



Resultados del proyecto  
**Promoción de la Economía  
Creativa del Estado de Yucatán**

Con el apoyo de



**unesco**

Diversidad de  
las expresiones culturales



Juntos transformemos  
**Yucatán**  
GOBIERNO DEL ESTADO

**SEDECULTA**  
SECRETARÍA DE LA CULTURA  
Y LAS ARTES

**IYEM**  
INSTITUTO YUCATECO  
DE EMPRENDEDORES

**UTM**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA

## PROYECTO ELABORADO POR:

### GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN

Lic. Mauricio Vila Dosal  
Gobernador Constitucional

### SECRETARÍA DE LA CULTURA Y LAS ARTES DEL GOBIERNO DE YUCATÁN

Prof. Loreto Noemí Villanueva Trujillo Secretaria de Cultura

Mtra. Ana Isabel Ceballos Novelo  
Directora de Desarrollo Artístico y Gestión Cultural

Lic. Aniria Mariela Nava Ponce / Mtra. Rosa Aurora Márquez Galicia  
Líder de Proyectos Especiales

Mtra. Rosa Aurora Márquez Galicia  
Coordinadora editorial

Lic. Pilar Miranda Berzunza  
Coordinadora de Vinculación Institucional

Luis Pérez G.  
Fotografía

Joaquín Tamayo  
Corrección de textos

Francisco Pechan  
Diseño Editorial

### INSTITUTO YUCATECO DE EMPRENDEDORES

Lic. Antonio Flavia González Blanco  
Director General del Instituto Yucateco de Emprendedores

M.F. Mary Angelica Pérez López  
Directora de Innovación y Competitividad Empresarial

Mtro. Christian Adrián Escalante Sáenz  
Jefe del Departamento de Innovación y Aceleración

Mtra. Fabiola Beatriz Vega Martín  
Coordinadora de Aceleración Empresarial

Ing. Lidia Margarita Cruz Poot  
Consultora Especialista de Aceleración Empresarial

Lic. Victoria Eugenia Novelo Calderón  
Consultora Especialista de Aceleración Empresarial

Mtra. Marissa Lucía Loría Martínez  
Consultor Especialista de Aceleración Empresarial

Mtro. Javier Ancona Esquivel  
Consultor Especialista de Aceleración Empresarial

Lic. Fernando Mohammed Arias Moreno Consultor Especialista de Aceleración Empresarial

## UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA

L.A. María Isabel Rodríguez Heredia, Mtra.  
Rectora

Lic. Alejandro González Giovannetti Irigoyen  
Director de la Unidad de Incubación, Innovación y Desarrollo Empresarial (UNIIDE)

Dra. Nery Elena Rodríguez Valencia Coordinadora Operativa

Dr. Rodrigo Alejandro Olivares Contreras Coordinador Operativo

Ing. Lucely Yazmin Tzab Chel  
Consultora y Tallerista de la Unidad de Incubación, Innovación y Desarrollo Empresarial (UNIIDE)

Lic. Verónica Cachón López  
Consultora y Tallerista de la Unidad de Incubación, Innovación y Desarrollo Empresarial (UNIIDE)

Lic. Darío Díaz Castro  
Consultor y Tallerista de la Unidad de Incubación, Innovación y Desarrollo Empresarial (UNIIDE)

Lic. Marinett Lozano Ruiz  
Consultora y Tallerista de la Unidad de Incubación, Innovación y Desarrollo Empresarial (UNIIDE)

C.P. Olvido Isabel Ferraz Santos  
Asistencia administrativa

# ÍNDICE

TEXTOS INSTITUCIONALES-----	4
• SEDECULTA	
• IYEM	
• UTM	
INTRODUCCIÓN-----	8
CAPÍTULO 1. Contexto global sobre el desarrollo de la Economía Creativa.-----	11
• Panorama global del COVID-19.	
• Digitalización global.	
• México y la economía creativa.	
CAPÍTULO 2. Yucatán cultural con identidad para el desarrollo.-----	17
• Ecosistema de las actividades culturales y creativas del estado de Yucatán.	
CAPÍTULO 3. Promoción de la Economía Creativa del estado de Yucatán.-----	23
• Fase 1. Premapeo y Mapeo profundo.	
Descripción e implementación.	
Resultados.	
• Fase 2. Fortalecimiento de habilidades profesionales.	
Certificación de Agentes Culturales de Yucatán.	
Red de Agentes Culturales y Creativos para el Estado de Yucatán.	
• Fase 3. Desarrollo de capacidades comerciales para los agentes culturales y creativos.	
Descripción y resultados.	
CAPÍTULO 4. Recomendaciones y estrategias para el diseño de políticas públicas para el futuro, enfocadas en el desarrollo de las Economías Creativas y Culturales en Yucatán.-----	45
• Estrategias y recomendaciones.	
• Estrategias institucionales para el fortalecimiento de las Economías Creativas y Culturales.	

