

Emprendimientos Culturales como detonadores sociales y económicos

Cultural Entrepreneurship as social and economic triggers

Elvira Silvia Pantoja Ruiz

Universidad Autónoma de Querétaro, México

elvira.silvia.pantoja@uaq.mx

<https://orcid.org/0000-0001-8668-1721>

Resumen

Todos aquellos visionarios que han logrado emprender una empresa cultural, se consideran que tuvieron éxito debido a que implementaron sus propios procesos administrativos impulsados por una visión empresarial que tuvieron y que pudieron concretar. El objetivo de este trabajo fue identificar las diferentes aportaciones socio-económicas que se detonan de las empresas culturales. La población que se consideró fue de 50 emprendedores culturales locales y nacionales, los instrumentos que se diseñaron para evaluar las estrategias de los emprendedores fueron a partir de 34 encuestas y 16 entrevistas que abordaron dos ejes principalmente: impacto social e impacto económico. Los resultados que se obtuvieron en los diferentes proyectos de emprendimientos demuestran que las empresas culturales impactan de manera significativa en los sectores socio-económicos. Se concluye que debe haber mayor impulso para las empresas culturales en México a partir del diseño de estrategias que permitan posicionar de manera efectiva una empresa en el mercado cultural que abone al desarrollo económico y social del país.

Palabras clave: Emprendimiento Cultural, Pertinencia Social, Rentabilidad Económica.

Abstract

All those visionaries who have managed to start a cultural enterprise, are considered to have succeeded because they implemented their own administrative processes driven by a business vision that they had and that they were able to realize. The objective of this work was to identify the different socio-economic contributions that are detonated from cultural enterprises. The population that was considered was 50 local and national cultural entrepreneurs, the instruments that were designed to evaluate the strategies of entrepreneurs

were from 34 surveys and 16 interviews that addressed two axes mainly: social impact and economic impact. The results obtained in the different entrepreneurship projects show that cultural enterprises have a significant impact on the socio-economic sectors. It is concluded that there should be greater impetus for cultural enterprises in Mexico from the design of strategies that allow to effectively position a company in the cultural market that pays for the economic and social development of the country.

Keywords: Cultural Entrepreneurship, Social Relevance, Economic Profitability.

Fecha Recepción: Enero 2021

Fecha Aceptación: Julio 2021

Introducción

La inevitable globalización cultural y el inminente crecimiento poblacional en México y el mundo, ha salido de control para muchos gobiernos y este descontrol se ha venido transformando en un problema social. Esto ha orillado a las grandes urbes a descentralizar sus dependencias, esto con la finalidad de generar desarrollo y crecimiento económico en las mismas y por ende buscar una mejora en el ámbito social de las regiones generando así tasas de crecimiento económicas que beneficien a las poblaciones locales, nacionales e internacionales.

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) señala que “Una tasa de crecimiento sostenida, asociada a patrones repetitivos, constituye lo que se ha llamado crecimiento económico moderno, dicho crecimiento está ligado a las oleadas de descubrimientos científicos e inventos tecnológicos de la era moderna, a los que se deben los cambios de la organización económica y el aumento de la productividad” (UNESCO, 2016)

La cultura nacional es un elemento fundamental en el proceso de transformación de la sociedad mexicana, las políticas culturales representan una alta prioridad como factor generador de acciones identificadas con los más altos intereses nacionales.

La cultura y la educación son cada vez más, factores prioritarios dentro de las políticas gubernamentales. En el ámbito internacional, la política educativa, científica y cultural gubernamental se orienta a complementar los esfuerzos productivos de la sociedad y a fortalecer los vínculos de solidaridad con todos los países.

Por mencionar solo alguno de los rubros que ha impactado en las economías locales, nacionales e internacionales es sin duda el turismo cultural el cual ha repuntado las estadísticas, más de 1.5 millones de personas se benefician directamente de las actividades realizadas por los programas conjuntos –cultura y desarrollo, es decir, a través de la creación de capacidades, la transferencia de conocimientos, de empleo e ingresos. (CONACULTA, 2016)

Los beneficiarios incluyen una diversidad de partes interesadas en las zonas seleccionadas de los Programas de intervención, en particular las mujeres, jóvenes, minorías étnicas, personas indígenas, representantes del sector privado (es decir, aquellos que participen en las industrias culturales y creativas), y organizaciones de la sociedad civil (incluyendo la comunidad y los líderes religiosos), así como las autoridades gubernamentales (a nivel central y descentralizado) y las instituciones públicas, ilustrando así la repercusión de los programas conjuntos en todos los niveles de la sociedad. (UNESCO, 2016)

La crisis global ha venido orillando a las personas a distanciarse de manera significativa cada vez más de los eventos artístico-culturales que pueden llegar a realizarse dentro de su contexto, estos van desde las tradiciones y costumbres locales y nacionales que se han visto invadidas por influencias de otras culturas y así generado la vorágine en el consumo, los modelos estéticos, afectivos y cognitivos se han ido homogeneizando cada día más con los propuestos por la cultura estadounidense.

El desarrollo de competencias emprendedoras lleva al participante a descubrir su capacidad de emprendimiento para orientarlo hacia diferentes actividades como el empresarismo (capacidad de crear y sostener su propia empresa), teniendo en cuenta factores tanto de orden personal y ético (desarrollo de la capacidad emprendedora), contextual (percepción del entorno), como técnico (plan de negocios, modelo de emprendimiento, proyecto emprendedor, para la consecución de recursos). (Uribe Macías, 2013)

Cuando una idea creativa e innovadora se cristaliza en algo tangible que genera ganancias monetarias, empleos e impacto social, entonces se habla de una empresa rentable.

Adrián Marcelli (2016) afirma que, para fortalecer el tejido social de una comunidad, de una ciudad o de un país, hay que conocer en principio cómo se construye dicho tejido: la cultura nos ofrece una respuesta al sentido de esa construcción. (pág. 81)

La recuperación económica, si nos ceñimos exclusivamente al ámbito de la iniciativa privada será a través de pequeñas redes de mercado y de Pymes culturales.

