamentales. En primer lugar, el rol de las familias, dada su influencia desde las etapas tempranas sobre los valores y actitudes de las personas. Por lo tanto, el perfil de la estructura social, compuesta por las familias como unidades básicas, constituye un factor de gran relevancia. En segundo lugar, las instituciones educativas pueden jugar un papel relevante en la formación de capital humano emprendedor forjando valores, capacidades y habilidades favorables al emprendimiento entre sus estudiantes, tales como la creatividad, la iniciativa personal, el trabajo en equipo, la solución de problemas, la aceptación de la incertidumbre, etcétera. Las empresas, por su parte, dan forma a la estructura productiva, constituyendo el ámbito en el que se completa el proceso de desarrollo de capacidades y en el cual se adquieren redes de contacto valiosas para el emprendimiento. Las empresas son la principal “escuela” de emprendedores dinámicos (Kantis *et al*, 2012).

Por ejemplo, existen muchos trabajos en la literatura que establecen diferencias sobre la base del género a la hora de tomar la decisión de crear y gestionar empresas. Las aproximaciones realizadas acerca del fenómeno de la creación y gestión de empresas sobre la base del género permiten establecer una generalización de los trabajos realizados, distinguiendo por tres categorías de estudios: 1) aquellas investigaciones que tratan de analizar la relación entre género y rendimiento empresarial; 2) los estudios enfocados a encontrar las diferencias de estilos de liderazgo entre hombres y mujeres; y 3) aquella categoría dedicada a determinar el perfil y las motivaciones de la mujer emprendedora y su comparativa con los hombres (Ramírez *et al*, 2017).

Una investigación que puede reforzar lo anterior y reafirma la importancia de analizar el perfil socioeconómico del emprendedor en general y del indicador de género en lo particular es la de Fuentes y Sánchez (2010), ya que los resultados que obtuvieron pusieron de manifiesto una menor iniciativa emprendedora en las intenciones de las mujeres, que además consideran en mayor medida el temor al fracaso como un obstáculo a la hora de pensar en la creación de una empresa

propia. También son distintos los atributos asociados a una mayor probabilidad de acometer este tipo de proyecto en el futuro. De tal manera que para las mujeres destaca la iniciativa, la creatividad y la autoconfianza como aspectos asociados al emprendimiento, pero para los varones en cambio, se relaciona con características como el deseo de enfrentarse a nuevos retos o el entusiasmo ante los proyectos. Para los autores, lo anterior se explica en gran medida por el distinto papel social que nuestra cultura atribuye al varón y a la mujer, sus distintos roles en la célula social básica, la familia, influyen inevitablemente en sus ambiciones personales, en su propensión a aceptar retos, en su disposición a enfrentar temores, etcétera (Fuentes y Sánchez, 2010).

Con base en sus resultados, Fuentes y Sánchez (2010) sugieren que los programas de fomento de la actividad emprendedora deben tener en cuenta las diferencias de percepción y de cultura emprendedora entre géneros. A modo de ejemplo, proponen que es necesario trabajar en la reducción del temor al fracaso empresarial entre las mujeres, por lo que sería recomendable la promoción del concepto de emprendedor en todos los niveles educativos, incrementando la proyección y el prestigio de esta figura y buscando modelos de emprendedora femenina que sirva como referente a este colectivo, aspectos que se echan en falta desde los círculos de empresarias en la actualidad (Fuentes y Sánchez, 2010).

Otra investigación que presenta resultados importantes referentes al estudio del perfil socioeconómico y el emprendimiento es el de Romero y Milone (2016) en esta investigación se enfocan en el nivel de estudio y afirman que la educación parece influir positivamente en la reducción del miedo al fracaso para emprender, por lo que las instituciones educativas deben trabajar en este sentido. Sus resultados muestran que los encuestados con formación universitaria ven el miedo al fracaso como un obstáculo en un porcentaje menor que aquellos que no tienen formación universitaria (71% frente al 80%). Y lo mismo ocurre con la amenaza de la crisis económica (40% con estudios universitarios y 51% sin estudios universitarios). Por lo tanto, la formación aporta los conocimientos, habilidades y herramientas

necesarias para controlar y gestionar eficientemente el miedo al fracaso (Romero y Milone, 2016).

Romero y Milone (2016) consideran necesario que el gobierno y las instituciones educativas trabajen conjuntamente en esta línea para promover y apoyar el emprendimiento. Concluyen que es necesaria una actitud más proactiva hacia el emprendimiento por parte del gobierno, las empresas, las instituciones educativas, desde el colegio hasta la universidad, y la sociedad en general ya que esta actitud promoverá la creación de nuevas empresas, así como el emprendimiento en empresas ya existentes que favorecerá el rejuvenecimiento y la mayor competitividad de la economía de un país (Romero y Milone, 2016).

En México también se ha resaltado la importancia de analizar el perfil socioeconómico del emprendedor, en el informe GEM México, se presentan algunos datos, que respaldan la necesidad de conocer dicha información y presenta los siguientes datos (GEM México, 2016):

Género. En relación con el emprendimiento, la brecha entre hombres y mujeres en México se incrementó: 23% de los hombres y 19% de las mujeres tienen una actividad emprendedora temprana. En cuanto a las empresas establecidas, las cifras son de 8.7% para hombres y 5.2% para mujeres (GEM México, 2016).

Edad. Las mayores tasas de actividad emprendedora temprana se encuentran en los grupos de 25 a 34 años (26.7% de los jóvenes se hallan en esas edades) y de 35 a 44 años (25.6% de la población se encuentra en ese grupo etario). En cuanto a los emprendedores con empresas establecidas, la mayor tasa la tiene el grupo de 35 a 44 años, en la que 10.9% de la población tiene una empresa establecida, es decir, con más de 3.5 años de operar (GEM México, 2016).

Nivel de ingreso. Los grupos de ingreso medio y alto presentan mayores tasas de emprendimiento: superiores a 23% y 26%, respectivamente, en comparación con 19% del grupo de ingreso bajo (GEM México, 2016).

Nivel de educación. Cuanto mayor sea el nivel de escolaridad, mayores serán las tasas de emprendimiento; rebasa 33% entre quienes han cursado la educación media superior o cuentan con un grado universitario, en comparación con sólo 18% de los que no cuentan con estos estudios. Sin embargo, debido a la distribución del nivel de educación en México, del total de emprendedores en etapa temprana 58% no ha concluido la secundaria (GEM México, 2016).

Los resultados de investigar el perfil socioeconómico del emprendedor creativo son útiles a las autoridades públicas en la formulación de PP que puedan contribuir con el fomento a la EC, considerando las diferentes funciones que desempeñan los hombres y las mujeres dentro de la sociedad; la diferente percepción del emprendimiento de los jóvenes también llamados *millenials* en comparación con los adultos o las personas mayores. También puede ser útil para las instituciones educativas porque este tipo de investigaciones les permiten diseñar y actualizar sus programas de estudio e impulsar la realización de otros estudios empíricos que profundicen en los estudios de género, edad y entorno familiar, así como las características de comportamiento con otras variables que inciden en el ecosistema emprendedor (García *et al*, 2012).

Así, una perspectiva que permita una mayor comprensión debe partir de las ciencias sociales que den claridad sobre algunos elementos comunes para esbozar un perfil, tanto en rasgos de personalidad como en motivaciones. Si estos aspectos son tenidos en cuenta, especialmente por los encargados de promover la actividad emprendedora, los esfuerzos se podrían dirigir hacia aquellas personas con mayores probabilidades de crear y gestionar su empresa hasta consolidarla (Marulanda *et al*, 2014).

Por tanto, es importante preguntarse quiénes son estos emprendedores creativos y caracterizarlos por género, grupo de edad y nivel de educación, para así poder generar propuestas que puedan adecuarse al perfil de las personas que deciden realizar emprendimientos creativos y poder establecer diferenciadores que permitan coadyuvar en su desarrollo en específico y que los distinguen de los emprendedores en general (IMEDES, 2014).

7.2 Nivel de ingresos

La actividad emprendedora, ya sea por genuino interés o por necesidad, es importante si consideramos la salud económica y social de una sociedad. Desde el punto de vista social, porque brinda oportunidades de trabajar y crear fuentes de trabajo y, desde el punto de vista económico porque contribuye con la generación de riqueza (Sastre, 2013).

La complejidad del proceso emprendedor está marcada por la participación de una gran cantidad de factores internos y externos al emprendedor que construyen una red interconectada de incentivos y frenos al emprendimiento. Desde los psicológicos y emocionales hasta los circunstanciales y de coyuntura, son muchos los factores que intervienen en la decisión de una persona de iniciar su proyecto emprendedor (Vallmitjana, 2014).

Los motivos o razones que llevan a un individuo a emprender suelen ser diversos, las personas suelen desear ganar más dinero o mayor autonomía o autorrealización, aunque en algunos casos simplemente se ven forzados a emprender porque no encuentran otra alternativa frente al desempleo. Por lo tanto, los motivos se pueden clasificar por oportunidad o necesidad. La creación de nuevos negocios se produce por oportunidad cuando el individuo la considera una fuente de beneficios, tanto materiales como inmateriales; y por necesidad cuando el individuo opta por el emprendimiento porque no encuentra lo que busca en el mercado de trabajo (Romero y Milone, 2016).

El deseo de logro es sin duda otro de los elementos que destaca por su importancia como dimensión que define la motivación para emprender. David McClelland fue el primero en relacionar el deseo de logro o éxito o realización personal con el emprendimiento. El deseo de logro es el grado en el cual un emprendedor desea realizar tareas difíciles y desafiantes, de forma que, cuando se alcanza el éxito siente la satisfacción de haber conseguido un logro personal, este deseo de éxito puede catalogarse como emprendimiento por oportunidad (Amorós E. , 2017).

En su investigación, McClelland demuestra que una fuerte motivación por el éxito está correlacionada positivamente con el comportamiento emprendedor. Este afán por el logro se refleja en conductas específicas, entre ellas: a) un sentido de responsabilidad personal, en el que los resultados se perciben como contingentes a las propias capacidades y elecciones; b) una disposición a aceptar riesgos moderados acordes con las propias competencias; y c) la búsqueda de iniciativas innovadoras, impulsadas por el deseo de crear y alcanzar resultados tangibles (Vallmitjana, 2014).

Factores del entorno como el crecimiento económico y una cultura emprendedora que valora positivamente la creación de nuevos negocios y no penaliza el fracaso refuerzan a los motivos anteriores a la hora de convertirse en emprendedor. Sin embargo, otros factores del entorno como el desempleo pueden obligar a los individuos a convertirse en emprendedores como única opción para sobrevivir. Este es el caso del emprendimiento por necesidad. En este caso el desempleo puede aumentar la probabilidad de que surjan nuevas empresas porque hace que el costo de oportunidad de ser emprendedor disminuya (Romero y Milone, 2016).

Los emprendedores por oportunidad tienen mayor tolerancia al riesgo y por ello son necesarios en la sociedad. Además, el tipo de emprendedor por oportunidad o necesidad condiciona la estrategia competitiva de las nuevas empresas. Los emprendedores por necesidad suelen optar por estrategias de liderazgo en costes frente a la diferenciación de producto (Romero y Milone, 2016).

En el modelo del GEM también identifican a los emprendedores por su tipo de motivación para iniciar una empresa y los clasifican por necesidad, oportunidad o una combinación de motivos. En general, la mayor parte de los emprendedores señala la oportunidad como su principal motivación, una oportunidad que implica incrementar sus ingresos o conseguir mayor independencia, y no porque carecieran de otras opciones para obtener ingresos (GEM México, 2016).

Una investigación que analizo las determinantes para realizar emprendimientos por necesidad o por oportunidad fue el de Mungaray, Osuna, Ramírez, Ramírez y

Escamilla (2015) mediante modelos de regresión estimados que aplicaron con información recabada del estado de Baja California con la finalidad de probar que, ante un escenario de crisis económica, la proliferación de micro y pequeñas empresas se convierte en un mecanismo compensatorio para minimizar los efectos del desempleo. Uno de sus resultados indica que la generación de emprendimientos se explica tanto en momentos de crecimiento económico, principalmente por las oportunidades que genera una economía en crecimiento como en períodos de crisis económica, donde surgen nuevos emprendedores que, ante la falta de opciones en el mercado laboral, buscan crear su espacio mediante la formación de una nueva empresa (Mungaray *et al*, 2015).

Otra investigación, la de Amorós, Ciravegna, Mandakovic y Stenholm (2017) analizan la motivación de los emprendedores tomando en cuenta la solidez del gobierno. Sus resultados confirman que la fragilidad del estado reduce los incentivos para participar en los esfuerzos empresariales impulsados por las oportunidades y que aumenta los incentivos para los esfuerzos empresariales impulsados por la necesidad. También destacan que la fragilidad del estado está vinculada no solo con los incentivos a nivel de país, sino también a nivel individual, para participar en esfuerzos empresariales (Amorós *et al*, 2017).

La fragilidad del estado disminuye la probabilidad de involucrarse en esfuerzos de emprendimientos por oportunidad debido a la incertidumbre sobre las reglas y sus mecanismos de cumplimiento que protegen a un emprendedor de incumplimiento contractual, robo de propiedad intelectual y otros eventos que pueden amenazar el potencial de obtener rentas de actividades empresariales. Además del papel de la fragilidad estatal, sus hallazgos muestran que el desarrollo económico está positivamente asociado con emprendimiento por oportunidad y negativamente asociado con los esfuerzos de emprendimiento por necesidad (Amorós *et al*, 2017).

También existe una investigación que analiza como determina la actitud hacia el riesgo por parte de los emprendedores para catalogarse como emprendedores por oportunidad o emprendedores por necesidad. La investigación la realizaron Block, Sandner y Spiegel y sus resultados de muestran claramente que los emprendedores

no son un grupo homogéneo con respecto a su actitud hacia el riesgo. Las motivaciones de ambos emprendedores para iniciar sus emprendimientos (necesidad versus oportunidad) y sus fuentes de motivación laboral se asocian fuertemente con sus actitudes de riesgo, más que con factores catalogados como de oportunidad o de necesidad (Block *et al*, 2015).

Realizar una investigación y posterior análisis del nivel de ingresos o de salarios que pueden generar los emprendedores creativos permite conocer que tanto influye en su determinación para iniciar y/o mantener sus proyectos de negocio, permite, además, identificar tanto de forma directa como indirecta cuáles han sido los motores internos y externos de su motivación a emprender. Por ejemplo, el trabajo por cuenta propia implica una serie de beneficios, como por ejemplo independencia personal, libertad y flexibilidad horaria pero también presupone todo un conjunto de inconvenientes tales como una mayor incertidumbre e inestabilidad en los ingresos y un mayor compromiso y responsabilidad en todo el proyecto, incluyendo temas donde la persona puede no sentirse cómoda o capaz. La preferencia de una persona por el trabajo por cuenta propia o por cuenta ajena refleja en cierta medida rasgos de su personalidad, dado que al hablar de preferencias hablamos desde el deseo ajeno a otros factores que atañen a la realidad y a sus posibilidades (IMEDES, 2014).

El aumento del desempleo y de la desigualdad económica generada por las crisis económicas y sociales, anteriores y derivadas de la pandemia, también han incentivado el crecimiento y el mantenimiento de los emprendimientos creativos, algo que también se le podría denominar emprendimiento por necesidad, es decir, personas que se convierten en emprendedoras por no tener otra alternativa u opción de trabajo. Investigaciones realizadas en los últimos años evidencian que mientras que el emprendimiento por necesidad no tiene un impacto significativo sobre el crecimiento económico, el emprendimiento por oportunidad se traduce en un impacto significativo y positivo sobre el desarrollo económico. Dicho de otra forma, la motivación del emprendimiento podría ser un indicador de la calidad del proceso emprendedor (IMEDES, 2014).

Se espera que la investigación ofrezca resultados que expliquen si el proceso de creación de empresas creativas está determinado en mayor medida por la percepción del individuo tanto a nivel interno (en relación con sus objetivos y capacidades) como de la viabilidad externa, que depende de la imagen de la actividad a nivel social y del nivel de ingresos percibidos. Lo anterior puede coadyuvar en la elaboración de PP que proporcione incentivos externos adecuados, que complementen o permitan alcanzar que los emprendimientos creativos logren su sostenibilidad. Por ello es importante establecer mecanismos que permitan identificar las verdaderas necesidades que contribuyan a que las personas que realicen o gestionen emprendimientos creativos puedan encontrar apoyos adecuados de las instituciones gubernamentales (Marulanda *et al*, 2014).

7.3 Acceso al financiamiento

Una cuestión importante para los emprendedores tanto en su etapa inicial como para potenciar el negocio es la obtención de recursos, las diversas alternativas para obtener financiamiento incluyen los subsidios de programas gubernamentales y las aportaciones provenientes de inversores privados y de la banca comercial. La disponibilidad de instrumentos financieros para llevar a cabo proyectos empresariales es una de las prioridades de los gobiernos de muchos países. Las actuaciones gubernamentales para promover el mercado financiero se engloban en tres tipologías: a) Subvenciones a fondo perdido; b) Préstamos y créditos; c) Capital riesgo y otros fondos de capital (Dosal *et al*, 2014).

Las dificultades para acceder a los diversos tipos de fuentes de financiación es uno de los principales obstáculos para el desarrollo de las iniciativas emprendedoras. Los problemas más graves están relacionados con la excesiva dependencia de los préstamos bancarios, la imposibilidad de obtener préstamos a tasas de interés razonable, la excesiva dependencia de la deuda sobre el patrimonio y las dificultades en general para la obtención de capital. Como consecuencia del déficit de capital, se produce una inhibición del número de empresas que se crean, y para las que consiguen capital, su potencial de crecimiento se ve mermado por las condiciones complicadas que conllevaron dicha adquisición. Además, el capital de

riesgo está poco desarrollado en México, en particular en lo que se refiere al capital semilla y en las etapas tempranas (Vallmitjana, 2014).

En un entorno económico ideal caracterizado por mercados perfectos y completos, donde los agentes poseen información completa, cualquier iniciativa empresarial podría conseguir financiación acorde con las previsiones de la empresa y las capacidades del empresario. En ese escenario óptimo, los agentes elegirían entre iniciar una empresa o buscar empleo en función de sus preferencias individuales en cuanto a riesgo. Sin embargo, el panorama económico real es marcadamente diferente. La información es a menudo imperfecta; más bien, es un activo costoso de adquirir y procesar, y los mercados a menudo carecen de integridad. En consecuencia, las oportunidades disponibles para los agentes no están determinadas únicamente por sus preferencias. La prevalencia de estas condiciones conduce a una situación en la que no todos los aspirantes a empresarios pueden acceder a la financiación, en la que las empresas que reciben financiación no son necesariamente las más lucrativas y en la que persisten los problemas de equidad en el acceso a las oportunidades empresariales (Rivas, 2014).

Superar esta distancia con el nivel de información disponible involucra un elevado esfuerzo de la parte que pueda realizar el financiamiento, que sólo estará dispuesta a hacerlo si se trata de una operación de una magnitud tal que lo compense o si la inversión en adquirir conocimiento específico se rentabilizará por un amplio volumen de operaciones. Adicionalmente, las empresas de menor tamaño son inherentemente más riesgosas, pues enfrentan condiciones más duras de competencia y poseen una menor capacidad para enfrentar cambios adversos en la situación económica. En tales condiciones, los eventuales entes que proporcionan financiamiento buscan seguridades adicionales para proteger su posible inversión (Rivas, 2014).

Para abordar la disparidad en la información disponible es necesario un esfuerzo considerable por parte de la parte que financia, que probablemente sólo participe en esas transacciones si son de suficiente magnitud como para justificar la inversión

o si se espera que la adquisición de conocimientos especializados produzca un rendimiento favorable mediante un gran volumen de operaciones. Además, las empresas más pequeñas son intrínsecamente más peligrosas debido a su exposición a presiones competitivas más estrictas y a su menor capacidad para soportar fluctuaciones económicas adversas. En esas circunstancias, las posibles entidades de financiación suelen buscar garantías adicionales para salvaguardar sus inversiones (Vallmitjana, 2014).

El acceso limitado a fuentes institucionales de financiamiento es uno de los principales obstáculos para el crecimiento de los emprendimientos mexicanos, y tiene su origen tanto del lado de la oferta (instituciones financieras) como de la demanda (empresas) de fondos prestables. A la escasez de flujo de fondos al sector privado no financiero se ha sumado recientemente la propia renuencia de las empresas en solicitar créditos, ante la incertidumbre en torno al futuro desempeño de la economía nacional. Y es que tradicionalmente, desde la perspectiva de los emprendedores, los principales factores que los han ahuyentado del crédito bancario en lo que va de la década, han sido, en orden de importancia, la dificultad de acceso y el elevado costo del crédito, la inestabilidad económica vigente o esperada, así como problemas relacionados con la empresa misma (Pavón, 2010).

Se ha identificado, además, que los emprendimientos innovadores enfrentan dificultades en obtener financiamiento debido a fallas de mercado. Las fallas de mercado hacen referencia a situaciones en donde el funcionamiento del mercado, por sí solo, no tiene como resultado una situación eficiente para los distintos agentes económicos y la sociedad en general. Estas fallas de mercado que afectan a las empresas innovadoras son (Dosal *et al*, 2014):

1) Asimetría de información: Ocurre en situaciones en donde no todos los participantes de una transacción o actividad cuentan con la misma información. Es decir, algunos poseen más y mejor información que otros. Esto puede perjudicar a aquéllos que cuentan con menos información, ya que no contarán con los elementos para tomar las decisiones que maximicen su bienestar.

2) Fallas de coordinación: Cuando un participante en la economía podría tomar una decisión que maximizaría su beneficio y el de la sociedad, pero no la lleva a cabo por desconocimiento del comportamiento o existencia de otros participantes.

3) Bienes públicos y apropiabilidad: Los bienes públicos son aquellos que no son rivales o excluibles en una economía y la apropiabilidad hace referencia a la posibilidad de obtener los derechos sobre este tipo de bienes. Tener la característica de no rival significa que el consumo de un bien por una persona no reduce la cantidad disponible para los demás. Por otro lado, el no ser excluible se define como un bien al que no se le puede limitar o excluir su consumo.

4) Externalidades: Las externalidades son los efectos que tienen el consumo o producción de algún bien, en personas que no participan en la producción o consumo del mismo.

En el informe GEM, el factor de acceso al financiamiento evalúa aspectos como la disponibilidad de recursos financieros, tanto gubernamentales como privados, concesiones, subsidios, capital semilla y capital de deuda para apoyar al emprendimiento de empresas nuevas y en crecimiento. En la escala de puntuación de 1 a 5 los resultados son en realidad negativos, ya que en su mayoría se encuentran por debajo de 2.5. Esto indica que existen áreas de oportunidad importantes en términos de financiamiento para el emprendimiento en México, pues los expertos coinciden en que el financiamiento en los rubros privado y público es insuficiente para apoyar las iniciativas de crear empresas y fortalecer a las que se encuentran en periodos de crecimiento (GEM México, 2016).

Los principales resultados de la Encuesta Trimestral sobre la Evaluación Actual del Mercado Crediticio, levantada por el Banco de México durante el periodo de octubre a diciembre de 2016, revelan que (Banco de México, 2017):

a) En cuanto al endeudamiento de las empresas con los bancos, el 49,8% de las empresas indicó que contaba con préstamos bancarios al inicio del cuarto

trimestre de 2016. Además, el 25,9% de las empresas se acogió a nuevos préstamos bancarios durante el trimestre de referencia.

b) Entre el grupo de empresas que obtuvo nuevos préstamos bancarios, hubo consenso en que se encontraron con condiciones más favorables en comparación con el trimestre anterior en cuanto a los montos puestos a disposición. Sin embargo, al considerar los términos para refinanciar los préstamos existentes, que abarcan aspectos como las condiciones ofrecidas, los requisitos de garantía, los plazos de tramitación de los préstamos, las comisiones y otros costos asociados, así como las tasas de interés, las empresas informaron haber experimentado condiciones menos ventajosas en comparación con las observadas en el tercer trimestre de 2016.
c) En el trimestre reportado, un análisis de las fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas dentro del país reveló que el 76,8% de las empresas encuestadas recurrieron al financiamiento de proveedores. Además, el 38,5% accedió al crédito de los bancos comerciales, mientras que el 20,7% informó haber utilizado financiamiento de empresas afiliadas o de sus organizaciones matrices. Además, el 5,6% de las empresas obtuvo fondos de bancos de desarrollo, el 5,9% obtuvo financiamiento de bancos extranjeros y un mínimo del 0,4% recurrió a la emisión de deuda.

En la encuesta realizada por el Banco de México (2017), antes mencionada, los resultados revelan que las empresas encuestadas perciben una mejora en la accesibilidad al crédito bancario, particularmente en los montos disponibles, en comparación con el trimestre anterior. Por el contrario, las condiciones asociadas al refinanciamiento de créditos, incluyendo los plazos otorgados, los requisitos de garantías, los plazos de aprobación del crédito y otras estipulaciones exigidas por las instituciones financieras fueron percibidas por los encuestados como menos ventajosas que en el trimestre anterior.

De manera similar, las principales limitaciones identificadas por las empresas encuestadas con respecto a la utilización de nuevos préstamos bancarios, clasificadas por importancia, incluyen: las tasas de interés prevalecientes en el

mercado crediticio, el clima económico general, las condiciones de accesibilidad al crédito bancario, los montos de garantía exigidos, la disposición de los bancos a otorgar crédito, las métricas de ventas y rentabilidad de la empresa, el nivel de capitalización de la empresa, la disponibilidad de apoyo público, los desafíos asociados con el servicio de la deuda existente y el historial crediticio de la empresa (Banco de México, 2017).

En concordancia con los resultados de la encuesta del Banco de México, Pavón (2010) afirma que la baja penetración financiera en los emprendimientos subyace tanto en factores de demanda como de oferta. Por el lado de la oferta, las empresas argumentan que el crédito institucional del que podrían disponer se caracteriza por elevadas tasas de interés, plazos cortos y altas exigencias de garantías y trámites burocráticos. La severidad de estas condiciones se justifica normalmente por la morosidad del sector, que, si bien es mayor al de grandes empresas, no explica la extrema percepción de riesgo de la banca hacia este tipo de empresas, lo que evidencia los problemas de asimetría de información ya presentados (Pavón, 2010).

Teniendo en cuenta la naturaleza multifacética de los factores que influyen en el dinamismo empresarial, las iniciativas patrocinadas por el Estado destinadas a fomentar el espíritu empresarial deben abarcar una variedad de dimensiones. Las intervenciones destinadas a estimular directamente las actividades empresariales con un potencial de crecimiento significativo pueden clasificarse en tres categorías: A) iniciativas que tienen por objeto asignar recursos financieros a iniciativas empresariales en diversas etapas de desarrollo; B) programas diseñados para mejorar las habilidades y competencias de los empresarios y sus empresas; y C) esfuerzos que buscan cultivar una cultura empresarial de apoyo, fomentando así una mentalidad más emprendedora tanto dentro de la sociedad en general como entre grupos específicos de los que pueden surgir empresarios de alto impacto (Rivas, 2014).

Los países que buscan mejorar el acceso a la financiación para las empresas innovadoras están dando prioridad a la captación de inversores especializados en este sector, como inversores ángeles, fondos de capital de riesgo y subvenciones

internacionales. Además, algunos gobiernos están asumiendo el papel de proveedores directos de recursos. Un examen de los casos en que se ha producido un crecimiento sustancial en la industria del capital de riesgo indica una correlación coherente con un sólido apoyo del sector público (Rivas, 2014).

En países como Inglaterra y Colombia han entendido la importancia de su rol como facilitador para que los emprendedores creativos puedan tener una mejor accesibilidad a los diferentes financiamientos, lo que ha llevado a la creación de fondos y programas enfocados en el desarrollo y el fomento de la EC. Estos recursos ofrecen beneficios y apoyo a los proyectos y países que desarrollan acciones y emprendimientos relacionados con el capital creativo, así mismo, los beneficios no solo se limitan a recursos económicos, sino también incluyen apoyo técnico. Tradicionalmente, se tiende a financiar los proyectos emprendedores con asistencia técnica y fuentes no reembolsables, por medio de los bancos de desarrollo, creados y operados por organismos internacionales. Con el objetivo de fomentar una mejor accesibilidad a financiamientos, los bancos de desarrollo deben tener como responsabilidades (Castro, 2016):

a) Apoyar el sector público y el privado en la transición para una sustentabilidad económica e identificar oportunidades para los países.

b) Ayudar a sobrepasar barreras económicas mediante el redireccionamiento y la participación de recursos internacionales hacia un proyecto y/o acción específica; así como generar herramientas financieras que se acomoden a la realidad de la región, tales como líneas especializadas de financiamiento, garantías y seguros para aquellas empresas que deciden invertir en proyectos creativos.

c) Apoyar aquellos proyectos y/o acciones concretas con un alto valor agregado y cuantificar su impacto real.

d) Apoyar la estructuración de un marco de políticas, regulación y fortalecimiento institucional para coadyuvar en el desarrollo económico y social de la región a través del fomento de la EC.

e) Apalancar recursos adicionales del sector público y privado más allá de lo que colocan las instituciones de desarrollo.

f) Mostrar las acciones y prácticas emergentes que se están desarrollando para hacer más accesibles los portafolios de la banca y del sector privado.

En México la banca de desarrollo surgió inicialmente como instituciones nacionales de crédito en 1926, al fundarse el Banco Nacional de Crédito Agrícola, después cambiaron su denominación a sociedades nacionales de crédito a raíz de la nacionalización bancaria de 1982, nombre que perdura hasta la fecha. Estas sociedades en la actualidad, junto con los distintos fideicomisos públicos de fomento, fueron concebidos con el propósito de promover el desarrollo económico en sectores o regiones con escasos recursos, o donde los proyectos eran poco atractivos para el sector privado debido a la falta de garantías o avales, elevada inversión inicial, o a otros factores de riesgo. Sus apoyos crediticios se ofrecen de forma preferencial, con tasas de interés, plazos y formas de amortización más favorables para los prestatarios que los ofrecidos por bancos comerciales, además de brindar asesoría especializada y extensionismo financiero, como banca de segundo piso. Con esta investigación se pretende descubrir si la banca de desarrollo ofrece algún tipo de financiamiento inicial para emprendedores creativos (Pavón, 2010).

Otro tipo de medidas que propone la CEPAL incluye aquellas destinadas a facilitar el acceso de los emprendimientos a financiamiento para que adopten nuevas tecnologías e innoven en sus procesos creativos. Por ejemplo, la creación de fondos orientados exclusivamente a pequeñas y medianas empresas que buscan adaptar y promover al interior de sus organizaciones mecanismos de control, gestión y producción más innovadores que permitan la sostenibilidad y puedan crecer, proyectar y difundir de mejor manera la creatividad (CEPAL, 2017).

7.4 Apoyos de Instituciones Públicas

En la actualidad, muchos países se enfrentan a una desconexión creciente entre las demandas de la sociedad y las respuestas ofrecidas por los gobiernos. Los bajos

niveles de confianza en las instituciones democráticas, junto con las mayores expectativas y las demandas nuevas y emergentes, han abierto aún más la brecha entre la sociedad y los gobiernos. Los ámbitos del trabajo, las políticas y las ciudades están siendo objeto de profundas transformaciones que remodelarán el mundo del mañana. Se deben de tomar en cuenta a la hora de diseñar hoy las políticas públicas, sobre todo las relativas a competencias y emprendimiento (OCDE/CEPAL/CAF, 2017).

La importancia para los gobiernos de fortalecer el espíritu emprendedor y el desarrollo de nuevos negocios radica principalmente en los efectos derivados de beneficios que generan las actividades de emprendimiento. El emprendimiento es considerado un mecanismo importante para el desarrollo económico, por sus efectos en la generación de empleo, la innovación y el bienestar en general. Por ello, los organismos de desarrollo productivo deberían potenciar y apoyar aquellos factores determinantes que estimulan el desarrollo de nuevos emprendimientos, especialmente los definidos por oportunidad y no por necesidad (Ascúa *et al*, 2014).

El fomento de la actividad empresarial, en particular la creación y el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, se justifica por su importancia estratégica en el contexto de la globalización. Estas empresas se caracterizan por su adaptabilidad en la producción y la gestión, así como por su importante contribución a la creación de empleo. Teniendo en cuenta estos atributos, es esencial, tanto en el ámbito económico como en el social, determinar los factores principales que influyen en el éxito o el fracaso de estas empresas. Esta comprensión es fundamental para la formulación eficaz de PP destinadas a garantizar su sostenibilidad y crecimiento (Pavón, 2010).

Numerosas naciones de ALC están impulsando activamente políticas destinadas a fomentar el espíritu emprendedor. Un examen exhaustivo de las iniciativas emprendidas en Brasil, Chile y Uruguay, que ofrecen apoyo en diversas etapas del desarrollo empresarial, ha arrojado ideas preliminares sobre la importancia de estas intervenciones, así como sobre su diseño. La limitada eficacia de las intervenciones públicas observadas hasta la fecha plantea preguntas pertinentes sobre la

idoneidad de estas políticas para los países de la región y la secuencia óptima para la implementación de las diversas intervenciones (Rivas, 2014).

Los resultados de la intervención gubernamental varían dependiendo de la cautela con que se apliquen las medidas y de la medición de la capacidad que se tiene para intervenir por parte de los gobiernos. Por ello, en un escenario recesivo es necesario que una política de competitividad e innovación implique una política que ayude a compensar la caída en el empleo de las empresas que se enfocan en mejorar su competitividad, que normalmente suelen ser las medianas y grandes empresas (Mungaray *et al*, 2015).

Una mirada más global al fenómeno emprendedor como la que presenta anualmente el informe GEM permite concluir que los esfuerzos gubernamentales y de las instituciones de apoyo producirían mejores frutos si existe un compromiso real, de tal forma que haya una coherencia entre las leyes que se expiden entre sí y de éstas con las políticas económicas (Marulanda *et al*, 2014).

En México el proyecto GEM evalúa la forma en que las políticas gubernamentales y su aplicación favorecen y promueven la creación de empresas y el crecimiento de las existentes. Al analizar el proceso para crear empresas, se determina qué tan difícil resulta para los emprendedores, en términos burocráticos y de gestión, iniciar una nueva empresa. También se evalúa la coherencia con que los impuestos y otras tasas se aplican a todas las empresas. La calificación más alta que se presentó en el informe de México se da en la opinión acerca de que el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno federal. Por el contrario, las calificaciones más bajas se refieren a los trámites burocráticos, administrativos y legales, y a los impuestos como una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de las existentes (GEM México, 2016).

En concordancia con lo anterior, Pavón (2010) menciona que las principales limitantes externas para el crecimiento de los emprendimientos en México son los trámites gubernamentales, la fiscalización y la ineficacia de los programas gubernamentales. En lo que se refiere a trámites gubernamentales y fiscalidad,

estos promueven la informalidad, ya que los procedimientos son largos, burocráticos y variables. Así, por su tamaño y polarización, los emprendimientos son vulnerables a un trato inadecuado o corrupto por parte de las autoridades, tanto en pago de impuestos como en trámites para abrir una empresa y mantenerla dentro de la legalidad. Algunas empresas han intentado cubrir esta debilidad a través de la afiliación a cámaras (Pavón, 2010).

La evaluación al factor de programas gubernamentales se refiere a los diseñados por las instancias públicas específicamente para fomentar la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas. En el informe de México, el rubro con los mejores resultados es el que señala que los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a las empresas nuevas y en crecimiento. Por otro lado, los dos rubros peor evaluados fueron: la existencia de programas de gobierno, para crear o hacer crecer una empresa, acordes a las necesidades de la sociedad, y la efectividad de los programas ya existentes con este fin (GEM México, 2016).

También en su informe Pavón (2010) concuerda con el informe GEM, puesto que afirma que, en lo referente a la ineficacia de los programas gubernamentales, la problemática de los emprendimientos determina una demanda de servicios de apoyo que debería corresponder a la oferta gubernamental de programas dirigidos al sector. La presencia de estos es indiscutible, pero no su focalización, y si bien la CEPAL calculaba en 2004 que en México existían alrededor de 400 diversos programas oficiales de gobierno, y que desde entonces son muchos los que se han sumado, en la mayoría de los casos solo se han traducido en una derrama de recursos y discursos de bajo impacto en los emprendimientos. Y es que la instrumentación de una política de desarrollo económico difusa en sí misma y sin un componente transexenal confiable (Pavón, 2010).

Otro aspecto que distingue y dificulta la puesta en marcha de políticas de emprendimiento es la diversidad de áreas de gobierno que podrían estar involucradas en una política de emprendimiento desde una secretaría de educación, una secretaría de desarrollo productivo o innovación hasta aquellas ligadas a la

tributación, lo cual plantea importantes desafíos desde el punto de vista de la coordinación del diseño y la ejecución, lo que complica su implementación oportuna y la constitución de un esquema de apoyo integral y coordinado de evaluación y mejora continua (Kantis *et al*, 2012).

Las PP de emprendimiento entonces, tienen como propósito mejorar el funcionamiento de los factores que potencien las condiciones para el emprendimiento. Deben partir de reconocer el estado de estas iniciativas y de evaluar las posibilidades de potenciar el desarrollo del ecosistema. A la vez hacen necesario contar con un esfuerzo muy importante a la hora de comprometer esfuerzos distribuidos en distintos ámbitos de la sociedad. Asimismo, la diversidad de perfiles institucionales y roles a desempeñar en el ecosistema hace muy necesaria la participación y articulación entre los sectores público y privado. En algunos campos como por ejemplo el de la mentoría, la promoción de redes y la inversión en emprendimientos, inclusive, el papel del empresariado se vuelve imprescindible (OCDE/CEPAL/CAF, 2017).

De la investigación de Pavón (2010) se desprende que los emprendedores mexicanos desearían recibir de los programas gubernamentales capacitación en dirección de empresas familiares; apoyo en certificaciones, redes de proveedores; obtención de garantías o de financiamiento para capital de trabajo, modernización del aparato productivo, así como una simplificación, equidad y transparencia de los trámites fiscales y de operación aduanera. Sin embargo, estas necesidades expresas del sector empresarial no parecen estar correspondidas por el esquema de apoyo gubernamental, que se limita a plantear estrategias generales centradas en capacitación y consultoría, acompañadas de esquemas que buscan promover el encadenamiento productivo y la comercialización hacia el exterior (Pavón, 2010).

Rivas (2014) propone un marco para estructurar el desarrollo de propuestas de políticas orientadas a fomentar el emprendimiento, identificando cómo las fallas del mercado impactan en los determinantes de la actividad emprendedora dentro de una economía. Con base en estos determinantes, es posible delimitar áreas de intervención pública, las cuales pueden ser incorporadas directamente a las

políticas diseñadas para fomentar el emprendimiento o servir para mejorar las condiciones fundamentales necesarias para su desarrollo (Rivas, 2014).

Por otro lado, Ascúa, Roitter, Bacic y Rodríguez (2014) proponen que para formular políticas públicas que impacten de forma positiva en el fomento al emprendimiento, se deben contemplar los siguientes aspectos:

1) Uso inteligente de capacidad instalada. Los gobiernos locales/regionales deben saber ocupar la experiencia y capacidad instalada de las incubadoras, quienes son entidades que están más cerca de los emprendedores que las estructuras gubernamentales;

2) La flexibilidad con el emprendedor. Ajustarse a las necesidades del emprendedor pues por lo general los fondos gubernamentales vienen acompañados de burocracias, ítem de financiamiento específicos y tiempos excesivos que no se ajustan a los procesos de aceleración del negocio que permitan capturar de forma oportuna la oportunidad de negocio;

3) Cercanía con el emprendedor. La cercanía permite exigir resultados alcanzables y de común acuerdo con el emprendedor que les permita avanzar rápidamente a la etapa de escalamiento comercial de su negocio.

En lo que respecta al estado mexicano Pavón (2010) recomienda que las acciones del Gobierno Federal, en coordinación con los gobiernos estatales y municipales, deben enfocarse al diseño e implementación de programas de apoyo empresarial, diferenciados según el tamaño del establecimiento, según la permanencia en el mercado (reconociendo el dinamismo de las necesidades empresariales) y dependiendo del sector e incluso de la rama a la que pertenece la empresa. Ello obliga a un rediseño del proceso de atención gubernamental, con orientación a servicios “a la medida” y no la pretensión actual de que sean las pymes las que se incorporen a programas “unitalla” (Pavón, 2010).