## TEXTOS INSTITUCIONALES.



### SEDECULTA

Pensar en el desarrollo económico y social a través del arte y la cultura ha sido una prioridad para este gobierno. Desde el inicio de esta administración pública, el Lic. Mauricio Vila Dosal, gobernador constitucional del estado de Yucatán nos ha marcado un camino sólido hacia la construcción de plataformas de desarrollo para nuestros artistas y creadores, así como también la generación de espacios que nos permitan consolidar un sector de la cultura más inclusivo, diverso y que cuente con la participación de todas y todos.

Está demostrado que el sector de las Industrias Culturales y Creativas genera desarrollo en la ciudades, en su infraestructura y en su economía, convirtiéndolas en ciudades innovadoras y con potencial para captar inversión exterior, que beneficia a los creadores, agentes culturales y sus equipos, e incluso impulsa la idea de que vivir del arte es posible en ciudades que han optado por el crecimiento en este sector.

Como resultado de ese compromiso, y apegados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, se creó la Coordinación de Industrias Culturales y Creativas, en la Secretaría de la Cultura y las Artes del Gobierno de Yucatán, con la finalidad de poner en marcha una política de identificación de los integrantes del sector y su vinculación a través de diversas acciones y proyectos.

Esta política impulsó un trabajo coordinado entre diversas dependencia del gobierno de Yucatán, como el Instituto Yucateco de Emprendedores IYEM y la Universidad Tecnológica Metropolitana UTM, para la postulación del proyecto *Promoción de la Economía Creativa en Yucatán al Fondo para la Diversidad Cultural de la UNESCO*, mismo que fue concedido en el año 2020, un año por más especial, ya que en medio de un pandemia ocasionada por el Covid-19, se realizó un importante trabajo de levantamiento de datos en territorio y una vinculación con los líderes culturales de 20 municipios en el interior del estado.

Externo mi más profundo reconocimiento a los 21 agentes culturales que se capacitaron en el programa de Certificación para Emprendedores Culturales, impartido por la UTM, mismos que hoy conforman la primera Red de Agentes Culturales en el estado, y a las 9 empresas creativas que de la mano de IYEM, generaron agendas comerciales para la proyección nacional e incluso internacional de sus productos y servicios.

Los resultados de este primer levantamiento se ven reflejados en el presente documento que comparte información destacada sobre el comportamiento de los agentes y emprendedores culturales en Yucatán, datos que por mucho, reflejan áreas de oportunidad económicas y sociales para todos los que conformamos el sector de la cultura y las artes en Yucatán y para los interesados en convertirlo en una potencial a nivel global.

Profa. Loreto Noemí Villanueva Trujillo  
Secretaria de la Cultura y las Artes de Yucatán.



## UTM

La **Universidad Tecnológica Metropolitana** tiene la misión de formar personas mediante el desarrollo de conocimientos y habilidades técnicas para potenciar su crecimiento y contribuir así, al progreso de toda la región sureste del país.

Nuestra visión es la de ser una Universidad cuyos alumnos tengan garantía que sus habilidades estarán respaldadas mediante un documento que lo acredite, que cuente con la estructura y organización necesarias para fomentar e impulsar la innovación, investigación y el emprendimiento y que se posicione como la mejor opción entre las universidades tecnológicas del sureste.

Para el proyecto Promoción de la Economía Creativa, nuestra Universidad se planteó los siguientes objetivos:

- 🌀 Realizar un Pre-Mapeo en el estado de Yucatán para obtener una muestra representativa de los bienes, servicios y agentes culturales y creativos en cinco cabeceras municipales: Valladolid, Mérida, Oxkutzcab, Maxcanú y Tizimín.
- 🌀 Desarrollar un Mapeo en el estado de Yucatán para obtener una muestra representativa de los bienes, servicios y agentes culturales y creativos en 20 municipios del estado.
- 🌀 Diseño e impartición de un programa de certificación curricular en emprendimiento enfocado en Economía Creativa, que incluye conocimientos teóricos y prácticos.
- 🌀 Creación de la primera Red de Agentes Culturales y Creativos de Yucatán que servirá para fortalecer las alianzas entre los agentes creativos del estado.

Para la realización del Pre-Mapeo y Mapeo a profundidad se diseñaron herramientas para la recopilación de la información proveniente de los agentes culturales y creativos. Se aplicó una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, para conocer el estado de la industria cultural y creativa de Yucatán y se elaboraron los informes correspondientes. Para el logro de estas acciones se desarrollaron acciones en conjunto con las autoridades estatales, municipales y los líderes de la sociedad civil para determinar los sectores específicos con los que se trabajaron. Se realizaron talleres de capacitación y sensibilización sobre economía creativa y se concentró la información recabada para su posterior análisis.