En México existen aproximadamente cuatro millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8 por ciento son Pequeñas y medianas empresas (Pymes). Las Pymes actualmente generan 52 por ciento del PIB y el 72 por ciento de los empleos en el país de las cuales el 23% son Pymes Culturales (INEGI, 2016).

El emprendimiento cultural como detonador para el fortalecimiento social y económico pretende lograr gradualmente el equilibrio, no como un fin preestablecido, sino como un proceso continuo y cambiante, a través del cual se resuelve de modo satisfactorio la relación del ser humano con su entorno. Equilibrio en su salud personal, relaciones familiares y vínculos afectivos entre otros.

Cuando un profesionista decide emprender, sea cual sea el sector económico en el cual decida hacerlo, la aportación más importante que genera dentro de una sociedad se ve reflejado directamente en el Producto Interno Bruto (PIB).

“El paso de la era industrial a la era del conocimiento plantea nuevos escenarios para el desarrollo, la economía y, por supuesto, para el sector cultural”. (Neugovsen, 2016, pág. 124)

Definitivamente se tiene que pensar en una reforma cultural que incida, por un lado, en una reorientación en la Secretaría de Economía, el INADEM (Instituto Nacional del emprendedor) y la banca de desarrollo para que las PyMes culturales obtengan el rango legal y de política económica que bien se han ganado, esto “propiciará un reordenamiento del tablado jurídico para un desempeño eficaz del empresariado cultural”. (Cruz Vázquez, 2016, pág. 106)

Sin embargo, algunas empresas culturales seguirán en el anonimato hasta que pasen al gremio de la economía formal. Es por eso que el objetivo de esta investigación fue identificar y clasificar los proyectos artísticos y culturales que contribuyen al fortalecimiento social y económico.

Los beneficios sociales y económicos inmediatos y evaluables a partir de la implementación de proyectos de intervención artísticos y culturales serían:

- Incremento en la proyección profesional (mediante la ampliación del espectro de difusión, distribución y promoción de la producción artística y cultural).

- Mayor impacto social de la producción artística y cultural (mediante la planeación y dirección de programas de formación de públicos y marketing social).
- Sustentabilidad económica del creador y gestor (mediante el emprendimiento de empresas culturales, proyectos de autoempleo y captación de fondos).
- Fortalecimiento de vínculos con el Estado (mediante el conocimiento de los mecanismos administrativos públicos culturales, normas, funciones, facultades, presupuestos, organigramas, transparencia y servicio civil de carrera).
- Mayor comunicación con la sociedad (mediante la vinculación con los diferentes actores de un contexto social específico)
 - Vinculación Social y Sustentabilidad

De acuerdo a lo estipulado por la UNESCO, la diversidad cultural resultante amplía las alternativas; alimenta diversas capacidades, valores humanos y cosmovisiones; y permite que la sabiduría del pasado nos prepare para el futuro. La diversidad cultural puede impulsar el desarrollo sostenible de los individuos, comunidades y países. Por tanto, un enfoque mundial efectivo para el Desarrollo Sostenible y la Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) debe abordar el respeto, la protección y la conservación de la diversidad del mundo ahora y en el futuro. (UNESCO, 2016)

Metodología

La investigación realizada fue de tipo exploratoria, ya que es una temática que no se ha abordado específicamente con profundidad con anterioridad a ésta. Se realizará de forma observacional analizando la información recolectada a través de diferentes herramientas de observación. Respecto del tiempo será de carácter transversal, realizando una observación del presente mediante un corte en el tiempo.

Para el estudio se realizó un muestreo a una población de 50 emprendedores culturales tanto locales como nacionales, partir de 34 encuestas y 16 entrevistas guiadas que abordaron dos ejes principalmente: impacto social e impacto económico en donde se les aplicó de manera aleatoria a los diferentes emprendedores. En la tabla 1 se muestran los datos sociodemográficos que muestra la preparación profesional, el rango en que oscila la edad de los empresarios y el lugar en donde se encuentra su empresa.

Tabla 1. Datos sociodemográficos para la muestra

CRITERIO	GRADO ACADÉMICO				¿TIENE FORMACIÓN ARTÍSTICA?		LUGAR DONDE SE ENCUENTRA LA EMPRESA CULTURAL					RANGO DE EDAD DE LOS EMPRESARIOS CULTURALES			
	Sec.	Prep.	Lic.	Pos	si	no	Qro.	Cd. Mx.	Gto.	Edo. Mex.	Ver.	De 22 a 25	De 26 a 30	De 31 a 35	Más de 45
EMPRESARIOS CULTURALES	1	2	3	1	44	6	40	5	4	4	1	4	6	3	8
TOTAL		50				50			50					50	

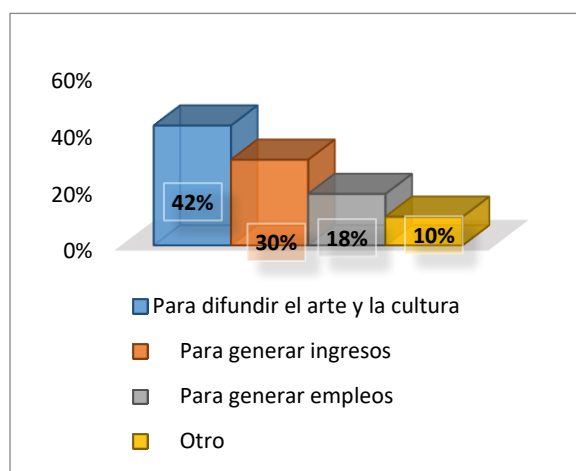
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar (tabla1), casi el 90% de los empresarios culturales tienen formación en alguna de las disciplinas artísticas y/o formación como gestores o promotores culturales, el 80% de ellos tiene su empresa cultural en el estado de Querétaro y lo más interesante de estos datos es que más del 60% tienen entre 31 y 45 años de edad, lo que quiere decir que los jóvenes se están atreviendo a emprender.

Resultados

La información recabada a partir de los datos sociodemográficos demuestra que existe un gran número de jóvenes que están emprendiendo en proyectos que tienen que ver con el arte y la cultura y de acuerdo a los resultados obtenidos como se muestra en la figura 1 más del 75% crearon su empresa cultural para difundir el arte y la cultural y al mismo tiempo generar ingresos propios y empleos.