En lo que respecta al fomento del emprendimiento creativo, no existe una receta única para avanzar hacia un resultado integral. Para alcanzar lo anterior, se requiere

de un proceso que gestione adecuadamente un conjunto de ingredientes, cuya mezcla apropiada depende de las condiciones institucionales, económicas y sociales de cada país. Sin embargo, los componentes parecen ser bastante comunes. En efecto, los aspectos que son fundamentales para este proceso se pueden agrupar en (CEPAL, 2017):

1) Los instrumentos específicos, tanto regulatorios, como obligatorios y de incentivo, así mismo iniciativas voluntarias.

2) La innovación que permite desarrollar las respuestas requeridas frente a las exigencias del Estado, mercados y comunidades;

3) Apoyo específico a los emprendimientos creativos, con características propias, se requieren para fortalecer su capacidad específica de promover una mejor operatividad.

En general, las empresas, sean creativas o no, se enfrentan a un marco jurídico, político, económico y social similar, salvo excepciones donde se ha desarrollado una legislación específica para alguna actividad concreta. Este marco institucional determina un conjunto de apoyos u obstáculos reflejados en programas de financiación, planes y políticas de apoyo al emprendedor, fiscalidad, procesos burocráticos, pautas de consumo, etcétera. Un objetivo de esta investigación es analizar la percepción que se tiene de los programas gubernamentales entre los emprendedores creativos y si se considera que existen ventajas o desventajas para este tipo de iniciativas (IMEDES, 2014).

7.5 Perspectivas de crecimiento

Desde el punto de vista de la dinámica económica global, los empresarios crean externalidades positivas al identificar y aprovechar nuevas oportunidades, estableciendo así caminos que otros pueden seguir posteriormente. En consecuencia, los desafíos que obstaculizan la actividad empresarial tienen implicaciones de largo alcance, que no sólo afectan la eficiencia y la equidad en la asignación de recursos y la materialización de las preferencias de los agentes, sino que también influyen en el proceso más amplio de desarrollo económico. Además,

es esencial reconocer que ciertos obstáculos afectan no sólo el potencial de surgimiento de una empresa, sino también su capacidad de crecimiento, lo que afecta a todo el ciclo de vida de la misma (Rivas, 2014).

Veciana (2006) plantea que los elementos que intervienen en la creación de una empresa son:

1) Identificación de una oportunidad emprendedora.
2) Los factores de producción (recursos materiales, inmateriales y humanos).
3) El mercado en el que va a operar la nueva empresa.
4) La estrategia de combinación de los recursos y de llegar al mercado objetivo.
5) El emprendedor con una motivación, preparación y habilidades adecuadas para la toma de decisiones relacionadas con los cuatro puntos anteriores, estos mismos elementos también permiten identificar las perspectivas de crecimiento de los emprendimientos.

De la literatura que habla sobre crecimiento emprendedor, se puede concluir de carácter general, que existe una cierta dificultad para establecer una definición uniforme y concreta que abarque todo el contenido que dicho concepto lleva implícito. En efecto, los diferentes trabajos abordan el estudio de esta magnitud desde distintos enfoques según la disciplina o el punto de vista adoptado por el autor, sin delimitar, en todo su contexto, su alcance. Se ha partido de un error, al intentar definir lo que por su propia naturaleza no se puede realizar, analizar y conceptualizar el crecimiento de una empresa de forma homogénea, casi queriendo ajustarlo a una sola categoría, toda vez que el fenómeno del crecimiento emprendedor puede ser analizado desde distintas perspectivas: sociológica, organizativa, económica y financiera (Blázquez *et al*, 2006).

La política fiscal también jugaría un papel a considerar en las perspectivas de crecimiento de los emprendimientos, ya que mediante las distintas actuaciones o políticas se podría incidir sobre las motivaciones de los agentes económicos. Como es sabido, desde la perspectiva keynesiana, las rebajas impositivas y los aumentos en el gasto público tienen efectos positivos sobre la inversión y la demanda interna,

lo que sirve de estímulo para el crecimiento económico. De tal manera que la mejoría en la gobernanza, así como las decisiones adecuadas de política fiscal, afectarían positivamente a las decisiones de inversión a realizar por los correspondientes agentes económicos, lo que acabaría incidiendo, en definitiva, sobre el crecimiento económico (Galindo, 2007).

En su investigación, Galindo y Méndez (2011) mencionan que las circunstancias socioeconómicas, culturales, así como la evolución del país, afectan a las perspectivas de crecimiento de la capacidad emprendedora y proponen que se deben de considerar los siguientes aspectos (Galindo y Méndez, 2011):

En primer lugar, es esencial cultivar un entorno propicio para los emprendedores, ya que esto no sólo promueve el surgimiento de nuevas iniciativas empresariales, sino que también dinamiza las actividades de los empresarios establecidos.

Segundo, el contexto familiar y social del futuro empresario merece un examen cuidadoso. Factores como la edad, el género y el nivel educativo pueden influir significativamente en la propensión de un individuo a emprender actividades empresariales. En ciertos países, a pesar de haber obtenido títulos universitarios avanzados, los individuos pueden mostrar cierta reticencia a emprender actividades empresariales. Esta vacilación suele deberse a una preferencia por el empleo asalariado, que se percibe como un empleo que ofrece un perfil de riesgo menor y un ingreso más estable (Galindo y Méndez, 2011).

En tercer lugar, es imperativo considerar el contexto cultural predominante en el país en relación con los puntos antes mencionados. Un entorno cultural propicio puede producir resultados beneficiosos para los empresarios, ya que mejora su capacidad para asimilar las innovaciones tecnológicas e integrarlas en sus operaciones comerciales. Además, un marco cultural de este tipo capacita a los empresarios para adaptarse de manera más eficaz a las fluctuaciones del panorama económico y afrontar los desafíos que surjan. Además, esta dimensión cultural influye positivamente en la fuerza laboral al alentar a los empleados a adoptar los avances tecnológicos y facilitar su implementación, contribuyendo así a un mayor

crecimiento económico. Sin embargo, es importante reconocer los posibles inconvenientes asociados con este ambiente cultural. Por un lado, los sólidos sistemas de protección de los trabajadores pueden imponer costos significativos que podrían disuadir a los posibles empresarios y disminuir la competitividad corporativa general. Por otro lado, este entorno cultural puede fomentar inadvertidamente una preferencia por el empleo en lugar del emprendimiento entre los individuos (Galindo y Méndez, 2011).

Cuarto, las expectativas sobre el desempeño económico de un país influyen significativamente en este proceso. En un entorno caracterizado por un sólido crecimiento económico y pronósticos optimistas, se prevé que el número de emprendedores aumentará, impulsado por el potencial de identificar y explotar nuevos nichos de mercado, mejorando en última instancia su rentabilidad. En consecuencia, la integración de tecnologías innovadoras, junto con los cambios en las tendencias demográficas y las prácticas institucionales, crea una multitud de oportunidades en el lado de la demanda que los emprendedores se ven obligados a aprovechar. Sin embargo, los resultados de estas iniciativas dependen de las competencias, las habilidades y el contexto cultural de los emprendedores (Galindo y Méndez, 2011).

En quinto lugar, el sector exterior ejerce una influencia significativa sobre los empresarios, que se manifiesta tanto en efectos beneficiosos como perjudiciales. En el lado positivo, la liberalización del comercio, caracterizada por la eliminación de barreras y la facilitación de la libre circulación de bienes y personas, presenta oportunidades para aumentar la actividad empresarial. Este entorno permite a los empresarios acceder a nuevos mercados y emplear mano de obra altamente calificada. Sin embargo, este impacto positivo se ve contrarrestado por la necesidad de que los productos sigan siendo competitivos, lo que exige que las políticas económicas se diseñen de manera que no sean inflacionarias y que los costos salariales se mantengan en niveles moderados. Además, es esencial reconocer las presiones competitivas que surgen de esta apertura, ya que la entrada de empresas

extranjeras con tecnologías avanzadas en el mercado interno puede plantear desafíos para los empresarios emergentes (Galindo y Méndez, 2011).

En su investigación, Terjesen y Szerb (2008) utilizaron 25,384 datos de los informes GEM de 35 países, y encontraron que los hombres, la red personal que rodea al emprendedor, la innovación del producto o servicio que ofrece, una menor competencia y estar en países menos desarrollados se asocian con expectativas de alto crecimiento para los emprendimientos en las tres etapas que maneja el informe: nacientes, de reciente creación y consolidados.

Para los emprendedores nacientes y de reciente creación las expectativas de crecimiento también están vinculadas a tener mayores niveles de capital inicial e inversión. En contraste con algunas investigaciones previas, encontraron que el tamaño inicial de la empresa es el mejor predictor de las expectativas de crecimiento. En total, los factores relacionados con el tamaño determinan no sólo las expectativas de crecimiento iniciales, sino también las expectativas de crecimiento en etapas posteriores de la empresa. El desproporcionado crecimiento (es decir, un pequeño número de empresas son responsables de la mayoría de la creación de empleo) se da tanto en empresas nuevas como en establecidas, aunque estas últimas son más escasas (Terjesen y Szerb, 2008).

Por otro lado, en la investigación de Sastre (2013) se encontró que la relación con los factores que contribuyen con el éxito de los emprendimientos, tanto los emprendedores nacientes, como los de reciente creación y los consolidados coincidieron en que es importante encontrar el nicho de mercado adecuado y asesorarse sobre lo que no se conoce. Los emprendedores consolidados introdujeron un nuevo factor que es el servicio al cliente. En las etapas previas no parece haber, por parte de los emprendedores, una conciencia de prestación de servicios, en el sentido de considerar que la empresa misma, más allá de los productos y/o servicios que ofrezca, presta un servicio a la sociedad como un todo (Sastre, 2013).

Es necesario implementar reformas estructurales para estimular el crecimiento potencial y la inclusión de los emprendimientos creativos. Para la OCDE en general el crecimiento de la productividad del país continúa siendo modesto comparado con el resto de los países de la organización y el de otras economías emergentes, además de que sigue existiendo una gran desigualdad económica y social. Las reformas para reforzar las inversiones en capital físico y humano deben fomentar un mayor crecimiento inclusivo, una mayor productividad y una innovación constante. (OCDE/CEPAL/CAF, 2017).

El fortalecimiento de la EC en el municipio de Morelia se puede lograr mediante la mejora de las competencias y habilidades de los trabajadores, la inversión en infraestructuras, la integración regional y un mayor nivel de diversificación y de vínculos productivos, pero es necesario conocer de primera mano las necesidades y las expectativas que tienen los emprendedores creativos y para los objetivos de esta investigación, conocer en específico como perciben las expectativas de crecimiento de sus empresas creativas

PARTE III. MARCO NORMATIVO

El desarrollo de la EC va adquiriendo cada vez más relevancia en el mundo, ya que cada vez más emprendedores deciden abrir negocios en ese rubro, cada vez hay más investigaciones académicas al respecto y las instituciones públicas están diseñando o fortaleciendo el marco normativo que pueda incentivar o proteger las actividades de la EC (Nisbet, 1980).

Las leyes de propiedad intelectual pueden ser uno de los catalizadores que conviertan la actividad creativa en una industria creativa, se mencionan algunas de las razones: a) protegen el derecho de propiedad que tienen los dueños sobre sus ideas, de la misma manera como otras leyes garantizan el derecho a poseer bienes o fincas; b) les da a los inventores de productos y procesos nuevos los medios para obtener beneficios de su creatividad; c) plantea un marco conceptual en el que empresas e individuos creativos pueden desempeñarse con seguridad (Newbigin, 2009).

CAPÍTULO 8. REGULACIONES Y LEYES QUE INCENTIVAN Y PROTEGEN A LA ECONOMÍA CREATIVA

La inclusión de la dimensión cultural y creativa en las políticas y acciones de desarrollo se está convirtiendo en uno de los desafíos más importantes que tienen por delante los gobiernos en todos sus niveles. Hoy en día, entre el 2% y el 7% del PIB de los países viene dado por la contribución del sector creativo. Un número importante, que aún guarda un potencial de crecimiento desconocido, especialmente en vistas de los avances tecnológicos que hacen más accesible y simple producir, distribuir, difundir y consumir bienes y servicios culturales en la actualidad (BOP consulting, 2010).

En efecto, para potencializar y desarrollar la EC debe ser reforzada por un marco regulatorio que considere el arte, la cultura y la creatividad desde una mirada multidimensional de PP, potenciando sus efectos en el ámbito económico y social, generando iniciativas que introduzcan y expliquen esta nueva manera de comprender el sector creativo, se presenten programas que funcionen como herramientas capaces de articular instituciones e instrumentos de financiamiento, y, además, se puedan constituir como bases para que se cumplan objetivos de desarrollo económico y social (BOP, 2018).

Un marco normativo destinado a fomentar la EC es un instrumento para dar sostenibilidad y difusión a las iniciativas creadoras de los individuos y las comunidades. La supervivencia y la resignificación de las identidades sociales, es decir, de aquellas características que hacen que cada sociedad sea única y diferente, están estrechamente ligadas a la capacidad de “re-crear” su cultura en una dinámica de equilibrio entre tradición e innovación. Este enfoque orienta el desarrollo de los sectores culturales y creativos para que sus objetivos no se subordinen exclusivamente a una lógica de rentabilidad económica o mercantil, sino que incluyan, además, otros igualmente valiosos de carácter cultural y social tales como la libertad de creación y la promoción de la diversidad (UNESCO, 2010).

Las PP así concebidas, tomando en cuenta los intereses de los sectores más débiles o desprotegidos, procuran incluir a los segmentos más informales y vulnerables del sector dentro de una lógica de lucha contra la pobreza (UNESCO, 2010).

La CEPAL propone los siguientes elementos básicos que deben contener dentro de un sistema regulatorio y de PP los países que consideran fomentar el desarrollo de la EC (De Groot, *et. al.*, 2020):

1) Sistema de derechos de autor.
2) Sistema de derechos conexos.
3) Políticas de promoción de la cooperación interdisciplinaria.
4) Políticas de apoyo a la creación de startups creativas.
5) Políticas de promoción de la movilidad de trabajadores creativos.
6) Políticas de apoyo a mercados laborales flexibles.
7) Políticas de apoyo a la internacionalización.

Dos de los retos principales que los mecanismos institucionales deben enfrentar conciernen los siguientes aspectos: primero, los mecanismos de apoyo tienden a ser amplios, pero fragmentados. A raíz de lo anterior, los usuarios perciben una imagen confusa de la oferta del sector público, lo que se traduce en dificultades en el acceso y en altos costos de transacción. Segundo, un uso oportuno de los instrumentos de fomento disponibles choca con un difuso desconocimiento de los mismos entre los potenciales beneficiarios; una alta tasa de informalidad de las empresas y una clara orientación de ciertos instrumentos hacia metas de tipo más académico que productivo (De Groot, *et. al.*, 2020).

Para realizar un diagnóstico y posibles propuestas para fomentar la EC, también es necesario analizar la legislación vigente para conocer cuáles son las normas vinculadas a las industrias culturales y creativas e identificar las posibles lagunas existentes. Las circunstancias y contextos son variados: en algunos países, los grandes lineamientos referidos a las políticas de fomento para las industrias culturales y creativas pueden estar planteados en un nivel constitucional, mientras

que en otros países no. Asimismo, las líneas de acción estarán definidas en leyes generales o específicas, o bien, en decretos u otras disposiciones administrativas emitidas por el poder ejecutivo de cada jurisdicción (UNESCO, 2010).

8.1 Marco normativo en el contexto internacional

Para que el desarrollo de la EC se pueda seguir expandiendo, es de suma importancia que exista claridad legal, especialmente en temas fiscales y de propiedad intelectual. Los sistemas de derechos de autor y derechos conexos están claramente definidos, pero aún más importante, son promovidos para la comercialización de la oferta y aprovechados para valorizar los contenidos creativos y culturales. Además, se debe fomentar y agilizar los trámites burocráticos para la creación de patentes en las pymes como medida de innovación y generación de ingresos, para que exista claridad sobre cómo usarlos y motivación empresarial para aprovecharlos (De Groot, *et. al.*, 2020).

8.1.1 Colombia

En el caso de Colombia, con la llegada en 2018 de Iván Duque Márquez como presidente de ese país, uno de sus ejes de desarrollo fue el impulso y fomento de la EC, que en su caso denominaron Economía Naranja. Comenzó con la creación del Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja y del CNEN como espacios de convergencia y de articulación de la política pública de fomento a las industrias creativas. Posteriormente se publicó en el año 2019 la Estrategia Colombia CREA 2030 que organiza los apoyos públicos bajo una visión compartida. Esta iniciativa representa una experiencia sin precedentes para articular el apoyo a la economía cultural y creativa del país brindado por varias instituciones (Gobierno Nacional de Colombia, 2019).

Es de destacar que para la implementación de la estrategia CREA se deba realizar de forma transversal involucrando diversas instituciones entre los que destacan: el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), El Ministerio de Cultura de Colombia (MinCultura), El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el Departamento

Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias), la Agencia de Emprendimiento e Innovación del Gobierno Nacional de Colombia (iNNpulsa), el Ministerio del Trabajo (MinTrabajo), el Ministerio de Educación (MinEducación), la Financiera de Desarrollo Territorial (FINDETER), la Agencia de Promoción del Turismo y la Inversión Extranjera (ProColombia), El Banco de Desarrollo Empresarial de Colombia (BANCOLDEX) y otras organizaciones del gobierno (Hernández, *et. al.*, 2018).

La base legal que sustenta todas las políticas públicas mencionadas de fomento a la EC radica en lo que se podría denominar la Ley "Marco" para la regulación de la Economía Naranja: la Ley 1834 de 2017, también conocida como la Ley Naranja que fue tramitada ante el Congreso por el actual presidente y para ese entonces senador Iván Duque. En esta Ley se determinan los parámetros generales a los que se debe acoger el gobierno y las diferentes entidades del Estado para darle aplicación y desarrollo a la Política de la Economía Naranja. Entre sus principales artículos destacan (Ministerio de Cultura, 2021):

> Artículo 1º Objeto. El objetivo de esta legislación es fomentar, defender, apoyar y salvaguardar las industrias creativas, definidas como sectores que crean valor a través de sus productos y servicios, que se basan fundamentalmente en la propiedad intelectual.

El objeto planteado en la Ley 1834 de 2017 tiene relación directa con la agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 establecidos por la ONU, con la cual se busca impulsar la adopción, adaptación y apropiación de las industrias culturales y creativas. De este modo, se inaugura la "Estrategia Colombia CREA 2030" (Ley de Fomento Economía Naranja, 2018).

> Artículo 4°. Política Integral de la Economía Creativa. El gobierno nacional se propone desarrollar una Política Integral para la Economía Creativa, denominada Política Naranja, destinada a implementar de manera efectiva las disposiciones y los objetivos delineados en esta legislación. Para lograr este objetivo, el gobierno nacional identificará los sectores específicos

> abordados por la ley y establecerá lineamientos que faciliten su desarrollo. Estas medidas se centrarán en mejorar, posicionar, salvaguardar y apoyar a estos sectores como contribuyentes significativos a la creación de valor dentro de la economía.
>
> *Parágrafo.* El Gobierno nacional tiene la responsabilidad de regular los aspectos pertinentes para garantizar la efectiva ejecución de la política pública delineada en este artículo. Asimismo, procurará fomentar la participación inclusiva y equitativa de los diversos actores involucrados, entre ellos entidades públicas, privadas, sociales, laborales y asociativas en el ámbito de la cultura y las industrias creativas.

Este artículo es de gran importancia para el desarrollo de la Economía Naranja en la legislación del país, pues obliga la creación de una PP por parte del Gobierno, entendida como "una estrategia con la cual el gobierno coordina y articula el comportamiento de los actores a través de un conjunto de sucesivas acciones intencionales, que representan la realización concreta de decisiones en torno a uno o varios objetivos colectivos, considerados necesarios o deseables en la medida en que hacen frente a situaciones socialmente relevantes". Esta política estará encaminada a promover y mejorar aquellos sectores que hagan parte de los sectores económicos del desarrollo de la EC (Gutierrez M. C., 2019).

Con esta ley se pretende otorgar legitimidad y protección a las industrias creativas y culturales a través de incentivos, fomento y promoción, educación, financiamiento, así como políticas de exportación y promoción internacional de forma reglamentada. En esta ley se estipula que el DANE sea la institución responsable de garantizar la información en forma eficiente, periódica y objetiva sobre los avances de la EC que permita a los diferentes grupos de toma de decisión y/o que estén involucrados, el análisis y la determinación de si funcionan las respectivas estrategias, programas y objetivos para el desarrollo de la sociedad. A partir de esta reglamentación, las regiones locales han comenzado a crear políticas que contribuyan a la dinamización de la EC (Hernández, *et. al.*, 2018).

Otro cambio fundamental en la legislación para la exitosa implementación de la Estrategia CREA 2030, fue la expedición del Decreto 2443 de 2018, el cual permite al BANCOLDEX la emisión y colocación de los llamados “Bonos Naranja” con el propósito de financiar proyectos que busquen fomentar la EC basada en el talento, la propiedad intelectual, la conectividad y la herencia cultural latinoamericana. Estos mejoran la accesibilidad a financiamiento por parte de los emprendedores creativos, fomentan la capacitación y permiten el crecimiento exponencial de los proyectos pertenecientes a la EC (Gutierrez M. C., 2019).

8.1.2 Chile

Durante el segundo gobierno de la presidenta Michelle Bachelet, se reconoció con mayor fuerza el potencial de la cultura y las artes, junto con los diversos procesos creativos, para servir como una alternativa inclusiva para el desarrollo humano y económico. Esta comprensión sirvió como impulso principal para la emisión de la Instrucción Presidencial en marzo de 2015, que dispuso la creación del Comité Interministerial encargado de formular el Plan Nacional de Fomento de la Economía Creativa (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017).

El gobierno en Chile, más allá de referencias a otros componentes de la EC, se enfoca en la parte económica del mercado a través del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) y del sitio Chile Transforma. Este sitio habla de “actividades económicas” y el CNCA, siguiendo a la UNESCO, se refiere a la “industria creativa” compuesta por “un conjunto amplio de actividades económicas”. Durante 2017 hubo una intensa actividad institucional asociada a las economías creativas: se lanzó el primer Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (PNFEC) 2017-2022; se anunció el lanzamiento del Programa Estratégico Nacional de Economía Creativa; se creó un fondo piloto para la atracción de grandes producciones cinematográficas internacionales y se estableció una serie de iniciativas locales para el sector, en las ciudades de Valparaíso, Concepción y Valdivia (Mujica, 2017).

El PNFEC 2017-2022 considera dos énfasis transversales, enfoque territorial y articulación interinstitucional, con el objetivo de reconocer y celebrar las iniciativas

que emergen, se sustentan y adquieren sentido en los distintos territorios del país. Se diseñó considerando cuatro lineamientos estratégicos, que buscan responder de forma sinérgica y coordinada a las brechas del sector para facilitar la toma de decisiones, la asociatividad y, de esta forma, robustecer la producción creativa, impulsando la generación y disposición de información estratégica (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017):

1) Favorecer el ecosistema de fuentes de financiamiento e instancias de mercado, apuntalando un desarrollo sostenible de los emprendimientos creativos.
2) La creatividad y conocimiento se materializa a través de la propiedad intelectual y los derechos de autor, por lo que resulta necesario contar con modelos que no solo consideren, sino que valoren apropiadamente dichas características, además de que los protejan de forma eficiente.
3) Contribuir a contar con una mayor cantidad de trabajadores capacitados en temáticas de gestión y emprendimiento a lo largo de la cadena productiva del sector creativo, con la finalidad de facilitar la sofisticación de la producción, generar sinergias intersectoriales y aumentar los índices de profesionalización.

Chile se encuentra en un punto decisivo para potenciar nuevas alternativas de desarrollo que logren balancear mayores niveles de bienestar material con los de satisfacción subjetiva de la sociedad e instituciones. El proceso de diseño e implementación del PNFEC fue concebido desde una mirada multidimensional, materializándose a través de un Comité Interministerial constituido por siete ministerios, en los cuales 19 instituciones han comprometido acciones concretas para apoyar la sustentabilidad de la EC. La innovación abre nuevas áreas de desarrollo, pero se requiere de un ecosistema basado en la colaboración entre distintos actores (público, privado, academia y sociedad civil), así como en la focalización de esfuerzos para una implementación de PP exitosas (Lobos, 2017).

El Gobierno de Chile, comprendió que la implementación de una institucionalidad de fomento a la economía creativa es en esencia gradual; requiere de nuevos

aprendizajes por parte de las personas que la implementan, sus beneficiarios y del medioambiente institucional donde están insertas. Por lo mismo, identificaron que resulta vital identificar etapas secuenciales y progresivas en la implementación del Plan de manera que se puedan acumular conocimientos y experiencias, las cuáles a su vez sirvan como base para crear o ajustar la metodología de implementación y así mismo se puedan replicar en otras regiones, ajustando la institucionalidad a los requerimientos (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017).

8.2 Marco normativo en el contexto nacional

En México, el panorama de las Industrias Creativas y Culturales Nacionales (ICCN) se caracteriza por un conjunto de políticas fragmentadas que ofrecen principalmente incentivos económicos, en particular en los ámbitos de la cinematografía y la artesanía. Sin embargo, sigue existiendo una notable ausencia de un marco jurídico nacional coherente e integral que pueda consolidar eficazmente los elementos necesarios para el avance de la EC, tal como lo facilitan las instituciones públicas (BOP, 2018).

Una de las áreas de oportunidad que se considera más relevante de atender en el país, es el tema de la propiedad intelectual que enfrenta distintos tipos de retos. Por una parte, no existen marcos de evaluación que agilicen los procesos, para asignar valor a los contenidos originales. Esto limita la motivación y capacidad de las empresas para proteger sus producciones y sacar provecho a potenciales ganancias por licenciamiento, por ejemplo. También dificulta la accesibilidad con la banca, al limitar su capacidad por cuantificar la contribución de proyectos de propiedad intelectual a los análisis del riesgo y rentabilidad de los proyectos. Por otra parte, hay poca claridad en cómo usar los instrumentos existentes o sobre los beneficios que esto trae (De Groot, *et. al.*, 2020).

Lo más cercano que se hecho, a nivel nacional, en lo que se refiere a un marco normativo que fomente de manera directa a la EC, fue en el año 2019 cuando el Senador Juan José Jiménez, presentó un proyecto de decreto para impulsar una ley de fomento a las industrias culturales y creativas, el cual menciona que “Tiene por objeto fomentar el desarrollo de la industrias culturales y creativas nacionales,

mediante el apoyo institucional y asistencia técnica de conformidad con el marco legal aplicable en materia de derechos humanos y culturales". Así mismo el documento menciona que (Jímenez, 2019):

> La priorización del fomento de estas industrias y sus procesos asociados se deriva del reconocimiento de que el análisis y la valorización de los valores culturales requieren una comprensión integral, que permita a los individuos involucrarse con ellos de manera consciente y proactiva. Esta perspectiva establece una conexión entre las responsabilidades de las PP y el potencial creativo de los productores, junto con la necesidad de un acceso irrestricto para los consumidores. Por lo tanto, es crucial sincronizar las iniciativas institucionales destinadas a facilitar el crecimiento de estas industrias, ya que sirven como fuentes vitales de capital económico, innovación creativa y catalizadores para el desarrollo cultural y económico en México.

Las principales razones que exponen para la necesidad de decretar esta Ley son:

1) Las ICC aportan multitud de ventajas sociales y económicas. Desde una perspectiva social, el cultivo de una identidad cultural diferenciada mejora la cohesión social y facilita el establecimiento de una identidad de marca nacional, mejorando así el posicionamiento del país tanto a nivel nacional como internacional. En el plano económico, se estima que la contribución de las ICC al PIB varía entre el 4,5% y el 7,4%, con proyecciones que sugieren un aumento potencial hasta el 12%. Además, dentro del mercado hispanohablante existe una audiencia sustancial de más de 572 millones de usuarios potenciales a nivel mundial.
2) Numerosas naciones han adoptado estrategias centradas en ICC, que se manifiestan ya sea mediante el establecimiento de un marco legal, como es el caso de Corea del Sur y Colombia, o mediante la implementación de programas sectoriales específicos iniciados por las autoridades gubernamentales, como se observa en Japón, el Reino Unido y Australia. Es importante destacar que las estrategias empleadas por estos países presentan una gama de características distintivas, que abarcan aspectos

como mecanismos de financiamiento, plataformas para la expresión creativa, promoción de competencias técnicas y otros factores relevantes.

3) A pesar de todos los esfuerzos realizados por las administraciones federales anteriores, el país no ha realizado un esfuerzo integral para impulsar las industrias creativas y culturales, con excepción de la producción cinematográfica, por lo que representa una gran oportunidad no sólo para desarrollar este sector económico, sino también para abrir la puerta a la generación de contenidos que permitan transformar la imagen de México a través del dinamismo económico y cultural. En este contexto, es necesario reconocer la excelente implementación de la Hoja de Ruta de Industrias Creativas Digitales desarrollada por la Secretaría de Cultura en 2018.

El proyecto de ley aún se encuentra en proceso de deliberación en el Congreso de la Unión, lo que indica que aún no ha sido promulgado y, por lo tanto, no cuenta con reconocimiento oficial. En ausencia de un marco regulatorio específico para la promoción de la EC en el país, el Observatorio de Clústeres de la Comisión Europea ha presentado una serie de recomendaciones destinadas a fomentar el desarrollo de las industrias creativas emergentes. Estas recomendaciones están diseñadas para categorizar las políticas de apoyo según el ciclo de vida de la industria. En concreto, el Observatorio destaca dos sugerencias principales destinadas a mejorar el marco regulatorio: 1) la provisión de información actualizada y asistencia sobre las leyes de derechos de autor, incluida su aplicación en contextos comerciales, programas educativos y mecanismos de protección de la propiedad intelectual; y 2) el establecimiento de un sistema para facilitar el cumplimiento y la difusión de la información que abarque a todos los actores de la cadena de valor, incluidos los consumidores. (De Groot, *et. al.*, 2020).

Una de las acciones más importantes para poder iniciar cambios profundos e importantes en términos de propiedad intelectual, innovación y creatividad en el país son las reformas legislativas o en su caso la creación de nuevas leyes. Las reformas o nuevas leyes deben llevar un análisis muy serio y profundo, pero sobre todo bien informado, alejados de prejuicios y basados más en los datos, así como en los

hechos científicos. Las leyes nacionales oficiales en funcionamiento que de alguna forma tienen relación o impacto con la EC y a las cuales se les puede realizar un análisis y eventualmente reformas en términos generales para que contribuyan con el fomento de la EC son (Santamaría y Becerra, 2017):

1) Ley Federal del Derecho de Autor.
2) Ley General de Cultura y Derechos Culturales.
3) Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial.

8.2.1 Ley Federal del Derecho de Autor

La Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) es el instrumento principal a través del cual se protege el derecho de los autores y titulares de derechos conexos en México. Esta ley reconoce tanto un aspecto moral o interno como un aspecto económico del Derecho de Autor, distinguiendo así entre los derechos morales y los derechos económicos (UNESCO, 2021).

La LFDA es una norma reglamentaria del Artículo 28 Constitucional que tiene por objeto la salvaguardia y promoción del acervo cultural de la Nación, así como la protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes y demás personas y actores involucrados en la divulgación, difusión, reproducción, puesta en valor y en disposición de las obras producto de la creatividad de las mexicanas y mexicanos en el curso del tiempo. La Ley garantiza a partir del reconocimiento que hace el Estado en favor de los creadores por su aportación al legado cultural del país, con independencia de si el autor está plenamente identificado, si son anónimas o se suscriben bajo un seudónimo (Harp, 2021).

Tales obras pueden ser literarias, musicales, dramáticas, de danza, pintura o dibujo, entre otras tantas manifestaciones, aunque de manera genérica, la ley las denomina literarias o artísticas, según el caso. Además, la ley establece los términos y procedimientos para cada una de las personas que intervienen en el proceso de creación, divulgación y conocimiento público de las obras, las cuales median la relación entre quien la crea, la escenifica, la difunde, la distribuye, la copia, la pone a disposición o la reproduce (Harp, 2021). Los artículos que se consideran más

apegados para el fomento e impulso de la EC son artículo 1º, 11º, 13º, 21º y 24º (H. CONGRESO DE LA UNIÓN, 2020) ANEXO 2.

8.2.2 Ley General de Cultura y Derechos Culturales

Una de las leyes que contempla una parte de las industrias que conforman la EC, puesto que sólo se enfoca en la cultura, es la Ley de General de Cultura y Derechos Culturales. Esta Ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 19 de junio de 2017 se sustenta en las reformas a los artículos 4º y 73º de la Constitución, que entraron en vigor en el año 2009, e introdujeron las nociones de "derecho de acceso a la cultura" y de "derechos culturales", asociados a los derechos humanos y al derecho de todo ciudadano de acceder a los bienes y servicios culturales brindados por el Estado. Antes sirvieron ya de base para la creación de la Secretaría de Cultura el 17 de diciembre de 2015 y su reglamento promulgado también en el DOF el 8 de noviembre de 2016. De allí su importancia como referente legislativo (Pérez M. , 2018).

Un desafío importante que enfrenta la política cultural es la necesidad de adaptarse a los rápidos cambios sociales y a las cambiantes necesidades culturales de la población, así como a los diversos requisitos asociados a los diversos sectores de la producción y la creación cultural. Para abordar este desafío es necesario dar una respuesta que no sea meramente reactiva o temporal, sino que sea holística y con visión de futuro. Esto implica ir más allá de las intervenciones a corto plazo que abordan las crisis inmediatas en áreas específicas y, en su lugar, ofrecer soluciones duraderas e integrales que tengan en cuenta todo el espectro del desarrollo cultural (Flores, 2021).

Los artículos que se consideran más apegados para el fomento e impulso de la EC son 1º, 3º, 5º y 6º (H. Congreso de la Unión, 2017) ANEXO 3.

8.2.3 Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial

La Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial (LFPPI) fue publicada en el DOF el 1 de julio de 2020 y entró en vigor el 5 de noviembre de 2020; con excepción del artículo 5, párrafos VI, VII y VIII; los artículos 393, 394 y 396, párrafo I; y los

artículos 397, 398 y 400, que entrarán en vigor el 5 de noviembre de 202, dicha Ley derogó la Ley de Propiedad Industrial y se realizó con la intención de ampliar sus capacidades y protección, así como modernizar el marco legal para responder a las exigencias de la actualidad (OMPI, 2021).

La LFPPI protege los intereses de los creadores de inventos, símbolos, nombres, imágenes, dibujos, marcas, denominaciones de origen e incluso secretos industriales para empresas o negocios que tengan un novedoso sistema de ventas, recetas secretas, metodologías, bases de datos y hasta listas de clientes o proveedores. No resultará difícil ni gravoso registrar ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) estas creaciones del intelecto de personas que buscan mejorar algún proceso, servicio o producto protegiendo la creatividad de los mexicanos para todo lo que sucede en cualquier ámbito social, deportivo, político, cultural (Pérez E. , 2021).

Los artículos que se consideran más apegados para el fomento e impulso de la EC son el 2º, 36º, 55º y 179º (H. Congreso de la Unión, 2020) ANEXO 4.

8.2.4 Iniciativas para el fomento de la EC en Jalisco

Jalisco es uno de los estados mexicanos que ha implementado un número significativo de normativas orientadas a promover la EC a través del diseño y ejecución de PP. Este desarrollo puede atribuirse a dos factores principales: un aspecto estructural, que se relaciona con el marco establecido y la dinámica de las industrias de alta tecnología, *software* y servicios basados en el conocimiento que han estado presentes en la región desde la década de 1990 y que ahora se asocian con las industrias creativas; y un aspecto coyuntural, que involucra la adhesión del gobierno estatal a políticas emergentes tanto del contexto internacional como del nacional. Estas políticas reconocen la cultura y la creatividad como recursos vitales para la creación de empleos y afirman los derechos de los creadores y sus comunidades a aprovechar sus activos intangibles. Además, estas iniciativas empoderan a los gobiernos municipales para buscar su reconocimiento como territorios creativos (Lozano, 2021).

Uno de los programas más importantes en los últimos años es la de “Rutas Creativas: Estrategias para el Desarrollo Regional” desarrollada por el estado de Jalisco, el cual consiste en el desarrollo rural a partir de la EC, centrándose en tres grandes ejes: 1) éxodo y pluriactividad, que se centra en impulsar de nuevo la agricultura en estas zonas rurales y también la de impulsar diversos trabajos que complementen la agricultura; 2) la agro industrialización que, como su nombre lo indica, es implementar nuevas técnicas que hagan más eficiente y rentable la agricultura mediante técnicas de industrialización; y 3) la promoción del turismo cultural y ambiental mediante el auge en la conciencia ecológica, la salud ambiental y una transición agroecológica (Lozano, *et. al.*, 2018).

Los objetivos de dicho programa son (Secretaría de Cultura, 2018):

1) La apropiación y revalorización de elementos culturales, patrimoniales, históricos y ambientales.
2) El reconocimiento, respeto y recuperación por la diversidad cultural de la identidad local.
3) La implementación de los instrumentos y procesos de desarrollo sostenible en la región.
4) La protección de los sistemas endémicos y paisajes productivos como un motor de desarrollo regional.

Otro de los programas más recientes e importantes que ha implementado el Gobierno de Jalisco fue la creación en el año 2019 de la “Agencia para el Desarrollo de Industrias Creativas y Digitales del Estado de Jalisco”, el cual es un Organismo Público Descentralizado (OPD) cuyo objetivo principal es: “Gestionar las condiciones financieras, administrativas y operativas para impulsar, fomentar, desarrollar y promover el diseño y la producción creativa y digital, audiovisual, multimedia, animación digital, así como otras tecnologías digitales, de *software* y de servicios de comunicación, incluidas actividades de investigación, desarrollo e innovación, con vinculación local, nacional e internacional, así como gestionar el desarrollo urbano, social, territorial y de vivienda, con los servicios y la infraestructura necesaria para su ejecución (Lozano, 2021).

El Organismo Público se rige por la “Ley Orgánica de la Agencia para el Desarrollo de Industrias Creativas y Digitales del Estado de Jalisco” y entre sus principales atribuciones destaca el impulso y el fomento que se le pretende dar a las Industrias Creativas (Gobierno del Estado de Jalisco, 2019) ANEXO 5.

8.3 Marco normativo en el estado de Michoacán

En el estado de Michoacán el único marco normativo que hace referencia o impacta con el fomento a la EC es la “Ley de Fomento y Desarrollo Artesanal en el Estado de Michoacán”, la cual se expidió con el propósito de apoyar a los artesanos michoacanos en la comercialización de sus artesanías, mediante el esfuerzo conjunto de los sectores público y privado. El Congreso local la aprobó en 2015 y en dicha Ley se le dan atribuciones a la Secretaría de Turismo para apoyar a los artesanos en la comercialización de sus artesanías, para lo cual, promoverá la adquisición de sus productos, entre los prestadores de servicios turísticos, utilizando para tal fin, los catálogos elaborados por el Instituto del Artesano Michoacano (IAM) (Congreso del Estado de Michoacán, 2015).

Los artículos que se consideran más apegados para el fomento e impulso de la EC son el 3º, 19º, 20º y 21º (Congreso del Estado de Michoacán, 2015) ANEXO 6.

Como se puede apreciar, hay un rezago significativo en la legislación mexicana respecto al fomento e impulso de la EC con respecto al continente europeo y asiático lo cual no es extraño, lo preocupante es que también existe un gran atraso normativo con respecto a países Latinoamericanos como Colombia, Chile y Brasil, para que exista una mayor y mejor implementación de PP enfocadas en fortalecer la EC en México es de suma importancia realizar las modificaciones necesarias en la parte normativa a nivel federal y estatal.

PARTE IV. MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico se trata del resultado de la aplicación, sistemática y lógica, de los conceptos y fundamentos expuestos en el marco teórico. Es importante comprender que la metodología de la investigación es progresiva, por lo tanto, no es posible realizar el marco metodológico sin las fundamentaciones teóricas que van a justificar el estudio del tema elegido.

En este apartado se delinean los instrumentos destinados para el desarrollo de la investigación, se define la población y la muestra de estudio, se examina el alcance del estudio y se identifican las posibles limitaciones que pueden afectar la ejecución de la investigación.