Los instrumentos diseñados por la Universidad Tecnológica Metropolitana para la recolección de los datos del Pre-Mapeo y Mapeo contenían variables basados en los informes y estudios de la UNESCO, así como los temas y áreas de interés concernientes a las necesidades de información sobre la industria cultural y creativa de Yucatán. Los instrumentos constaban de 120 preguntas que se dividen en variables tales como: datos sociodemográficos, disciplinas artísticas, formalidad de los proyectos, uso de tecnologías, transmisión de la cultura maya, entre otras variables. Al mismo tiempo, se estudió la oferta y demanda cultural y creativa, la experiencia en los años de actividad del proyecto y conformación de estos.

Finalmente, una vez recopilados los datos derivados de la aplicación de los instrumentos se procedió a la elaboración de los informes que contienen la interpretación de los hallazgos y los gráficos resultado de las variables analizadas para crear una caracterización de los perfiles de los agentes culturales y creativos encuestados.

Asimismo, con base en los programas académicos de la Universidad, se creó una certificación con base a las necesidades y perfiles de los agentes culturales y creativos. Dicha certificación se impartió en las instalaciones de la Universidad Tecnológica Metropolitana a cargo de la Unidad de Incubación, Innovación y Desarrollo Empresarial (UNIIDE). Se diseñó una metodología con una base teórica y práctica que se desarrolló con una duración de 150 horas. Resultado de la certificación, se desarrollaron los planes de acción para los participantes.

Finalmente, una vez recopilados los datos derivados de la aplicación de los instrumentos se procedió a la elaboración de los informes que contienen la interpretación de los hallazgos y los gráficos resultado de las variables analizadas para crear una caracterización de los perfiles de los agentes culturales y creativos encuestados.

Asimismo, con base en los programas académicos de la Universidad, se creó una certificación con base a las necesidades y perfiles de los agentes culturales y creativos. Dicha certificación se impartió en las instalaciones de la Universidad Tecnológica Metropolitana a cargo de la Unidad de Incubación, Innovación y Desarrollo Empresarial (UNIIDE). Se diseñó una metodología con una base teórica y práctica que se desarrolló con una duración de 150 horas. Resultado de la certificación, se desarrollaron los planes de acción para los participantes.

Durante la certificación se fortalecieron las redes de trabajo y colaboración entre los agentes culturales y creativos lo que fomentó la creación de la primera Red de Agentes Culturales y Creativos de Yucatán.

Las acciones mencionadas anteriormente tuvieron los siguientes impactos:

- ☉ Se superó la meta de municipios a impartirles talleres, de cinco a veinte localidades atendidas; con lo anterior, se amplió la población atendida.
- ☉ Adicionalmente, se realizaron dos talleres de modalidad virtual para fomentar el uso de las tecnologías de la información en la industria.
- ☉ Se capacitó a más de 270 agentes culturales y creativos fortaleciendo sus competencias y conocimientos en economía cultural y creativa.
- ☉ Se certificó a 21 agentes culturales y creativos en un programa en emprendimiento con enfoque en economía creativa. Asimismo, se desarrollaron los planes de acción para la puesta en marcha de sus programas estratégicos de desarrollo empresarial.
- ☉ En las instalaciones de la UTM se realizó la firma de la creación de la primera Red de Agentes Culturales y Creativos de Yucatán.
- ☉ Se desarrollaron informes de Pre-Mapeo y Mapeo para conocer la oferta cultural y creativa del estado de Yucatán.

Con estas acciones y logros, la Universidad Tecnológica Metropolitana confirma su compromiso con la sociedad para fortalecer la innovación, la investigación y el emprendimiento cultural y creativo que fomente la conservación del patrimonio cultural del estado de Yucatán.

L.A. María Isabel Rodríguez Heredia, Mtra.  
Rectora de la Universidad Tecnológica Metropolitana





## IYEM

En el **Instituto Yucateco de Emprendedores**, facilitamos el acceso a las oportunidades de emprendimiento y desarrollo empresarial a través de actividades y programas que apoyen a la generación de empresas y mejoren las condiciones de las ya existentes.

Desde esta entidad tenemos el objetivo de Desarrollar, promover y ejecutar políticas públicas de apoyo al emprendimiento y al desarrollo artesanal, ya sea de manera individual, familiar, comunitaria, mediante cooperativas o uniones de personas artesanas, así como de las micro, pequeñas y medianas empresas, e impulsar la innovación y calidad para elevar su competitividad y propiciar su crecimiento económico, así como del Estado. Uno de los pilares del desarrollo económico en el estado radica en la promoción de la diversidad cultural del estado, así como la creación de un sistema de desarrollo de mercado dirigido por ciudadanos para incrementar la competitividad y el potencial comercial de las empresas.