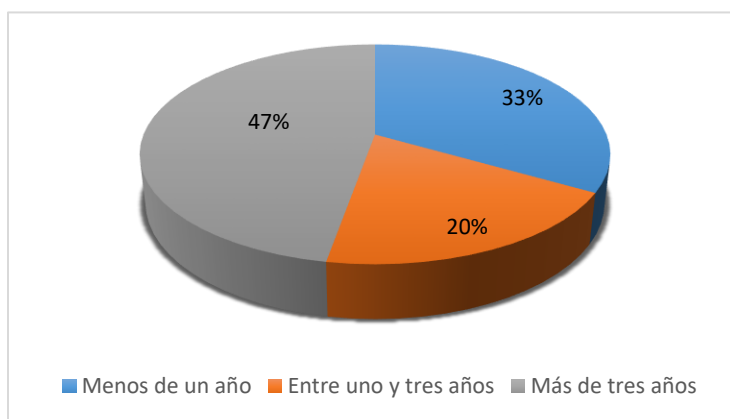
Figura 1. Motivos de creación de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

El tiempo de actividad como empresa cultural que los encuestados y entrevistados manifiestan tener (figura 2), casi la mitad de ellos lleva más de tres años, siguiendo con el 33% que llevan menos de un año en actividades y solo un 20% tiene menos de un año de funcionamiento empresarial.

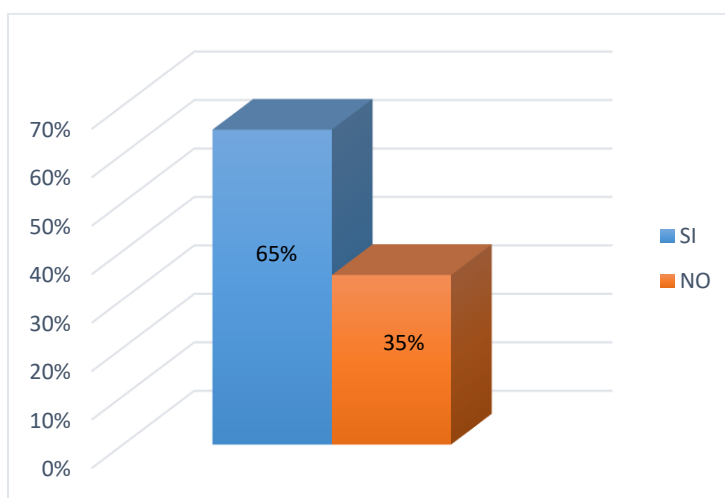
Figura 2. Tiempo de funcionamiento de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

Cuando se les preguntó que, si su empresa cultural tenía fines lucrativos, el 65% de ellos respondieron que si ya que argumentaron que la idea de emprender era precisamente para generar ingresos mientras que el 35% dijo que no que solo lo hacían para llevar su propuesta a diferentes sectores de la sociedad (figura 3).

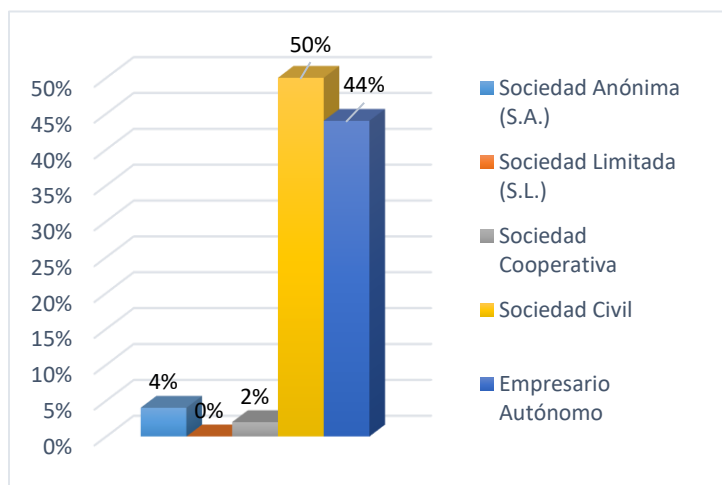
Figura 3. Fines lucrativos de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

El 50% de la población tiene dada de alta su empresa cultural como sociedad civil, mientras que el 44% son empresarios autónomos y menos de 5% se encuentran bajo la modalidad de sociedad cooperativa y sociedad anónima, esto quiere decir que “se rigen bajo el derecho civil y no mercantil lo que significa que se conducen por contrato en donde se plasman los derechos y las obligaciones entre dos personas” (Raffino, 2021).

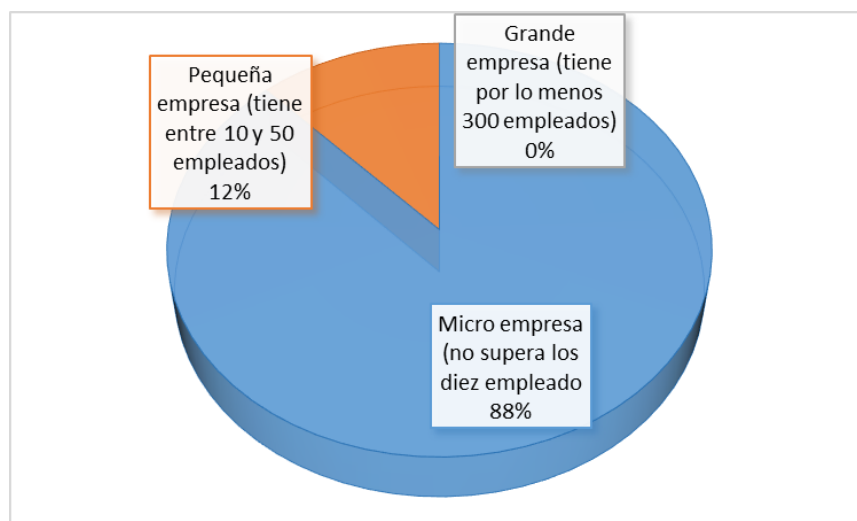
Figura 4. Razón social de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al tamaño de la empresa, el 88% se encuentra como microempresa y solo el 12% como pequeña empresa.