CAPÍTULO 9. PROPUESTA METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DOCUMENTAL

El tipo de investigación que se está realizando es no experimental con diseño transeccional o transversal, ya que su propósito es describir variables en un tiempo y espacio. Así mismo es una investigación exploratoria, porque se aborda una situación poco conocida o relativamente nueva; descriptiva porque se tiene el objetivo de especificar las propiedades y características de las diferentes variables; finalmente se pretende que sea correlacional-causal y se espera medir cada una de las variables para después cuantificarlas, realizar un análisis y se pueda presentar una interpretación de su vinculación.

9.1 Alcances y limitaciones

Los alcances deben especificar con claridad y precisión hasta dónde se pretende llegar y profundizar en la investigación. En cuanto a las limitaciones, éstas reflejan las restricciones y las dificultades que se pueden presentar en la investigación (Ávila, 2006).

9.1.1 Alcances

El presente estudio tiene como objetivo identificar y analizar sistemáticamente la manera en que las distintas dimensiones y sus correspondientes variables de la EC impactan en el DEL del municipio de Morelia. Asimismo, busca formular recomendaciones que faciliten el avance de la EC como un componente fundamental para potenciar el desarrollo económico del municipio.

9.1.2 Limitaciones

Las principales dificultades que se pueden presentar para la realización de esta investigación es el tiempo que dura el doctorado, ya que es probable que no se alcancen a desarrollar todos los temas; que la información y datos que se requieren no estén disponibles y/o tengan un costo y que existan problemas de logística, ya que se va a realizar trabajo de campo para obtener la información.

9.2 Proceso metodológico de la investigación

La implementación de este estudio debe dividirse en cuatro etapas:

1) Etapa de investigación y documentación.
2) Etapa de mapeo del CE de la ciudad de Morelia, Michoacán, México.
3) Etapa de diseño de la investigación, identificación, aplicación y análisis descriptivo.
4) Etapa de interpretación de los resultados, diseñando un conjunto de propuestas para el desarrollo económico de la ciudad de Morelia con base en los hallazgos de la investigación y formulando conclusiones, recomendaciones y futuras líneas de investigación.

9.2.1 Fase de Investigación y desarrollo documental

En esta etapa se comenzó con la investigación y presentación de la problemática a investigar partiendo de lo general a lo particular. Se realizó una recopilación y análisis de la información existente del sector, primero en el ámbito internacional, donde destacan los avances que han tenido los países de Europa y en Latinoamérica, donde resalta de manera importante, toda la estructura que se ha realizado para en Colombia para el desarrollo y fomento de la EC.

Posteriormente, se realizó un levantamiento de información sobre la EC a nivel nacional, que reveló que, si bien se han presentado algunas iniciativas encaminadas a promover y estudiar la EC, estos esfuerzos han sido en gran medida esporádicos y carecen de una continuidad sostenida. Entre los estados, Jalisco emerge como el más destacado en su promoción de la EC. La investigación luego se traslada al contexto local, abordando específicamente los desafíos que enfrenta el municipio de Morelia, Michoacán. Esta recolección de datos tiene como objetivo abarcar información de diversas instituciones gubernamentales en los tres niveles: federal, estatal y municipal.

Continua la investigación con una descripción de la localidad objeto de estudio, donde se presentan los antecedentes históricos, la ubicación geográfica, una

caracterización social y demográfica, el grado de marginación y las principales características económicas del municipio de Morelia.

En seguida se aborda el estado del arte respecto a los temas que sustentarían la investigación, comenzando con las teorías y concepciones sobre el desarrollo, así mismo se presentan aproximaciones teóricas al concepto de región y al concepto de localidad, y finalmente dentro del marco teórica se aborda lo referente a la conceptualización de EC.

Continuando con la investigación se presenta un marco normativo dónde se aborda lo realizado en el contexto internacional en países como Chile y Colombia, así mismo se presenta el marco normativo nacional donde se presentan algunas leyes federales, así como iniciativas exitosas del estado de Jalisco, finalmente se presenta el marco normativo del estado de Michoacán. Con base a la información recabada, se procedió a desarrollar un marco teórico que permitiera identificar las variables y que pudiera sustentar la presente investigación.

9.2.2 Fase de mapeo de la EC en el municipio de Morelia, Michoacán, México

El mapeo es un método que se ha venido desarrollando para ayudar a países, regiones o ciudades a empezar a visibilizar el valor de las industrias creativas. Impuesto por pioneros en Gran Bretaña a finales de la década de los noventa, el mapeo se extiende mucho más allá de la producción de mapas reales. Es una forma rápida de definir una tarea que abarca toda una serie de métodos analíticos para recolectar y presentar información a propósito de la variedad y del alcance de las industrias creativas. La intención principal del mapeo es la de poner en perspectiva el valor económico de las industrias creativas, particularmente en lugares donde no se sabe casi nada de ellas (BOP consulting, 2010).

La participación del Estado en cuanto a la generación de conocimiento en torno a las industrias emergentes es relevante a la hora de determinar el escenario de funcionamiento sectorial. La experiencia internacional demuestra que, por lo menos en lo que respecta a las primeras etapas de desarrollo y fomento de las industrias creativas, la inversión privada en investigación y generación de conocimiento es

mínima, transformándose los Estados en actores fundamentales en la tarea de generar los sustentos teóricos y las bases de información sobre las cuales se trabajará en función de abordar al sector por medio de políticas públicas (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014).

Es así como la elaboración de diagnósticos, monitoreos estadísticos, caracterizaciones económicas, mapeos y demás herramientas aparecen como pilares de información y de análisis a partir de los cuales se han logrado diseños de políticas públicas cada vez más coherentes, eficientes y efectivas (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014)

Existen cinco razones principales para realizar un mapeo en las industrias creativas (UEMC, 2021):

1) Dar visibilidad a las industrias creativas. El mapeo es un método para garantizar que se tengan en cuenta las industrias del sector y se reconozca su trabajo. Un mapa puede resaltar su valor económico, lo que a menudo es importante.
2) Comprender el sector, entender qué está sucediendo y dónde. El mapeo puede revelar algunos patrones en la agrupación o el comportamiento de las empresas creativas y comprender cómo se están desarrollando. Esto es importante para el futuro, tanto para las empresas como para la región donde están ubicadas.
3) Planificar el crecimiento futuro. Existen desafíos en estos sectores, como encontrar empleos asequibles, acceso a Internet de alta velocidad u obtener una fuerza laboral calificada. En estos casos, el mapeo ayuda a identificar necesidades y sugiere formas de satisfacerlas.
4) Involucrar a los líderes que influyen en las decisiones políticas relacionadas con las industrias creativas. El mapeo es una base sobre la cual construir argumentos para políticas públicas que respalden al sector.
5) Apoyar objetivos políticos o económicos más amplios. La influencia de las industrias creativas puede extenderse a otros sectores o servir como herramienta para su renovación, como puede ser el caso de la regeneración

urbana, el desarrollo rural o la cohesión social. El mapeo puede ser una herramienta para quienes elaboran PP, ya que puede enseñarles cómo utilizar diferentes áreas para mejorar sus procesos.

La realización de la presente investigación tiene como motivos para su realización:

1) Elevar el perfil de las industrias creativas. Se busca socializar a la mayor parte de la población sobre la existencia y lo que aporta a la economía del municipio de Morelia, Michoacán.
2) Aprender sobre el sector, saber que está ocurriendo y dónde. Se logró realizar un convenio de colaboración con el Instituto de Planeación del municipio de Morelia (IMPLAN), la información recabada será insumo para colocarse en la plataforma OVIE, la cual administran, donde se podrá geolocalizar las industrias creativas del municipio y conocer lo que realizan.
3) Planear el crecimiento futuro. Con el desarrollo de la investigación se realizarán propuestas que contribuyan con el fomento y desarrollo de las industrias creativas.
4) Comprometer a los líderes que tienen impacto en decisiones políticas relacionadas con las Industrias Creativas. Se espera que gracias al convenio que se tiene con el IMPLAN, las propuestas planteadas en esta investigación puedan llegar a los tomadores de decisiones municipales para que se puedan implementar, además se espera que también se pueda acercar la investigación a los líderes de las asociaciones relacionadas con estas industrias para que, desde el sector privado, puedan tomar acciones para su desarrollo.
5) Sustentar objetivos políticos o económicos más amplios. Se pretende que la presente investigación contribuya en el corto plazo con el establecimiento de programas públicos para sea más visible la EC del municipio de Morelia, que en el mediano plazo se integre en el Plan de Desarrollo Municipal y en el largo plazo pueda coadyuvar con el desarrollo económico del municipio.

Existen algunos modelos para el análisis de la EC en general, las cuales son un grupo de técnicas que se permiten realizar estudios estructurados del sector y

facilitan conocer de manera precisa su aporte a la economía, su composición o sus interrelaciones con el resto de los sectores. El principal requerimiento para garantizar un buen análisis es que la información sea suficiente y homogénea, es decir que los datos que se consigan para las distintas actividades que componen el sector creativo o de la cultura provengan de fuentes comparables para poder ser sumados. Para este alcance se pueden identificar tres modelos complementarios de análisis (Ministerio de Cultura, 2005):

1) Evaluación de impacto. Este modelo consiste en examinar la importancia económica directa del sector creativo o el sector cultura, en general, en términos de contribución a la producción, ingreso y empleo regional. Se habla de importancia directa para diferenciarla de los efectos o impactos indirectos o inducidos que pueden estudiarse a través de otras técnicas de análisis.
2) Análisis de estructura. En términos generales, los análisis de estructura se refieren a la evaluación de la composición de los agregados macroeconómicos como la producción, el consumo de los hogares, las exportaciones o la demanda total, entre otros, bien sea por subsectores o como parte de otro agregado (por ejemplo, como proporción del PIB).
3) Análisis de encadenamientos. Este es un modelo de análisis un poco más sofisticado y exigente en términos de información que podría aplicarse en una etapa posterior al uso de los dos modelos anteriores. Consiste en un análisis sistemático de las relaciones económicas entre el sector creativo o de la cultura, en general, y el resto de la economía. Este modelo puede desarrollarse a través del análisis de los multiplicadores de producción, empleo e ingreso calculados con base en la matriz insumo-producto (Ministerio de Cultura, 2005).

En el presente estudio, el objetivo inicial fue emplear exclusivamente el modelo de Evaluación de Impacto. Sin embargo, a medida que la investigación ha ido evolucionando, también se incorporará el modelo de Análisis de Estructura. Esto implicará la aplicación de una encuesta destinada a recopilar información esencial sobre la composición de las empresas dentro de la EC. Los conocimientos

obtenidos de esta encuesta facilitarán la formulación de propuestas para la implementación de PP que apoyen el DEL.

El *British Council* elaboró una Guía Práctica para Mapear las Industrias Creativas (2010) y en este documento recurre a la experiencia de la institución y de sus consultores para proponer siete pasos que pueden contribuir en la elaboración del proyecto de mapeo. Estos pasos son (BOP consulting, 2010):

Paso 1. ¿Por qué mapear? Para comenzar, el mapeo obedece a la necesidad de evaluar el valor de las industrias creativas dentro de la economía total. Esto se puede cuantificar con cifras como el nivel de empleo, el número y el tamaño de los negocios creativos, exportaciones, valor bruto añadido o la sectorización de la fuerza de trabajo.

El mapeo se realizará con el objetivo de identificar y difundir la importancia económica de las industrias creativas en el municipio de Morelia. El objetivo principal de esta investigación es cuantificar el número de entidades económicas que operan en este sector, así como las oportunidades de empleo que genera y los niveles salariales asociados. Conforme avance el estudio, también se buscará evaluar el acceso al financiamiento inicial, la cantidad y calidad de los apoyos que brindan las instituciones públicas y los perfiles socioeconómicos de los emprendedores involucrados.

Paso 2 ¿Qué asuntos de políticas públicas puede abordar el mapeo? La mayoría de las personas que realiza un mapeo de la EC pretende influir en el desarrollo futuro de las industrias creativas. Sin embargo, para conseguirlo, se debe entender qué áreas de la política pueden llegar a ser realmente influenciadas por el proyecto de mapeo. Un estudio comisionado como parte del Programa de la Economía Creativa, sugiere tres áreas que pueden ser importantes: desarrollo económico local, políticas industriales y políticas culturales.

Se prevé que los resultados de esta investigación desempeñarán un papel importante en el fomento del desarrollo económico local al integrarse en el Plan de Desarrollo Municipal. Además, la investigación puede servir para mejorar las

políticas industriales y esclarecer el papel fundamental de las políticas culturales en la promoción del desarrollo social, así como la influencia sustancial que dichas políticas pueden ejercer en el desarrollo económico.

Paso 3. ¿Cómo se definen las industrias creativas? Habiendo decidido que un proyecto de mapeo servirá para cumplir algunas metas económicas o políticas, el siguiente paso consiste en centrarse en los detalles pragmáticos del proceso. El primer paso consiste en convenir una definición de industrias creativas. Definir qué empresas quedan por fuera y cuáles quedan adentro permitirá establecer el alcance del proyecto.

Se pretende que la investigación contribuya a definir las empresas que más influyen o tienen mayor participación, así como las principales necesidades que tienen.

Paso 4. ¿Quién está a cargo? ¿quién hace el trabajo? La idea de emprender un proyecto de mapeo puede tener múltiples orígenes: de un funcionario público de alto rango o de un empresario creativo, por ejemplo. Pero para que el proyecto avance, se debe conseguir un patrocinador, alguien capaz de conseguir respaldo financiero y político para el proyecto.

Paso 5. ¿Qué enfoque investigativo se debe aplicar? La elección del tipo de investigación dependerá de las circunstancias particulares de cada proyecto y, sobre todo, de la confiabilidad de los datos disponibles. Existen seis tareas clave que se deben llevar a cabo durante el proyecto de mapeo. No son mutuamente excluyentes y algunas pueden ser combinadas en la práctica. Las seis tareas clave son:

1) Revisión bibliográfica.
2) Análisis estadístico de datos oficiales.
3) Identificación de estudios específicos de la industria.
4) Análisis de datos no oficiales.
5) Elaboración de directorios de empresas.
6) Elaboración de estudios de caso.

Para la realización de la investigación se realizarán las cinco primeras tareas mencionadas y adicionalmente se implementará una encuesta.

Paso 6. ¿Cómo articular las conclusiones de los proyectos con los públicos clave y las agendas de política pública? La historia no termina cuando se acaba la investigación. Es en ese momento cuando se debe identificar la mejor manera de generar conciencia y debate a propósito del proyecto, y cómo se deben comunicar sus resultados. Es importante pensar en la naturaleza del mensaje.

Paso 7. ¿Cómo mantener el impulso? Una vez que se haya completado el trabajo de mapeo; se haya elaborado el respectivo reporte y sus resultados; se hayan expuesto ante su público objetivo, ¿cómo mantener el impulso de la iniciativa de modo que el ejercicio tenga continuidad y no se quede recolectando polvo en un anaquel de biblioteca? El secreto está en la perseverancia.

Posteriormente a la presentación del mapeo y dada la facilidad de los productos y servicios creativos para transformarse en bienes públicos, será clave el apoyo del Estado en la conformación de una red de fomento y estímulo al sector. Esta intervención debe ser especializada y adaptada a sus necesidades, y debe actuar como elemento redistributivo en la medida que se entiende que el bien creativo tiene un valor social que sobrepasa con creces su valoración económica (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014).

Para la realización del mapeo, por un lado, se consultó la información contenida en el base de datos del DENUE, se descargó el contenido referente al Estado de Michoacán y con la fecha de mayo del año 2022 (INEGI, 2022). Por otro lado, también se consultó la base de datos de la Oficina Virtual de Información Económica (OVIE) la cual es una plataforma de análisis territorial donde se puede acceder al mapa económico del Municipio de Morelia (OVIE, 2022), ésta herramienta virtual forma parte de la plataforma virtual del Instituto Municipal de Planeación de Morelia (IMPLAN), el cuál es un órgano público autónomo especializado en la planeación integral del municipio de Morelia (IMPLAN, 2020).

Para la selección del tipo de unidades económicas que serán contempladas para la investigación, se tomará como base la clasificación denominada “Industrias Creativas” que realizó la plataforma OVIE, la cual es la sumatoria de todas las unidades económicas correspondientes a las siguientes clases:

Tabla 2. Clasificación de las Industrias Creativas.

CLASES DE INDUSTRIAS CREATIVAS (OVIE)		
Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2018, (SCIAN)		
No.	**Código**	**Nombre**
1	323111	Impresión de libros, periódicos y revistas
2	327111	Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza
3	339930	Fabricación de juguetes (fabricación de videojuegos)
4	465915	Comercio al por menor en tiendas de artesanías
5	511111	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (edición de periódicos)
6	511112	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (edición de periódicos integrada con la impresión)
7	511121	Edición de revistas y otras publicaciones periódicas
8	511122	Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión
9	511131	Edición de libros
10	511132	Edición de libros integrada con la impresión
11	511191	Edición de otros materiales
12	511192	Edición de otros materiales integrada con la impresión
13	511210	Edición de software y edición de software integrada con la reproducción
14	512111	Producción de películas
15	512112	Producción de programas para la televisión
16	512113	Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales
17	512120	Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales
18	512130	Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales
19	512190	Servicios de postproducción y otros servicios para la industria fílmica y del video
20	512210	Productoras Discográficas
21	512220	Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución
22	512230	Editoras de música
23	512240	Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales
24	512290	Otros servicios de grabación del sonido
25	515110	Transmisión de programas de radio
26	515120	Transmisión de programas de televisión
27	515210	Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales

28	519110	Agencias noticiosas
29	519121	Bibliotecas y archivos del sector privado
30	519122	Bibliotecas y archivos del sector público
31	519130	Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de internet y servicios de búsqueda en la red
32	519190	Otros servicios de suministro de información
33	541310	Servicios de arquitectura
34	541320	Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo
35	541340	Servicios de dibujo
36	541410	Diseño y decoración de interiores
37	541420	Diseño industrial
38	541430	Diseño gráfico
39	541490	Diseño de modas y otros diseños especializados
40	541510	Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados
41	541810	Agencias de publicidad
42	541830	Agencias de compra de medios a petición del cliente
43	541840	Agencias de representación de medios
44	541850	Agencias de anuncios publicitarios
45	541860	Agencias de correo directo
46	541870	Distribución de material publicitario
47	541890	Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad
48	541920	Servicios de fotografía y videograbación
49	711111	Compañías de teatro del sector privado
50	711112	Compañías de teatro del sector público
51	711121	Compañías de danza del sector privado
52	711122	Compañías de danza del sector público
53	711131	Cantantes y grupos musicales del sector privado
54	711132	Cantantes y grupos musicales del sector público
55	711191	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado
56	711192	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector público
57	711311	Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos
58	711312	Promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos
59	711320	Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos
60	711510	Artistas, escritores y técnicos independientes
61	712111	Museos del sector privado
62	712112	Museos del sector público
63	712120	Sitios históricos
64	712190	Grutas, parques naturales y otros sitios del patrimonio cultural de la nación

Fuente: Elaboración propia con datos de SCIAN 2018 (INEGI,2018; OVIE 2022)

Dicha clasificación se basa a su vez en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2018, SCIAN México 2018-Clasificación Industrial Internacional Uniforme (INEGI, 2018).

Para iniciar se elaboró un directorio ejecutivo con los datos del DENUE el cual se presenta en el ANEXO 7, para poder facilitar el manejo de la información y poder realizar un análisis seccionado que permitiera interpretar los datos contenidos mediante la estadística descriptiva.

9.2.2.1 Resultados del mapeo y análisis documental

La base de datos DENUE se utilizó para el proceso de mapeo con el fin de mejorar la comprensión de su importancia. Este directorio abarca información de acceso público perteneciente a aproximadamente cinco millones de empresas en México. Los datos incluyen los nombres y datos de contacto de las empresas, sus ubicaciones geográficas, sectores industriales y tamaño de la organización, que se clasifica en función de la cantidad de empleados. La edición inaugural de DENUE se publicó en 2010, con datos recopilados en 2009. La ley exige que los nuevos empresarios y empresas se registren en DENUE y mantengan la precisión de su información. Además, varias organizaciones del sector público contribuyen al mantenimiento de la base de datos DENUE.

El DENUE contiene información sobre las empresas de mayor tamaño, definidas como aquellas con más de 50 empleados, que superan los 50 millones de dólares en ingresos o que operan en varios estados. Esta información se revisa anualmente mediante una combinación de datos administrativos y encuestas empresariales. En cambio, los datos correspondientes a las pequeñas y medianas empresas se actualizan principalmente utilizando registros administrativos. Además, los usuarios tienen la oportunidad de contribuir al mantenimiento continuo de los datos a través de un formulario de envío en línea. Los datos proporcionados por los usuarios se someten a un proceso de verificación por parte del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Más allá de estas revisiones anuales, toda la información del DENUE se actualiza de manera integral cada cinco años, coincidiendo con los datos generados a partir de los censos económicos. Como se informa en el sitio web del

INEGI, la última actualización de datos se realizó en noviembre de 2021(INEGI, 2022).

En lo que se refiere al análisis de datos para la obtención del nivel de salario se consultó la página de internet del INEGI, específicamente la base de datos correspondiente a los Censos Económicos 2019. Los Censos Económicos comenzaron en 1930 como un censo exclusivamente manufacturero, el cual incluyó además las plantas de electricidad, despepitadoras de algodón, desfibradoras de henequén y las salinas. Sin embargo, el constante desarrollo económico y urbano del país exigía que se contara con estadísticas continuas y, como consecuencia, se estableció la repetición quinquenal de los Censos Económicos (INEGI, 2022).

A la par, fue surgiendo la necesidad de conocer indicadores económicos no solo de las actividades manufactureras, sino también de las extractivas, comercio, servicios, transportes, pesca y, en general, de todas las actividades económicas, las cuales se han ido incorporando de manera paulatina a los Censos Económicos, exceptuando las agropecuarias y las forestales. Desde entonces se han realizado 18 levantamientos censales con periodicidad quinquenal, salvo en algunos periodos debido a la conveniencia de contar con información económica antes del quinquenio (INEGI, 2022).

Es así como los Censos Económicos 2019 constituyen el decimonoveno evento censal, cuyos resultados reportan las unidades económicas existentes durante 2019 en la República Mexicana, así como el desempeño y características económicas de las que realizaron actividades en 2018 (INEGI, 2022).

Los Censos Económicos 2019 son un proyecto de generación de información estadística que realiza el INEGI cuyo objetivo general es el de: "Obtener información estadística básica, referida al año 2018, sobre los establecimientos productores de bienes, comercializadores de mercancías y prestadores de servicios, para generar indicadores económicos de México a un gran nivel de detalle geográfico, sectorial y temático" (INEGI, 2022).

9.2.2.1.1 Tasa de empleo

Para realizar el análisis y posterior interpretación, así como conocer el número de empleos generados por el Consejo Empresarial (CE) en el municipio de Morelia, se utilizó una de las variables incluidas en el DENUE:

Tamaño. Todas las empresas que figuran en el Directorio Nacional de Unidades Económicas (DENUE) se clasifican en categorías de tamaño específicas en función de su número de empleados, que se dividen en siete bandas distintas. Estas clasificaciones sirven como base para estimar el empleo generado por cada empresa. Sin embargo, es importante señalar que el uso de datos de intervalo requirió la aplicación de métodos estadísticos para calcular el número promedio de empleados para las respectivas bandas. Los resultados derivados de este análisis se presentan en la siguiente sección.

Tabla 3. Tasa de empleo de la EC en el municipio de Morelia.

TASA DE EMPLEOS			
Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2018, (SCIAN)			
No.	**Código**	**Nombre**	**Media de Empleos Generados**
1	323111	Impresión de libros, periódicos y revistas	35
2	327111	Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza	2,239
3	339930	Fabricación de juguetes (fabricación de videojuegos)	43
4	465915	Comercio al por menor en tiendas de artesanías	488
5	511111	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (edición de periódicos)	3
6	511112	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (edición de periódicos integrada con la impresión)	412
7	511121	Edición de revistas y otras publicaciones periódicas	23
8	511122	Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión	0
9	511131	Edición de libros	11
10	511132	Edición de libros integrada con la impresión	11
11	511191	Edición de otros materiales	0
12	511192	Edición de otros materiales integrada con la impresión	3
13	511210	Edición de software y edición de software integrada con la reproducción	7
14	512111	Producción de películas	0

15	512112	Producción de programas para la televisión	42
16	512113	Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales	23
17	512120	Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales	0
18	512130	Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales	1,028
19	512190	Servicios de postproducción y otros servicios para la industria fílmica y del video	0
20	512210	Productoras Discográficas	0
21	512220	Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución	0
22	512230	Editoras de música	0
23	512240	Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales	0
24	512290	Otros servicios de grabación del sonido	0
25	515110	Transmisión de programas de radio	175
26	515120	Transmisión de programas de televisión	279
27	515210	Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales	0
28	519110	Agencias noticiosas	24
29	519121	Bibliotecas y archivos del sector privado	15
30	519122	Bibliotecas y archivos del sector público	223
31	519130	Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de internet y servicios de búsqueda en la red	20
32	519190	Otros servicios de suministro de información	0
33	541310	Servicios de arquitectura	439
34	541320	Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo	0
35	541340	Servicios de dibujo	42
36	541410	Diseño y decoración de interiores	35
37	541420	Diseño industrial	0
38	541430	Diseño gráfico	182
39	541490	Diseño de modas y otros diseños especializados	7
40	541510	Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados	379
41	541810	Agencias de publicidad	395
42	541830	Agencias de compra de medios a petición del cliente	8
43	541840	Agencias de representación de medios	20
44	541850	Agencias de anuncios publicitarios	101
45	541860	Agencias de correo directo	28
46	541870	Distribución de material publicitario	8
47	541890	Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad	117
48	541920	Servicios de fotografía y videograbación	304
49	711111	Compañías de teatro del sector privado	7
50	711112	Compañías de teatro del sector público	8
51	711121	Compañías de danza del sector privado	14

52	711122	Compañías de danza del sector público	0
53	711131	Cantantes y grupos musicales del sector privado	17
54	711132	Cantantes y grupos musicales del sector público	0
55	711191	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado	0
56	711192	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector público	0
57	711311	Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	261
58	711312	Promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	384
59	711320	Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos	0
60	711510	Artistas, escritores y técnicos independientes	22
61	712111	Museos del sector privado	7
62	712112	Museos del sector público	215
63	712120	Sitios históricos	0
64	712190	Grutas, parques naturales y otros sitios del patrimonio cultural de la nación	0
TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LA ECONOMÍA CREATIVA			**8,104**

Fuente: Elaboración propia con datos del DENUE 2021 (INEGI,2022)

Derivado del análisis realizado se define que el sector creativo que más empleos genera es el de la fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza con 2,239, ubicándose el 80% de estos empleos en la tenencia de Capula, lo que hace inferir que es un sector importante en la generación de empleos, pero como se podrá observar más adelante, son empleos con un salario promedio muy precario. En esta parte es importante resaltar que, según la información recabada en el DENUE, no aparecen datos relacionados con los artesanos de la tenencia de San Nicolás de Obispo, donde una parte de su población se dedica a la elaboración de molcajetes de forma artesanal, debido a que no cumple con los parámetros que establece el INEGI respecto al mínimo de población requerido para ser considerados como objetivo para recabar la información para el directorio.

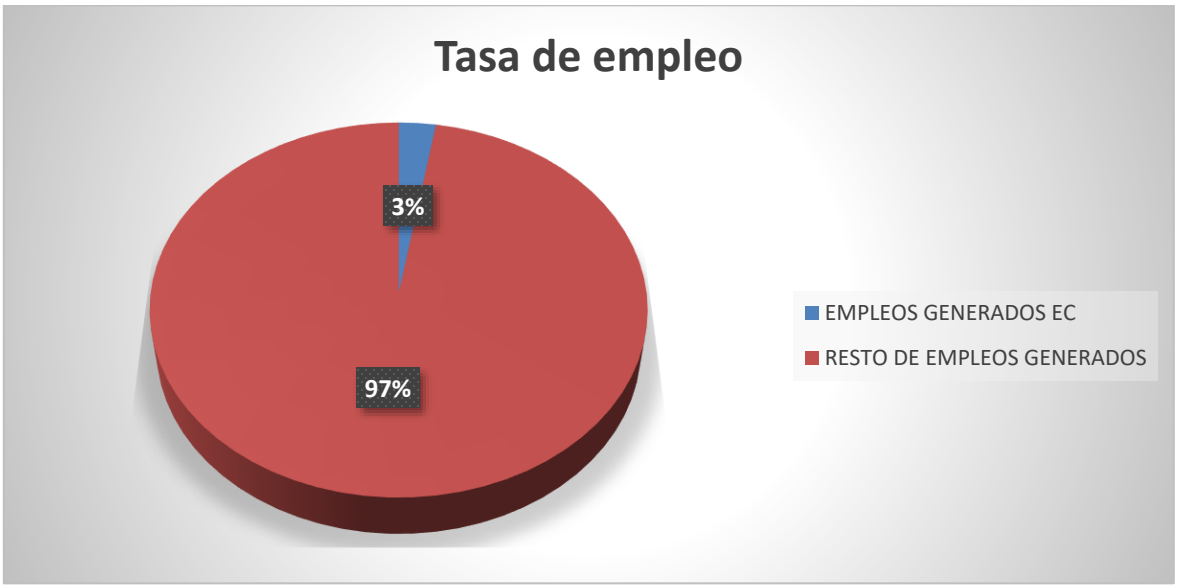
El segundo sector que produce más empleos es el de Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales con 1,028. Derivado del directorio de industrias creativas que se realizó, se puede observar que el 90% de esos empleos son generados por la empresa Cinépolis, una empresa importante y trasnacional originaria del municipio de Morelia y en donde, además, tiene ubicado su corporativo. En lo que

se refiere a los grupos de profesionistas, el sector que genera más empleos es el de Servicios de Arquitectura con 439.

En la tabla 3 se presenta un panorama general de los sectores que generan más de 100 empleos, totalizando 17, los cuales se destacan en color verde. Por el contrario, los sectores que, según datos del DENUE, no generan empleo alguno se indican en color rojo.

Utilizando datos derivados del DENUE, se ha determinado que el número total de empleos registrados en el municipio de Morelia es de 300,790. Por el contrario, el número de empleos generados por la EC en el mismo municipio asciende a 8,104, lo que constituye aproximadamente el 3% del total de empleos registrados en el directorio.

Gráfico 1. Porcentaje de empleos creativos respecto al total de empleos en el municipio de Morelia.



Fuente: Elaboración propia con datos del DENUE 2021 (INEGI,2022)

9.2.2.1.2 Nivel de salario

Para la realización del análisis y la posterior determinación del nivel de salario de la economía creativa se consultó en la página del INEGI, en el apartado de programas de información y posteriormente se accedió al censo económico publicado en el

2019 que contiene los datos recabados en el censo realizado en el año 2018. En dicha página se fueron seleccionando los indicadores respectivos a los códigos de la clasificación que se consideran pertenecen a la EC. A continuación, se presentan los datos obtenidos.

Tabla 4. Nivel de salario de la EC en el municipio de Morelia.

NIVEL DE SALARIO			
Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2018, (SCIAN)			
No.	**Código**	**Nombre**	**Nivel de Salario Promedio**
1	323111	Impresión de libros, periódicos y revistas	$6,817
2	327111	Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza	$3,003
3	339930	Fabricación de juguetes (fabricación de videojuegos)	$2,509
4	465915	Comercio al por menor en tiendas de artesanías	$3,323
5	511111	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (edición de periódicos)	$1
6	511112	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (edición de periódicos integrada con la impresión)	$13,218
7	511121	Edición de revistas y otras publicaciones periódicas	$8,375
8	511122	Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión	$0
9	511131	Edición de libros	$3,333
10	511132	Edición de libros integrada con la impresión	$9,719
11	511191	Edición de otros materiales	$0
12	511192	Edición de otros materiales integrada con la impresión	$1
13	511210	Edición de software y edición de software integrada con la reproducción	$4,500
14	512111	Producción de películas	$0
15	512112	Producción de programas para la televisión	$4,900
16	512113	Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales	$3,555
17	512120	Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales	$0
18	512130	Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales	$40,734
19	512190	Servicios de postproducción y otros servicios para la industria fílmica y del video	$0
20	512210	Productoras Discográficas	$0
21	512220	Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución	$0
22	512230	Editoras de música	$0

23	512240	Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales	$0
24	512290	Otros servicios de grabación del sonido	$0
25	515110	Transmisión de programas de radio	$9,487
26	515120	Transmisión de programas de televisión	$11,956
27	515210	Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales	$0
28	519110	Agencias noticiosas	$5,049
29	519121	Bibliotecas y archivos del sector privado	$5,286
30	519122	Bibliotecas y archivos del sector público	$1
31	519130	Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de internet y servicios de búsqueda en la red	$1
32	519190	Otros servicios de suministro de información	$0
33	541310	Servicios de arquitectura	$6,088
34	541320	Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo	$0
35	541340	Servicios de dibujo	$5,361
36	541410	Diseño y decoración de interiores	$8,750
37	541420	Diseño industrial	$0
38	541430	Diseño gráfico	$5,870
39	541490	Diseño de modas y otros diseños especializados	$1
40	541510	Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados	$15,149
41	541810	Agencias de publicidad	$6,359
42	541830	Agencias de compra de medios a petición del cliente	$1
43	541840	Agencias de representación de medios	$1
44	541850	Agencias de anuncios publicitarios	$2,729
45	541860	Agencias de correo directo	$3,301
46	541870	Distribución de material publicitario	$1
47	541890	Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad	$6,139
48	541920	Servicios de fotografía y videograbación	$5,958
49	711111	Compañías de teatro del sector privado	$3,333
50	711112	Compañías de teatro del sector público	$1
51	711121	Compañías de danza del sector privado	$1
52	711122	Compañías de danza del sector público	$0
53	711131	Cantantes y grupos musicales del sector privado	$7,672
54	711132	Cantantes y grupos musicales del sector público	$0
55	711191	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado	$0
56	711192	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector público	$0
57	711311	Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	$4,016

58	711312	Promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	$1
59	711320	Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos	$0
60	711510	Artistas, escritores y técnicos independientes	$1
61	712111	Museos del sector privado	$1
62	712112	Museos del sector público	$1
63	712120	Sitios históricos	$0
64	712190	Grutas, parques naturales y otros sitios del patrimonio cultural de la nación	$0

Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos 2019 (INEGI,2022).

La Tabla 4 indica que el sector con el nivel salarial más favorable es el de exhibición de películas y otros materiales audiovisuales, con un salario mensual reportado de $40,734. Como se señaló anteriormente, estos salarios representan el 90% de las oportunidades de empleo creadas por Cinépolis. Dado que la corporación está ubicada en el municipio de Morelia, se puede inferir que el elevado nivel salarial es parcialmente atribuible a la compensación de los altos ejecutivos de la empresa, lo que influye positivamente en las métricas salariales promedio dentro de este sector.

En este cuadro se destaca la importancia del sector Servicios de Diseño de Sistemas Computacionales y Servicios Relacionados, el cual ocupa el segundo lugar en cuanto a nivel salarial, con una remuneración promedio de $15,149. Esta cifra indica que el sector está experimentando un crecimiento, con salarios casi tres veces superiores al promedio nacional, por lo que se perfila como una opción viable para la implementación de PP encaminadas a impulsar ese sector especifico de la EC en el municipio de Morelia.

Una preocupación importante que se debe abordar es la observación hecha en la sección anterior sobre el sector de la fabricación de cerámica, porcelana y loza. Si bien este sector es el mayor empleador, exhibe uno de los niveles salariales más bajos, con un promedio de $3,003, que se ubica por debajo del salario mínimo nacional. Este hallazgo corrobora la afirmación inicial del estudio de que, si bien existen oportunidades de empleo en el municipio de Morelia, éstas se caracterizan por una remuneración inadecuada. En consecuencia, es imperativo implementar

políticas y programas que no sólo fortalezcan a este sector, sino que también mejoren los niveles de ingresos de su fuerza laboral.

En la tabla 4 se presentan marcados en verde todos aquellos sectores que tienen un nivel de salario superior $9,000 pesos mensuales, los cuales son 5; además se presentan marcados con amarillo aquellos sectores que, según la información del DENUE, se presentan como unidades económicas y generan empleos, pero que no aparece información respecto a las percepciones de dichos sectores en los Censos Económicos 2019, se les asignó un ingreso de $1 para facilitar el manejo de la base de datos; finalmente se presentan marcados con rojo aquellos sectores que confirman la información del DENUE que al no existir unidades económicas no generan un solo empleo y en consecuencia no hay salarios.

9.2.2.1.3 Ecosistema emprendedor creativo.

Finalmente, para la realización del análisis y la posterior interpretación de lo referente al número de unidades económicas que integran el ecosistema emprendedor creativo se utilizó otra variable del DENUE:

Sector. Todas las empresas incluidas en el DENUE están categorizadas según un código de clasificación basado en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). La revisión más reciente de este sistema, implementada en 2018, se utilizó para identificar la industria específica en la que opera cada empresa. Esta clasificación es particularmente relevante para determinar su afiliación con las industrias creativas e identificar el subsector específico dentro del dominio creativo al que pertenecen.

Tabla 5. Unidades económicas de la EC en el municipio de Morelia.

ECOSISTEMA EMPRENDEDOR			
Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2018, (SCIAN)			
No.	**Código**	**Nombre**	**Unidades Económicas**
1	323111	Impresión de libros, periódicos y revistas	10
2	327111	Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza	734
3	339930	Fabricación de juguetes (fabricación de videojuegos)	7

4	465915	Comercio al por menor en tiendas de artesanías	161
5	511111	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (edición de periódicos)	1
6	511112	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas (edición de periódicos integrada con la impresión)	7
7	511121	Edición de revistas y otras publicaciones periódicas	2
8	511122	Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión	0
9	511131	Edición de libros	2
10	511132	Edición de libros integrada con la impresión	2
11	511191	Edición de otros materiales	0
12	511192	Edición de otros materiales integrada con la impresión	1
13	511210	Edición de software y edición de software integrada con la reproducción	2
14	512111	Producción de películas	0
15	512112	Producción de programas para la televisión	3
16	512113	Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales	2
17	512120	Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales	0
18	512130	Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales	12
19	512190	Servicios de postproducción y otros servicios para la industria fílmica y del video	0
20	512210	Productoras Discográficas	0
21	512220	Producción de material discográfico integrada con su reproducción y distribución	0
22	512230	Editoras de música	0
23	512240	Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales	0
24	512290	Otros servicios de grabación del sonido	0
25	515110	Transmisión de programas de radio	12
26	515120	Transmisión de programas de televisión	6
27	515210	Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales	0
28	519110	Agencias noticiosas	3
29	519121	Bibliotecas y archivos del sector privado	5
30	519122	Bibliotecas y archivos del sector público	13
31	519130	Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de internet y servicios de búsqueda en la red	1
32	519190	Otros servicios de suministro de información	0
33	541310	Servicios de arquitectura	42
34	541320	Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo	0
35	541340	Servicios de dibujo	9
36	541410	Diseño y decoración de interiores	6
37	541420	Diseño industrial	0
38	541430	Diseño gráfico	52
39	541490	Diseño de modas y otros diseños especializados	2

40	541510	Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados	23
41	541810	Agencias de publicidad	53
42	541830	Agencias de compra de medios a petición del cliente	1
43	541840	Agencias de representación de medios	1
44	541850	Agencias de anuncios publicitarios	7
45	541860	Agencias de correo directo	2
46	541870	Distribución de material publicitario	1
47	541890	Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad	34
48	541920	Servicios de fotografía y videograbación	93
49	711111	Compañías de teatro del sector privado	2
50	711112	Compañías de teatro del sector público	1
51	711121	Compañías de danza del sector privado	3
52	711122	Compañías de danza del sector público	0
53	711131	Cantantes y grupos musicales del sector privado	4
54	711132	Cantantes y grupos musicales del sector público	0
55	711191	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado	0
56	711192	Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector público	0
57	711311	Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	18
58	711312	Promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	15
59	711320	Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos	0
60	711510	Artistas, escritores y técnicos independientes	5
61	712111	Museos del sector privado	2
62	712112	Museos del sector público	11
63	712120	Sitios históricos	0
64	712190	Grutas, parques naturales y otros sitios del patrimonio cultural de la nación	0
TOTAL DE UNIDADES ECONÓMICAS DE LA EC			**1,373**

Fuente: Elaboración propia con datos del DENUE 2021 (INEGI,2022)

Una vez realizado el análisis respectivo, el sector creativo que más unidades económicas aporta a la EC del municipio de Morelia es el de la fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza con 734, del cual el 90% de estas unidades económicas se encuentran establecidas en la tenencia de Capula.

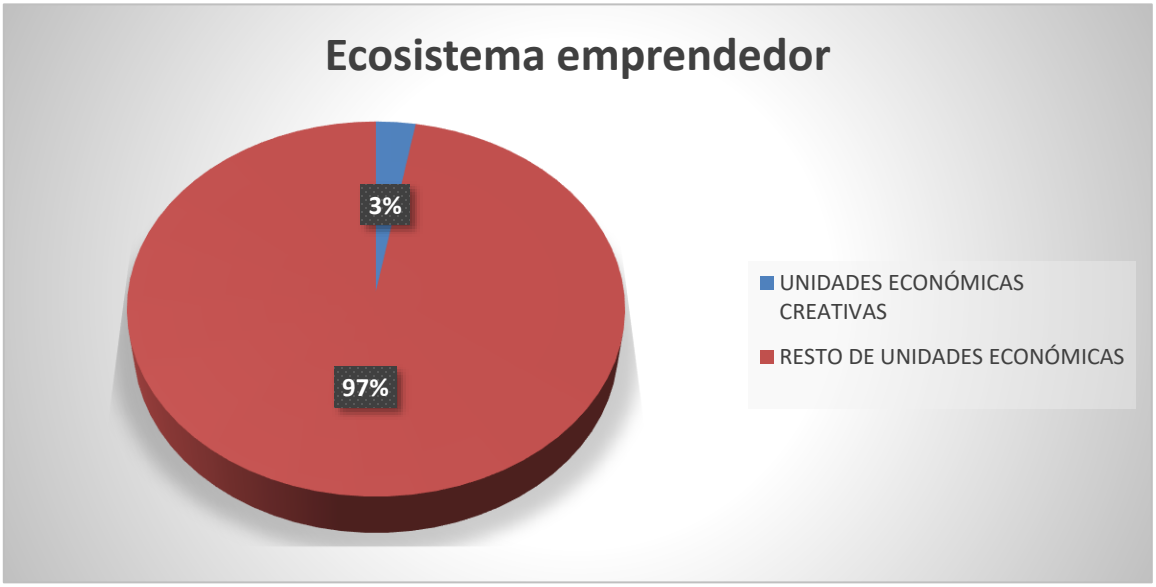
El segundo sector con más unidades económicas establecidas en el municipio es el de Comercio al por menor en tiendas de artesanías con 161. Es importante resaltar que, sumadas las unidades económicas de los dos últimos sectores mencionados, representan alrededor del 65% del total de las unidades económicas creativas y que

ambos sectores tienen en común que su actividad primordial tiene relación con las artesanías, por lo tanto, es necesario enfatizar en la elaboración de propuestas de PP que permitan fortalecer y desarrollar a los artesanos del municipio.

En la tabla 5 se presentan marcados en verde todos aquellos sectores que tienen establecidas más de 50 unidades económicas en el municipio de Morelia, las cuales son 5; también se presentan marcados con rojo, aquellos sectores que de acuerdo a la información del DENUE no tienen establecida ninguna unidad económica.

Con base en los datos obtenidos del DENUE, se ha determinado que en el municipio de Morelia se encuentran registradas en dicho directorio un total de 47,400 unidades económicas establecidas. Adicionalmente, el número de unidades económicas generadas por la EC en el mismo municipio es de 1,373, lo que constituye aproximadamente el 3% del total de unidades económicas registradas en el DENUE.

Gráfico 2. Porcentaje de unidades creativas respecto al total de unidades económicas en el municipio de Morelia.



Fuente: Elaboración propia con datos del DENUE 2021 (INEGI,2022)

9.2.3 Fase de diseño, identificación, aplicación de encuestas y análisis descriptivo.

En esta fase del estudio se desarrollará un instrumento de investigación en forma de encuesta para su aplicación a emprendedores creativos que actualmente se encuentran activos en el municipio de Morelia, Michoacán, México. Cabe mencionar que, al inicio de la investigación, la encuesta estuvo pensada únicamente con el propósito de recabar la información necesaria para dar respuesta a las preguntas de investigación inicialmente formuladas. Sin embargo, conforme se fue avanzando en la investigación, posteriormente se fueron adquiriendo datos relevantes de las bases de datos del DENUE y del Censo Económico 2019, ambos elaborados por el INEGI.

En vista de lo anterior, se determinó que se procederá a la aplicación de la encuesta, incorporando las preguntas necesarias para recabar la información necesaria para dar respuesta a las preguntas de investigación inicialmente formuladas. Adicionalmente, se contrastará la información obtenida a partir del instrumento de encuesta con la información proveniente de las bases de datos del INEGI.

De igual forma, para darle mayor rigor a la investigación, se determinó que la encuesta debía ampliarse para incluir preguntas diseñadas para recabar datos sobre el perfil socioeconómico de los emprendedores creativos, los retos que enfrentan para conseguir financiamiento, sus percepciones sobre el apoyo económico y educativo que les brindan las instituciones públicas, sus expectativas de crecimiento y sus puntos de vista sobre posibles iniciativas que podrían emprenderse para fomentar el desarrollo y la promoción de la EC en el municipio de Morelia.

CAPÍTULO 10. IMPLEMENTACIÓN DEL INSTRUMENTO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la implementación del instrumento se utilizaron los datos derivados del Directorio de la EC elaborado específicamente para esta investigación, el cual se basa en información recabada del DENUE. Adicionalmente, se buscará el apoyo del IMPLAN para facilitar la difusión de la encuesta, aprovechando los contactos establecidos a lo largo del proceso de investigación. Este enfoque pretende involucrar a los diversos sectores que conforman la EC del municipio de Morelia, con especial énfasis en los artesanos, quienes representan el sector más grande y enfrentan importantes barreras de acceso.

10.1 Universo y muestra de estudio

Para la identificación del universo de estudio se tomó como base la información obtenida del DENUE y que representa la totalidad de las industrias creativas pertenecientes al municipio de Morelia, Michoacán. Una vez filtrada la información y categorizando las industrias que pertenecen al sector de la EC, el universo de estudio inicial quedó conformado por 1,373 unidades económicas creativas.

Respecto a la muestra se determinó seleccionar a los artesanos de la Tenencia de Capula, por representar el sector con mayor número de empleos y de unidades económicas pero que paradójicamente representa el sector con el menor ingreso.

10.2 Instrumentos

Un instrumento de medición es un recurso para registrar información sobre las variables que se presentan en la investigación y deben cumplir con dos requisitos: validez y confiabilidad (Navarro, 2007).

10.2.1 Instrumentos cuantitativos

Se recurrirá al uso de la estadística descriptiva y de la estadística inferencial. Se consultarán los indicadores adecuados para la investigación y si es necesario, se diseñará el sistema de información correspondiente. Además, se analizará la

factibilidad de utilizar programas o *softwares* para calcular causalidades a través del uso de la econometría.

10.2.2 Instrumentos cualitativos

Se aplicarán cuestionarios para recoger los datos dado que este método permite la observación en el lugar, logrando obtener información empírica, se utilizarán preguntas abiertas y cerradas, éstas últimas serán elaboradas con una escala tipo Likert y su aplicación se realizará a las autoridades gubernamentales, empresarios, propietarios, prestadores de servicios y ciudadanos.

Se pretende realizar entrevistas, puesto que son flexibles y se pueden adaptar a las circunstancias reales de la investigación, serán estructuradas previamente. Así mismo se harán visitas y sus respectivas observaciones en campo, para identificar el comportamiento de las variables en el proceso de la investigación y factores que no fueron tomados en cuenta.

10.3 Diseño del instrumento

El instrumento principal empleado para la recolección de datos en este estudio será una encuesta o cuestionario, dada su eficiencia y eficacia. La encuesta representa una metodología de investigación cuantitativa diseñada para recolectar datos a través de la observación directa. Este enfoque implica realizar una investigación sobre una muestra de sujetos que sea representativa de una población más amplia, dentro del contexto de sus entornos cotidianos. Se utilizarán procedimientos de preguntas estandarizadas para obtener mediciones cuantitativas relacionadas con una amplia gama de características tanto objetivas como subjetivas de la población o grupo objetivo en investigación (Hernández, *et.al.* 2010).

La encuesta está dirigida al empresario principal, definido como la persona que encabezó el establecimiento de las operaciones de la empresa o que actualmente tiene la autoridad principal para la toma de decisiones dentro de la organización. El objetivo principal de esta encuesta es recopilar datos sobre los empresarios creativos y sus emprendimientos, lo que proporcionará información esencial para el

desarrollo de indicadores relacionados con estas entidades económicas. Esta información tiene por objeto mejorar la comprensión del ecosistema económico más amplio y fundamentar propuestas que apoyen la EC. En última instancia, estos esfuerzos tienen como objetivo servir de base para el DEL en el municipio de Morelia, Michoacán, México. El modelo de encuesta se detalla en el Anexo 8.

La parte medular de la encuesta está estructurada por preguntas cerradas y está dividida en cinco bloques, cada bloque se considera que pueda permitir obtener información de temas específicos. Las preguntas están estructuradas de tal manera que las respuestas se presentan en escalas de valoración, también conocidas como escalas tipo Likert, las cuales son conjuntos de respuestas metodológicas que contribuyen a medir la frecuencia, la intensidad, la cantidad, la calidad y la probabilidad de las actitudes y los comportamientos de los encuestados.

El bloque uno contiene preguntas cuyas respuestas permitan conocer las características principales del perfil socioeconómico del emprendedor creativo, además, puedan contribuir para la elaboración de indicadores como la edad, el género, el nivel de estudios, la disposición a capacitarse y el número de empleos que genera el emprendimiento. El bloque dos lo componen preguntas donde las respuestas ayudaran a conocer el nivel de ingresos y/o nivel de salarios que el emprendimiento genera.

En el bloque tres se presentan preguntas orientadas a recabar información respecto a la forma en la cual el emprendedor creativo obtiene el financiamiento inicial para su empresa y su percepción de la accesibilidad a este tipo de financiamiento, tanto el que ofrece el sector público y del sector privado, así como también conocer su opinión de la oferta que existe del financiamiento de capital semilla.

Para el bloque cuatro se contemplaron preguntas que permitan identificar la percepción del emprendedor creativo respecto a la cantidad de apoyo y promoción para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos creativos que puedan recibir por parte de las instituciones públicas de los tres niveles de gobierno.

Finalmente, en el bloque cinco se plantearon preguntas dirigidas a establecer cuál es la percepción de los emprendedores creativos respecto al crecimiento de su emprendimiento en el corto plazo y en el largo plazo (cinco años), así como de su opinión sobre la instalación de un clúster creativo en el municipio de Morelia, Michoacán, México.

Así mismo, la encuesta incluye además dos bloques adicionales, el primero ubicado al inicio y contiene preguntas abiertas destinadas a conocer los datos generales del emprendimiento creativo, así como del emprendedor (datos de contacto y una breve descripción del producto o servicio que ofrece), y una pregunta adicional opcional que se colocó al final del instrumento, dicha pregunta es abierta, la cual sirve como pregunta de control que pueda proporcionar información que contribuya con la elaboración de propuestas para la investigación y con las conclusiones finales. Se presenta la operacionalización de la encuesta en el ANEXO 9.

10.4 Resultados

Se presentan los resultados de la aplicación de la encuesta de investigación. Cabe destacar también que para la aplicación del instrumento se contó con el apoyo de una agencia consultora la cual uno de sus servicios principales es la aplicación de encuestas, dicha agencia se llama “Caballo de Hierro”.

Finalmente se debe resaltar que en este apartado todos los cuadros comparativos, tablas y gráficos son de elaboración propia con datos del instrumento aplicado y graficados con la aplicación del software Drive de Google y de tablas dinámicas de hoja de cálculo Excel. Se presentan organizados en el mismo orden en el cual están plasmados en la encuesta. Así mismo se tomaron algunas evidencias fotográficas las cuales se incluyen en el ANEXO 10.

10.4.1 Datos Generales

Para la aplicación del instrumento en el sector de los artesanos existieron algunas dificultades en el transcurso de la investigación, al principio fue complicado establecer el contacto, posteriormente se logró realizar el contacto y posteriormente una reunión con un artesano de nombre Antonio Ruíz gracias a las gestiones de

una persona que trabaja en un partido político. Platicando con el artesano, comentaba que a pesar de que el 95% de la población de la tenencia recibe ingresos de forma directa o indirecta de la fabricación de artesanías y lozas, los artesanos estaban muy divididos y que existen alrededor de cinco grupos donde difícilmente trabajan en conjunto.

El artesano se ofreció amablemente a realizar las gestiones para poder aplicar la encuesta, pero adelantó que solo podría asegurar que los artesanos que pertenecen al grupo del cual formaba parte se animarían a contestar la encuesta, que probablemente los artesanos de los otros grupos se negarían a apoyar para la aplicación del instrumento. Después de que pasaron dos meses y no se lograba avanzar con las gestiones, se planteó realizar la encuesta un día domingo, que es el día en el que todos los artesanos ofrecen sus productos en las calles de la tenencia de Capula, pero además también se decidió contratar una empresa para que aplicará el instrumento y que de esta manera los artesanos al ver que se trataba de encuestadores ajenos a cualquier grupo de los que se encuentran en la tenencia tendrían mayor disposición a contestar.

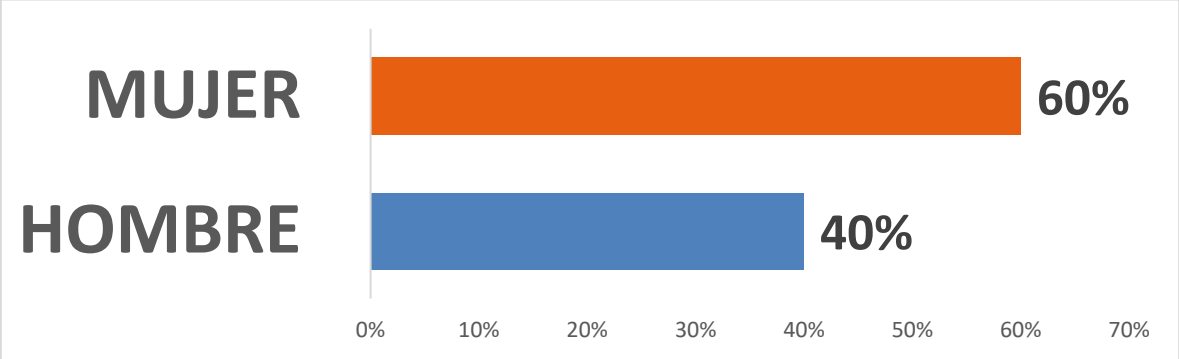
Finalmente se aplicó la encuesta en domingo, en los puntos de venta, los cuales algunos eran locales propios, otros locales rentados y otros con puestos en las calles, se realizó con el apoyo de la empresa “Caballo de Hierro” y se logró recabar la información de ochenta y siete (87) artesanos. Debido a lo anterior, de la primera parte del instrumento solo se recabó la información referente al nombre del emprendedor, puesto que los datos de contacto no tuvieron la confianza de compartirlos en su mayoría.

10.4.2 Perfil socioeconómico

Este bloque de preguntas ofrece resultados respecto al perfil socioeconómico del emprendedor creativo, en este caso los artesanos, aborda situaciones relativas al género, edad, tiempo con el emprendimiento, nivel de estudios, disposición a capacitarse y algunos datos económicos de su emprendimiento.

En lo que respecta al género del artesano, se observa un ligero dominio por parte de las mujeres, ya que representa alrededor del 60% del total de encuestados, por el 40% de hombres, lo que demuestra el crecimiento de la participación del sector femenino en actividades emprendedoras.

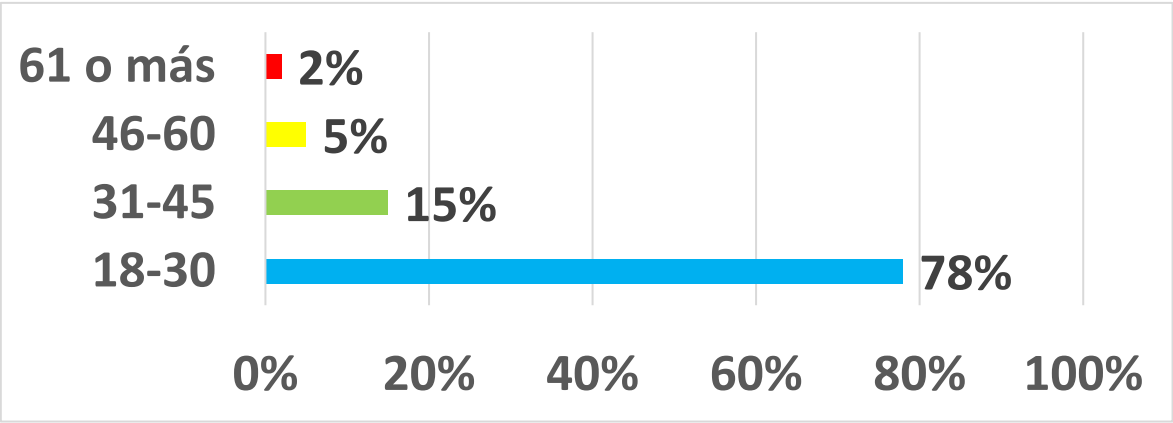
Gráfico 3. Género del emprendedor creativo



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada.

En lo concerniente a la edad que tenían los emprendedores creativos cuando iniciaron en el negocio, la mayor representatividad la tiene el grupo de los que se ubican entre los 18 y los 30 años con el 78% de participación, lo cual se considera que es un resultado esperado, debido a que en la tenencia de Capula llevan muchos años dedicándose a la fabricación de artesanías y loza de barro, por tanto, el conocimiento del oficio se transmite de generación en generación y en consecuencia desde muy jóvenes empiezan a trabajar en el negocio familiar.

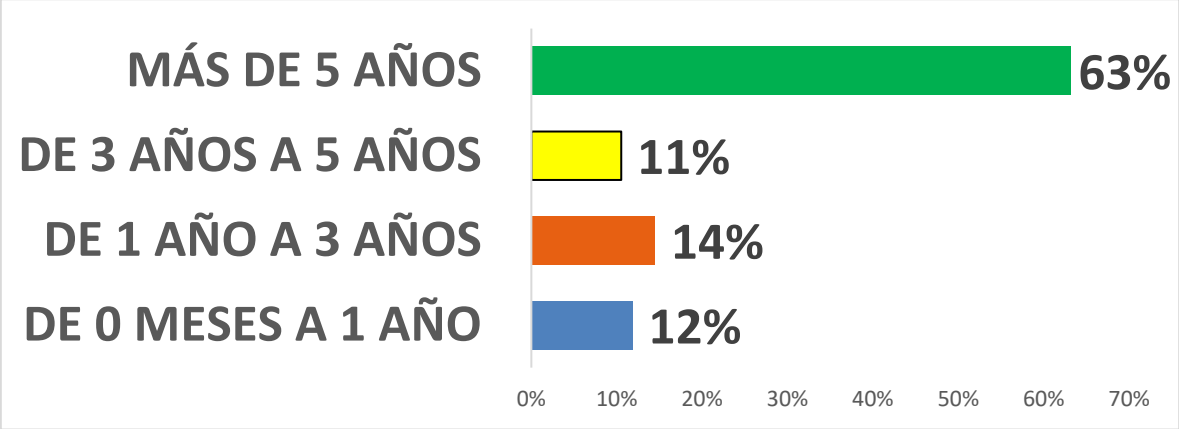
Gráfico 4. Rango de edad al iniciar el emprendimiento creativo



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Sobre al tiempo que lleva operando el emprendimiento creativo, muestra una congruencia con la pregunta anterior ya que la mayor concentración se estableció en el rango de más de 5 años de operación con el 63% lo que reafirma que es un oficio que tiene arraigo y tradición en la tenencia de Capula.

Gráfico 5. Tiempo que lleva operando la empresa

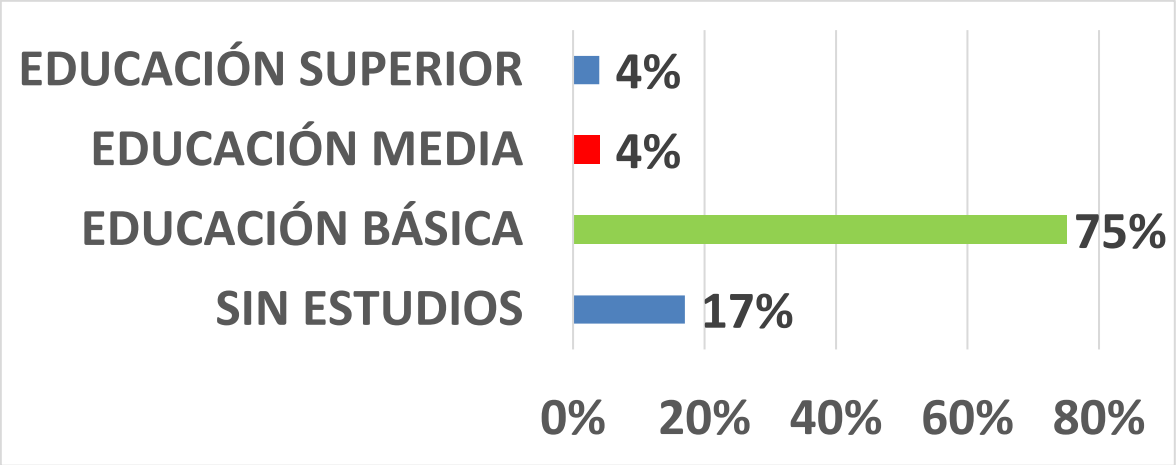


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

El nivel de estudios de los emprendedores creativos encuestados es uno de los factores diferenciales más notables, ya que según se puede apreciar en el siguiente gráfico, un 75% de los entrevistados tiene un nivel de estudios de educación básica (preescolar, primaria, secundaria), el dato preocupante es que es mayor el porcentaje de encuestados que no tienen estudios con un 17% que los porcentajes del grupo de encuestados tiene nivel de estudios de educación media superior (preparatoria, bachillerato, carrera técnica) con 4% al igual que los que tienen nivel de estudios superior (licenciatura, ingeniería, posgrado) también con el 4%.

Debido a esto se puede inferir que existe una correlación entre el bajo nivel de estudios presentado y las condiciones precarias que se presentan, además de la poca concientización con respecto a la problemática económica actual y que, a su vez, este nivel de estudios no les permite identificar innovaciones que se puedan convertir en oportunidades de emprendimiento que permitan al mismo tiempo contribuir con el desarrollo económico.

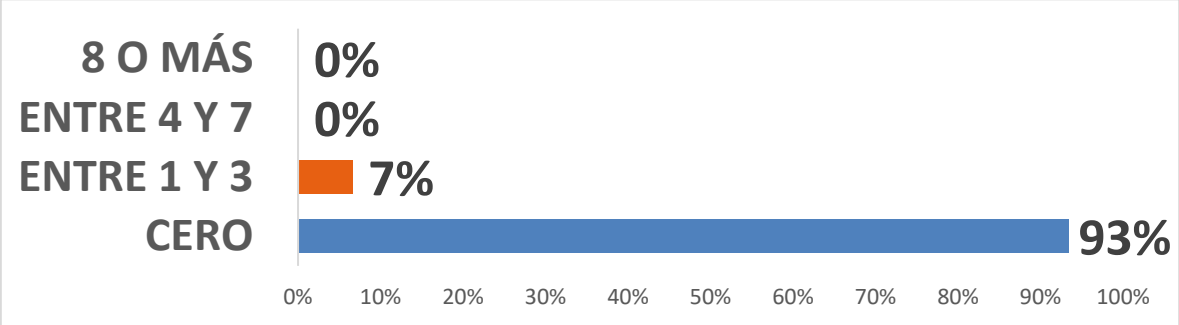
Gráfico 6. Nivel máximo de estudios alcanzado por el emprendedor



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

También se puede inferir que el nivel de estudios tiene una correlación con la disposición de los encuestados a participar en capacitaciones que permitan desarrollar y hacer crecer su emprendimiento, lo anterior se refleja en el siguiente gráfico donde el 93% de los encuestados no ha participado en ninguna capacitación en el último año, solo el 7% de los encuestados han participado en 1 y/o 3 capacitaciones en el último año y ninguno de los artesanos ha participado en más de 4 capacitaciones en el último año. Lo anterior refleja que los emprendedores creativos de la tenencia de Capula no tienen el interés y/o la orientación adecuada para investigar y para la adquisición de conocimientos.

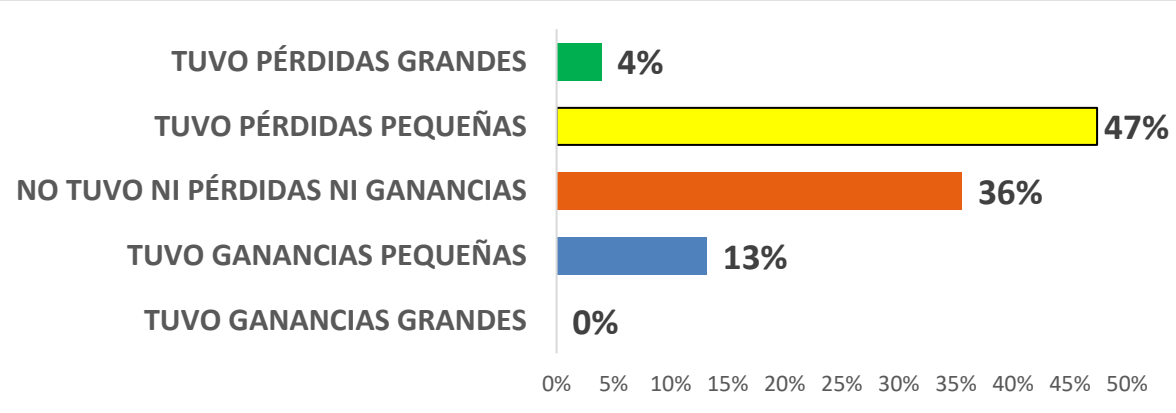
Gráfico 7. Número de capacitaciones en las que ha participado el emprendedor en el último año



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

En lo referente a los resultados económicos del emprendimiento creativo en su último año fiscal, se considera que las respuestas pueden presentar un sesgo, ya que debido al clima de inseguridad que se presenta actualmente, se hizo evidente que a los encuestados les incomodaba responder esta pregunta o se percibía la falta de honestidad al momento de contestar, se considera que la gran mayoría de las respuestas indicaron montos menores a los que en realidad perciben. Así pues, el 47% de los artesanos encuestados respondieron que obtuvieron pérdidas pequeñas, el 36% no obtuvo ni ganancias ni pérdidas, el 13% obtuvo ganancias pequeñas, el 4% obtuvo pérdidas grandes y ninguno de los encuestados obtuvo ganancias grandes. Se considera que los negocios permiten al menos obtener un ingreso de supervivencia puesto que llevan varios años realizando el oficio, por lo que se infiere que la gran mayoría obtiene en realidad ganancias pequeñas.

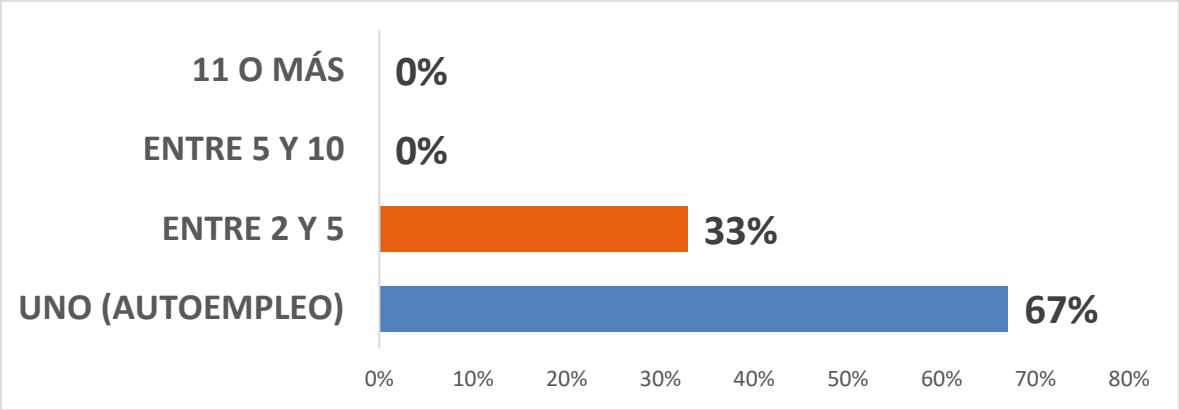
Gráfico 8. Resultados económicos obtenidos en el último año fiscal



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Respecto a los empleos directos que genera cada emprendimiento el 67% de los encuestados consideró que solo generaba un empleo, es decir, solo el dueño o artesano con más edad y el 33% respondió que generaban entre 2 y 5 empleos, una respuesta más cercana a la información que publica tanto el DENUE como el Censo Económico, puesto que una vez que se realiza el cálculo para obtener la media de los 2,239 empleos generados por las 734 unidades económicas que se dedican a la fabricación de artesanías y lozas se obtiene la media de 3.05.

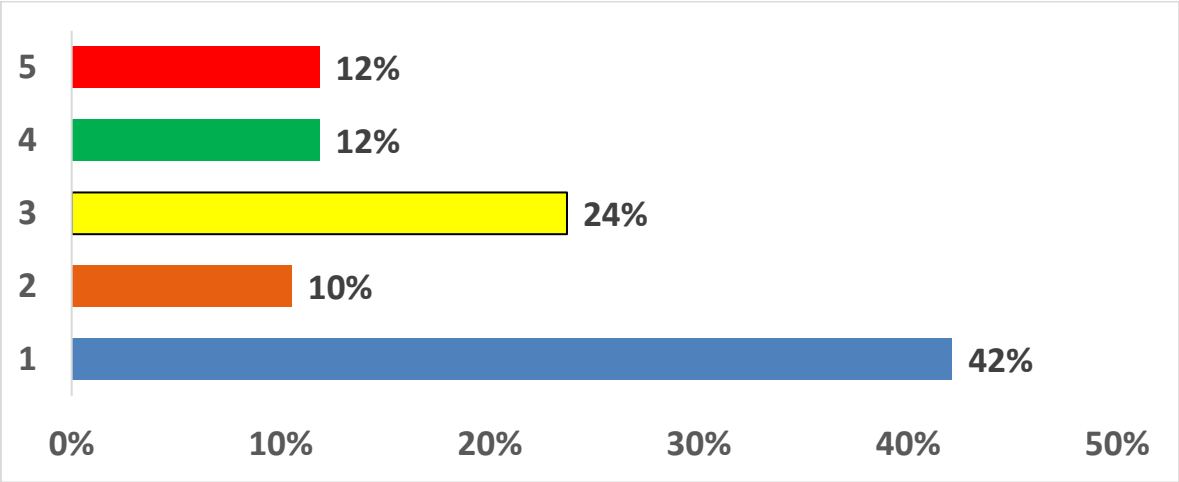
Gráfico 9. Empleos directos que genera el emprendimiento creativo



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Como pregunta de control se les solicitó también su opinión respecto a que si la sociedad en general está familiarizada con el término de emprendimiento creativo, para lo cual el 42% considera que los ciudadanos tienen un nulo conocimiento de dicha conceptualización, el 10% menciona que hay muy poco conocimiento, el 24% opina que hay poco conocimiento del concepto, el 12% piensa que hay un conocimiento aceptable de los emprendimientos creativos y finalmente el restante 12% respondió que hay mucho conocimiento sobre el tema.

Gráfico 10. Conocimiento del término emprendimiento creativo



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

10.4.3 Salario

El trabajo por cuenta propia implica una serie de beneficios, como por ejemplo independencia personal, libertad y flexibilidad horaria pero también presupone todo un conjunto de inconvenientes tales como una mayor incertidumbre e inestabilidad en los ingresos y un mayor compromiso y responsabilidad en todo el proyecto, incluyendo temas donde la persona puede no sentirse cómoda o capaz.

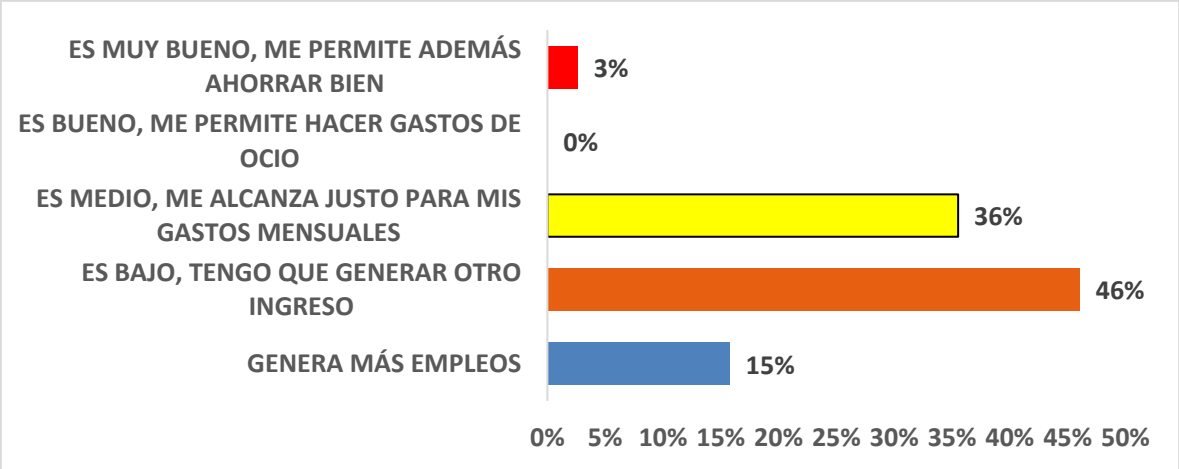
En términos generales la preferencia de una persona por el trabajo por cuenta propia o por cuenta ajena refleja en cierta medida rasgos de su personalidad, dado que al hablar de preferencias hablamos desde el deseo ajeno a otros factores que atañen a la realidad y a sus posibilidades, respecto a esto último, en la mayoría de los casos de los artesanos de la tenencia de Capula se considera que la tradición y la falta de otro tipo de oportunidades son factores que pesan más en la decisión de incursionar en el oficio que la oportunidad de obtener muy buenos ingresos, se considera también que la falta de capacitaciones e información en otras áreas condiciona su decisión laboral.

En el siguiente gráfico se presenta que el 46% de los encuestados contestaron que el ingreso es bajo y que tienen que buscar una fuente alterna de ingresos, el 36% considera que los ingresos de su emprendimiento son medios, es decir, que les alcanza justo para cubrir sus necesidades básicas, ambos grupos representan el 82% de los artesanos que contestaron la encuesta y que perciben que sus ingresos representan un nivel de apenas la subsistencia.

Además, se puede inferir de los resultados tres opciones:

1) que la oportunidad de obtener buenos ingresos no es un factor determinante para incursionar en el oficio;
2) que por la problemática de inseguridad que se padece en gran parte del país se responde de forma económica y;
3) que al no haber o no conocer otro tipo de oportunidades para emprender no les queda otra opción que seguir en el negocio familiar.

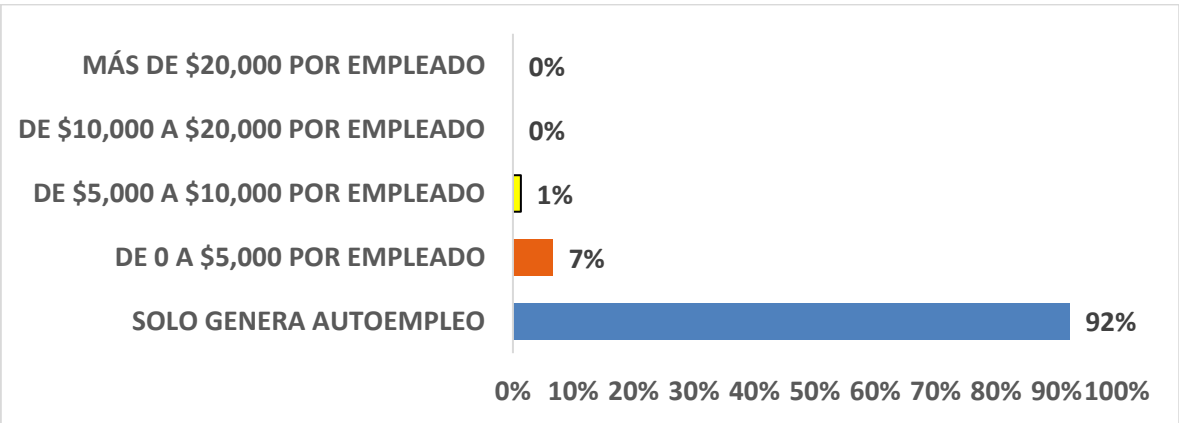
Gráfico 11. Nivel de ingreso mensual promedio.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

La siguiente pregunta se realizó en un intento de poder recabar información sobre el nivel de salario que tienen los que participan en estos emprendimientos pero no se obtuvo una respuesta positiva, esto se deduce de que el 92% de los encuestados contestó que no pagan ningún salario, que los ingresos generados son para la auto subsistencia, solo el 7% contestó que se pagan salarios menores de $5,000 pesos mensuales, lo que coincide con la información recabada en el INEGI que menciona que en este sector el nivel de salario mensual promedio es de $3,003 pesos.

Gráfico 12. Nivel de salario pagado mensual promedio



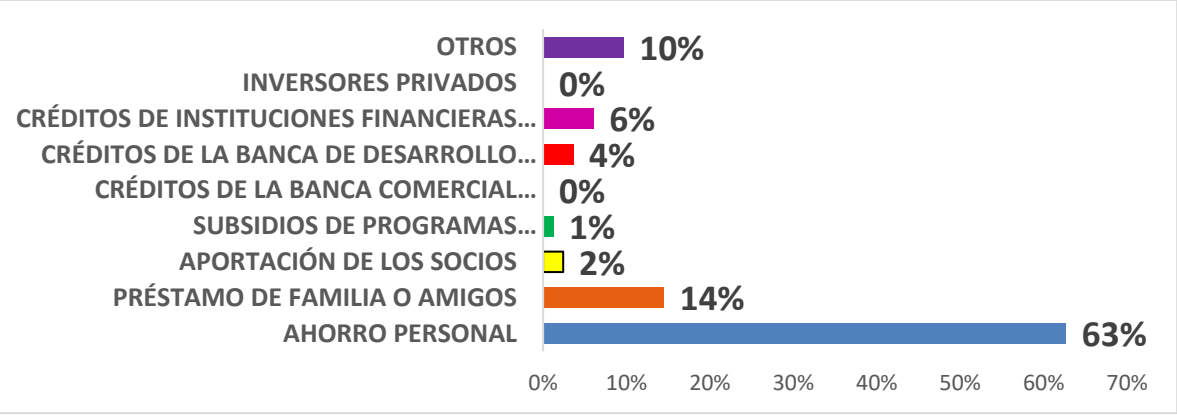
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

10.4.4 Acceso al financiamiento

El análisis de las fuentes de financiamiento de los emprendedores creativos constituye un elemento de máximo interés puesto que representa un factor limitante de toda iniciativa emprendedora. Es sin duda alguna uno de los aspectos que más preocupa a la hora de iniciar una actividad empresarial y que más tiempo consume en la puesta en marcha de un nuevo negocio. Los emprendedores creativos, como casi todos los pequeños emprendedores, recurren en mayor medida a fuentes de financiamiento informales para lograr lanzar su iniciativa empresarial.

Los resultados comprueban lo anterior, al demostrarse que el 77% de los encuestados el financiamiento inicial para su negocio proviene o tiene participación de fuentes informales como lo son el ahorro personal y los préstamos de familiares y amigos, resalta que en particular 63% de los artesanos iniciaron el negocio con su ahorro personal, el 14% obtuvieron su financiamiento inicial del préstamo de amigos o familiares. El hecho de que ningún emprendedor haya obtenido su financiamiento inicial de inversores privados refleja la poca cultura de inversión en proyectos independientes de terceras personas que existe en el municipio. Por otro lado, con el hecho de que apenas el 6% de los emprendedores iniciarán su proyecto con financiamiento de la banca comercial, se puede inferir que no existe ni confianza ni apertura en este sector financiero para solicitar créditos para emprender.