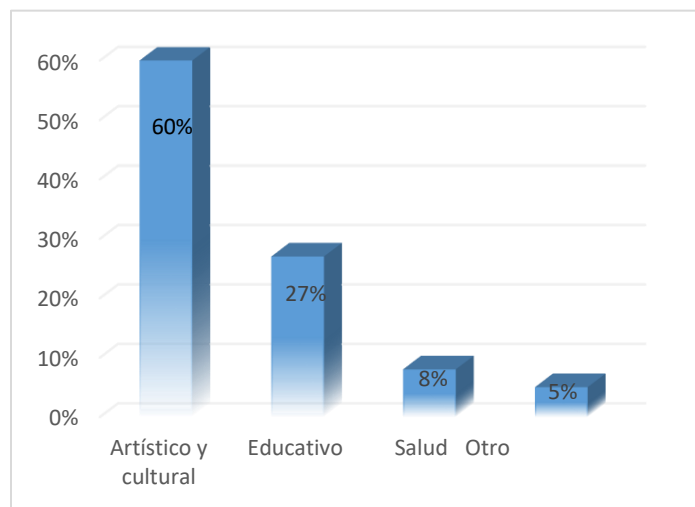
Figura 5. Tamaño de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

En la figura 6 se puede observar que el 60% de los encuestados contribuye socialmente con sus proyectos al sector artístico y cultural, con el 27% al educativo, con el 8% al de salud y 5% a otros.

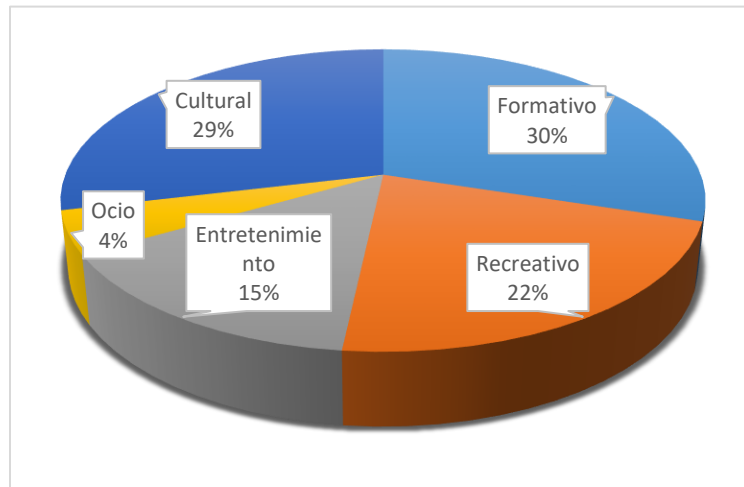
Figura 6. Contribución social de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

Puntualizando el dato de la figura anterior, los sectores sociales en los que mayor impacto tienen los proyectos realizados por las empresas culturales de acuerdo a las respuestas de los encuestados como se observa en la figura 7, el 30% es meramente formativo, el 29% cultural, 22% recreativo, el 15% entretenimiento y solo el 4% al ocio.

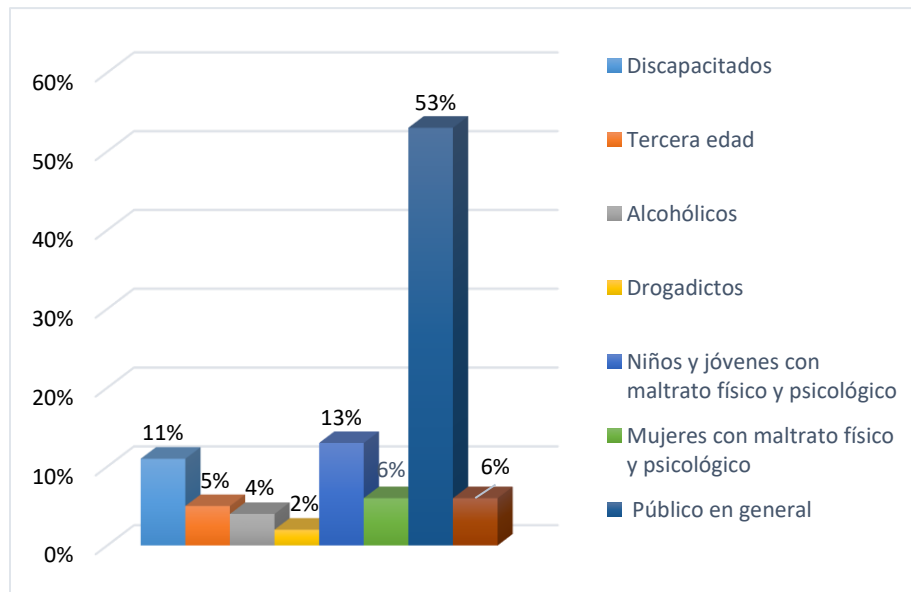
Figura 7. Sectores sociales a los que se dirigen los productos y/o servicios de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

El 53% de los proyectos realizados por las empresas culturales están dirigidos al público en general, ubicando en segundo lugar a niños y jóvenes con maltrato físico y psicológico con un 13%, con un 11% para personas con discapacidad y entre 6% y 2% a otros grupos vulnerables como drogadictos, alcohólicos y personas de la tercera edad).

Figura 8. Dirección de los proyectos de la empresa cultural

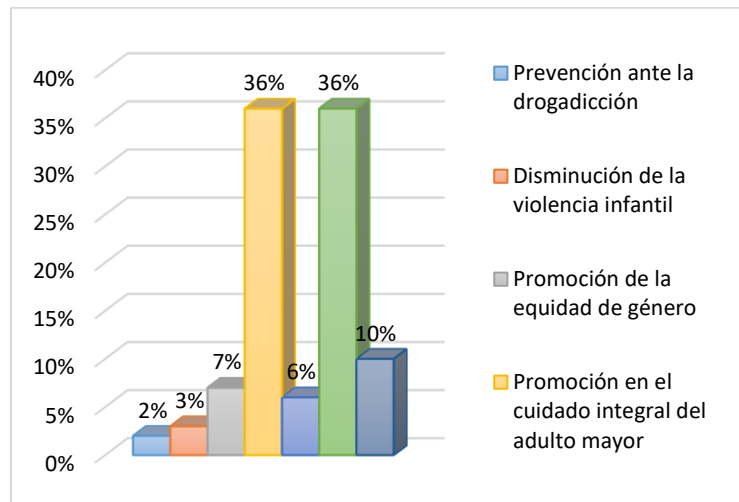


Fuente: Elaboración propia

En la figura 9 se puede observar más detalladamente el nivel de impacto social que han tenido los proyectos de las empresas culturales, aunque en la figura 8 se manifiesta que se dirigen al público en general, la realidad es que estos dos rubros se han visto beneficiados

según las respuestas de los encuestados, 36% en la promoción del arte y la cultura y 36% en la promoción del cuidado integral del adulto mayor.