Gráfico 13. Fuente de financiamiento inicial para el emprendimiento



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

El factor de acceso a financiamiento evalúa aspectos como la disponibilidad de recursos financieros, subsidios, capital semilla y capital de deuda para apoyar al emprendimiento de empresas nuevas y en crecimiento, así como la facilidad para acceder a dichos recursos.

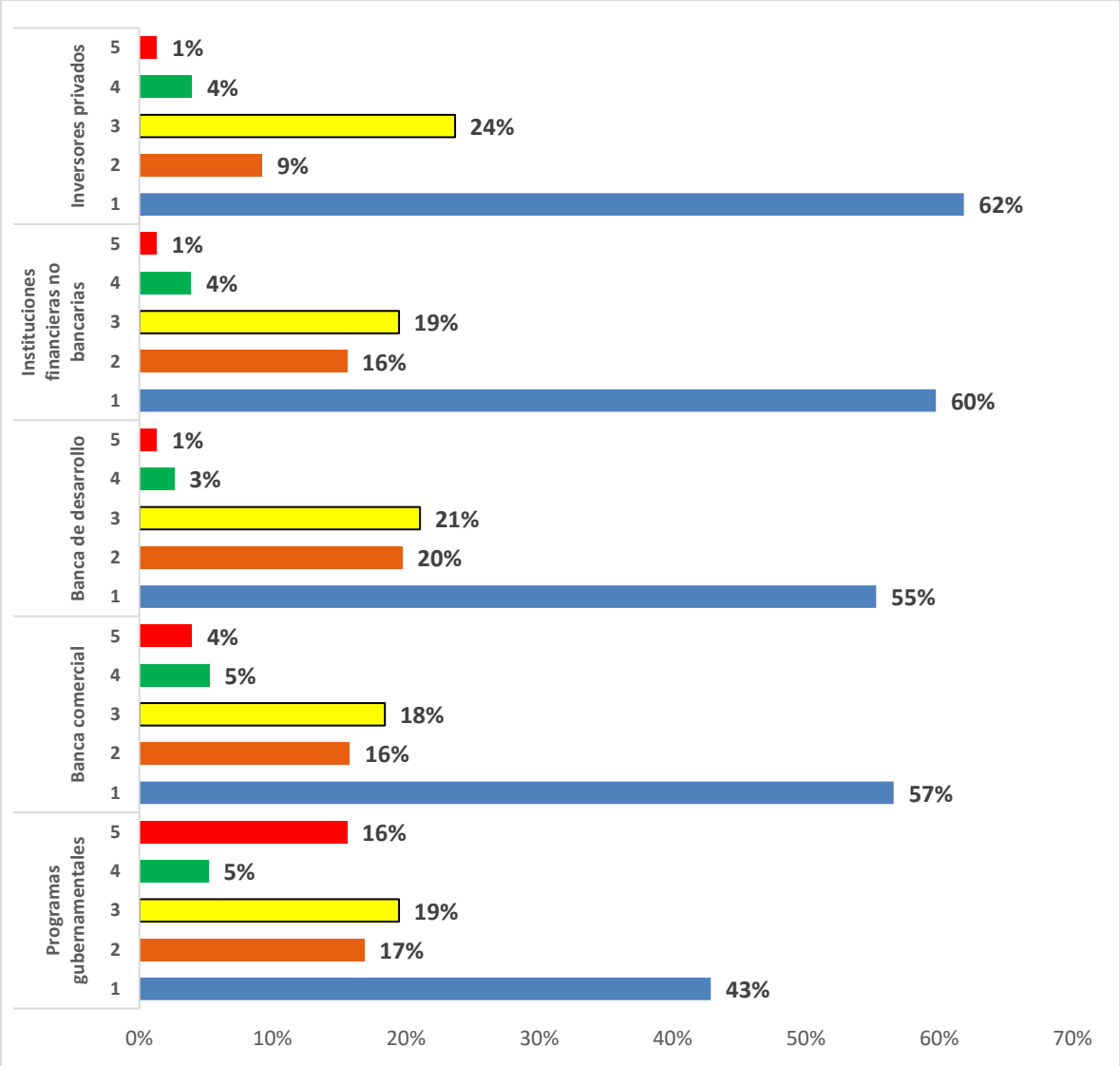
En lo concerniente a la oferta de financiamiento, en términos generales en promedio el 71% de los encuestados consideraron que era muy insuficiente o insuficiente, lo cual demuestra que no existen muchas opciones financieras que permitan a los emprendedores creativos iniciar un negocio o que, en su caso, si existen estas opciones, no son muy difundidas y por tanto tampoco son muy conocidas.

La oferta de financiamiento que fue menos peor calificada fue la que proviene de los programas gubernamentales, es decir, los encuestados perciben que los programas gubernamentales son los que ofrecen más oferta de financiamiento, pero que aun así es insuficiente, cabe resaltar que de forma general e informal que los encuestados hicieron referencia en específico a los programas federales que actualmente se están desarrollando.

Por otro lado, la fuente de financiamiento que fue evaluada como la que tiene menor oferta, fue la procedente de la banca de desarrollo, se percibe que puede ser posible debido a la poca difusión de las oportunidades y/o servicios que ofrecen y en consecuencia el poco conocimiento que tienen los artesanos de este tipo de banca.

Esto permite inferir que la insuficiente oferta de financiamiento para iniciar un emprendimiento creativo tiene una correlación con el hecho de que la mayoría de los emprendedores encuestados utilizaron fuentes de financiamiento informales, específicamente de sus propios ahorros o de préstamos de familiares o conocidos.

Gráfico 14. Oferta de financiamiento para los emprendimientos creativos.

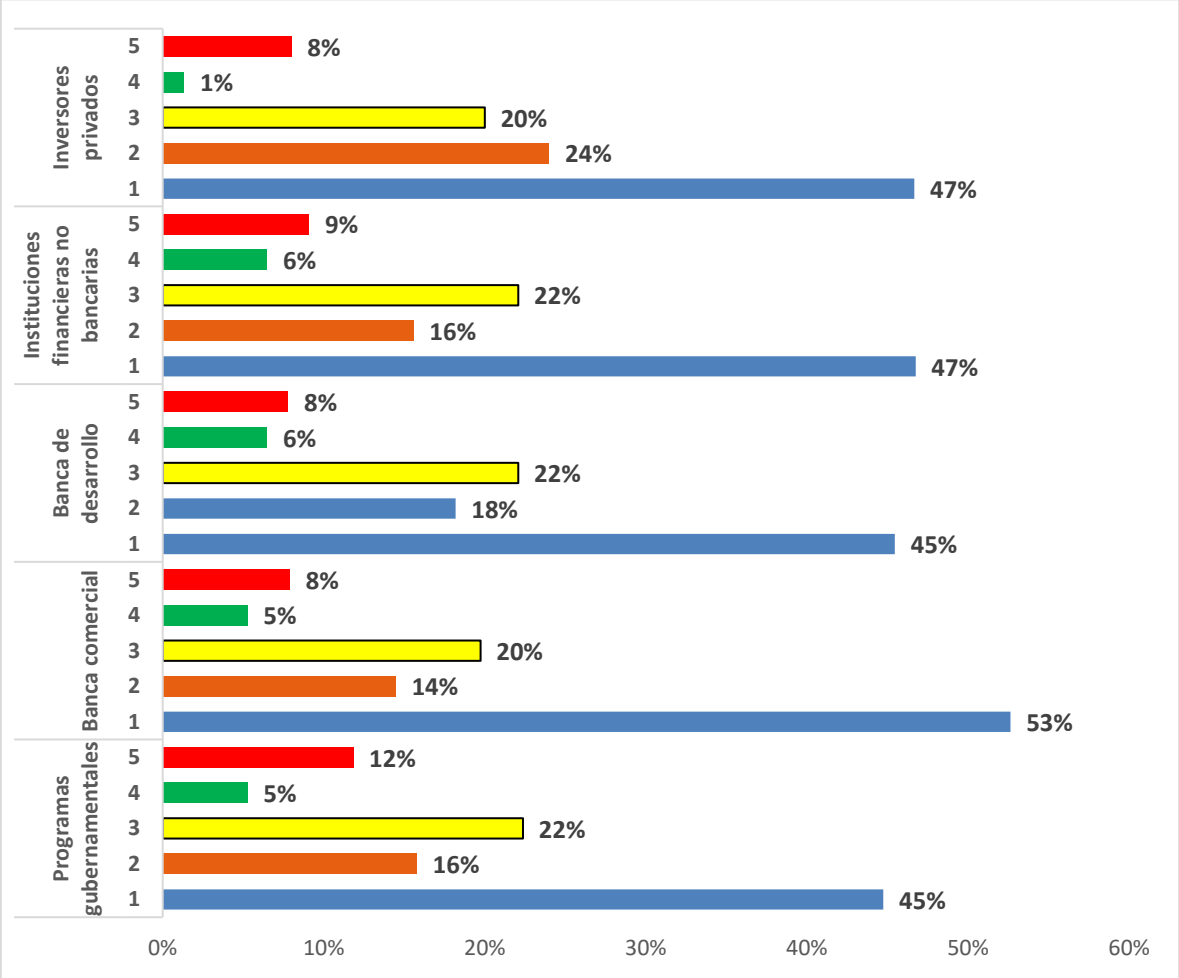


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Otro factor que se analizó fue la accesibilidad a un financiamiento inicial, es decir se les preguntó a los artesanos su percepción de que tan fácil o que tan difícil resulta el procedimiento para acceder a créditos para capital semilla. En términos generales y en promedio, el 65% de los encuestados opinaron que es muy complicado o complicado obtener financiamiento de cualquiera de las fuentes formales y especialistas en el ramo y que pueda contribuir con el arranque y el desarrollo de un emprendimiento creativo. Esto permite inferir que al igual que con la gráfica anterior, el complicado acceso a cualquier tipo de financiamiento tiene una

correlación para que los emprendedores creativos prefieran acceder a fuentes de financiamiento informales.

Gráfico 15. Accesibilidad a financiamiento por parte de los emprendedores creativos.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

10.4.5 Apoyos de Instituciones públicas

En general, independientemente de si sean emprendimientos creativos o de cualquier giro se enfrentan a un marco jurídico, político, económico y social que el gobierno establece a través de las políticas públicas, salvo excepciones donde se ha desarrollado una legislación específica para alguna actividad concreta. Este marco institucional determina un conjunto de apoyos u obstáculos reflejados en programas de subsidios o apoyos económicos, capacitaciones y foros de apoyo al

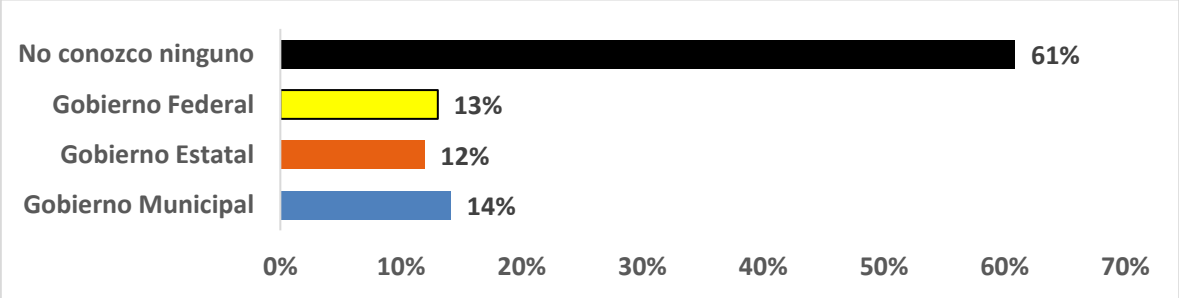
emprendedor, incentivos fiscales, trámites administrativos, campañas de promoción de consumo, compra pública, etcétera.

En esta parte se analiza la percepción que tienen los emprendedores creativos para enfrentar o abordar todos los aspectos relacionados con el marco institucional y si se considera que las instituciones públicas de los tres niveles de gobierno, dentro de sus respectivas PP aportan ventajas o desventajas para las iniciativas empresariales creativas.

En este sentido se comenzó preguntando a los artesanos si conocían programas de apoyo económico para el arranque, crecimiento y/o desarrollo de los emprendimientos creativos provenientes de alguno de los tres niveles de gobierno (municipal, estatal y federal), el 61% no conoce algún programa de apoyo económico que permita iniciar, crecer o fortalecer sus emprendimientos.

El 13% de los emprendedores encuestados solo conocen algún programa de apoyo económico proveniente del gobierno federal que es específico para apoyar emprendimientos, el 12% conoce algún programa de apoyo económico del gobierno estatal, por su parte el 14% conoce algún programa de apoyo económico proveniente del gobierno municipal, aunque es una diferencia mínima, resalta que se tenga un mayor conocimiento de apoyos económicos provenientes del gobierno municipal que programas de apoyo económico provenientes del gobierno estatal o gobierno federal.

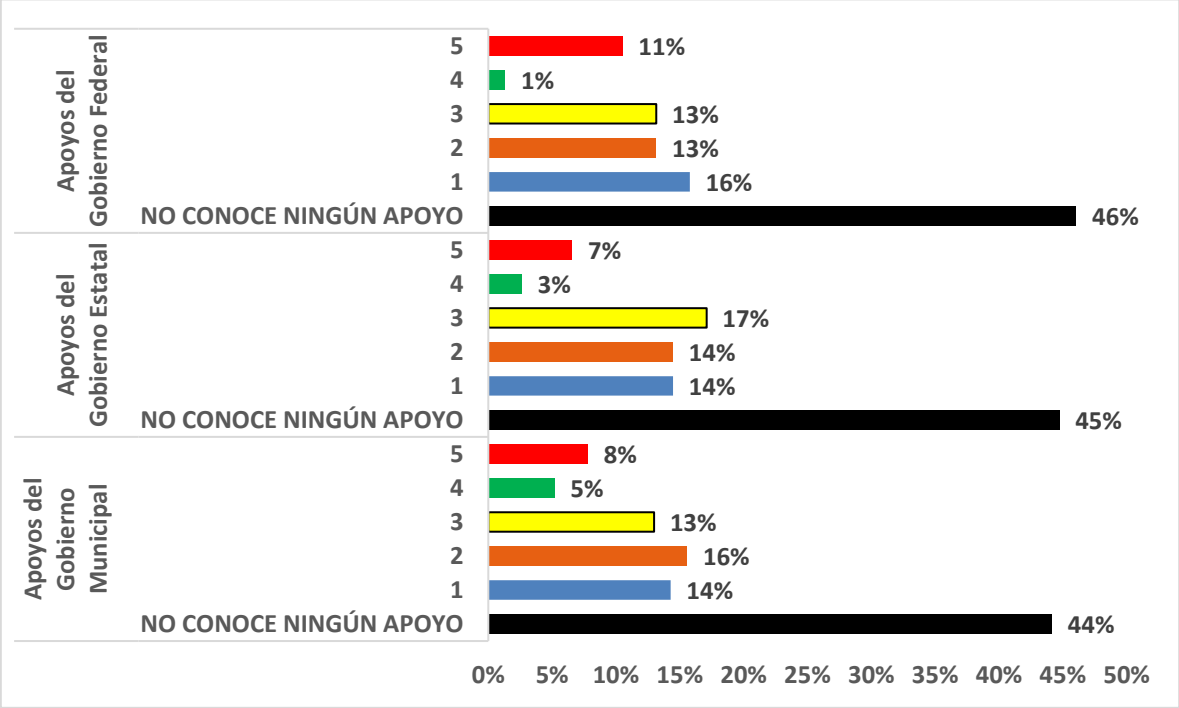
Gráfico 16. Conocimiento de apoyos económicos provenientes del gobierno para los emprendimientos creativos



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Así mismo se les pidió su opinión sobre la facilidad para acceder alguno de esos apoyos económicos y tomando como base que la mitad de los encuestados no conoce de apoyos económicos por parte de los tres niveles de gobierno, en términos generales predominó la respuesta de que era muy complicado y/o complicado obtener el apoyo económico en cualquiera de los niveles de gobierno.

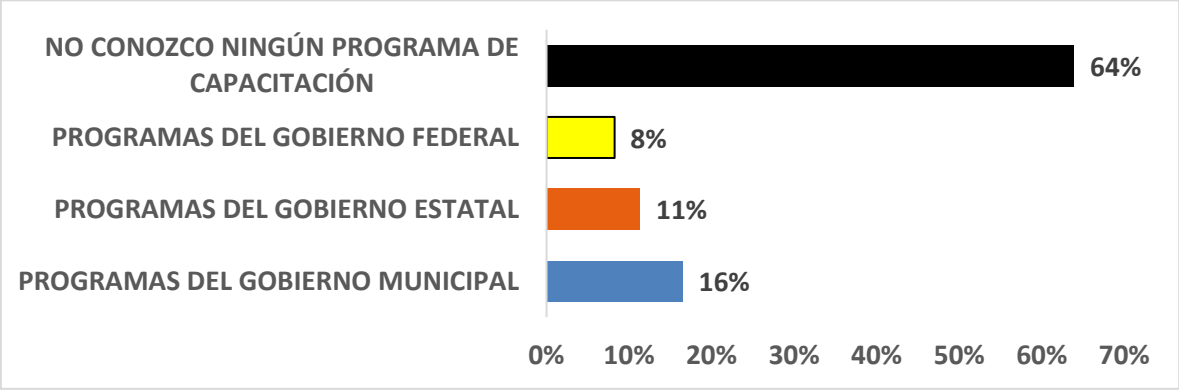
Gráfico 17. Accesibilidad a programas de apoyo económico gubernamentales



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Respecto a los programas de capacitación que ofrece el gobierno, se les pregunto si habían participado en alguno y el 64% de los encuestados contestó que no conocen algún programa capacitación que se imparta por alguno de los tres niveles de gobierno. Los programas de capacitación más conocidos son los que imparte el gobierno municipal, ya que aproximadamente el 16% de los encuestados conoce y participó en alguna de estas capacitaciones. Al igual que con los apoyos económicos, los posibles programas de capacitación que puedan ser ofrecidos a nivel federal son los menos conocidos con el 8% de respuestas afirmativas por parte de los encuestados.

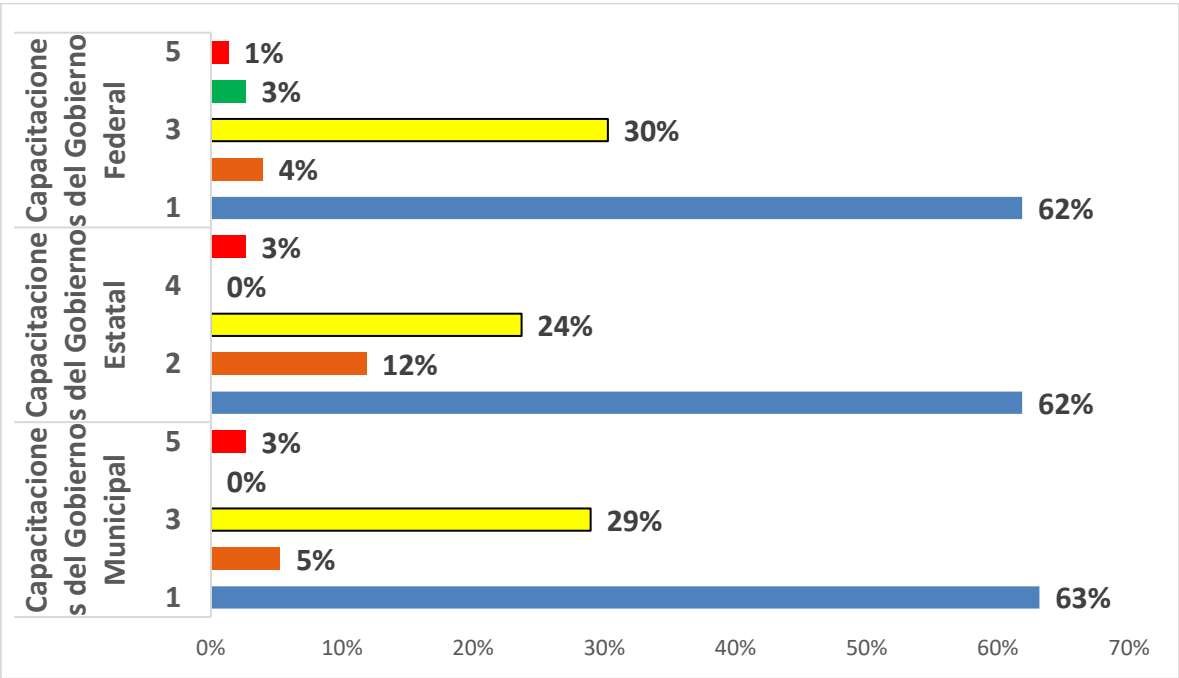
Gráfico 18. Conocimiento de programas de capacitación para los emprendedores creativos.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

A los encuestados que conocían y habían participado en algún programa de capacitación, se les pidió su percepción respecto a la calidad de las mismas y en promedio el 62% calificó como pésimas las capacitaciones de los tres niveles de gobierno, la mejor calificación que le otorgaron a la calidad de las capacitaciones en promedio de los tres niveles de gobierno fue de regular con aproximadamente el 27.6% de los que recibieron dichas capacitaciones.

Gráfico 19. Percepción de la calidad de las capacitaciones recibidas

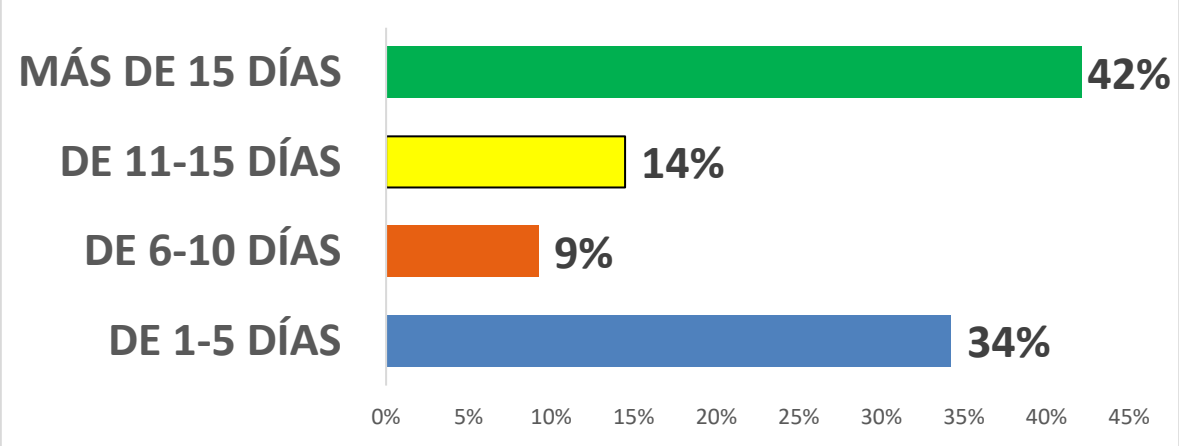


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Djankov, López, La Porta & Shleifer (2002) en su artículo *The Regulation of entry* encontraron una correlación positiva entre los altos índices de corrupción y la demora burocrática, concluyen que el exceso de trámites administrativos para iniciar un emprendimiento, la dificultad para cumplirlos o lo mucho que tardan los burócratas en resolver dichos trámites está asociado con una mayor corrupción.

Mientras en países como Canadá, los trámites para arrancar un emprendimiento en promedio tardan dos días, las respuestas a esta pregunta por parte de los encuestados fueron muy variadas, se considera que un poco por ignorancia y otro poco por temor a que no se encuentren regularizados y puedan recibir multas, el resultado a esta pregunta en particular es sesgado, puesto que las dos respuestas que obtuvieron un mayor porcentaje es totalmente polarizado, ya que por un lado, el 42% de los encuestados comentaron que tardaron más de 15 días en realizar sus trámites administrativos y por otro lado, el 34% comentó que tardaron de 1 a 5 días en realizar sus respectivos trámites administrativos.

Gráfico 20. Tiempo transcurrido en la realización de los trámites administrativos para que la empresa iniciara operaciones.



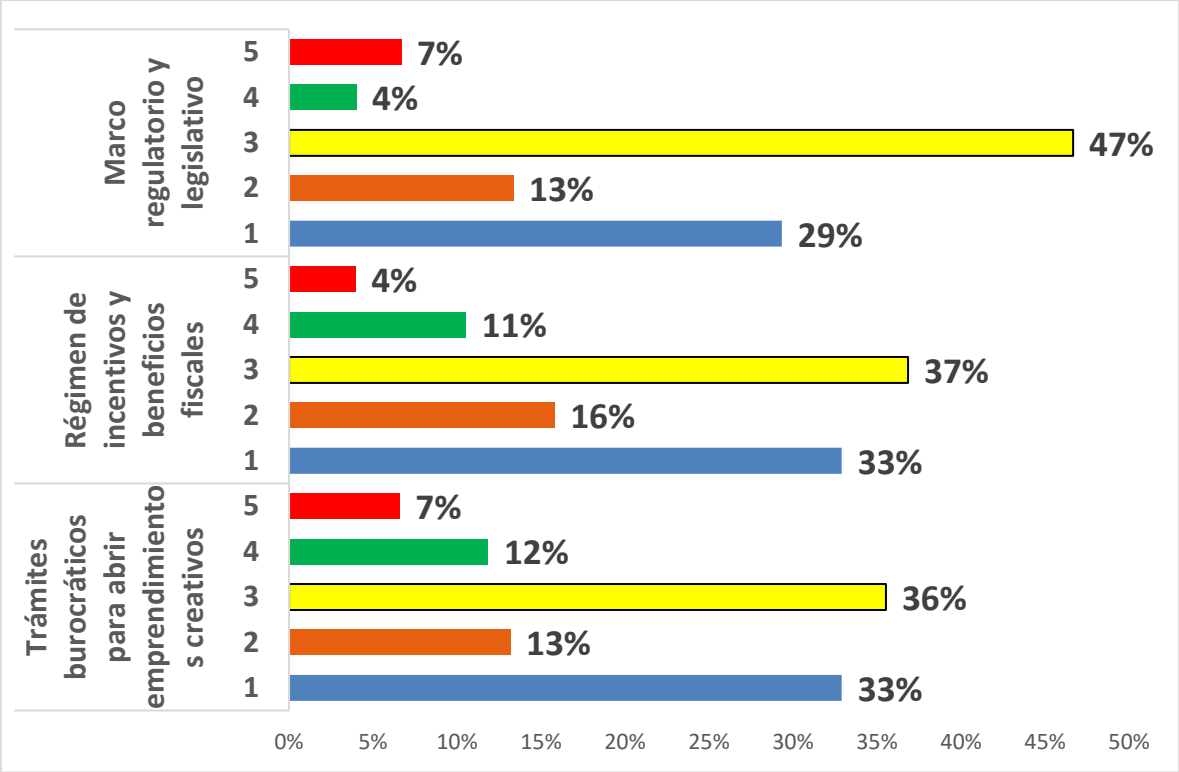
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Finalmente, en este bloque, se les solicitó a los emprendedores que valoraran la actuación del gobierno respecto a temas que puedan contribuir con el fomento a los emprendedores creativos como lo es la facilidad y accesibilidad para la realización de trámites burocráticos en apoyo a los emprendimientos creativos, la existencia de

un régimen de incentivos y beneficios fiscales para este tipo de emprendimientos y la existencia de un marco regulatorio y legislativo adecuado para fortalecer la EC.

La calificación en promedio del 85% de los encuestados de la actuación del gobierno en los tres temas fue de muy mala a regular, pero se considera que la mayoría de los que escogieron la calificación regular fueron condescendientes en su respuesta, es decir, opinaban que la actuación del gobierno en los tres temas mencionados era muy mala o mala, pero decidieron al final escoger la opción de regular. Con lo anterior y tomando en cuenta la correlación que se concluye en el artículo de Djankov, López, La Porta y Shleifer (2002), permite inferir que la mala actuación del gobierno en los tres temas mencionados, no solo inhiben la creación y del desarrollo de emprendimientos creativos, también contribuye con la corrupción que existe en las instituciones públicas

Gráfico 21. Percepción de la actuación del gobierno respecto al fomento al emprendimiento creativo.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

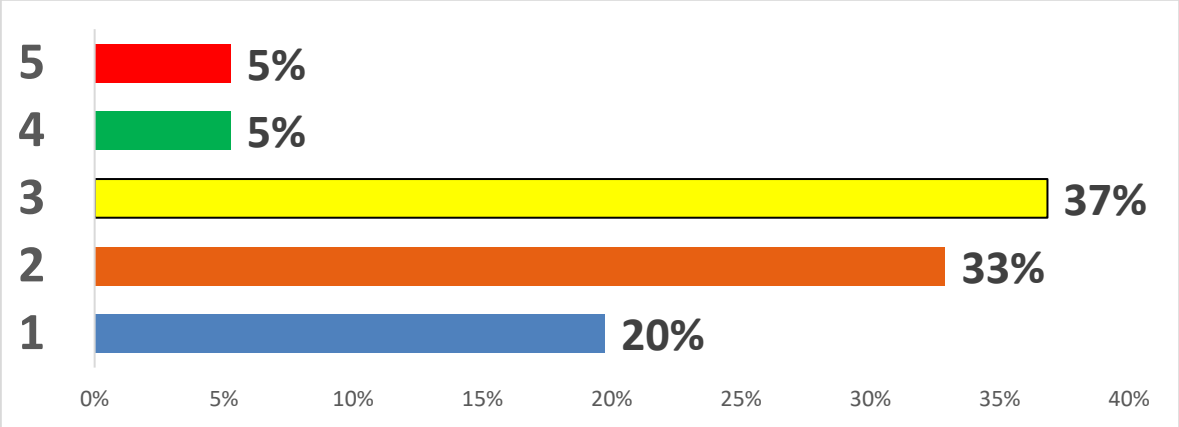
10.4.6 Perspectivas de crecimiento de los emprendimientos creativos

El emprendimiento por necesidad consiste en materializar una idea de negocio en la cual no necesariamente hay potencial crecimiento. Nace de la motivación por crear una solución a una problemática que acontece en un periodo de tiempo determinado y bajo unas circunstancias específicas como puede ser generar ingresos que les permitan cubrir sus necesidades básicas en el corto plazo, generalmente desarrollados en el sector informal de la economía (Lucía, 2016). Se considera que una de las razones principales por las que la mayor parte de los artesanos continúa con este oficio es por necesidad y que no han percibido el potencial o la posibilidad de que sus negocios tengan un crecimiento acelerado.

Atendiendo a esa percepción se incluyó este bloque de preguntas donde se analizarán cuestiones relativas a las expectativas de crecimiento del emprendimiento en el corto y en el largo plazo, así como su percepción respecto al número de empleados que necesitará tener el negocio en el futuro.

En lo referente al crecimiento en el corto plazo la percepción del 90% de los encuestados es que será de nulo a regular, es decir, consideran que el panorama es negativo, con pocos cambios a corto plazo, por lo que el emprendimiento seguirá enfocado en solventar las necesidades básicas.

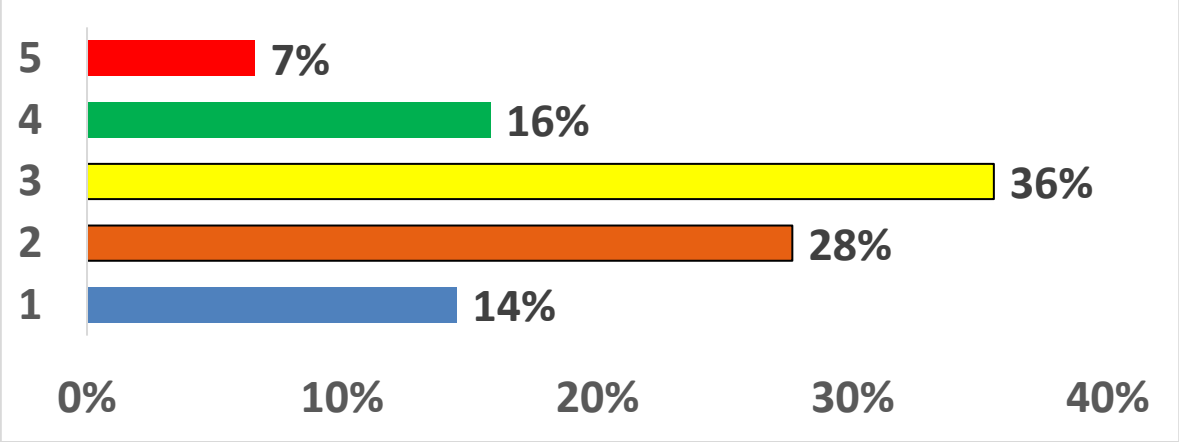
Gráfico 22. Perspectivas de crecimiento a corto plazo (de 1 a 3 años) del emprendimiento creativo.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Respecto a la perspectiva de crecimiento a largo plazo mejora un poco las respuestas y se presenta un panorama más positivo, debido a que a corto plazo solo el 10% de los encuestados opinaban que el crecimiento será de bueno a mucho crecimiento, pero para el crecimiento en un plazo de cinco años el porcentaje de artesanos que consideran que será de bueno a mucho crecimiento aumentó al 23% aunado a que el porcentaje de los que piensan que el crecimiento será regular que se mantiene estable en el corto plazo con 37% y en el largo plazo con el 36%.

Gráfico 23. Perspectivas de crecimiento a largo plazo (5 años) del emprendimiento creativo.



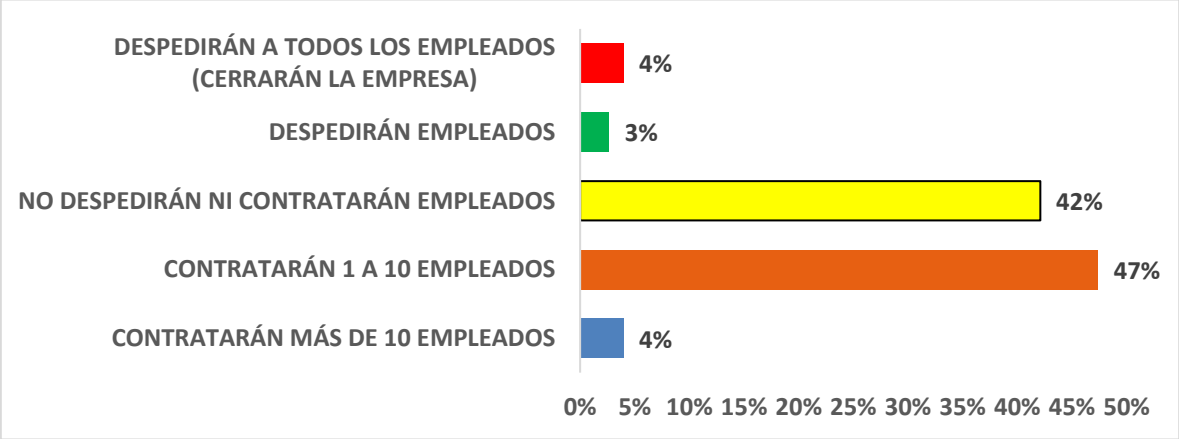
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Finalmente, y en el mismo sentido de crecimiento, pero ahora enfocado en el número de empleados que necesitará el emprendimiento creativo en el largo plazo, las perspectivas de los emprendedores se podría decir que se reducen a dos opciones que fue lo que contestó la mayoría, por un lado con el 42% se considera que no se despedirán ni se contratarán empleados, y por otro lado, con el 47% de los encuestados se considera que contrataran de 1 a 10 empleados lo que concuerda con las respuestas de la gráfica anterior donde se presenta que hay más optimismo respecto al crecimiento de los emprendimientos en el largo plazo.

Es de resaltar que el porcentaje de artesanos que considera que podría cerrar su negocio en cinco años es de apenas el 4% y en ese mismo sentido también es muy bajo el porcentaje de emprendedores que piensan que despedirán empleados a

largo plazo con el 3%, lo que hace inferir que consideran que su negocio y/o su oficio será su fuente de ingresos para cubrir sus gastos de subsistencia para su presente y su futuro, por tanto, deben de al menos mantenerlo operando.

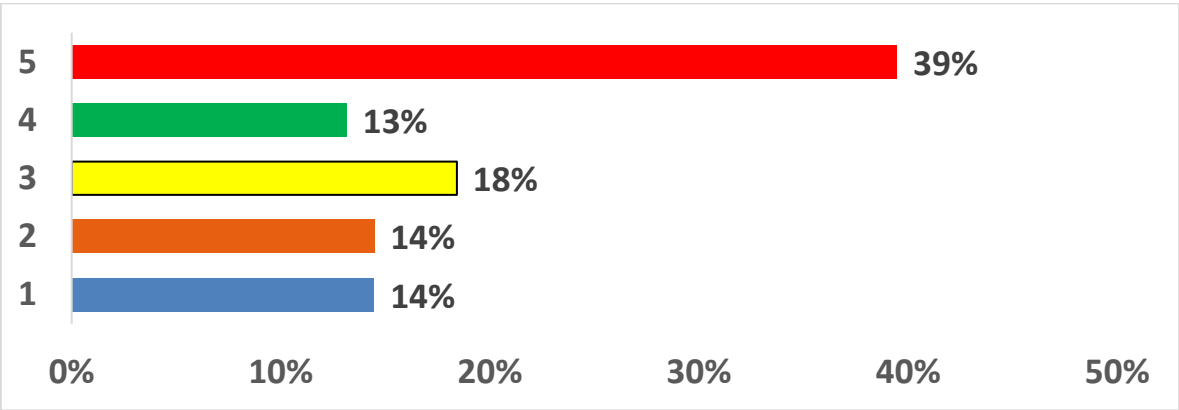
Gráfico 24. Perspectivas de empleos generados del emprendimiento creativo en cinco años.



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Finalmente, en este bloque se realizó una pregunta general para conocer la percepción de los encuestados respecto a las condiciones que presenta el municipio de Morelia para que se pueda instalar y desarrollar un clúster creativo. Previa explicación general a los encuestados del significado de clúster resaltó que el 52% de los artesanos percibe que en el municipio de Morelia existen condiciones de muy buenas a óptimas para la instalación y desarrollo de un clúster creativo.

Gráfico 25. Percepción para instalar un clúster creativo

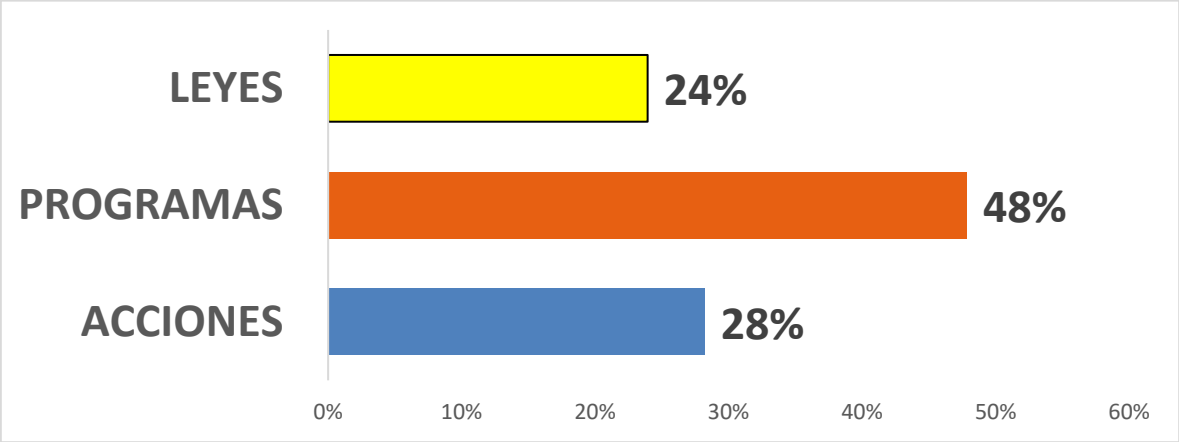


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

10.4.7 Propuesta de los emprendedores creativos

Finalmente, en este último bloque se realizó una pregunta adicional que permitiera conocer la opinión de los encuestados respecto a tres temas específicos que los tres niveles de gobierno tienen la responsabilidad y la facultad de implementar para que puedan coadyuvar en fomento a los emprendimientos creativos en el municipio de Morelia, a dicha pregunta se le agregó la indicación de que era opcional su contestación, pero todos los encuestados la respondieron. La opción que más mencionaron los encuestados, con el 48%, es la de implementar programas integrales que capaciten, promuevan y/o permitan el acceso a financiamientos a los emprendedores creativos para que logren alcanzar la sostenibilidad a corto plazo y contribuyan con el desarrollo económico y social de la región en el largo plazo.

Gráfico 26. Impulso a los emprendimientos creativos



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de investigación aplicada

Derivado de la información recabada se considera que se ha permitido identificar que el perfil socioeconómico, el nivel de salario, el acceso a financiamiento, los apoyos de instituciones públicas y las perspectivas de crecimiento son factores determinantes de la actividad emprendedora creativa en el municipio de Morelia.

CAPÍTULO 11. PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE POLÍTICA PÚBLICA

El artículo 26º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que: “El Estado organizará un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, competitividad, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación” dicho párrafo se traduce en la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo, a su vez en el mismo artículo, se establece que (Cámara de Diputados, 2023):

> *El Estado contará con un Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, que será un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, a cargo de la medición de la pobreza y de la evaluación de los programas, objetivos, metas y acciones de la política de desarrollo social, así como de emitir recomendaciones en los términos que disponga la ley, la cual establecerá las formas de coordinación del órgano con las autoridades federales, locales y municipales para el ejercicio de sus funciones.*

Así entonces, en el 2004, el H. Congreso de la Unión aprobó por unanimidad la Ley General de Desarrollo Social, la cual sienta las bases para la creación del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

Con el objeto de coordinar los esfuerzos de la administración pública federal para el mejor uso de las herramientas de monitoreo y evaluación que permitan retroalimentar la Gestión para Resultados (GpR), el CONEVAL, en conjunto con las Secretarías de Hacienda y Crédito Público y de la Función Pública, emitió los *Lineamientos Generales para la Evaluación de los Programas Federales de la Administración Pública Federal*, donde se menciona la necesidad de la elaboración de la Matriz de Indicadores de Resultados (MIR) de todos los programas federales (CONEVAL, 2016).

Dicha Matriz tiene su fundamento en la Metodología del Marco Lógico, la cual es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Está enfocado en el cumplimiento de objetivos, la

orientación hacia grupos beneficiarios y la facilitación de la participación y la comunicación entre las partes interesadas (ILPES, 2004).

A continuación, se presenta una propuesta de un programa de política pública para el fomento al emprendimiento creativo en la tenencia de Capula la cual se apega a los diez pasos propuestos como pauta metodológica en la *Guía para la elaboración de la Matriz de Indicadores de Resultados* la cual fue publicada por el CONEVAL (CONEVAL, 2016).

La MIR es una herramienta que facilita el diseño, la organización y el seguimiento de los programas. Consiste en una matriz de cuatro filas por cuatro columnas en la que, de manera general, se presenta la siguiente información (Ortegón *et al*, 2005):

a) Los objetivos del programa, su alineación y contribución a los objetivos de nivel superior.
b) Los bienes y servicios que entrega el programa a sus beneficiarios para cumplir su objetivo, así como las actividades para producirlos.
c) Los indicadores que miden el impacto del programa, el logro de los objetivos, la entrega de los bienes y servicios, así como la gestión de las actividades para producir los entregables.
d) Los medios para obtener y verificar la información con la que se construyen y calculan los indicadores.
e) Los riesgos y las contingencias que pueden afectar el desempeño del programa y que son ajenos a su gestión.

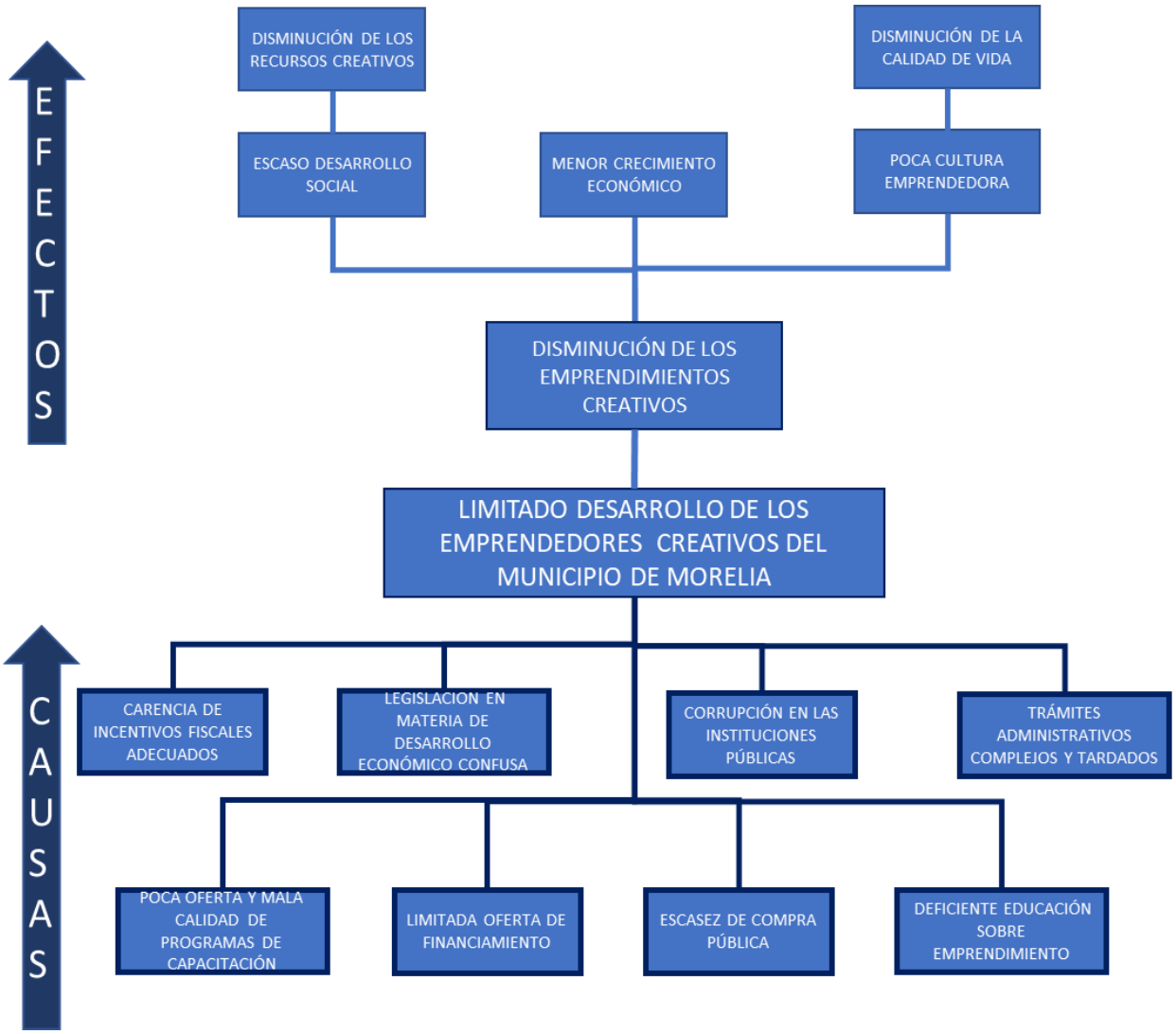
11.1 Paso 1: Identificación del problema

El origen de un programa se da a partir del reconocimiento por parte del gobierno, en cualquiera de los tres niveles, de la existencia de un problema que juzga como público y que, por tanto, debe ser resuelto. Para asegurar un buen análisis es necesario, en primer lugar, conocer el problema plenamente para poder proponer alternativas de solución que respondan a ese problema. Para identificarlo, hay diferentes metodologías; la que se aborda aquí es la del árbol de problema y de objetivos (Aldunate y Córdoba, 2011).

11.1.1 Árbol de problemas

El árbol de problemas está compuesto a su vez por dos árboles, el árbol de efectos y el árbol de causas. Una vez identificado el problema central se grafica el árbol de efectos hacia arriba, para ello hay que seguir un orden causal ascendente. Para la identificación de los efectos, se debe responder a la pregunta: ¿cuáles son las consecuencias de que exista dicho problema? Posteriormente, a partir del problema central, hacia abajo se identifican las causas que originaron el problema; para ello, se responde la pregunta ¿qué ha llevado a la existencia del problema? (Ortegón *et al*, 2005).

Diagrama 1. Árbol de Problemas

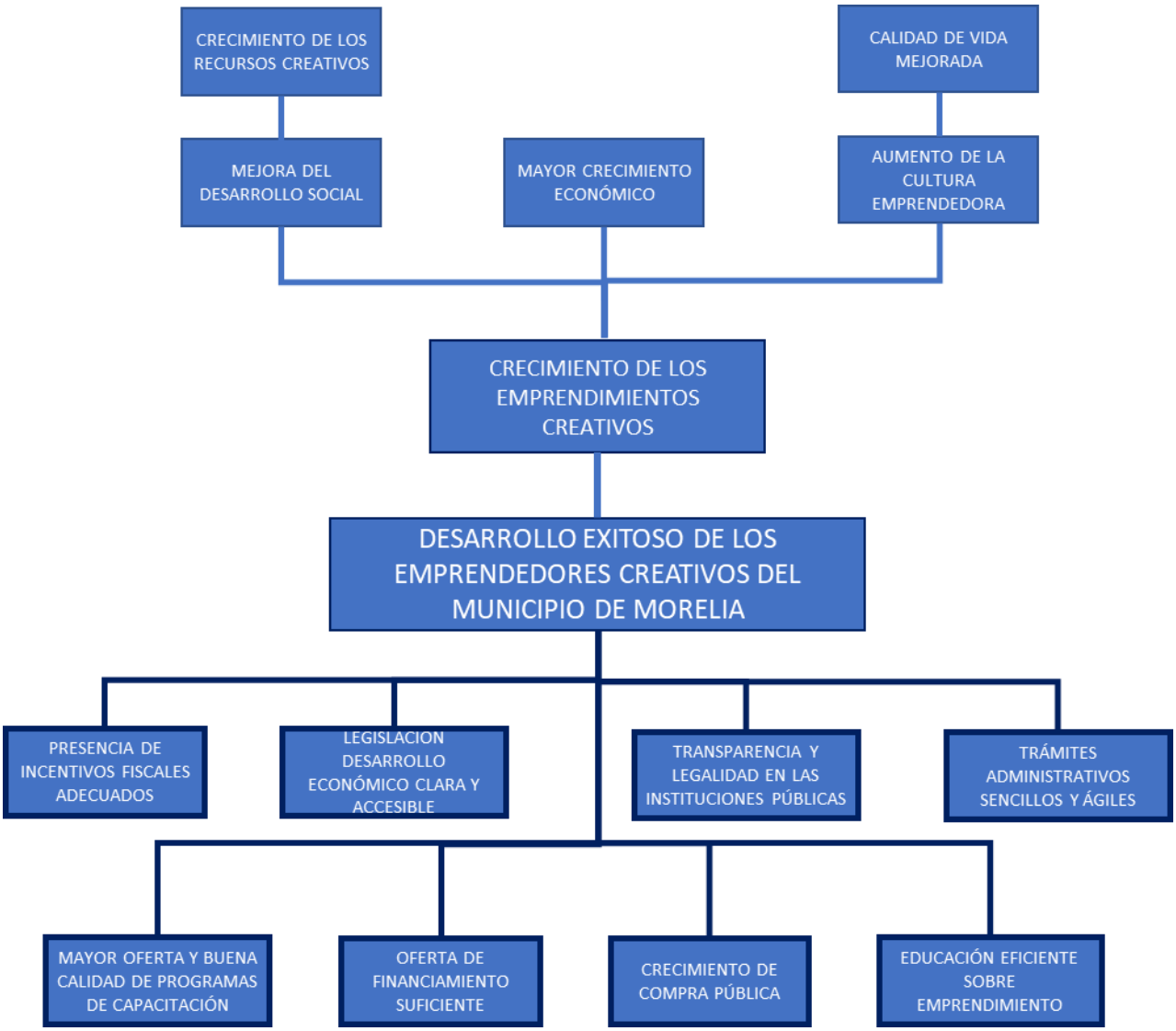


Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.1.2 Árbol de objetivos

Para construir el Árbol de Objetivos se toma como base el Árbol de Problemas, buscando para cada uno de los recuadros de dicho árbol la manifestación contraria a las allí indicadas, todo lo negativo se volverá positivo. Al realizar este cambio, los efectos negativos que generaba la existencia del problema pasarán a ser los fines que perseguimos con la solución de éste. Por su parte, las causas se convertirán en los medios con que deberemos contar para poder solucionar efectivamente el problema (Aldunate y Córdoba, 2011).

Diagrama 2. Árbol de Objetivos



Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.2. Paso 2: Establecer el Propósito

El propósito es el cambio esperado en la población objetivo como resultado de recibir los bienes o servicios que produce el programa. En el árbol de objetivos, el propósito corresponde al objetivo central. Para construir el propósito, es necesario identificar a la población objetivo y expresar la situación deseada como algo ya logrado y no como algo por lograr. La estructura para redactar el propósito es: población objetivo más (+) el efecto obtenido (CONEVAL, 2016).

Tabla 6. Establecer el Propósito

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO
FIN	
PROPÓSITO	DESARROLLO EXITOSO DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA
COMPONENTES	
ACTIVIDADES	

Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.3. Paso 3: Determinar el Fin

El fin establece el objetivo de desarrollo u objetivos estratégicos de la dependencia al que el programa busca contribuir para su solución en el mediano o el largo plazo. Para identificar el fin, se toma como punto de partida el propósito y se responde a la pregunta ¿para qué se busca lograr el objetivo principal del programa? Es importante hacer hincapié en que la aplicación del programa no es suficiente para conseguir el objetivo en el fin; el alcance de éste depende de la suma de muchas intervenciones desarrolladas por otros programas, instituciones o incluso otros niveles de gobierno. Sin embargo, el programa sí debe contribuir de manera significativa a alcanzar dicho nivel de objetivo. Por tanto, el fin se redacta utilizando la palabra “contribuir”, con lo que se deja en claro que el programa no es el único que debe intervenir para el logro de dicho fin (CONEVAL, 2016).

Tabla 7. Determinar el Fin

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO
FIN	CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS EN EL MUNICIPIO DE MORELIA
PROPÓSITO	DESARROLLO EXITOSO DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA
COMPONENTES	
ACTIVIDADES	

Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.4. Paso 4: Proponer los Componentes

Los componentes son los bienes y servicios que deberán ser producidos o entregados por medio del programa a la población objetivo para cumplir con el propósito. Para la identificación de los componentes, es necesario responder a la pregunta: ¿qué bienes y servicios se deben entregar para lograr el propósito? (CONEVAL, 2016).

Tabla 8. Proponer los Componentes

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO
FIN	CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS EN EL MUNICIPIO DE MORELIA
PROPÓSITO	DESARROLLO EXITOSO DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA
COMPONENTES	1. EMPRENDEDORES CREATIVOS EVALUADOS EFICIENTEMENTE Y RETROALIMENTADOS 2. EMPRENDEDORES CREATIVOS CORRECTAMENTE ASESORADOS EN MATERIA LEGAL, CONTABLE Y ADMINISTRATIVA. 3. EMPRENDEDORES CREATIVOS ADECUADAMENTE VINCULADOS LOS DIVERSOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES. 4. EMPRENDEDORES CREATIVOS CON ACOMPAÑAMIENTO CONTRA LA CORRUPCIÓN.
ACTIVIDADES	

Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.5. Paso 5: Desarrollar las Actividades

Las actividades son las principales acciones que se deben realizar para producir o entregar los componentes. Para identificar las actividades, es conveniente preguntarse: ¿qué se necesita hacer para producir el bien o servicio que se le entrega a la población objetivo? Esta pregunta tendrá que formularse para cada uno de los componentes (CONEVAL, 2016).

Tabla 9. Desarrollar las Actividades

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO
FIN	CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS EN EL MUNICIPIO DE MORELIA
PROPÓSITO	DESARROLLO EXITOSO DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA
COMPONENTES	1. EMPRENDEDORES CREATIVOS EVALUADOS EFICIENTEMENTE Y RETROALIMENTADOS 2. EMPRENDEDORES CREATIVOS CORRECTAMENTE ASESORADOS EN MATERIA LEGAL, CONTABLE Y ADMINISTRATIVA. 3. EMPRENDEDORES CREATIVOS ADECUADAMENTE VINCULADOS A LOS DIVERSOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES. 4. EMPRENDEDORES CREATIVOS CON ACOMPAÑAMIENTO CONTRA LA CORRUPCIÓN.
ACTIVIDADES	**A1C1.** FORMAR UN CONSEJO TÉCNICO CON CAPACIDAD DE EVALUACIÓN Y DE OTORGAR RETROALIMENTACIÓN INMEDIATA **A2C1.** REALIZAR UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DEL NUEVO PROGRAMA PÚBLICO POR MEDIO DE REDES SOCIALES. **A1C2.** SELECCIONAR A UN ABOGADO, UN CONTADOR Y UN INGENIERO EN SISTEMAS PARA QUE COORDINEN Y EJECUTEN EL PROGRAMA. **A2C2.** COMPRAR EL EQUIPO Y SUMINSTROS NECESARIOS PARA EL CORRECTO DESEMPEÑO DEL PERSONAL. **A3C2.** CAPACITAR AL PERSONAL RESPONSABLE DEL PROGRAMA EN TODO LO QUE NECESITA SABER UN EMPRENDEDOR CREATIVO REFERENTE A LOS TEMAS NECESARIOS PARA ESCALAR SU EMPRENDIMIENTO. **A4C2.** REALIZAR LAS CAPACITACIONES A LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS EN LOS ASPECTOS LEGALES, CONTABLES Y ADMINISTRATIVOS RESPECTIVOS. **A1C3.** VINCULAR AL PERSONAL RESPONSABLE DEL PROGRAMA EN TODO LO REFERENTE A LOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES QUE PUEDAN POTENCIAR LOS EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS. **A2C3.** REALIZAR LAS CAPACITACIONES A LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS REFERENTE A LOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES. **A3C3.** COADYUVAR EN LA VINCULACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS CON LAS DIFERENTES SECRETARÍAS QUE OPERAN LOS PROGRAMAS DE APOYOS. **A1C4.** VIGILAR QUE NO SE COMETAN ACTOS DE CORRUPCIÓN POR PARTE DE LAS INSTITUCIONES QUE EXPIDAN LOS TRÁMITES ADMINISTRATIVOS, QUE OPEREN LOS PROGRAMAS DE APOYO GUBERNAMENTALES O AQUELLAS QUE APLICAN LA RESPECTIVA LEGISLACIÓN . **A2C4.** PROPORCIONAR ACOMPAÑAMIENTO AL EMPRENDEDOR CREATIVO QUE HAYA SIDO AFECTADO POR UN ACTO DE CORRUPCIÓN, EN EL RESPECTIVO TRÁMITE LEGAL.

Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.6. Paso 6: Plantear los Supuestos

Los supuestos son los factores externos que están fuera del control del programa, pero que inciden en el logro de los objetivos de éste. Una de las contribuciones que la MIR hace a la gestión de programas es la identificación de los riesgos que comprometen el logro de un objetivo; estos riesgos se reconocen en la MML como supuestos. Para la construcción de los supuestos, es necesario que los riesgos se expresen como situaciones que tienen que cumplirse para que se alcance el siguiente nivel en la jerarquía de objetivos (CONEVAL, 2016).

Tabla 10. Plantear los Supuestos

FUENTES DE RIESGOS	RIESGOS	SUPUESTOS
FALTA DE ACCIÓN DE OTRAS INSTITUCIONES	QUE LOS CONSEJEROS TÉCNICOS DE OTRAS INSTITUCIONES NO CUMPLAN CON LAS FUNCIONES QUE LES CORRESPONDAN	LOS CONSEJEROS TÉCNICOS DE TODAS LAS INSTITUCIONES CUMPLEN A CABALIDAD EN TIEMPO Y FORMA CON SUS RESPONSABILIDADES.
FALTA DE ACCIÓN DE OTRAS INSTITUCIONES	QUE LOS INSTITUCIONES DONDE SE REALIZAN LOS TRÁMITES LEGALES, CONTABLES Y ADMINSTRATIVOS PARA CREAR EMPRENDIMIENTOS NO CUMPLAN SU COMPROMISO DE PROPORCIONAR LAS CAPACITACIONES ADECUADAS	LAS INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN LA REALIZACIÓN DE TRÁMITES LEGALES, CONTABLES Y ADMINISTRATIVOS PROPORCIONAN CAPACITACIONES DE GRAN CALIDAD
FALTA DE ACCIÓN DE OTRAS INSTITUCIONES	QUE LOS RESPONSABLES DE LOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES NO CUMPLAN CON SU COMPROMISO DE OTORGAR TODO LO NECESARIO PARA REALIZAR UN CORRECTA VINCULACIÓN	LOS RESPONSABLES DE LOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES FACILITAN TODO LO NECESARIO PARA UNA CORRECTA VINCULACIÓN
INESTABILIDAD POLÍTICA, ECONÓMICA, SOCIAL. LEGAL	QUE EXISTA UNA INESTABILIDAD POLÍTICA Y/O SOCIAL QUE COMPLIQUE LA CORRECTA APLICACIÓN DEL ESTADO DE DERECHO EN MATERIA ECONÓMICA, ADMINISTRATIVA Y PENAL	HAY ESTABILIDAD POLÍTICA Y/O SOCIAL Y SE APLICA A CABALIDAD EL ESTADO DE DERECHO DE LA LEGISLACIÓN ECONÓMICA, ADMINISTRATIVA Y PENAL

Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.7 Paso 7: Verificación de la lógica vertical

La combinación de las relaciones de causalidad entre los cuatro niveles de objetivos y los supuestos se conoce como lógica vertical del programa. La MIR presenta una adecuada lógica vertical cuando se responde de modo afirmativo a las siguientes preguntas (Aldunate y Córdoba, 2011).

Tabla 11. Verificación de la Lógica Vertical

LÓGICA VERTICAL	SI	NO
a) ¿Si la institución responsable ejecuta las actividades previstas y se cumplen los supuestos respectivos, entonces se logran los componentes?	X	
b) ¿Si se entregan los componentes y se cumplen los supuestos respectivos, entonces se alcanza el propósito?	X	
c) ¿Si se alcanza el propósito y se cumplen los supuestos respectivos, entonces se contribuye de manera significativa al fin?	X	
d) ¿Si se alcanza el fin y se cumplen los supuestos en este nivel, entonces se crean condiciones para la sustentabilidad de los beneficios generados por el programa?	X	

Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.8 Paso 8: Proyectar los Indicadores

Un indicador es una herramienta que permite medir el avance en el logro de los objetivos y proporciona información para monitorear y evaluar los resultados del programa (Ortegón *et al*, 2005) (Tabla 12).

11.9. Paso 9: Proponer los Medios de verificación

Los medios de verificación corresponden a las fuentes de información que se utilizarán para calcular los indicadores. La existencia de esta columna en la MIR ayuda a identificar fuentes existentes de información para calcular los indicadores, o bien, si éstas no están disponibles, permite incluir en el diseño del programa actividades orientadas a recolectar la información requerida. Además, es importante en términos de transparencia, pues facilita que cualquier persona ajena al programa

verifique el cálculo de los indicadores al estar identificadas las fuentes de información ***(CONEVAL, 2016)***.

Tabla 12. Proyectar Indicadores y Proponer Medios de Verificación (parte I)

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META	MEDIO DE VERIFICACIÓN
FIN	CONTRIBUIR AL CRECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS EN EL MUNICIPIO DE MORELIA	TASA DE VARIACIÓN ANUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS EN EL MUNICIPIO DE MORELIA	LA TASA DE EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS CRECE ANUALMENTE UN 30% EN EL MUNICIPIO DE MORELIA	ESTADÍSTICAS ELABORADAS POR EL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEGRAFÍA (INEGI)
PROPÓSITO	DESARROLLO EXITOSO DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA	PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA ATENDIDOS POR EL PROGRAMA EN EL AÑO INICIAL	ATENDER EN EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN, AL MENOS AL 30% DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA	REGISTROS EN LA BASE DE DATOS DE LOS RESPONSABLES DEL PROGRAMA. ESTADÍSTICAS DEL INEGI
		TASA DE VARIACIÓN ANUAL DEL NÚMERO DE EMPRENDEDORES CREATIVOS QUE ATIENDE EL PROGRAMA	AUMENTAR EN UN 20% ANUAL EL NÚMERO DE EMPRENDEDORES CREATIVOS ATENDIDOS POR EL PROGRAMA	REGISTROS EN LA BASE DE DATOS DEL DEPARTAMENTO QUE SE PRETENDE CREAR
		TASA DE VARIACIÓN DE LAS PÉRDIDAS Y/O GANANCIAS DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA ATENDIDOS POR EL PROGRAMA	LA TASA DE GANANCIA CRECE Y/O LA PÉRDIDA DISMINUYE EN UN 10% ANUAL DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA ATENDIDOS POR EL PROGRAMA	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA
COMPONENTES	EMPRENDEDORES CREATIVOS EVALUADOS EFICIENTEMENTE Y RETROALIMENTADOS	PORCENTAJE DE PROYECTOS DE EMPRENDEDORES CREATIVOS PRESENTADOS QUE SE EVALUARON EN EL AÑO INICIAL	EVALUAR EL 100% DE LOS PROYECTOS PRESENTADOS EN EL AÑO INICIAL	REGISTROS DE LA BASE DE DATOS DEL COMITÉ TÉCNICO DE EVALUACIÓN
		TASA DE VARIACIÓN ANUAL DEL NÚMERO DE PROYECTOS DE EMPRENDEDORES CREATIVOS EVALUADOS	EVALUAR EL 100% DE LOS PROYECTOS PRESENTADOS EN CADA AÑO	REGISTROS DE LA BASE DE DATOS DEL COMITÉ TÉCNICO DE EVALUACIÓN
		PORCENTAJE DE PROYECTOS DE EMPRENDEDORES CREATIVOS ACEPTADOS EN EL AÑO INICIAL	PORCENTAJE DE PROYECTOS QUE CONTINUAN OPERANDO	REGISTROS DE LA BASE DE DATOS DEL COMITÉ TÉCNICO DE EVALUACIÓN
		TASA DE VARIACIÓN ANUAL DEL NÚMERO DE PROYECTOS ACEPTADOS	LOS PROYECTOS ACEPTADOS CRECEN UN 10% ANUAL	REGISTROS DE LA BASE DE DATOS DEL COMITÉ TÉCNICO DE EVALUACIÓN
		PORCENTAJE DE PROYECTOS RECHAZADOS QUE VOLVIERON A PRESENTARSE ATENDIENDO A LA RETROALIMENTACIÓN OFRECIDA	EL 80% DE LOS PROYECTOS RECHAZADOS VUELVEN A PRESENTARSE CON LAS CORRECIONES SUGERIDAS	REGISTROS DE LA BASE DE DATOS DEL COMITÉ TÉCNICO DE EVALUACIÓN

(Continua)

Tabla 13. Proyectar Indicadores y Proponer Medios de Verificación (parte II)

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
COMPONENTES	EMPRENDEDORES CREATIVOS CORRECTAMENTE ASESORADOS EN MATERIA LEGAL, CONTABLE Y ADMINISTRATIVA.	PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES CREATIVOS CON PROYECTOS ACEPTADOS QUE RECIBIERÓN ASESORÍA	ASESORAR AL 100% DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS CUYOS PROYECTOS FUERON ACEPTADOS	REGISTROS DE LA BASE DE DATOS DEL COMITÉ TÉCNICO DE EVALUACIÓN. REGISTROS EN LA BASE DE DATOS DE LOS RESPONSABLES DEL PROGRAMA.
		CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS ASESORÍAS	OBTENER AL MENOS UNA CALIFICACIÓN DE 8 EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA
	EMPRENDEDORES CREATIVOS ADECUADAMENTE VINCULADOS A LOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES	PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES CREATIVOS CON PROYECTOS ACEPTADOS QUE FUERON VINCULADOS CON PROGRAMAS GUBERNAMENTALES	VINCULAR EXITOSAMENTE AL MENOS AL 50% DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS ACEPTADOS CON PROGRAMAS GUBERNAMENTALES	REGISTROS EN LA BASE DE DATOS DE LOS RESPONSABLES DEL PROGRAMA.
		CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE VINCULACION	OBTENER AL MENOS UNA CALIFICACIÓN DE 8 EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA
		CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL FUNCIONAMIENTO DEL PROGRAMA AL CUAL SE LE VINCULÓ	OBTENER EL 100% DE ENCUESTAS CONTESTADAS POR PARTE DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA
	EMPRENDEDORES CREATIVOS CON ACOMPAÑAMIENTO CONTRA LA CORRUPCIÓN	PORCENTAJE DE QUEJAS ATENDIDAS DE ACTOS DE CORRUPCIÓN COMETIDOS EN OTRAS INSTITUCIONES	ATENDER EL 80% DE LAS QUEJAS PRESENTADAS	REGISTROS EN LA BASE DE DATOS DE LOS RESPONSABLES DEL PROGRAMA.
		PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES CREATIVOS QUE OBTUVIERON RESPUESTAS FAVORABLES CONTRA AQUELLOS QUE HICERON UN ACTO DE CORRUPCIÓN	OBTENER UN 80% DE RESPUESTAS POSITIVAS	SENTENCIAS Y RESOLUCIONES EMITIDAS POR LOS ÓRGANOS FACULTADOS
		CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL ACOMPAÑAMIENTO	OBTENER AL MENOS UNA CALIFICACIÓN DE 8 EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA

(Continua)

Tabla 14. Proyectar Indicadores y Proponer Medios de Verificación (parte III)

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META	MEDIO DE VERIFICACIÓN
ACTIVIDADES	**A1C1.** FORMAR UN CONSEJO TÉCNICO CON CAPACIDAD DE EVALUACIÓN Y DE OTORGAR RETROALIMENTACIÓN INMEDIATA	PORCENTAJE DE ASISTENCIA DE LOS CONSEJEROS TÉCNICOS A LAS SESIONES DE EVALUACIÓN	CADA CONSEJERO TÉCNICO DEBERÁ TENER AL MENOS EL 80% DE ASISTENCIAS A LAS SESIONES DE EVLUACIÓN	REGISTROS DE LA BASE DE DATOS DEL COMITÉ TÉCNICO DE EVALUACIÓN
	A2C1. REALIZAR UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DEL NUEVO PROGRAMA PÚBLICO POR MEDIO DE REDES SOCIALES.	PROMEDIO DE PERSONAS QUE SOLICITAN INFORMACIÓN POR MEDIO DE LAS REDES SOCIALES	RECIBIR EN PROMEDIO 70 SOLICITUDES DE INFORMACIÓN MENSUALES	REGISTROS OBTENIDOS DE LAS REDES SOCIALES
		PROMEDIO DE EMPRENDEDORES CREATIVOS QUE ASISTEN AL DEPARTMENTO GRACIAS A LAS PUBLICACIÓNES EN REDES SOCIALES	10 EMPRENDEDORES O POSIBLES EMPRENDEDORES CREATIVOS POR MES INVOLUCRADOS EN EL PROGRAMA DEBIDO A PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA Y DE LAS REDES SOCIALES
	A1C2. SELECCIONAR A UN ABOGADO, UN CONTADOR Y UN INGENIERO EN SISTEMAS PARA QUE COORDINEN Y EJECUTEN EL PROGRAMA	CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LAS EVALUACIONES APLICADAS PARA SELECCIONAR EL PERSONAL	OBTENER AL MENOS UNA CALIFICACIÓN DE 8 EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE LAS EVALUACIONES CORRESPONDIENTES
	A2C2. COMPRAR EL EQUIPO Y SUMINISTROS NECESARIOS PARA EL CORRECTO DESEMPEÑO DEL PERSONAL.	COSTO PROMEDIO DE LOS EQUIPOS Y SUMINSTROS UTILIZADOS	REDUCIR LOS COSTOS INNECESARIOS EN UN 10% ANUAL	REGISTROS DE LA BASE DE DATOS DEL DEPARTAMENTO DE CONTRALORÍA
	A3C2. CAPACITAR AL PERSONAL RESPONSABLE DEL PROGRAMA EN TODO LO QUE NECESITA SABER UN EMPRENDEDOR REFERENTE A LA PARTE LEGAL, CONTABLE Y ADMINISTRATIVA PARA SU EMPRENDIMIENTO.	CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LAS EVALUACIONES RESPECTO A LOS CONOCIMIENTOS OBTENIDOS DEL PERSONAL EN LA CAPACITACIONES	OBTENER AL MENOS UNA CALIFICACIÓN DE 8 EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE LAS EVALUACIONES CORRESPONDIENTES

(Continua)

Tabla 15. Proyectar Indicadores y Proponer Medios de Verificación (parte IV)

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META	MEDIO DE VERIFICACIÓN
ACTIVIDADES	**A4C2.** REALIZAR LA PROGRAMACIÓN DE LAS CAPACITACIONES A LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS REFERENTES A LOS ASPECTOS LEGALES, CONTABLES Y ADMINISTRATIVOS.	PROMEDIO DE HORAS NECESARIAS PARA LOGRAR CAPACITAR ADECUADAMENTE A LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS	REDUCIR ANUALMENTE UN 10% EL PROMEDIO DE HORAS NECESARIAS PARA LAS CAPACITACIONES	REGISTROS EN LA BASE DE DATOS DE LOS RESPONSABLES DEL PROGRAMA.
		CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS CAPACITACIONES	OBTENER AL MENOS UNA CALIFICACIÓN DE 8 EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA
	A1C3. CAPACITAR AL PERSONAL RESPONSABLE DEL PROGRAMA EN TODO LO REFERENTE A LOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES QUE PUEDAN POTENCIAR LOS EMPRENDIMIENTOS VERDES.	CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LAS EVALUACIONES RESPECTO A LOS CONOCIMIENTOS OBTENIDOS DEL PERSONAL EN LA CAPACITACIONES	OBTENER AL MENOS UNA CALIFICACIÓN DE 8 EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE LAS EVALUACIONES CORRESPONDIENTES
	A2C3. REALIZAR LA PROGRAMACIÓN DE LAS CAPACITACIONES A LOS EMPRENDEDORES VERDES REFERENTE A LOS PROGRAMAS DE APOYOS GUBERNAMENTALES.	PROMEDIO DE HORAS NECESARIAS PARA LOGRAR CAPACITAR ADECUADAMENTE A LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS	REDUCIR ANUALMENTE UN 10% EL PROMEDIO DE HORAS NECESARIAS PARA LAS CAPACITACIONES	REGISTROS EN LA BASE DE DATOS DE LOS RESPONSABLES DEL PROGRAMA.
		CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LAS CAPACITACIONES	OBTENER AL MENOS UNA CALIFICACIÓN DE 8 EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA
	A3C3. COADYUVAR EN LA VINCULACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES VERDES CON LAS DIFERENTES SECRETARÍAS QUE OPERAN LOS PROGRAMAS DE APOYOS.	PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES CREATIVOS CON PROYECTOS ACEPTADOS QUE FUERON VINCULADOS CON LAS SECRETARÍAS ADECUADA	VINCULAR EXITOSAMENTE AL MENOS AL 80% DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS CON LA SECRETARÍA CORRESPONDIENTE	REGISTROS EN LA BASE DE DATOS DE LOS RESPONSABLES DEL PROGRAMA. REGISTROS DE LAS SECRETARÍAS VINCULADAS
	A1C4. VIGILAR QUE NO SE COMETAN ACTOS DE CORRUPCIÓN POR PARTE DE LAS INSTITUCIONES QUE EXPIDAN LOS TRÁMITES ADMINISTRATIVOS, QUE OPEREN LOS PROGRAMAS DE APOYO GUBERNAMENTALES O AQUELLAS QUE APLICAN LA LEGISLACIÓN AMBIENTAL.	PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES CREATIVOS QUE SUFRIERON UN ACTO DE CORRUPCIÓN POR PARTE INSTITUCIONES PÚBLICAS	IDENTIFICAR EL 80% DE EMPRENDEDORES CREATIVOS AFECTADOS POR ACTOS DE CORRUPCIÓN	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA
		CALIFICACIÓN PROMEDIO DE LA ENCUESTA DE ACTOS DE CORRUPCIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS	OBTENER EL 100% DE ENCUESTAS CONTESTADAS POR LOS AFECTADOS	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA
	A2C4. PROPORCIONAR ACOMPAÑAMIENTO AL EMPRENDEDOR CREATIVO QUE HAYA SIDO AFECTADO POR UN ACTO DE CORRUPCIÓN, EN EL RESPECTIVO TRÁMITE LEGAL.	PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES CREATIVOS QUE SUFRIERON UN ACTO DE CORRUPCIÓN Y QUE FUERON ACOMPAÑADOS EN LA TRAMITOLOGIA LEGAL CORRESPONDIENTE	ACOMPAÑAR AL 100% DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS QUE PRESENTARON SU QUEJA POR SUFRIR UN ACTO DE CORRUPCIÓN EN TODO EL TRÁMITE LEGAL CORRESPONDIENTE	RECOLECCIÓN DE DATOS A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE UNA ENCUESTA

Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.10 Paso 10: Verificación de la lógica horizontal

El conjunto objetivo–indicadores–medios de verificación forma lo que se conoce como lógica horizontal de la MIR, la cual permite tener una base objetiva para monitorear y evaluar el comportamiento del programa (Aldunate y Córdoba, 2011).

Tabla 16. Verificación de la Lógica Horizontal

LÓGICA HORIZONTAL	SI	NO
a) ¿Los medios de verificación identificados son los necesarios y suficientes para obtener los datos requeridos para el cálculo de los indicadores?	X	
b) ¿Los indicadores definidos permiten hacer un buen seguimiento del programa y evaluar adecuadamente el logro de los objetivos?	X	

Fuente: elaboración propia con base en la MML y la MIR (ILPES, 2004: CONEVAL, 2016)

11.11 Resumen ejecutivo de la propuesta de programa público

Finalmente se presenta un resumen ejecutivo de la propuesta del programa de PP para el fomento a la EC en el municipio de Morelia, Michoacán, México:

“PROGRAMA INTEGRAL Y TRANSVERSAL PARA EL DESARROLLO EXITOSO DE LOS EMPRENDEDORES CREATIVOS DEL MUNICIPIO DE MORELIA”

La siguiente propuesta de programa es una estrategia de capacitación, vinculación y acompañamiento de carácter municipal, que en su primera etapa tendrá como objetivo identificar, convocar y apoyar a los emprendedores creativos establecidos en el municipio de Morelia. Posteriormente se buscara facilitar y garantizar el acceso a la información necesaria para iniciar, formalizar, crecer, desarrollar o escalar cualquier tipo de emprendimiento creativo, permitiendo mejorar sus resultados y alcanzar las metas y objetivos necesarios para lograr el éxito comercial en el corto y mediano plazo; que además permita la consolidación de dichos emprendimientos a largo plazo, generando cadenas de valor, que propicien un desarrollo económico y que así mismo permita un avance conjunto entre la sociedad y los emprendedores

creativos hacia los objetivos y metas propuestos por organismos nacionales e internacionales en favor del desarrollo social.

Para el logro del objetivo general, así como de los objetivos particulares, es necesaria la coordinación y la cooperación entre las dependencias de la administración pública, tanto de los organismos federales, de los organismos estatales, como de los organismos del municipio de Morelia, ya que los emprendedores creativos se desarrollan en diferentes sectores productivos y por tanto se necesita del apoyo de dependencias y programas públicos de forma transversal para que de esta manera se pueda alcanzar dichos objetivos. De la misma forma, es necesario establecer coordinación con las entidades y órganos de evaluación, los institutos de trasparencia, rendición de cuentas y acceso a la información, así como de las instituciones de impartición de justicia.

El programa será coordinado por la Secretaría de Fomento Económico y la Secretaría de Cultura, ambos organismos dependientes del Ayuntamiento de Morelia. Serán tres profesionistas los responsables de la implementación del programa y se pretende que los fondos para su ejecución sean mixtos, ya que se cubrirán con una parte del presupuesto de egresos del municipio, otra parte de una partida especial aprobada por el congreso del Estado de Michoacán y finalmente, obtener una parte adicional mediante la gestión de recursos tanto de la federación, como de organismos internacionales.