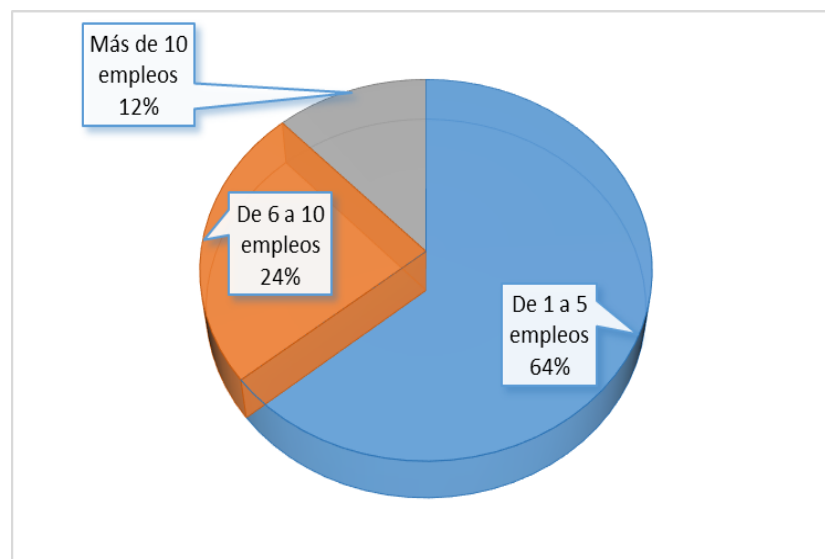
Figura 9. Nivel de impacto social de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

Una de las grandes aportaciones que han hecho los empresarios a la economía es que han sido generadores de empleo. Como se puede observar en la figura 10 el 64% ha dado empleo de 1 a 5 personas de manera directa mientras el 24% de entre 6 y 10 empleos y no tan bajo el índice del 12% ha generado más de 10 empleos.

Figura 10. Generación de empleos de las empresas culturales

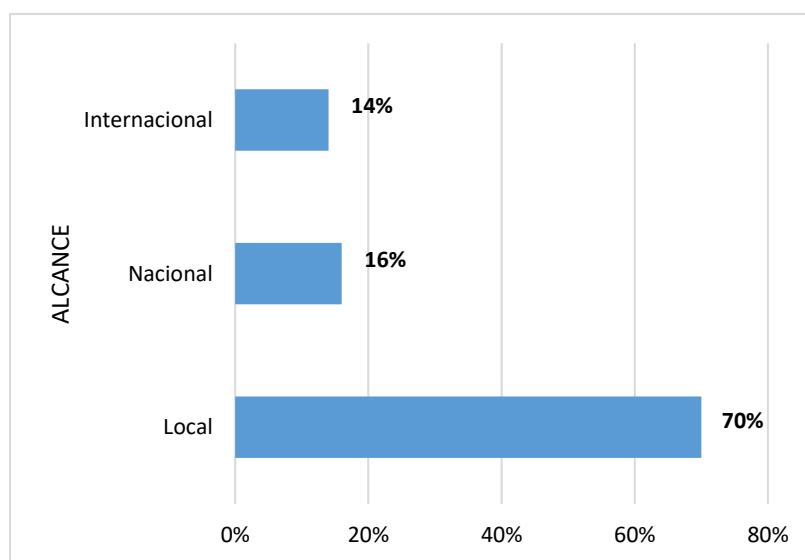


Fuente: Elaboración propia

En la figura 11 se muestra el nivel de alcance que han tenido las empresas culturales, el 70% tiene un alcance local, aunque están en miras de proyectarse a nivel nacional e

internacional mientras que el 16% ya tienen un alcance nacional y el 14% de las empresas con una proyección internacional.

Figura 11. Nivel de alcance de la empresa cultural



Fuente: Elaboración propia

Por último, se les preguntó a los empresarios culturales su punto de vista sobre la aportación que hacen con sus empresas al sector social y económico del país preguntándoles específicamente si consideraban que las empresas culturales contribuían a la economía y a la sociedad a lo que el 98% respondió que sí y solo un 2% dijo que no y los entrevistados concluyeron con los siguientes argumentos cuando se les preguntó por qué consideraban que las empresas culturales eran detonadores económicos y sociales a lo que respondieron lo siguiente:

Entrevistado 1

Porque en muchos aspectos, el desarrollo humano- económico está ligado a los quehaceres del territorio, al mismo tiempo que a sus actividades culturales, y recursos naturales y porque fomentan y motivan a usar la imaginación y la creatividad
Justo por la economía

Entrevistado 2

Por la esencia de la cultura, el formar personas más sensibles frente a la sociedad, más humanas, desarrollando empatía, trabajo en equipo y solidaridad, permite el acercamiento a identidades culturales al conocimiento del propio individuo y su capacidad de desarrollar

habilidades. Genera espacios en el que permitan, incluso generar empleos en instituciones que compartan el arte y formen a artistas que enaltezcan la cultura e historia de un lugar, porque la cultura es también un producto, que finalmente todos consumimos y buscamos de acuerdo a nuestros intereses.

Entrevistado 3

El ejercicio cultural de una nación o comunidad ayuda a la identidad, motivación, y formación de sus miembros. La cultura abarca desde el entretenimiento hasta las costumbres y filosofías de los individuos como parte de un colectivo. Y si estos a su vez tienen una cultura consistente, de la que se pueden sentir orgullosos e identificados, pues contribuyen a una nación cada vez más sólida, eso necesariamente beneficia a la economía.