Población Objetivo

Las acciones del programa buscarán atender a todos los emprendedores creativos del municipio de Morelia.

Objetivo general

Desarrollar emprendedores creativos a través de la capacitación y evaluación constantes, adecuadamente vinculados y correctamente asesorados para que potencialicen sus proyectos y de esta forma, contribuyan con el desarrollo económico y social del municipio de Morelia.

Objetivos específicos

1) Evaluar de manera eficiente, eficaz y rápida todos los proyectos que presenten los emprendedores creativos.
2) Ofrecer a todos los emprendedores creativos evaluados una retroalimentación adecuada de sus proyectos, incluso aquellos proyectos rechazados, que les permita una mejora continua.
3) Capacitar integralmente a todos aquellos emprendedores creativos cuyos proyectos fueron aceptados en todo lo que necesiten aprender y comprender respecto a los aspectos legales, contables y administrativos para sus respectivos emprendimientos.
4) Vincular adecuadamente a los emprendedores creativos a los programas de apoyos gubernamentales, subsidios, financiamientos, etcétera que permitan el crecimiento y desarrollo de sus emprendimientos.
5) Asesorar de forma oportuna y continua a los emprendedores creativos para prevenir actos de corrupción y particularmente a todos aquellos emprendedores verdes que sufran actos corrupción.

Instituciones que se pueden involucrar

a) Comisión intersectorial de planes y programas derivados del PND. Instancia de colaboración y fortalecimiento de las líneas de acción entre los sectores y programas Económicos y de Sociales en sus tres niveles de gobierno.
b) La Secretaría de Economía (SE) en su ámbito federal y la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) en el ámbito estatal, para coadyuvar en el diseño del programa, así como con la impartición de capacitaciones en temas económicos.
c) El Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) para que ofrezcan capacitaciones en lo referente a los procesos de innovación, al uso de nuevas tecnologías, así como para el acceso a programas de subsidios y programas de apoyo económico.

d) El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) para que impartan capacitaciones referentes a los trámites necesarios para que los emprendedores creativos se formalicen.

e) El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) para que capaciten a los emprendedores creativos en la forma correcta de utilizar de manera la información que el Instituto genera.

f) La Unidad de Desarrollo Productivo (UDP) para que indiquen el proceso que se debe seguir para acceder a algunos de los programas de apoyo tanto económicos como de capacitación a los emprendedores creativos.

g) El Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los trabajadores (INFONAVIT) para que capaciten a los emprendedores creativos y contribuyan con la formalización de los emprendimientos.

h) La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para que contribuya en la asesoría para realizar los tramite fiscales correspondientes, así como para que contribuya en el diseño e implementación de incentivos fiscales para los emprendedores creativos.

i) La Secretaría de la Función Pública (SFP) para que oriente y reciba las denuncias que realicen los emprendedores creativos sobre los actos de corrupción por parte de cualquier servidor público.

j) Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) para que brinde información sobre las características y procedimientos para acceder a todos los programas de política pública federal que puedan beneficiar a los emprendedores verdes.

k) El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) en su ámbito autónomo nacional para la contribución con el diseño, planeación y evaluación del programa.

l) El Congreso del Estado de Michoacán, para la aprobación y regulación presupuestal para la implementación del programa.

m) El Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación (ICTI) para que ofrezcan capacitaciones principalmente en la parte de innovación, así como para el acceso a nuevas tecnologías.

n) La Secretaría de Cultura de Michoacán para que contribuyan en el diseño y elaboración del programa, así como con la impartición de capacitaciones en temas de creatividad.
o) Instituto Michoacano de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (IMAIP) para que brinde información sobre las características y procedimientos para acceder a todos los programas de política pública estatal que puedan beneficiar a los emprendedores creativos.

Ejes estratégicos

1) **Desarrollo Económico:** Al fortalecer a los emprendedores creativos, se generan fuentes de empleo, se pueden obtener mayores ingresos, se mejoran los perfiles profesionales, se puede aumentar la competitividad, se potencia la innovación, se promueve la creación de nuevas cadenas productivas, para que finalmente se pueda reflejar en que haya desarrollo económico en el municipio de Morelia.
2) **Desarrollo Social:** Los comportamientos y valoraciones de los sujetos abarcan ámbitos tan diversos como la confianza en los otros miembros de la comunidad, el capital social, el sentido de pertenencia, de identidad, solidaridad, la aceptación de normas de convivencia y la disposición a participar en espacios de deliberación y en proyectos colectivos. Al empoderar a los emprendedores creativos, se podrían volver ejemplos de actuación de sus respectivas áreas de influencia, fomentando la creación de redes colaborativas que a su vez fortalezcan el sentido de identidad y promuevan la participación de los miembros de su respectiva comunidad para estimular su creatividad y se genere la motivación para acceder a una oportunidad de un modelo de negocio que les permita vivir de manera digna.

CONCLUSIONES

La carencia de crecimiento económico impacta negativamente a la sociedad en su conjunto, afectando derechos fundamentales como el acceso a empleos dignos y la posibilidad de mejorar las condiciones sociales en su entorno. Por lo tanto, es deber de los tres niveles de gobierno crear e implementar políticas públicas que faciliten las condiciones necesarias para garantizar estos derechos.

El emprendimiento representa una iniciativa individual que puede influir tanto de manera positiva como negativa en los contextos sociales, económicos y ambientales donde se lleva a cabo. Esta actividad puede fomentar colaboraciones constructivas entre los diversos actores involucrados, ya sean aquellos que participan de manera activa o quienes, de forma pasiva, se ven impactados o beneficiados por las acciones emprendedoras. Además, tiene el potencial de generar empleos productivos y dignos, y puede ser objeto de estudio en el ámbito académico, así como influir en la formulación de políticas.

Las teorías de Schumpeter y la escuela austriaca sobre el emprendimiento ofrecen elementos valiosos que pueden enriquecer la formación de quienes opten por ser emprendedores. Aunque estas teorías fueron desarrolladas hace tiempo, poseen fundamentos sólidos que son aplicables en la actualidad y brindan una perspectiva más organizada sobre las características que pueden definir la actividad emprendedora innovadora.

Promover una educación y cultura emprendedora es una tarea que involucra a toda la sociedad, pero en particular, las instituciones públicas deben asumir esta responsabilidad. Las políticas públicas que buscan fomentar el emprendimiento deben abarcar diferentes sectores, es decir, deben ser integrales, desde la implementación de incentivos fiscales, hasta la capacitación en temas financieros y la difusión de información que permita a más personas conocer sobre el emprendimiento, incluyendo la realización de compras gubernamentales. Todo lo anterior puede llevarse a cabo a través de políticas públicas que se formalizan en leyes, normas, programas y acciones de diversas categorías.

El emprendimiento creativo se presenta como una opción para adaptar nuevas formas de producción y consumo en el municipio de Morelia. Una de las características de los emprendedores creativos es su capacidad para innovar en métodos de producción, insumos, productos y procesos. Este tipo de emprendimiento también busca la armonía y la sinergia entre lo tradicional y lo moderno, teniendo como eje central la creatividad; por lo tanto, puede aplicarse tanto en oficios ancestrales como la elaboración de artesanías, como en profesiones más recientes, como el diseño de software.

En México, el emprendimiento creativo se encuentra en una etapa inicial. Además, las leyes, la educación y las políticas públicas actuales no facilitan la difusión, el conocimiento, la expansión y el crecimiento de estas iniciativas. La transformación hacia una sociedad más consciente de la relevancia del desarrollo económico inclusivo y equitativo, sin dejar a nadie atrás, será posible gracias al compromiso y la cooperación de los gobiernos en sus distintos niveles, de los ciudadanos en su vida cotidiana, del trabajo conjunto y de la colaboración entre los cuatro sectores mencionados en el modelo de cuádruple hélice: academia, sector público, sector privado y sociedad civil. Sin embargo, esta transformación debe llevarse a cabo con urgencia, ya que es lo que el país, el estado y el municipio requieren.

A pesar de que los planes de desarrollo de los tres niveles de gobierno incluyen un apartado significativo para abordar el desarrollo económico, en la práctica no se observa coherencia, ya que la supuesta importancia no se refleja en la asignación de presupuestos. Debido a esto, las dependencias encargadas de las políticas públicas suelen enfrentar limitaciones en recursos económicos, humanos y materiales, lo que obstaculiza su operatividad y eficiencia, además de que esto puede dar lugar a actos de corrupción continuos.

Es necesario que los emprendedores creativos se organicen mejor para establecer redes de trabajo donde compartan información y consejos. Esto les permitirá proponer iniciativas legislativas dirigidas a fomentar el desarrollo económico creativo, lo que a su vez puede resultar en un crecimiento del mercado de productos y servicios creativos. Asimismo, deben apoyarse mutuamente y exigir a las

dependencias gubernamentales que erradiquen la corrupción y agilicen los trámites burocráticos.

La dinámica del emprendimiento creativo en el municipio de Morelia se presenta como un sistema desarticulado, aunque en crecimiento en ciertos sectores. Sin embargo, algunos otros sectores se encuentran rezagados. Dado que la mayoría de los emprendimientos en Morelia pertenecen al sector terciario, se debería concentrar el esfuerzo en potenciar las capacidades locales y evitar desperdiciar recursos en promover o implementar sectores nuevos, como las industrias pesadas.

El objetivo general de esta investigación se ha cumplido al identificar que el perfil socioeconómico, el nivel de ingresos, el acceso a financiamiento, el apoyo de instituciones públicas y las perspectivas de crecimiento son factores clave en la actividad emprendedora creativa en Morelia. La investigación permitió concluir lo siguiente: el perfil predominante del emprendedor creativo entre los artesanos de Capula es mayoritariamente femenino, con edades entre 18 y 30 años, un nivel educativo básico, más de cinco años de operación en su emprendimiento, y una escasa disposición para capacitarse. La mayoría de los emprendimientos reportan pequeñas pérdidas según los resultados de la encuesta, aunque, considerando el tiempo que llevan operando, se infiere que al menos generan pequeñas ganancias para la subsistencia familiar. En este sentido, la mayoría de las respuestas de la encuesta indican que el emprendimiento genera solo un empleo, pero, a partir de la observación y los datos obtenidos del DENUE y del Censo Económico, se deduce que en promedio se generan entre dos y cinco empleos.

En cuanto al nivel de ingresos del emprendimiento creativo, la mayoría de los encuestados considera que es bajo. Esto permite inferir tres puntos: primero, que la posibilidad de obtener buenos ingresos no es un factor determinante para iniciar en el oficio; segundo, que la problemática de inseguridad que se vive en gran parte del país tiene un impacto económico; y tercero, que al no existir o no conocer otras oportunidades para emprender, se ven obligados a continuar en el negocio familiar. Con relación al salario, este es bajo, lo que concuerda con la información del INEGI, que indica que en este sector el salario mensual promedio es de $3,003 pesos.

El acceso a financiamiento es complicado; en algunos casos, los trámites son engorrosos y lentos, en otros, no hay información sobre la existencia de financiamientos, y en algunos más, los intereses son excesivamente altos. Además, no existe una cultura de inversión, lo que dificulta que haya inversores privados dispuestos a confiar en emprendimientos innovadores o en emprendedores que permitan la participación de personas ajenas en sus negocios. Por lo tanto, los emprendedores creativos, al igual que muchos pequeños emprendedores, recurren principalmente a fuentes de financiamiento informales, como el ahorro personal y los préstamos de familiares y amigos, para avanzar en sus iniciativas empresariales.

Una de las responsabilidades del gobierno es mitigar las fallas del mercado. En el municipio de Morelia, una de las fallas más relevantes en el ámbito del emprendimiento creativo es la asimetría de la información. Sin embargo, los emprendedores creativos perciben que no hay suficientes políticas públicas que ayuden a reducir esta falla. Además, consideran que los incentivos de las instituciones públicas para fomentar la actividad emprendedora creativa son escasos y, lo que es peor, que los que existen están mal diseñados o implementados, lo que genera obstáculos para el desarrollo de emprendimientos creativos.

A pesar de las dificultades que enfrentan los emprendedores creativos para crecer y desarrollarse, la mayoría coincide en que las perspectivas de crecimiento son muy alentadoras, tanto para el consumo general de productos y servicios creativos como para sus propios emprendimientos.

En términos generales, los emprendedores creativos no esperan que los tres niveles de gobierno simplemente les otorguen recursos económicos o materiales, aunque esto sería bien recibido. Lo que realmente solicitan es que se impulse sus emprendimientos mediante la agilización y simplificación de los trámites administrativos y burocráticos, la eliminación de la corrupción en las dependencias públicas, la difusión y promoción de los diversos financiamientos disponibles, el establecimiento de incentivos fiscales adecuados y accesibles, así como la promoción de sus productos y servicios creativos.

RECOMENDACIONES

Las dependencias de los tres niveles de gobierno que son responsables del diseño, implementación y evaluación de las PP para el desarrollo económico, deberían llevar un registro de todas aquellas empresas y emprendimientos que estén realizando las cosas de forma correcta, que estén implementando acciones que contribuyen con el DEL, premiar estas iniciativas y difundir de manera masiva para que sirvan de referencia para el resto de la sociedad.

Revisar el régimen de incentivos y beneficios fiscales a los emprendimientos creativos en los tres niveles de gobierno y proponer mejoras para que se disminuyan ciertos obstáculos a la actividad emprendedora, sobre todo al inicio de la actividad, momento en el que el emprendedor debe soportar los gastos de la actividad y aún no ha logrado obtener alguna rentabilidad del negocio. Así mismo que el acceso a estos incentivos fiscales pueda realizarse de manera rápida y ágil, pero que los requisitos para seguir disfrutando beneficios fiscales sean estrictos y disciplinados.

Analizar y restructurar los procedimientos para la realización de los tramites y proceso burocráticos necesarios para iniciar los emprendimientos creativos de tal manera que permitan reducir los tiempos de respuesta o de validación, que sean procesos más sencillos de realizar, que los costos estén en función de la capacidad económica de los que lo solicitan y que se integre una estrategia de trámites digitales para que también se contribuya a que los emprendedores no pierdan mucho tiempo en la realización de los mismos.

Incentivar y promover el financiamiento en proyectos emprendedores creativos, no sólo a través de los canales tradicionales como la banca privada y la banca de desarrollo, sino también por medio otros canales como lo puede ser: organización de eventos de vinculación entre los emprendedores que necesiten financiamiento e inversores privados que tengan el capital económico para invertir, también mediante la promoción y capacitación de las plataformas digitales, por ejemplo el crowdfunding, creando un marco legal que facilite este tipo de iniciativas.

Revisar y fortalecer la legislación en materia de desarrollo económico, implementar leyes que incentiven y premien las buenas prácticas en emprendimientos creativos. También se deben mejorar las instituciones responsables de ejercer el estado de derecho en dicha legislación, se deben buscar soluciones para erradicar la corrupción de dichas instituciones, así como también de dotar de los recursos económicos, humanos y materiales para que puedan realizar su trabajo, además de la capacitación constante a los servidores públicos para que puedan ejercer sus responsabilidades de forma eficiente y apegada a la ley.

Promover la creación de redes específicas de emprendedores creativos que les permitan conectarse, así como también que se fomente el intercambio de experiencias y asesoría entre los mismos emprendedores nóveles y los empresarios consolidados. Estas redes deben generarse y contactarse tanto por canales físicos existentes, como por ejemplo a través de las Cámaras de Comercio, como por canales virtuales, ya sea a través de portales de internet o mediante las redes sociales como Facebook, LinkedIn, twitter, instagram, etcétera.

Desarrollar e implementar en las escuelas de nivel básico (preescolar, primaria y secundaria) programas para incentivar la creatividad en la niñez, pero adicionalmente integrar a los padres de familia en estas acciones, mediante la realización de actividades en conjunto para fortalecer el aprendizaje y valorar la creatividad, así como también proponer que las escuelas de nivel medio y superior (preparatorias, técnicas y universidades) implementen acciones encaminadas a promover la creatividad al interior y al exterior de sus respectivas escuelas.

Integrar en todas las escuelas, desde el nivel básico hasta el nivel superior materias relacionadas con la creación de empresas y el desarrollo del espíritu emprendedor que les permitan identificar áreas de oportunidad, conocer metodologías que les permita desarrollar sus ideas, dominar los conceptos básicos financieros, aprender los procesos y las herramientas de gestión y organización empresarial, así como la práctica constante para la toma de decisiones y el manejo del riesgo.

Diseñar e implementar programas de capacitación enfocados en dotar a los nuevos emprendedores creativos de conocimientos y habilidades para el manejo y la gestión de sus negocios, así como asesoría ágil y expedita para que puedan acceder a programas específicos de aceleración que permitan la mejora, el posicionamiento y la difusión de sus respectivos productos o servicios así como la mejor manera para la obtención del financiamiento adecuado para todas las etapas del emprendimiento, ya sea naciente, en desarrollo o ya consolidado.

Mejorar la coherencia entre las diferentes políticas públicas, consultar con los afectados e identificar la mejor manera de enfrentar las distintas problemáticas existentes en la EC, así como mejorar la coordinación de los tres niveles de gobierno, tanto de forma vertical como de forma horizontal y de forma transversal, eso incluye el impulso a la cooperación entre las diversas dependencias públicas responsables de diseñar, implementar y evaluar dichas políticas públicas, aprovechando las sinergias que pueden surgir de la integración de las distintas estrategias públicas.

Implementar, promover e incentivar una política de compra a proveedores locales en todos los niveles y en todas las dependencias de la administración pública.

Realizar campañas de difusión y promoción dirigidas a la ciudadanía, ofreciendo información de productos y servicios creativos sustentados en bases de datos confiables y actualizadas. Así mismo se puede coadyuvar en la creación de ferias, congresos y exposiciones que permitan a los emprendedores creativos exponer sus servicios y productos, además de contactar nuevos clientes.

Fomentar una mayor y mejor vinculación entre la academia, los emprendedores creativos, el sector público y el resto de la sociedad civil, mediante la colaboración en la creación de patentes y su posterior comercialización, además de la creación de congresos con ponencias de académicos, empresarios y políticos expertos en temas creativos, así como la colaboración de los cuatro sectores en mesas de trabajo orientados a solucionar problemas que obstaculizan el desarrollo económico.

FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN

Al tener la investigación un enfoque exploratorio, las sugerencias de futuras líneas de investigación se diversifican, ya que se puede abordar desde varias perspectivas o incluso de forma interdisciplinaria que englobe los avances realizados por la presente investigación, por lo tanto, se abre un amplio panorama para realizar investigaciones tanto a nivel de maestría como a nivel de doctorado:

Gestión de la Administración Pública

a) Determinar las causas por las cuales no se aplica correctamente el estado de derecho de la legislación existente en materia de desarrollo económico y el impacto social que se genera, analizar si el marco jurídico está mal diseñado, si es por falta de recursos, si es porque existe una deficiente interpretación y ejecución de la legislación por parte de los responsables de su aplicación, es decir el elemento humano, o simplemente porque no se considera un problema que sea urgente e importante de resolver.
b) Analizar el impacto económico que se deriva de la corrupción en las instituciones públicas y definir cuáles son las causas de la existencia de este problema.
c) Estudiar cómo afecta en el desarrollo económico y en el desarrollo social que la realización de los trámites administrativos para realizar emprendimientos económicos, creativos y sociales sean complejos y tardados.

Políticas Públicas para el Desarrollo Social

a) Demostrar que, para mejorar la deficiente cultura emprendedora y los escasos incentivos a la creatividad, se deben enfocar los esfuerzos en impartir y difundir la educación financiera entre los adultos, porque aun y cuando en las escuelas se les inculque a los niños y jóvenes una mayor conciencia emprendedora, tal vez son los adultos los que obstaculizan los esfuerzos y los aprendizajes que se obtienen en las escuelas.
b) Comprobar que el fortalecimiento de las competencias socioemocionales permite al ser humano relacionarse con el mundo, especialmente en grupos

vulnerables y que puede incidir en mejores niveles de aprendizaje, así como en trayectorias académicas, personales y profesionales más exitosas y con menor riesgo de desempleo, entre otros beneficios.

Política Económica

a) Realizar una evaluación de los incentivos fiscales existentes y determinar si son suficientes, adecuados y determinantes para fomentar el crecimiento de los emprendimientos creativos y los motivos por los cuales no lo sean.
b) Identificar todos los programas públicos de capacitación, que estén diseñados para contribuir con el crecimiento y desarrollo económico, así como también analizar la calidad de los mismos y determinar su eficiencia, su eficacia, su cobertura y su impacto.
c) Evaluar las diferentes fuentes de financiamiento, tanto públicas como privadas, los tipos existentes para los emprendimientos y concluir el grado de disponibilidad, grado de accesibilidad y los impactos que podrían tener en el desarrollo económico.
d) Estudiar las causas por las cuales hay una escasez de compra pública de productos y servicios locales, así como constatar la posible relación positiva de si un aumento de la compra por parte de las instituciones públicas contribuiría con el crecimiento de los emprendimientos creativos locales.
e) Realizar una investigación para comparar las características de las diferentes actividades emprendedoras que se realizan en el municipio de Morelia y en el estado de Michoacán.

BIBLIOGRAFIA

ACRIP. (2019). *Importancia de las industrias creativas en la economía.* Bogotá: FEDESARROLLO.

Aguilar, L. (2010). *Política Pública.* Ciudad de México: Siglo Veintiuno.

Alburquerque, F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local.* Buenos Aires: Organización Internacional del Trabajo.

Aldunate, E., & Córdoba, J. (2011). *Formulación de programas con la Metodología del Marco Lógico.* Santiago de Chile: CEPAL.

Amorós, E. (2 de Junio de 2017). *EUMED.NET*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/44.htm

Amorós, J., Ciravegna, L., Mandakovic, V., & Stenholm, P. (2017). NECESSITY OR OPPORTUNITY? THE EFFECTS OF STATE FRAGILITY AND ECONOMIC DEVELOPMENT ON ENTREPRENEURIAL EFFORTS. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1-49.

Araujo, R. (2018). La economía creativa, una fuente creciente de desarrollo. *Hospitalidad ESDAI*, 7-29.

Ascúa, R., Roitter, S., Bacic, M., & Rodríguez, M. (2014). *POLÍTICAS PÚBLICAS E INICIATIVAS DE APOYO A PYMES Y EMPRENDEDORES.* Brasil: MERCOSUR.

Ávila, H. (22 de Octubre de 2016). *Introducción a la metodología de la investigación.* Obtenido de EUMED.NET: www.eumed.net/libros/2006c/203/

Avila, H. (11 de diciembre de 2019). *Introducción a la metodología de la investigación*. Obtenido de EUMED: www.eumed.net/libros/2006c/203/

Ávila, P. (2007). *Agua, ciudad y medioambiente: una visión histórica de Morelia.* Ciudad de México: UNAM.

Aznar, P., & Barrón, A. (2017). El desarrollo humano sostenible: un compromiso educativo. *Teorías Educativas*, 25-53.

Banco de México. (2017). *Evolución del Financiamiento a las Empresas durante el Trimestre Enero – Marzo de 2017.* Ciudad de México: Banco de México.

Bernal, Y., & Martínez, J. (2015). *De fiestas, danzas y andares en Morelia.* Morelia: H Ayuntamiento de Morelia.

Berneth, L. (2001). Teorías del desarrollo. *Cuadernos de Geografía*, 201-235.

Blanco, C., Bernal, C., Camacho, F., & Díaz, M. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. *Información Tecnológica*, 15-28.

Blázquez, F., Dorta, Á., & Verona, C. (2006). CONCEPTO, PERSPECTIVAS Y MEDIDA DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL. *Cuadernos de Administración*, 165-195.

Block, J., Sandner, P., & Spiegel, F. (2015). How do risk attitudes differ within the group of entrepreneurs? The role of motivation and procedural utility. *Journal of Small Business Management*, 183-206.

Boisier, S. (2001). Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando? *Estudios Sociales*.

Boix, R., & Lazzeretti, L. (2011). Las industrias creativas en España: una panorámica. *Investigaciones Regionales*, 181-206.

Bonilla, J., Maroto, R., & Cabrerizo, C. (2012). *Las industrias culturales y creativas. Un sector clave de la nueva economía.* Madrid: Fundación IDEAS.

BOP. (2018). *Habilidades para la economía creativa: necesidades, formación y estilos de aprendizaje en México.* Ciudad de México: British Council.

BOP consulting. (2010). *Guía práctica para mapear las industrias creativas.* Londres: British Council.

British Council. (2019). *Habilidades para la economía creativa: necesidades, formación y estilo de aprendizaje en México.* Ciudad de México: British Council.

Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja.* New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Cámara de Diputados. (25 de julio de 2023). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.* Obtenido de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150917.pdf

Campos, G. (2010). El doble mito: La educación y el desarrollo. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & P. Sánchez, *Realidades y debatas sobre el desarrollo* (págs. 101-118). Murcia: Editum.

Caravaca, I., González, G., & Fernández , V. (2013). Economía Creativa en la aglomeración metropolitana de Sevilla: Agentes, redes locales de colaboración y principales actuaciones. *Boletín de la Asociación de Geográfos Españoles*, 81-103.

Castañeda , E., & Garduño, B. (2017). Mapa de las industrias creativasen México. Proyección para Centro. *Economía Creativa*, 118-166.

Castro, L. (2016). Financiamiento verde para el desarrollo sostenible. *Economía y Desarrollo*, 155-167.

Centro de Cultura Digital, British Council, BID. (10 de diciembre de 2019). *Mapa transmedia*. Obtenido de https://centroculturadigital.mx/mapa-transmedia/mexico-creativo/

CEPAL. (2017). *Ecoinnovación y producción verde.* Santiago: Naciones Unidas.

Collazos, C. F. (2007). El Estado de bienestar. *Enfoques*, 45-54.

Colombia, M. d. (15 de marzo de 2021). *Estrategia Colombia Crea 2030*. Obtenido de https://mincultura.gov.co/Paginas/default.aspx

CONEVAL. (2016). *Guía para la elaboración de la Matriz de Indicadores para Resultados.* CDMX: CONEVAL.

CONEVAL. (20 de Octubre de 2020). *Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social*. Obtenido de Glosario: https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Glosario.aspx

Congreso del Estado de Michoacán. (2015). *Ley de Fomento y Desarrollo Artesanal.* Morelia: Gobierno de Michoacán.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2014). *Mapeo de las industrias creativas en Chile.* Santiago: Gobierno de Chile.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2017). *Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa.* Santiago: Gobierno de Chile.

De Forn, M., & Sunyer, R. (2012). *Estrategias de desarrollo económico: Infraestructuras y actividad empresarial.* Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

De Groot, O., Dini, M., Gligo, N., Peralta, L., & Rovira, S. (2020). *La acción para fortalecer la cadena regional de animación digital en países mesoamericanos.* Santiago: CEPAL.

Deheinzelin, L. (2011). Economía creativa, sostenibilidad y su relación con futuros deseables. *Visión Internacional*, 138-143.

Dematteis, G., & Governa, F. (2005). Territorio y territorialidad en el desarrollo local. La contribución del modelo SLOT. *Boletín de la A.G.E.*, 31-58.

Domínguez, M. (2010). Las redes locales en el desarrollo de las microempresas rurales. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 223-234). Murcia: Editum.

Dosal, C., Gutierrez, I., & Saracho, A. (2014). *¿Quiénes son los emprendedores iinovadores mexicanos?* Ciudad de México: Fundación IDEA, A.C.

Esquivias, T. (2004). Creatividad: Definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista Digital Universitaria*, 1-17.

Esteban, M., Lafuente, M., & Losa, A. (2010). Una aplicación del análisis envolvente de datos a la evaluación del desarrollo. El caso de las entidades federativas de México. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 119-142). Murcia: Editum.

Faura, Ú., García, O., & Losa, A. (2010). Índice de desarrollo humano: Aplicación al caso de Méxicode una nueva propuesta metodológica. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 181-204). Murcia: Editum.

Ferrajoli, L. (2003). Sobre la definición de "democracia". Una discusión con Michelanagelo Bovero. *Isonomía*, 19-40.

Flores, R. (17 de Julio de 2021). *Cámara de Diputados.* Obtenido de Sistema de Información Legislativa de la Secretaría de Gobernación: http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2019/02/asun_3809373_20190207_1543406543.pdf

Fuentes, F., & Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *ESTUDIOS DE ECONOMÍA APLICADA*, 1-28.

Fuentes, Y. (30 de Octubre de 2018). *BBC NEWS Mundo*. Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46039695

Furtado, C. (1970). *Desarrollo y subdesarrollo.* Buenos Aires: Universitaria.

Galindo, Á. (2007). GOBERNANZA, POLÍTICA FISCAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO. *ICE*, 25-33.

Galindo, Á., & Méndez, T. (2011). *Factores que estimulan el emprendimiento y el crecimiento económico.* JAEN: UNIVERSIDAD DE JAEN.

García, M., García, D., & Madrid, A. (2012). Caracterización del comportamiento de las Pymes según el género del gerente: un estudio empírico. *Cuadernos de Administración*, 37-52.

GEM México. (2016). *Reporte Nacional 2015-2016 México.* Monterrey: Tecnológico de Monterrey.

Germani, G. (1969). *Sociología de la modernización.* Buenos Aires: Paidos.

Gobierno del Estado de Jalisco. (2 de febrero de 2019). Ley Orgánica de la Agencia para el Desarrollo de Industrias Creativas y Digitales del Estado de Jalisco. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco.

Gobierno Nacional de Colombia. (2019). *Estrategia Colombia CREA 2030.* Bogotá: Gobierno de Colombia.

Goodwin, C. (2006). *Arte y cultura en la historia del pensamiento económico.* Amsterdam: Handbook of the economics.

Goulet, D. (2000). *Changing development debates under globalization.* Notre Dame: The Hellen Kellog Institute for International Studies.

Guillaumin, M. D. (2011). Los Pirindas de Michoacán: ¿Inicio de un proceso de etnogénesis? *CUICUILCO*, 145-158.

Gutierrez, M. C. (2019). El desarrollo de la economía naranja en la legislación colombiana. (pág. 64). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Gutierrez, P. (2007). Las industrias culturales y el desarrollo en México. *Comunicación y Sociedad*.

H. Congreso de la Unión. (19 de Junio de 2017). Ley General de Cultura y Derechos Culturales. CDMX: Diari oOficial de la Federación.

H. Congreso de la Unión. (01 de julio de 2020). Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial. CDMX: Diario Oficial de la Federación.

H. CONGRESO DE LA UNIÓN. (01 de Julio de 2020). Ley Federal del Derecho de Autor. CDMX: Diario Oficial de la Federación.

Harp, S. (18 de Julio de 2021). *SENADO DE LA REPÚBLICA.* Obtenido de Gaceta del Senado: https://www.senado.gob.mx/64/gaceta_del_senado/documento/89827

Hernández Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación.* México, D.F: Mc Graw Hill.

Hernández, I., Ospina, L., Londoño, J., & Tello, C. (2018). *Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la Ley.* Cali: Universidad de Externado.

Hernández, R., Férnandez, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la investigación.* Ciudad de México: Mc Graw Hill.

Herrejón, C. (2000). *Los orígenes de Morelia: Guayangareo-Valladolid.* Ciudad de México: El Colegio de Michoacán.

Herrero, C. (2011). La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional. *Investigaciones Regionales*, 177-202.

ILPES. (2004). *Metodología del Marco Lógico.* Santiago de Chile: CEPAL.

IMCO. (2015). *Industrias creativas y obra protegida: informalidad, redes ilegales, crecimiento de la industria y competitividad en México.* Ciudad de México: IMCO.

IMCO. (11 de Diciembre de 2019). *Instituto Mexicano de la Competitividad*. Obtenido de https://imco.org.mx/indices/reeleccion-municipal-y-rendicion-de-cuentas/resultados/entidad/024-morelia

IMEDES. (2014). *Caracterización del emprendedor verde en España.* Madrid: Fundación Biodiversidad.

IMPLAN. (25 de Nov de 2020). *IMPLAN MORELIA MX*. Obtenido de SIGEM: https://implanmorelia.org/virtual/datos-economia/

INAFED. (11 de nov de 2010). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México.* Obtenido de SEGOB: http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EM16michoacan

INEGI. (2010). *COmpendio de información geográfica municipal.* Ciudad de México: INEGI.

INEGI. (2014). *Marco geoestadístico 2014 versión 6.2.* Ciudad de México: INEGI.

INEGI. (2015). *Conjunto de datos vectoriales de información topográfica.* Ciudad de México: INEGI.

INEGI. (25 de Noviembre de 2016). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de Tasa de Desocupación: www.inegi.gob.mx

INEGI. (31 de Mayo de 2017). *Censos económicos 2014*. Obtenido de INEGI.

INEGI. (2018). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2018.* CDMX: INEGI.

INEGI. (10 de Diciembre de 2019). *DENUE*. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/?ag=17

INEGI. (28 de Julio de 2020). *INEGI.* Obtenido de Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/resultados_ciudades_enoe_2020_trim1.pdf

INEGI. (02 de Junio de 2022). *INEGI*. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/app/descarga/?ti=6

INEGI. (20 de Noviembre de 2022). *INEGI*. Obtenido de CENSOS ECONÓMICOS 2019: https://www.inegi.org.mx/app/saic/default.html

INEGI. (22 de NOV de 2022). *inegi.org.mx*. Obtenido de DENUE: https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/668

Insulza, M. (2011). Desigualdad, democracia e inclusión social. En O. d. Americanos, *Desigualdad e Inclusión Social en las Américas* (págs. 13-34). San José de Costa Rica: OEA.

Jímenez, J. J. (2019). *Ley General de Fomento a las Industrias Creativas y Culturales .* Ciudad de México: Senado de México.

Kantis, H., Federico, J., & Menéndez, C. (2012). *POLÍTICAS DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO DINÁMICO EN AMÉRICA LATINA: Tendencias y Desafíos.* Caracas: CAF.

LAROUSSE. (05 de Octubre de 2020). *LAROUSSE COCINA*. Obtenido de https://laroussecocina.mx/palabra/molcajete/

Larraín, F., & Sachs, J. (2004). *Macroeconomía en la economía global.* Buenos Aires: Pearson Prentice Hall.

Ley de Fomento Economía Naranja, Decreto 1935 de 2018 (Departamento Administrativo de la Función Pública 18 de Octubre de 2018).

Lobos, S. (2017). Diversificación de la matriz productiva a través del fomento de la economía creativa: Un aliciente para fortalecer el desarrollo humano. *MGC Revista de Gestión Cultural*, 16-20.

López, J. (2012). Modelos actitudinales y emprendimiento sostenible. *CUIDES*, 111-131.

Lozano, K. (2021). Políticas Públicas para una economía creativa en Jalisco y el área metropolitana de Guadalajara. *Región y Sociedad*, 1-29.

Lozano, K., Méndez, p., & González, L. (2018). La economía naranja en el espacio rural: análisis desde el desarrollo local en la Región de las Vías Verdes de los Valles, Jalisco. *RIVAR*, 80-105.

Lucía, P. V. (2016). El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *INNOVA Research Journal*, 131-136.

Luna, M. (2010). LA CONCEPCIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO. CORRIENTES ACTUALES Y METODOLOGÍA DEL TRABAJO GEOGRÁFICO. *Proyecto Clío*, 1-18.

Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 89-99.

Matadamas, A., Maldonado, J., Cruz, B., Castillo, M., & Hernández, V. (2018). La economia creativa en México: Caso Oaxaca. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 89-99.

Mateo Rodríguez, J., & Bollo Manent, M. (2016). *La Región como categoría geográfica.* Morelia: UNAM:CIGA.

Méndez, R., Michelini, J., Prada, J., & Tébar, J. (2012). Economía creativa y desarrollo urbano en España: Una aproximación a sus lógicas espaciales. *EURE*, 5-32.

Menesez, N., Francisco, D., Neto, S., & Francisco, J. (2016). *Nuevos conceptos de economía solidaria en América Latina-Discusión de economía creativa.* Ensenada: Memoria Académica.

Ministerio de Cultura. (2005). *Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas.* Bogotá: Gobierno de Colombia.

Molero, R. (2008). Fundamentación de la crítica al origen del concepto de desarrollo en la historia del pensamiento económico . *Eco Cri*, 1-18.

Molina, E. (2007). Continuidades y rupturas entre la actual teoría del desarrollo local y las "viejas" teorías del desarrollo latinoamericano. *Refleiones*, 65-74.

Mujica, F. (2017). Cultura y desarrollo en Chile: el momento de la economía creativa. *Revista de Gestión Cultural*, 10-15.

Múnera, G. (2016). Creación y políticas para la producción creativa y cultural. *Iconofacto*, 8-25.

Mungaray, A., Osuna, J., Ramírez, M., Ramírez, N., & Escamilla, A. (2015). Emprendimientos de micro y pequeñas empresas mexicanas en un escenario local de crisis económica: El caso de Baja California, 2008-2011. *Frontera Norte*, 115-146.

Navarro, C. J. (2014). *Epistemología y metodología.* Ciudad de México: Grupo Editorial Patria.

Newbigin, J. (2009). *La economía creativa. Una guía introductoria.* Londres: British Council.

Nisbet, R. (1980). *Historia de la idea del progreso.* Barcelona: GEDISA.

Noguera, P., & Semitiel, M. (2010). El desarrollo y sus estrategias desde la perspectiva del capital social. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 235-274). Murcia: Editum.

OCDE/CEPAL/CAF. (2017). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento.* París: OECD.

OIT. (2012). *Estrategias de Desarrollo Local.* Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Olvera, G., & Arellano, D. (2015). El concepto de equidades y sus contradicciones: la política social mexicana. *Revista Mexicana de Sociología*, 581-609.

OMPI. (12 de Agosto de 2021). *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. Obtenido de https://www.wipo.int/news/es/wipolex/2020/article_0019.html

Ornelas, J. (2010). Hacia una teoría Latinoamericana del desarrollo. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 23-46). Murcia: Editum.

Ortegón, E., Pacheco, J., & Prieto, A. (2005). *Metodología del Marco Lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas.* Santiago de Chile: CEPAL.

OVIE. (03 de junio de 2022). *OVIE Morelia*. Obtenido de IMPLAN: http://oviemorelia.gob.mx/#!

Palacios L, J. J. (1983). El concepto de región: la dimensión espacial de los procesos. *Revista Interamericana de Planificación*, 56-68.

Pavón, L. (2010). *Financiamiento a las microempresas y la pymes en México (2000-2009).* Santiago de Chile: CEPAL.

Pérez, E. (11 de julio de 2021). *Senado de la República.* Obtenido de https://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/64/2/2019-11-14-1/assets/documentos/Inic_Morena_Sen_Astorga_Propiedad_Industrial.pdf

Pérez, M. (2018). Reseña de Ley General de Cultura y Derechos Culturales promulg ada en México en 2017. *Revista Cultura y Representaciones Sociales*, 425-431.

Pizarro, G. (2015). *La economía creativa para la construcción de la nueva cultura.* Cuenca: Campus Euroamericano.

PNUD. (25 de octubre de 2020). *PNUD México*. Obtenido de https://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/ourwork/povertyreduction/in_depth/desarrollo-humano.html

Prada, J. (2015). El debate de la creatividad y la economía en las ciudades actuales y el papel de los diferentes actores: algunas evidencia partir del caso de estudio de Madrid. *Investigaciones Geográficas, UNAM*, 62-75.

Ramírez, A., Casado, M., & López, J. (02 de Septiembre de 2017). *CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL Y MOTIVACIONES PARA EMPRENDER DE LA MUJER EN ANDALUCÍA.* Obtenido de RESEARCHGATE: https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Lopez_Puga/publication/268182002_CARACTERIZACION_DEL_PERFIL_Y_MOTIVACIONES_PARA_EMPRENDER_DE_LA_MUJER_EN_ANDALUCIA/links/589c2daf92851c942ddb0a32/CARACTERIZACION-DEL-PERFIL-Y-MOTIVACIONES-PARA-EMPRENDER-DE-LA-MUJ

Ramírez, H., & Rodríguez, L. (2018). Desarrollo de la Propiedad Intelectual como pilar de la Economía Creativa en la Economía Colombiana. *Creative Commons*, 3-40.

Rendón, M. (2010). Tras el desarrollo: Regeneración. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera , & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 47-64). Murcia: Editum.

Reyes, G. (2001). Principales teorías sobre el desarrollo económico y social. *Nómadas*.

Reyes, M. (2011). LA DESTERRITORIALIZACIÓN COMO FORMA DE ABORDAR EL CONCEPTO DE FRONTERA Y LA IDENTIDAD EN LA MIGRACIÓN. *Revista Geográfica de América Central*, 1-13.

Reyes, M. (2016). Economía y cultura en México. Apuntes de una agenda en construcción. *Periférica*, 209-229.

Rivas, G. (2014). *El fomento al emprendimiento dinámico en países del Cono Sur de América Latina.* Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Rivera, J., López, A., Reyes, N., & Pérez, P. (2010). Elementos para repensar el desarrollo con un enfoque transdisciplinario. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 65-100). Murcia: Editum.

Rodríguez, L. (2018). *Economía Creativa en América Latina y el Caribe. Mediciones y Desafíos.* New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Rodríguez, M., & Manent, B. (2016). *La región como categoría geográfica.* Morelia: UNAM:CIGA.

Rodríguez, V., & López, K. (2019). Economía naranja: una opción de emprendimiento para Colombia de la mano de las instituciones de educación superior. *Apuntes Contables*, 59-84.

Rojas, S. (2001). *Guía para realizar investigaciones sociales.* Ciudad de México: Plaza y Valdés.

Romero, A., & Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 95-109.

Salguero, J. (2006). Enfoques sobre algunas teorías referentes al desarrollo regional. *Sociedad Geográfica de Colombia*, 1-20.

Sanahuja, A. (1999). *Ayuda económica y seguridad nacional.* Madrid: Entinema.

Sánchez, G., & Vieyra, A. (2012). Evaluación de la integración funcional de la zona metropolitana de Morelia. *INCEPTUM*, 365-391.

Sandoval, A., & Mota, L. (2010). Desarrollo humano, sustentabilidad y gobernanza. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 161-180). Murcia: Editum.

Santamaría, E., & Becerra, D. (2017). *Propiedad intelectual, creatividad e innovación para el desarrollo de México. Ideas y propuestas desde la sociedad civil organizada.* CDMX: CAIINNO.

Sastre, R. (2013). LA MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA Y LOS FACTORES QUE CONTRIBUYEN CON EL ÉXITO DEL EMPRENDIMIENTO. *Ciencias Administrativas*, 1-10.

Schumpeter, J. (2010). *Capitalismo, socialismo y democracia.* Barcelona: Página Indomita.

Secretaría de Cultura. (2018). *Rutas Creativas: Estrategias para el desarrollo regional.* Guadalajara: Gobierno de Jalisco.

Secretaría de Cultura. (30 de Agosto de 2020). *Centro de Cultura Digital*. Obtenido de Compás Creativo: https://www.centroculturadigital.mx/compas-creativo/mexico-creativo/

SIC MÉXICO. (25 de Julio de 2020). *Secretaría de Cultura*. Obtenido de Gobierno de México: https://sic.cultura.gob.mx/lista.php?table=universidad&disciplina=&estado_id=16&municipio_id=53

SIGEM. (20 de Nov de 2020). *MAPA INTERACTIVO DE MORELIA*. Obtenido de https://www.sigemorelia.mx/

Sotomayor, H., & Aceves, L. (2010). El populismo desarrollista en América Latina: Elementos para evaluar las alternativas al neoliberalismo. En L. Aceves, J. Estay, P. Noguera, & E. Sánchez, *Realidades y debates sobre el desarrollo* (págs. 275-292). Murcia: Editum.

Spíndola, O. (2016). Espacio, territorio y territorialidad: una aproximación teórica a la frontera. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 27-56.

Talavera, A. S. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 31-57.

Tamayo, M. (2003). *El proceso de investigación científica.* Ciudad de México: LIMUSA.

Taylor, D., & Walley, E. (2002). Opportunists, Champions, Mavericks . . . ? A Typology of Green Entrepreneurs. *Greenleaf Publishing*, 31-43.

Terjesen, S., & Szerb, L. (2008). DICE THROWN FROM THE BEGINNING? AN EMPIRICAL INVESTIGATION OE DETERMINANTS OE EIRM LEVEL GROWTH EXPECTATIONS. *Estudios de Economía*, 153-178.

Tibaduiza, O. (2008). CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO DE ESPACIO GEOGRÁFICO EN EL ESTUDIO Y ENSEÑANZA DE LA GEOGRAFÍA. *Geoenseñanza*, 19-30.

UEMC. (21 de Noviembre de 2021). *Universidad Europea MIguel de Cervantes.* Obtenido de https://mastergestioncultural.info/mapear-industrias-culturales-y-creativas/

UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008.* Geneva: United Nations.

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.* París: UNESCO.

UNESCO. (2014). *Informe sobre la economía creativa 2013.* Nueva York: PNUD.

UNESCO. (2017). *Fondo Internacional para la diversidad cultural.* París: UNESCO.

UNESCO. (27 de Julio de 2020). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de UNESCO: https://es.unesco.org/news/unesco-y-ocho-municipios-mexico-establecen-red-mexicana-ciudades-creativas#:~:text=Se%20trata%20de%20los%20municipios,red%20mexicana%20para%20fortalecer%20la

UNESCO. (15 de Julio de 2021). *UNESCO.* Obtenido de http://www.unesco.org/culture/pdf/mexico_cp_es

Uribe, C. (2004). Desarrollo Social y bienestar. *Universitas Humanística*, 11-25.

Valcárcel, M. (2006). *Génesis y evolución del concepto y enfoques sobre el desarrollo.* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Valdivia López, M., & Rodriguez Luna, I. (2019). Economía creativa y salarios urbanos en México. *Problemas del desarrollo*, 83-111.

Valdivia, M., & Roríguez, I. (2019). Economía crativa y salarios urbanos en México. *Problemas del Desarrollo*, 83-111.

Vallmitjana, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS.* Barcelona: Universitat Ramon LLul.

Vargas, G. (2008). *Urbanización y configuración territorial Valladolid-Morelia.* Morelia: Morevallado Editores.

Vargas, J. (2008). Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico. *Economía, Gestión y Desarrollo*, 109-131.

Veciana, J. M. (2006). Creación de empresas como programa de investigación científica. En A. Cuervo, D. Ribeiro, & S. Roig, *Entrepreneurship:conceptos, teoría y perspectiva* (págs. 25-65). Barcelona: BANCAJA.

Yandy, I. (2017). *Análisis del entorno de la economía cultural y las industrias creativas enfocadas a la producción de contenido en Pereira.* Medellín: EAFIT.

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de congruencia

Título	Preguntas		Objetivo		Hipótesis	
	General	Específicas	General	Específicos	General	Específicas
La Economía Creativa como eje para el desarrollo económico del municipio de Morelia (2015-2024)	¿Cuál es el impacto de la economía creativa en el desarrollo económico del municipio de Morelia?	1.¿Cómo contribuyen los emprendimientos creativos a la tasa de empleo del municipio de Morelia?	Determinar el impacto de la economía creativa en el desarrollo económico del municipio de Morelia.	1.Determinar cómo contribuyen los emprendimientos creativos a la tasa de empleo del municipio de Morelia.	La economía creativa impacta positivamente en el desarrollo económico del municipio de Morelia.	1. Los emprendimientos creativos contribuyen positivamente en la tasa de empleo del municipio de Morelia.
		2.¿De qué modo inciden los emprendimientos creativos en el nivel de salario del municipio de Morelia?		2.Identificar de qué modo inciden los emprendimientos creativos en el nivel de salario del municipio de Morelia.		2. Los emprendimientos creativos inciden positivamente en el nivel de salario del municipio de Morelia.
		3.¿De qué manera coadyuvan los emprendimientos creativos al ecosistema emprendedor del municipio de Morelia?		3.Establecer de qué manera coadyan los emprendimientos creativos al ecosistema emprendedor del municipio de Morelia.		3. Los emprendimientos creativos coadyuvan positivamente al ecosistema emprendedor del municipio de Morelia.

Variables		Investigación			Marco teórico
X	Y	Enfoque	Alcances	Tipo	
X1= EMPRENDIMIENTOS CREATIVOS	Y1= TASA DE EMPLEO	CUANTITATIVO	EXPLORATORIO	INVESTIGACIÓN APLICADA	ECONOMÍA
					Adam Smith, David Ricardo, J. Ruskin, M. Arnold
					EMPRENDIMIENTO
			DESCRIPTIVO		Schumpeter
	Y2= NIVEL DE SALARIO			NO EXPERIMENTAL	DESARROLLO REGIONAL
			CORRELACIONAL		Perroux, Von Thiunen, Rostow , Piore, Sabel
					POLITICAS PUBLICAS
	Y3= ECOSISTEMA EMPRENDEDOR	CUALITATIVO	EXPLICATIVO	TRANSVERSAL	Lasswell, Lindblom, Parsons, Luis Aguilar
					ECONOMÍA CREATIVA
			PREDICTIVO	LONGITUDINAL	John How kins
					CREATIVIDAD
					Antonio Marina

ANEXO 2. Ley Federal del Derecho de Autor

Artículo 1.- La presente Ley, reglamentaria del artículo 28 constitucional, tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los derechos de los autores, de los artistas intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias o artísticas en todas sus manifestaciones, sus interpretaciones o ejecuciones, sus ediciones, sus fonogramas o videogramas, sus emisiones, así como de los otros derechos de propiedad intelectual.

Artículo 11.- El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13º de esta Ley, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial.

Artículo 13.- Los derechos de autor a que se refiere esta Ley se reconocen respecto de las obras de las siguientes ramas:

I. Literaria;
II. Musical, con o sin letra;
III. Dramática;
IV. Danza;
V. Pictórica o de dibujo;
VI. Escultórica y de carácter plástico;
VII. Caricatura e historieta;
VIII. Arquitectónica;
IX. Cinematográfica y demás obras audiovisuales;
X. Programas de radio y televisión;
XI. Programas de cómputo;
XII. Fotográfica;
XIII. Obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil, y
XIV. De compilación, integrada por las colecciones de obras, tales como las enciclopedias, las antologías, y de obras u otros elementos como las bases

de datos, siempre que dichas colecciones, por su selección o la disposición de su contenido o materias, constituyan una creación intelectual.

Las demás obras que por analogía puedan considerarse obras literarias o artísticas se incluirán en la rama que les sea más afín a su naturaleza.

Artículo 21.- Los titulares de los derechos morales podrán en todo tiempo:

I. Determinar si su obra ha de ser divulgada y en qué forma, o la de mantenerla inédita;
II. Exigir el reconocimiento de su calidad de autor respecto de la obra por él creada y la de disponer que su divulgación se efectúe como obra anónima o seudónima;
III. Exigir respeto a la obra, oponiéndose a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de ella, así como a toda acción o atentado a la misma que cause demérito de ella o perjuicio a la reputación de su autor;
IV. Modificar su obra;
V. Retirar su obra del comercio, y
VI. Oponerse a que se le atribuya al autor una obra que no es de su creación. Cualquier persona a quien se pretenda atribuir una obra que no sea de su creación podrá ejercer la facultad a que se refiere esta fracción.

Artículo 24.- En virtud del derecho patrimonial, corresponde al autor el derecho de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación, en cualquier forma, dentro de los límites que establece la presente Ley y sin menoscabo de la titularidad de los derechos morales a que se refiere el artículo 21 de la misma.

ANEXO 3. Ley General de Cultura y Derechos Culturales

Artículo 1.- La presente Ley regula el derecho a la cultura que tiene toda persona en los términos de los artículos 4o. y 73, fracción XXIX-Ñ de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Promueve y protege el ejercicio de los derechos culturales y establece las bases de coordinación para el acceso de los bienes y servicios que presta el Estado en materia cultural. Sus disposiciones son de orden público e interés social y de observancia general en el territorio nacional.

Artículo 3.- Las manifestaciones culturales a que se refiere esta Ley son los elementos materiales e inmateriales pretéritos y actuales, inherentes a la historia, arte, tradiciones, prácticas y conocimientos que identifican a grupos, pueblos y comunidades que integran la nación, elementos que las personas, de manera individual o colectiva, reconocen como propios por el valor y significado que les aporta en términos de su identidad, formación, integridad y dignidad cultural, y a las que tienen el pleno derecho de acceder, participar, practicar y disfrutar de manera activa y creativa.

Artículo 5.- La política cultural del Estado deberá contener acciones para promover la cooperación solidaria de todos aquellos que participen en las actividades culturales incluidos, el conocimiento, desarrollo y difusión de las culturas de los pueblos indígenas del país, mediante el establecimiento de acciones que permitan vincular al sector cultural con el sector educativo, turístico, de desarrollo social, del medio ambiente, económico y demás sectores de la sociedad.

Artículo 6.- Corresponde a las instituciones del Estado establecer políticas públicas, crear medios institucionales, usar y mantener infraestructura física y aplicar recursos financieros, materiales y humanos para hacer efectivo el ejercicio de los derechos culturales.

ANEXO 4. Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial

Artículo 2.- Esta Ley tiene por objeto:

I. Proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de patentes de invención; registros de modelos de utilidad, diseños industriales, esquemas de trazado de circuitos integrados, marcas y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de protección de denominaciones de origen e indicaciones geográficas;
II. Regular los secretos industriales;
III. Prevenir los actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer las sanciones y penas respecto de ellos;
IV. Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas, la creatividad para el diseño y la presentación de productos nuevos y útiles, y
V. Promover la difusión de los conocimientos tecnológicos en el país.

Artículo 36.- La persona física que realice una invención, modelo de utilidad, diseño industrial o esquema de trazado de circuito integrado o su causahabiente, tendrá el derecho exclusivo y temporal de explotación en su provecho, por sí o por otros con su consentimiento, de acuerdo con las disposiciones contenidas en esta Ley y su Reglamento.

El derecho a que se refiere el párrafo anterior se otorgará a través de:

I. Una patente cuando se trate de una invención;
II. Un registro en el caso de un modelo de utilidad, de un diseño industrial o de un esquema de trazado de circuito integrado, y
III. Un certificado complementario en el caso de que una patente cumpla con los requisitos previstos en el Capítulo VIII de este Título.

Artículo 55.- El derecho exclusivo de explotación temporal de la invención patentada confiere a su titular la prerrogativa de impedir a otras personas que fabriquen, usen, vendan, ofrezcan en venta o importen la invención patentada, sin su consentimiento.

Si la materia objeto de la patente es un producto, la patente confiere el derecho de impedir a otras personas que fabriquen, usen, vendan, ofrezcan en venta o importen el producto patentado, sin su consentimiento.

Si la materia objeto de la patente es un proceso, la patente confiere el derecho de impedir a otras personas que utilicen ese proceso y que usen, vendan, ofrezcan en venta o importen el producto obtenido directamente de ese proceso, sin su consentimiento. El alcance de los derechos conferidos por una patente no podrá interpretarse más allá de la materia protegida y de lo dispuesto por esta Ley.

Artículo 179.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.

ANEXO 5. Ley Orgánica de la Agencia para el Desarrollo de Industrias Creativas y Digitales del Estado de Jalisco

Principales atribuciones:

- Desarrollar los ejes y líneas de acción específicos, así como programas, para la consecución de su objeto;
- Promover y fomentar la inversión de capitales Nacionales y Extranjeros para la consecución de su objeto y de sus fines;
- Promover, desarrollar y, en su caso, coadyuvar con los sectores públicos, social, privado y académico, en la constitución, fomento y desarrollo de empresas, programas, proyectos y políticas, relacionadas con su objeto y fines, así como desarrollar y proponer esquemas de Asociación Público-Privada que permitan la ejecución y materialización de su objeto;
- Constituir fideicomisos, con la intervención de personas físicas o jurídicas, así como entidades de orden internacional, federal, estatal o municipal que aporten recursos o bienes diversos para la realización de las acciones que emprenda La Agencia para la consecución de su objeto y fines. Los términos, alcances y fines de dichos fideicomisos deberán ser acordados previamente a su formalización por la Junta de Gobierno de La Agencia, en el entendido de que dichos fideicomisos podrán ser, enunciativa más no limitativamente, de inversión y administración;
- Otorgar todo tipo de financiamiento, préstamos y créditos, de manera directa o por medio de intermediarios, a los sujetos de apoyo debidamente autorizados, para promover, ayudar y fomentar el desarrollo de las industrias creativas y digitales y para la realización de las acciones que emprenda La Agencia para la consecución de su objeto y fines;
- Recibir todo tipo de recursos, subsidios y donaciones, ya sea en dinero o en especie, tanto del sector privado, social y público, incluyendo de manera enunciativa pero no limitativa al Gobierno Federal, Estatal o Municipal, así como de organismos descentralizados, centralizados, empresas

paraestatales y recursos provenientes de cualquier clase de organismos internacionales para la consecución de su objeto;

- Brindar toda clase de asesoría y capacitación a las personas físicas o jurídicas dedicadas a la producción creativa digital;
- Fomentar y apoyar la formación de profesionales competitivos en las industrias creativas y digitales, promoviendo los estudios, obras, proyectos e iniciativas tendientes a la superación académica y profesional;
- Promover e incentivar la consolidación de las empresas dedicadas a las industrias creativas y digitales ya existentes, así como la creación y desarrollo de nuevas empresas, en cualquiera de sus áreas: comercialización, capacitación y cualquier otra actividad correlacionada;
- Realizar y gestionar por parte de La Agencia o de terceros, estudios de investigación de las industrias del sector creativo y digital con el fin de desarrollarla, impulsarla e innovarla;
- Apoyar a personas físicas o jurídicas para que estas puedan crear, transformar y transferir producción creativa y digital o cualquier otra forma, a las personas físicas y jurídicas que se lo requieran, atendiendo a lo dispuesto en la legislación correspondiente en vigor en materia de propiedad industrial o intelectual;
- Generar y fortalecer la vinculación entre los sectores académico, público, social y privado en materia de industrias creativas y digitales, tanto locales, nacionales y extranjeras, en donde participen activamente el Estado, empresas, cámaras, asociaciones, universidades, investigadores, entre otros;
- Promover y fomentar entre los sectores empresarial, académico, público y social, la generación y uso de las figuras previstas en la legislación de propiedad intelectual;
- Formar alianzas y convenios de cooperación entre otros, con empresas públicas y privadas, instituciones públicas y privadas y centros de educación media superior y superior, con el objeto de detonar y promover las industrias

creativas y digitales, realizando todos aquellos actos o actividades permitidos por las leyes tendientes a ello;

- Realizar, apoyar y fomentar estudios e investigaciones principalmente en el área de la industria creativa, sin perjuicio de incluir otras áreas afines o complementarias, pudiendo además colaborar con terceros en la realización de estudios e investigaciones al respecto;
- Fomentar la creación de nuevas fuentes de trabajo para los profesionales y estudiantes de las industrias creativas y digitales;
- Establecer convenios de cooperación y coordinación con centros de educación media-superior y superior nacionales e internacionales que tengan programas académicos en el área de las industrias creativas y digitales, promover becas e intercambios de profesionistas con dichas instituciones;
- La impartición y participación en cursos, seminarios, ciclos de conferencias, estudios y la celebración de toda clase de eventos afines a La Agencia;
- Otorgar becas, estímulos y apoyos para promover, ayudar y fomentar el desarrollo de las industrias creativas y digitales y para la realización de las acciones que emprenda la Agencia para la consecución de su objeto y fines;
- Celebrar toda clase de actos jurídicos convenientes o necesarios para la consecución de su objeto; por sí o por cuenta de terceros;
- Promover, apoyar la creación y formar parte de toda clase de asociaciones, fundaciones o cualquier clase de contrato o negocio jurídico relacionado con su objeto;
- Coadyuvar, colaborar y participar con las autoridades federales, estatales y municipales y además organismos públicos o privados nacionales e internacionales, empresas, cámaras y personas físicas que propongan fines análogos a su objeto;
- Realizar toda clase de eventos de divulgación científica, tecnológica, culturales, académicos y sociales, así como campañas de publicidad, nacionales e internacionales, a fin de obtener los medios o recursos necesarios para realizar proyectos afines a La Agencia.

ANEXO 6. Ley de Fomento y Desarrollo Artesanal en el Estado de Michoacán

Artículo 3. Las artesanías originarias del estado serán consideradas como parte de su patrimonio y relevantes en su historia, identidad y cultura.

Artículo 19. Corresponde al Instituto del Artesano Michoacano, el ejercicio de las atribuciones siguientes:

I. Diseñar, evaluar, administrar y promover acciones que tengan por objeto fortalecer e impulsar la actividad artesanal, al interior de la Entidad y fuera de la misma;
II. Actualizar permanentemente el censo y registro de Artesanos del Estado de Michoacán, así como los datos que el Instituto considere necesarios;
III. Difundir a través de medios la actividad artesanal e incrementar el acervo artesanal representando todas las manifestaciones artesanales del Estado;
IV. Celebrar acuerdos o convenios con los Gobiernos Federal, Estatales o municipales, así mismo con instituciones u organizaciones privadas que tengan como fin el desarrollo de la actividad artesanal;
V. Impulsar la investigación y adopción de nuevas técnicas y diseños relacionados con la producción artesanal, preservando la autenticidad y calidad de las artesanías michoacanas;
VI. Propiciar la conservación y crecimiento de los talleres familiares existentes, como una medida para resguardar la tradición y la formación de nuevos artesanos;
VII. Apoyar a los artesanos en sus gestiones ante las instituciones de crédito, y brindarles la asesoría necesaria para la obtención de financiamientos adecuados;
VIII. Difundir ante la comunidad local, nacional e internacional la cultura artesanal del Estado, utilizando los medios de comunicación;
IX. Planear, fomentar, asesorar y apoyar la celebración de eventos regionales, estatales, nacionales e internacionales que promocionen la artesanía del Estado de Michoacán;

X. Generar e impulsar cadenas productivas para la explotación de artículos artesanales;

XI. Fomentar en la comunidad científica, académica y tecnológica la participación de especialistas en trabajos de investigación que contribuyan al desarrollo de la actividad artesanal en el Estado de Michoacán;

XII. Establecer normas de calidad en los productos artesanales, en coordinación con las autoridades competentes;

XIII. Fomentar, orientar y dar seguimiento a las organizaciones de artesanos;

XIV. Reconocer, estimular y motivar al artesano, su producción promoviendo permanentemente eventos, y en base a su esfuerzo, habilidad, creatividad y producción reconocerles anualmente en el Día del Artesano;

XV. Establecer, dentro de la geografía del Estado de Michoacán, regiones artesanales, con la finalidad de tener un contacto directo con estas y que el desarrollo artesanal sea integral;

XVI. Asesorar a los artesanos sobre sus obligaciones y derechos en materia fiscal, y la tramitología que esto conlleva;

XVII. Promover e implementar modelos de acopio y abasto de materia prima en beneficio de los artesanos;

XVIII. Fortalecer la cultura de respeto al medio ambiente en la producción artesanal a través de la práctica de aprovechamientos sustentables de los recursos naturales y las formas de trabajo;

XIX. Realizar estudios de mercado e implementar esquemas de comercialización de los productos artesanales, incrementando la producción artesanal. Privilegiando esquemas de promoción y difusión del arte popular;

XX. Apoyar a los artesanos con la comercialización de sus productos, garantizando una justa ganancia para ellos;

XXI. Organizar y dignificar la producción artesanal, en pleno respeto a los usos, creencias, costumbres, cultura y tradiciones, ofertando el producto con oportunidad, calidad y cantidad de demanda;

XXII. Promover la educación y cultura artesanal. La artesanía como valor de identidad nacional, arte, cultura y tradición; por medio de programas dirigidos

a la sociedad en general, con el objeto de darle un valor real a la artesanía, sin que sea concebida como un objeto ornamental o utilitario, sino como un producto único e irrepetible con una carga histórica importante;

XXIII. Realizar acciones de preservación y rescate de técnicas y productos artesanales en riesgo o que ya no se practiquen siendo representativas de una comunidad o región;

XXIV. Impulsar la organización y registro de marcas colectivas, la certificación de los artesanos y sus productos;

XXV. Atender las necesidades de asistencia técnica, capacitación, y consultoría administrativa y comercial que impacten en la cadena productiva, así como la innovación artesanal y nuevos diseños artesanales como una prioridad en los programas a desarrollar; y,

XXVI. Todos aquellos programas, acciones y actividades que tiendan a desarrollar y fortalecer la actividad artesanal en el Estado.

Artículo 20. Corresponderá al Instituto promover y concretar acciones para que los artesanos cuenten con apoyos sociales y estímulos fiscales.

Artículo 21. El Instituto podrá celebrar convenios de colaboración con instituciones académicas y entidades públicas o privadas que tengan por objeto desarrollar la actividad artesanal en todos los rubros de interés.

ANEXO 7. Directorio de las Industrias Creativas del Municipio de Morelia

A continuación, se presenta un ejemplo ilustrativo del Directorio ejecutivo de las industrias creativas del municipio de Morelia, puesto que la totalidad del mismo abarca alrededor de 50 cuartillas.

DIRECTORIO ECONOMÍA CREATIVA							
CÓDIGO SCIAN	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE DE ACTIVIDAD	CÓDIGO POSTAL	LOCALIDAD	TELÉFONO	PÁGINA WEB
323111	COLOR IMPRESIONES		Impresión de libros, periódicos y revistas	58130	Morelia		
323111	COMGRAFIC		Impresión de libros, periódicos y revistas	58000	Morelia		
323111	GONZALEZ IMPRESIORES		Impresión de libros, periódicos y revistas	58130	Morelia		
323111	IMPRENTA EDITORIAL FIMAX		Impresión de libros, periódicos y revistas	58000	Morelia	4433121100	WWW.FIMAXEDITORES.COM
323111	IMPRENTA EXCELENCIA		Impresión de libros, periódicos y revistas	58158	Morelia		
323111	IMPRENTA SIN NOMBRE		Impresión de libros, periódicos y revistas	58130	Morelia	4431021676	
323111	IMPRESIONARTE	IMPRESIONARTE SA DE CV	Impresión de libros, periódicos y revistas	58140	Morelia	4433266611	WWW.IMPRESIONARTEMX.COM
323111	IMPRESORES ASOCIADOS		Impresión de libros, periódicos y revistas	58140	Morelia		
323111	TALLER DE EDITORIAL	SECRETARIO DE EDUCACION	Impresión de libros, periódicos y revistas	58178	Morelia	4432135038	
323111	TALLER DE IMPRENTA SIN		Impresión de libros, periódicos y revistas	58140	Morelia		
327111	ABARROTES SIN NOMBRE		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALAFARERIA SIN NOMBRE		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERERIA SIN NOMBRE		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERERIA SIN NOMBRE		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula	4431420387	
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula	4431979310	
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		
327111	ALFARERIA		Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y	58331	Capula		

ANEXO 8. Modelo de encuesta para emprendimientos creativos

ENCUESTA SOBRE EMPRENDIMIENTOS Y EMPRENDEDORES CREATIVOS

La presente encuesta está dirigida al emprendedor creativo, que puede ser aquella persona que dirigió los esfuerzos para que iniciará operaciones la empresa o que en la actualidad toma las decisiones principales de la misma, así como también aquella persona que de manera profesional percibe un ingreso económico por el usufructo de su creatividad.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Obtener información de los emprendimientos y los emprendedores creativos que proporcione elementos clave para la generación de indicadores relacionados con estas unidades económicas y que a su vez coadyuven para un mejor entendimiento de este ecosistema económico y se puedan generar propuestas que fomenten la economía creativa y que a su vez pueda coadyuvar como eje para el desarrollo económico local del municipio de Morelia, Michoacán, México.

DATOS GENERALES

Nombre del Emprendimiento Creativo: _____

Nombre del emprendedor (OPCIONAL): _____

Puesto que desempeña el emprendedor (OPCIONAL): _____

Datos Contacto (Empresa/Personal)

Teléfono: _____ Email: _____

Dirección: _____

Breve descripción del producto o servicio creativo que oferta: _____

_____

_____

1. PERFIL SOCIOECONÓMICO

1.1 ¿Cuál es su género?

☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro

1.2 ¿Qué rango de edad tenía cuando inició el emprendimiento creativo?

☐ 18-30 ☐ 31-45 ☐ 46-60 ☐Mayor de 61

1.3 ¿Cuánto tiempo lleva operando el emprendimiento?

☐ De 0 meses a 1 año ☐ De 1 año a 3 años

☐ De 3 años a 5 años ☐ Más de 5 años

1.4 ¿Cuál es su nivel de estudios?

☐ Sin instrucción

☐ Educación Básica (preescolar, primaria, secundaria, formación p/trabajo)

☐ Educación Media Superior (bachillerato, carrera técnica)

☐ Educación Superior (licenciatura, Ingeniería, posgrado)

1.5 ¿En cuántas capacitaciones para mejorar y hacer crecer su emprendimiento ha participado en el último año?

☐ Cero ☐ Entre 1 y 3 ☐ Entre 4 y 7 ☐ 8 o más

1.6 En el último año fiscal ¿Su emprendimiento tuvo pérdidas o ganancias luego del pago de impuestos?

☐ Tuvo pérdidas GRANDES ☐ Tuvo pérdidas PEQUEÑAS

☐ No tuvo ni pérdidas ni ganancias ☐ Tuvo ganancias PEQUEÑAS

☐ Tuvo ganancias GRANDES

1.7 ¿Cuántos empleos directos genera su emprendimiento?

☐ Uno (Autoempleo) ☐ Entre 2 y 5 ☐ Entre 5 y 10 ☐ 11 o más

1.8 En una escala del 1 al 5, donde 1 es "nulo conocimiento" y 5 es "mucho conocimiento" ¿En qué medida considera que la sociedad conozca el término emprendimiento creativo?

Nulo Conocimiento ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 Mucho Conocimiento

2. SALARIO

2.1 Si solo es autoempleo ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual promedio?

☐ Es bajo, tengo que generar otro ingreso ☐ Es medio, me alcanza justo para mis gastos mensuales

☐ Es bueno, me permite hacer gastos de ocio ☐ Es muy bueno, me permite además ahorrar bien

2.2 Si genera empleos ¿Cuál es el promedio mensual que paga en salarios?

☐ De 0 a $5,000 por empleado ☐ De $5,000 a $10,000 por empleado

☐ De $10,000 a $20,000 por empleado ☐ Más de $20,000 por empleado

3. FINANCIAMIENTO

3.1 ¿Cuál fue la fuente de financiamiento para iniciar su emprendimiento creativo? Marque todas las que correspondan.

☐ Ahorro personal

☐ Préstamo de familia o amigos

☐ Aportación de los socios

☐ Subsidios de programas gubernamentales

☐ Créditos de la banca comercial (BANAMEX, BBVA BANCOMER…)

☐ Créditos de la banca de desarrollo (NAFIN, BANSEFI…)

☐ Créditos de instituciones financieras no bancarias (CAJAS DE AHORRO…)

☐ Inversores privados

☐ Otro Especifique: _____

3.2 En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy insuficiente y 5 es muy suficiente ¿Cómo considera la oferta de financiamiento inicial para los emprendimientos creativos procedente de…

Programas gubernamentales	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Banca comercial	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Banca de desarrollo	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Instituciones financieras no bancarias	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Inversores privados	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5

3.3 En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy complicado y 5 es muy fácil ¿Cómo califica la dificultad para obtener un financiamiento inicial para un emprendimiento creativo procedente de…

Programas gubernamentales	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Banca comercial	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Banca de desarrollo	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Instituciones financieras no bancarias	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Inversores privados	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5

4. APOYOS DE INSTITUCIONES PÚBLICAS

4.1 ¿Qué apoyos económicos del gobierno para el crecimiento de los emprendimientos creativos conoce? Marque las opciones necesarias

☐ Gobierno municipal. Especifique: _____

☐ Gobierno estatal. Especifique: _____

☐ Gobierno federal. Especifique: _____

☐ NO conozco ninguno, pase a la pregunta 4.3

4.2 En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy complicado y 5 es muy fácil ¿Cómo califica la dificultad para obtener un apoyo económico para su emprendimiento procedente del gobierno?

Apoyos del gobierno municipal	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Apoyos del gobierno estatal	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Apoyos del gobierno federal	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5

4.3 ¿Cuáles programas de capacitación que ofrece el gobierno para el crecimiento de los emprendimientos creativos conoce? Marque las opciones necesarias.

☐ Gobierno municipal. Especifique: _____

☐ Gobierno estatal. Especifique: _____

☐ Gobierno federal. Especifique: _____

☐ NO conozco ninguno, pase a la pregunta 4.5

4.4 En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy mala y 5 es muy buena ¿Cómo percibe la calidad de los programas de capacitación para los emprendimientos creativos que ofrece el gobierno?

Capacitaciones del gobierno municipal	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Capacitaciones del gobierno estatal	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Capacitaciones del gobierno federal	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5

4.5 ¿Cuánto tiempo le llevó realizar todos los trámites administrativos y burocráticos gubernamentales para que su emprendimiento iniciara operaciones?

☐ De 1-5 días ☐ De 6-10 días ☐ De 11-15 días ☐ Más de 15 días

4.6 En general, en una escala del 1 al 5, donde 1 es muy mala y 5 es muy buena; ¿Cómo considera la actuación del gobierno para el fomento al emprendimiento creativo respecto a …

Trámites burocráticos para abrir emprendimientos creativos	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5

Régimen de incentivos y beneficios fiscales	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5
Marco regulatorio y legislativo	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5

5. PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO

5.1 Según su percepción, en una escala del 1 al 5, donde 1 es nulo crecimiento y 5 es mucho crecimiento ¿Cuánto crecimiento considera que tendrá su emprendimiento en el corto plazo (de 1 a 3 años) para aumentar su ingreso y/o su capacidad de pagar mayores salarios?

Nulo crecimiento ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 Mucho crecimiento

5.2 ¿Y en cinco años?

Nulo crecimiento ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 Mucho crecimiento

5.3 ¿Cuál es su percepción respecto al número de empleados que necesitará en su emprendimiento creativo para los próximos cinco años?

☐ Despedirán a todos los empleados (cerrarán la empresa) ☐ Despedirán empleados

☐ No despedirán ni contratarán empleados ☐ Contratarán 1 a 10 empleados

☐ Contratarán más de 10 empleados

5.4 Desde su opinión, en una escala de 1 a 5, donde 1 es "No existen condiciones adecuadas" y 5 es "Existen las condiciones óptimas" ¿Considera que se pueda establecer y desarrollar un clúster creativo exitoso en el municipio de Morelia, Michoacán, México?

No existen condiciones adecuadas ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 **Existen las condiciones óptimas**

5.5 Explique las razones de su respuesta anterior por favor: _____

_____

_____

6. INFORMACIÓN ADICIONAL OPCIONAL

6.1 Finalmente, según su opinión ¿Cuáles medidas, acciones, programas o leyes se deberían modificar o implementar para fomentar los emprendimientos creativos en el municipio de Morelia, Michoacán, México?

_____

_____

_____

_____

ANEXO 9. Operacionalización de la encuesta

Posibles Variables	Definición conceptual	Definición Operacional		Ítems
		Dimensiones	Indicadores	
Perfil Socioeconómico	Conjunto de características sociales y económicas que determinan el comportamiento de un individuo.	Factores internos	Género	1.1
			Edad	1.2
			Disposición a capacitarse	1.5
		Factores externos	Nivel de estudios	1.4
			Utilidades	1.6
			Empleos generados	1.7
Nivel de Ingreso	El estímulo o recompensa económica que percibe el emprendimiento creativo	Nivel de Salarios	Ingreso percibido	2.1
			Salarios generados	2.2
Acceso Financiamiento	Son los recursos necesarios para cubrir los costos originados por la creación y el inicio de operaciones de una empresa	Condiciones del financiamiento inicial	Fuente Financ. Inicial	3.1
			Oferta F.I.	3.2
			Accesibilidad Finan. Inicial	3.3
Apoyo de Instituciones Públicas	Un conjunto de acciones intencionales que	Intervención del gobierno en el fomento al	Apoyos económicos gobierno	4.1

	se elaboran para alcanzar objetivos y contribuir con el desarrollo, económico y social de la ciudadanía.	emprendimiento creativo	Accesibilidad apoyos econ. gobierno	4.2
			Capacitaciones gobierno	4.3
			Calidad capacitaciones gobierno	4.4
			Tiempo trámites burocráticos	4.5
Perspectivas de crecimiento	Expectativas que se generan respecto al proceso de adaptación a los cambios exigidos por factores externos o promovidas por factores internos para obtener una competitividad perdurable en el tiempo.	Crecimiento del emprendimiento creativo	Crecimiento	5.1 5.2
			No. empleados	5.3
			Clúster Creativo	5.4 5.5

ANEXO 10. Evidencia fotográfica

Comenzando las encuestas con don José

Local con diferentes artículos de barro

Con don Toño, artesano de Capula

Artesanías en el suelo, mercado dominical en Capula

Horno de taller artesanal

Catrinas

Puesto ambulante de artesanías, mercado dominical en Capula

Selfie en taller

Inventario de artesanías

Encuesta a artesana, doña Lupita

Patio usado como almacén

Artesanías y aguas frescas

ANEXO 11. Reporte de análisis de coincidencias de la Coordinación General de Estudios de Posgrado

Juan Antonio Color Vázquez

La Economía Creativa como Eje para el Desarrollo Económico Local del Municipio de Morelia, Michoacán

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::3117:431430573

Fecha de entrega
18 feb 2025, 11:48 a.m. GMT-6

Fecha de descarga
18 feb 2025, 11:57 a.m. GMT-6

Nombre de archivo
La Economía Creativa como Eje para el Desarrollo Económico Local del Municipio de Morelia, Mic....pdf

Tamaño de archivo
4.5 MB

268 Páginas

72,327 Palabras

411,996 Caracteres

iThenticate Página 1 of 297 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::3117:431430573

ANEXO 12. reporte de anti plagio interno realizado por la plataforma Plagium

:::plagium

:::plagium™

Para análisis AP JACV.pdf

24/11/2024

859d6b20-aaba-11ef-8980-c5ad1a2b1c8c

Semejanza: 15.6% Riesgo:

ANEXO 13. formato de declaración de originalidad y uso de la inteligencia artificial

Formato de Declaración de Originalidad y Uso de Inteligencia Artificial

Coordinación General de Estudios de Posgrado
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

A quien corresponda,

Por este medio, quien abajo firma, bajo protesta de decir verdad, declara lo siguiente:

- Que presenta para revisión de originalidad el manuscrito cuyos detalles se especifican abajo.
- Que todas las fuentes consultadas para la elaboración del manuscrito están debidamente identificadas dentro del cuerpo del texto, e incluidas en la lista de referencias.
- Que, en caso de haber usado un sistema de inteligencia artificial, en cualquier etapa del desarrollo de su trabajo, lo ha especificado en la tabla que se encuentra en este documento.
- Que conoce la normativa de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en particular los Incisos IX y XII del artículo 85, y los artículos 88 y 101 del Estatuto Universitario de la UMSNH, además del transitorio tercero del Reglamento General para los Estudios de Posgrado de la UMSNH.

Datos del manuscrito que se presenta a revisión		
Programa educativo	DOCTORADO EN CIENCIAS DEL DESARROLLO REGIONAL	
Título del trabajo	LA ECONOMÍA CREATIVA COMO EJE PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL DEL MUNICIPIO DE MORELIA, MICHOACÁN, MÉXICO	
	Nombre	**Correo electrónico**
Autor/es	JUAN ANTONIO COLOR VÁZQUEZ	9201383X@umich.mx
Director	DR. JORGE VÍCTOR ALCARAZ VERA	jorge.alcaraz@umich.mx
Codirector		
Coordinador del programa	DR. ANTONIO FAVILA TELLO	doc.cs.desarrollo.regional@umich.mx

Uso de Inteligencia Artificial		
Rubro	**Uso (sí/no)**	**Descripción**
Asistencia en la redacción	NO	

Formato de Declaración de Originalidad y Uso de Inteligencia Artificial

Coordinación General de Estudios de Posgrado
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Uso de Inteligencia Artificial		
Rubro	**Uso (sí/no)**	**Descripción**
Traducción al español	NO	
Traducción a otra lengua	NO	
Revisión y corrección de estilo	NO	
Análisis de datos	NO	
Búsqueda y organización de información	NO	
Formateo de las referencias bibliográficas	NO	
Generación de contenido multimedia	NO	
Otro	NO	

Datos del solicitante	
Nombre y firma	JUAN ANTONIO COLOR VÁZQUEZ
Lugar y fecha	MORELIA, MICHOACÁN A 17 DE FEBRERO DE 2025