Entrevistado 4

Porque, como toda empresa, está encaminada a generar ingresos y empleos además de buscar, a través del arte y la cultura, contribuir a una mejora social. Porque mueven diferentes recursos humanos ya sea por medio de empleados o por medio de empresas proveedoras de servicios.

Entrevistado 5

La escritura es el ejercicio de la experiencia personal en el mundo. Su registro, difusión y fomento contribuye a crear el complejo entramado de significados que nos conforman como personas. Es esa experiencia íntima del mundo la que nos permite ver o intentar ver la realidad que nos tocó vivir. Su práctica es dinámica y múltiple, dos elementos que son fundamentales para entendernos como seres humanos y como sociedad en este y otros momentos de la historia. Y bueno, la industria del libro da trabajo a muchas familias, desde la escritura hasta la difusión (creo que ya me clavé, ¿verdad?)

Entrevistado 6

Porque generan movimiento en la economía, al invertir capital, pagar sueldos, honorarios y buscar un beneficio económico a quien genera los proyectos.

Entrevistado 7

Mueven proyectos y con ello dinero e iniciativas. Porque generan empleos y ganancias

Entrevistado 8

Generación de fuentes de empleo Capacitación y formación a varios sectores de la población Oferta y demanda de bienes y servicios Fomento a la cultura y contribuimos a que el hombre sea más feliz.

Entrevistado 9

Generan flujo económico de manera transversal. Contribuyen sobre todo al desarrollo del espíritu y pensamiento humano. Genera empleos directamente por las personas que trabajan en ella, indirectamente por los servicios que requiere contratar para realizar sus actividades. Genera ingresos a partir de las actividades que realiza y donaciones permitiendo a las personas deducir impuestos.

Entrevistado 10

Porque generan empleos, contribuyen a la economía y al movimiento de otros sectores Son detonadores del desarrollo económico de los pueblos, generan servicios de apoyo para la comunidad.

Entrevistado 11

Porque genera empleos y cuida el patrimonio cultural. Generación de empleos, producción de capital, apertura de economía nacional e internacional y porque genera empleos y moviliza capitales económicos

Entrevistado 12

Me. Parece que hace personas. Con mayor criterio y como consecuencia puede llegar a hacer personas que tengan mayor conciencia social y mayor nivel intelectual que deriva en personas con capacidad crítica sobre el lugar que habitan

Entrevistado 13

La cultura es parte de la sociedad de consumo. Mi proyecto es cultural artístico y beneficia al sector laboral. Porque vamos implementando nuevas formas de consumir el arte y la cultura por medio de microempresas locales. Por la promoción que le falta al estado.

Entrevistado 14

Porque los tiempos han cambiado y el creativo tiene que echar andar sus proyectos para generar empleos y tener un ingreso propio sin necesidad de depender de alguien más.

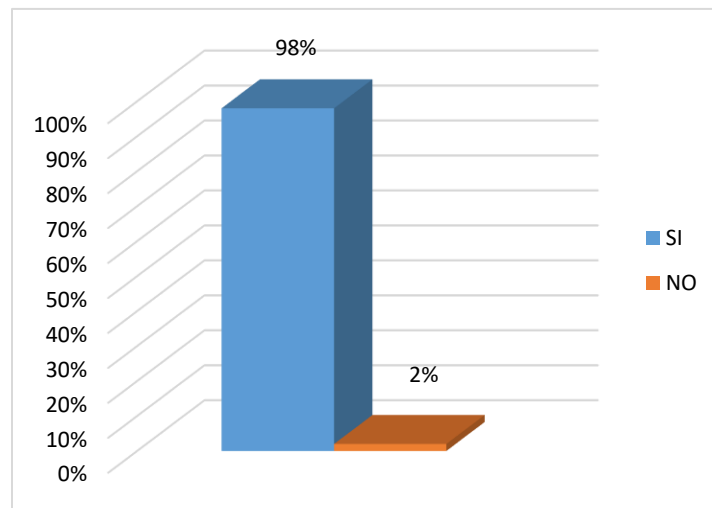
Entrevistado 15

Las empresas culturales deben ser consideradas como cualquier otra empresa de cualquier giro, lo que falta es una ley que regule y apoye a las empresas culturales y nos veamos beneficiados fiscalmente hablando.

Entrevistado 16

Las empresas culturales contribuyen de manera significativa a la sociedad a través de todos los eventos que organizamos y esto a su vez se ve reflejado en la economía del estado y por ende del país ya que al disminuir la delincuencia, la drogadicción, el alcoholismo y otros problemas sociales que no terminaría de mencionar, esto disminuye los costos para los gobiernos en materia de presupuesto para el bienestar social y de salud también que a mediano plazo se verá reflejado en el desarrollo económico y social del país.

Figura 10. Contribución de las empresas culturales a la economía y la sociedad según emprendedores culturales



Fuente: Elaboración propia

Discusión

Las industrias culturales requieren una política de apoyo adecuada y para poder llevar adelante propuestas y en pro de las mismas existe una amplia legislación específica. Ella está compuesta tanto por artículos constitucionales, disposiciones sobre administración cultural y diversas leyes y reglamentos que rigen la normatividad del sector cultural. El producto artístico y cultural debe explotarse y darse a conocer en cualquier sector social y medir su nivel de impacto en el mismo. “La gestión cultural más que una disciplina para la investigación, es para la acción transformadora del entorno social donde incide”(Mac Gregor, 2016, pág. 19). Los proyectos culturales sólidos y de impacto a largo plazo otorgan a los diversos sectores económicos una mejora en su percepción y en la imagen social, un reconocimiento de pertenencia e identidad de la ciudad o comunidad de origen, un prestigio social colectivo. Además de todo ello, es posible, a través de estos proyectos culturales, una reactivación económica local y un flujo de nuevos visitantes o consumidores. Por ello, “es muy difícil hablar de políticas culturales fuera de contextos económicos y de impacto social, particularmente en el ámbito comunitario” (Marcelli, 2018, pág. 19). En el campo cultural, la rentabilidad de un proyecto cultural no se agota en el intercambio entre costos y ganancia, sino que se extiende en el impacto y el beneficio social del proyecto cultural mismo. (Marcelli, 2018, pág. 20).

Las industrias creativas y las empresas culturales son parte del rostro productivo. Generan una gran diversidad de bienes, servicios y productos, ofrecen bienes culturales sujetos a las leyes de la oferta y la demanda de la economía, lo cual quiere decir que éstas contribuyen al crecimiento y desarrollo del país dinamizando el empleo y la economía a la vez que benefician a la sociedad. La UNESCO financia proyectos de emprendimiento cultural, los cuales son repuntados en Latinoamérica representando el 28.21% del monto total asignado al impulso y apoyo a los proyectos culturales. El paso de la era industrial a la era del conocimiento plantea nuevos escenarios para el desarrollo, la economía y, por supuesto, para el sector cultural (Neugovsen, 2016, pág. 124). Un proyecto de intervención artístico y cultural como detonador para el fortalecimiento social y económico pretende lograr gradualmente el equilibrio, no como un fin preestablecido, sino como un proceso continuo y cambiante, a través del cual se resuelve de modo satisfactorio la relación del ser humano con su entorno. Equilibrio en su salud personal, relaciones familiares y vínculos afectivos entre otros. La recuperación económica, si nos ceñimos exclusivamente al ámbito de la iniciativa privada será a través de pequeñas redes de mercado y de Pymes culturales. En México existen aproximadamente cuatro millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8 por

ciento son Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes). Las Pymes actualmente generan 52 por ciento del PIB y el 72 por ciento de los empleos en el país de las cuales el 23% son Pymes Culturales (INEGI, 2016). Las Pymes generan 72% del empleo y 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país, de acuerdo con la Banca Empresarial Banamex. Hoy podemos hablar de que las industrias creativas aportan más del 3.2% del empleo mundial o que el aporte al PIB regional oscila entre el 5% y el 10% dependiendo de la región. La composición porcentual del PIB nos facilita revelar al menos un misterio: la mayor aportación al PIB proviene de las actividades de mercado, es decir, de quienes hacen negocio con la cultura. El sector cultural representó el 3.3% del Producto Interno Bruto (PIB), que se calcula aportó 617,397 millones de pesos en el 2016; según información de El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sobre la Cuenta Satélite de la Cultura de México, en el marco del Cambio de Año Base 2013. (Gutiérrez, 2017). La economía tradicional no ha desarrollado aún herramientas adecuadas para poder medir y gerenciar con precisión y desde la lógica original de la economía (basada en recursos tangibles) los efectos económicos que generan la actividad derivada de la cultura (Neugovsen, 2016, pág. 124). El ecosistema emprendedor es el conjunto de instituciones que tienen relación y actúan en diferentes etapas del emprendimiento empresarial, asumiendo funciones y responsabilidades como la motivación, la formación emprendedora, la capacitación, la financiación, el acompañamiento. Desde una visión sistémica e integral, se orientan a promover el emprendimiento hacia la creación de empresas sostenibles que causen un alto impacto en el desarrollo económico del país. Un primer esfuerzo por tener un ecosistema emprendedor, lo representa la conformación de redes regionales de emprendimiento, en las cuales cada institución se encarga de una o más actividades, dentro del proceso de generar empresas sostenibles (Uribe Macías, 2013). Llevar a cabo un proyecto social supone un ejercicio de comprensión de la realidad en la que se enmarca y un trabajo interdisciplinar que permita estar atentos a todos los factores implicados. Es un proceso dinámico cuya finalidad no es otra que la superación de la problemática y la necesidad que ha motivado su puesta en marcha (Fernández García & Romero, 2016). En la medida que los problemas sociales se hacen visibles de diferentes maneras, van ingresando en la agenda pública 1 y desde allí se pueden retraducir en políticas públicas, repercutiendo a nivel institucional (Carballeda, 2018). . En una sociedad moderna que carece de un acuerdo fundante, queda la coordinación pragmática de rendimientos sistémicos como alternativa frente las cegueras de la evolución y frente a las buenas intenciones (Mascareño, 2015).

Conclusión

Esta investigación demuestra que los emprendimientos culturales impactan de manera significativa en los sectores socio-económicos sin embargo es importante mencionar que debe haber una reforma de las políticas públicas y muy en especial en políticas culturales que contemplen todas las áreas de oportunidad que se tienen en las empresas culturales y con ello conducirlos a la economía formal que brinde frutos en el desarrollo económico del país.

Las empresas culturales son parte del rostro productivo de una nación ya que estas generan una gran diversidad de bienes, servicios y productos, ofrecen bienes culturales sujetos a las leyes de la oferta y la demanda de la economía, contribuyendo así al desarrollo del mismo a partir de la generación de empleos de manera dinámica.

Los nuevos retos a los que se enfrentan los emprendedores culturales es sin duda alguna es posicionarse dentro del mercado cultural y ser competitivos, esta competitividad se refiere a que deben implementar nuevas estrategias de mercadeo de sus productos y/o servicios que ofrecen y colocarse en el ranking internacional.

Se concluye que debe haber mayor impulso para las empresas culturales en México a partir del diseño de estrategias que permitan posicionar de manera efectiva una empresa en el mercado cultural que abone al desarrollo económico y social del país.

Futuras líneas de investigación

Como futuras líneas de investigación derivadas de los resultados obtenidos en este trabajo, son las siguientes:

- Iniciativas de ley en las Políticas Públicas en México que impulse las Pymes culturales.
- Iniciativas fiscales que favorezcan los emprendimientos culturales en México.
- Impulso a la formalidad de los proyectos artísticos y culturales en México.

Referencias

- Álvarez, C., & David, U. (2013). Diversidad Cultural y Emprendimiento. *Revista de Ciencias Sociales (Venezuela)*, XIX(1), 154-169.
- Carballeda, A. J. (2018). *Carballeda, A. J. M. (2018). El lugar, la palabra, la mirada y la escucha: entrevista e intervención social*. Buenos Aires: Espacio Editorial.
- CONACULTA. (23 de marzo de 2016). *Secretaría de Cultura*. Obtenido de Secretaría de Cultura: <http://sic.conaculta.gob>
- Cruz Vázquez, E. (2016). *Sector Cultural Calves de Acceso*. México: editarte.
- Fernández García, T., & Romero, P. d. (2016). . *Elaboración, gestión y evaluación de proyectos sociales: intervención social y programación*. Fernández García, T. y Ponce de León Romero, L. (2016). *Elaboración, gestión y eval* Madrid, : Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
- Gutiérrez, V. (1 de noviembre de 2017). La cultura representa el 3.3% del PIB en México. *El Economista*, pág. 1.
- Hernández Acosta, J. J. (2015). Políticas culturales, derechos y ciudadanía: precariedades y emergencias. *Hacia un índice de economía creativa sostenible, Los sistemas de información cultural y las políticas para el desarrollo de las*. San Juan, Puerto Rico: Conferencia LASA.
- Mac Gregor, J. A. (2016). *Proyectos Culturales: sus configuraciones y desafíos para el cambio social*. México: INTERSECCIONES.
- Marcelli, A. (2018). Prólogo. En A. Gras, *Fondos y recursos alternos. Emprendimientos culturales y artísticos* (págs. 19-20). México: INTERSECCIONES.
- Mascareño, A. (2015). Intervención social como orientación sistémica. En *Subsidiariedad*. Instituto de Estudios de la Sociedad, Santiago.
- Mascareño, A. (2015). Intervención social como orientación sistémica contextual. En *Sociedad más allá del Estado*. Santiago: Instituto de Estudios Sociales.
- Neugovsen, G. D. (2016). Como un tornado: Las transformaciones necesarias en el Sector Cultural. En J. A. Mac Gregor, *Proyectos culturales: sus configuraciones y desafíos para el cambio social* (pág. 124). México: INTERSECCIONES.
- Oliva Abarca, J. E. (2018). Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural. *Nova Scientia*, 10(20), 442 - 464.
- Raffino, M. E. (10 de julio de 2021). *Derecho mercantil*. Obtenido de Derecho mercantil: <https://concepto.de/derecho-mercantil/>

- S/N. (3 de diciembre de 2016). *cuartoscuro*. Obtenido de cuartoscuro:
<http://cuartoscuro.com.mx>
- UNESCO. (12 de marzo de 2016). *UNESCO y Cultura*. Obtenido de UNESCO y Cultura:
<http://www.unesco.org/>
- Uribe Macías, M. (2013). *Emprendimiento y empresarismo*. Bogotá, Colombia: Uribe Macías, M. (2013). *Emprendimiento y empresarismo*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/70216?>

Anexos

CUESTIONARIO

Emprendimientos Culturales como detonadores sociales y económicos

Los resultados obtenidos del siguiente cuestionario serán utilizados para identificar los factores que detonan el fortalecimiento social y económico a partir de los Proyectos de Emprendimiento Cultural.

Datos sociodemográficos

Formación profesional: _____

Lugar de nacimiento: _____

Lugar de residencia: _____

Edad:

a) De 22 a 25 años b) De 22.1 a 30 años c) De 30.1 a 45 años d) Más de 45 años

Se te pide contestar lo siguiente:

1. ¿Por qué motivo creaste tu empresa cultural? Puede ser más de una opción
Para difundir el arte y la cultura () Para generar ingresos () Para generar empleos ()
otro _____

2. ¿Cuánto tiempo tiene funcionando tu empresa cultural?
Menos de un año () entre uno y tres años () más de tres años ()

3. Mi empresa tiene fines lucrativos
Si () No ()

4. Mi empresa cultural está dada de alta como:

Sociedad Anónima (S.A.) _____

Sociedad Limitada (S.L.) _____

Sociedad Limitada (S.L.) _____

Sociedad Cooperativa _____

Sociedad Civil _____

Empresario Autónomo _____

5. Mi empresa cultural por su tamaño es:
Micro empresa (no supera los diez empleados) _____

Pequeña empresa (tiene entre 10 y 50 empleados) _____

Grande empresa (tiene por lo menos 300 empleados) _____

6. Mi empresa cultural contribuye al sector:

Educativo () artístico y cultural () Salud () ninguno () otro _____

7. ¿De qué forma contribuye a los sectores elegidos en la pregunta anterior?

Formativo () Recreativo () Entretenimiento () Ocio () Cultural ()

8. Mi empresa dirige sus productos o servicios al siguiente grupo: pueden ser más de una opción

Discapacitados () Tercera edad () Alcohólicos () Drogadictos () Niños y jóvenes con maltrato físico y psicológico () Mujeres con maltrato físico y psicológico () Público en general () Grupos étnicos () otro: _____

9. Tu empresa dirige sus proyectos a la:

Prevención ante la drogadicción () Disminución de la violencia infantil () Promoción de la equidad de género () Promoción en el cuidado integral del adulto mayor () Promoción en el cuidado integral de la mujer () Promoción del arte y la cultura () Otro: _____

10. El capital utilizado en mi empresa es:

Capital privado () Capital público () Capital mixto ()

11. A partir de la implementación de mi proyecto generé...

De 1 a 5 empleos () De 6 a 10 empleos () Más de 10 empleos ()

12. Mi proyecto de emprendimiento ha tenido un alcance:

Local () Nacional () Internacional ()

¿Por qué? _____

GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Cuál es su formación profesional?
2. ¿Cuál es el nombre de su empresa cultural?
3. ¿Cuántos años tiene funcionando su empresa?
4. ¿Qué productos y/o servicios ofrece?
5. ¿Por qué motivo creó su empresa cultural?
6. ¿Con qué tipo de capital trabaja su empresa, capital privado, capital público o capital mixto?
7. ¿Hacia qué sector social dirige sus productos y/o servicios de su empresa?
8. Los proyectos de su empresa ¿están dirigidos a resolver alguna problemática social en particular?
9. Su empresa cultural ¿está registrada de manera formal? Si es así, bajo ¿qué modalidad?
10. ¿Cuántos empleos ha generado su empresa cultural?
11. ¿Qué alcance ha tenido su empresa en el tiempo que lleva funcionando?
12. ¿Qué opina usted sobre la aportación que hacen las empresas culturales a la economía y a la sociedad en una nación?