Por ello, se implementó la metodología de aceleración empresarial al sector de industrias creativas y culturales a través de un acompañamiento especializado a 8 empresas representativas del estado, proporcionándoles un diagnóstico empresarial para identificar las principales oportunidades competitivas según el segmento de mercado y con ello establecer un plan de acción y gestión de servicios de consultoría para integrar a la empresa las oportunidades más competitivas para su segmento de mercado, de igual forma se desarrollaron actividades de interacción comercial y mejores prácticas empresariales para generar alianzas estratégicas y transacción de bienes y servicios.

Como resultado de las más de 320 horas de consultoría y 19 horas de capacitación, las empresas implementaron herramientas digitales de creación de contenido y manejo de redes sociales, marketing digital, comunicación efectiva con el cliente, estructura interna de costo y procesos, así como la protección intelectual de su marca. De igual forma participaron en la exposición y exhibición de sus obras en espacios físicos y digitales, concluyeron 43 rondas de negocio y 6 mesas de trabajo sectoriales

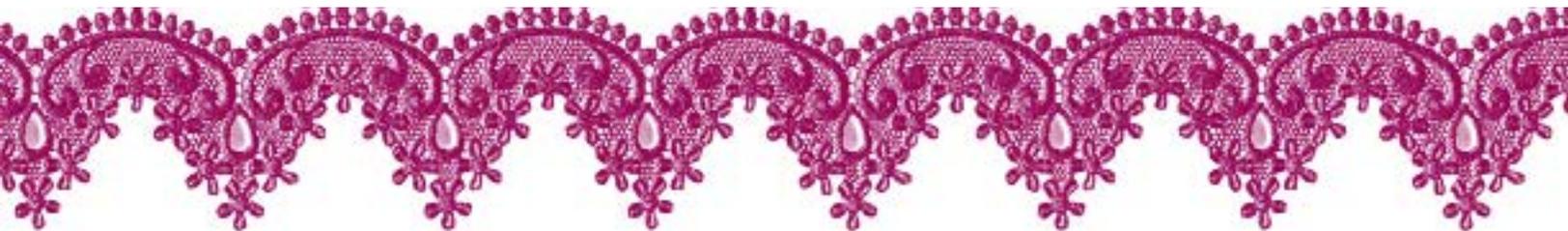
Con ello, hoy las empresas han aumentado un 53% la plantilla laboral e incrementaron más del 400% sus ventas. Dichos resultados permitirán a las empresas ser referentes de los modelos de negocio competitivos para otros actores del sector, consolidar las cadenas de valor y atraer proyectos innovadores que distingan y multipliquen el alto valor que tiene el ecosistema creativo y cultural del estado.

Nuestro compromiso es impulsar el crecimiento y desarrollo del sector creativo y cultural a través de acciones que visibilicen, articulen y consoliden el alto valor que tienen las creaciones de este ecosistema; disminuir las brechas que frenen la gestión estratégica y económica de los modelos de negocio y promover la articulación de la cadena de valor inter e intrasectorial.

Lic. Antonio Flavia González Blanco  
Director General del Instituto Yucateco de Emprendedores







Las definiciones varían enormemente entre países y organizaciones internacionales. Así, por ejemplo, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) define la economía creativa (o naranja) como “el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual (DPI)”<sup>3</sup>. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) se centra en las dimensiones social y económica de la cultura, definidas según los conceptos de dominios culturales y afines y el ciclo cultural<sup>4</sup>. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) focaliza su interés en la importancia del derecho de autor y clasifica los sectores según el grado de dependencia del derecho de autor que presentan sus actividades<sup>5</sup>.

Para que una economía creativa disponga de trabajadores, requiere de un sistema de educación eficaz y de un contexto de diversidad cultural<sup>6</sup>.

Desde el inicio de esta administración, la política cultural propuesta por el gobierno de Yucatán se centra en la identificación de los Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales con el fin de garantizar el pleno desarrollo integral de las personas.

Bajo esa premisa, el Plan Estatal de Desarrollo PED 2018-2024 se estructura en cuatro ejes sectoriales integrados a los DESCA, cinco ejes transversales interrelacionados a cada eje, así como veintisiete políticas que ayudan al cumplimiento de cada derecho con miras al cumplimiento de la Agenda 2030 propuesta por la UNESCO y la Agenda 2040, una visión de largo plazo que establece los objetivos y metas para alcanzar un Yucatán próspero, sin desigualdades, con seguridad y bienestar, y en un marco de desarrollo sostenible.

Con base en el marco conceptual para alinear el desarrollo sostenible del estado durante la administración del gobierno del Lic. Mauricio Vila Dosal, Gobernador Constitucional del Estado de Yucatán, se proyectó un Yucatán con Economía Inclusiva, buscando que las personas puedan desarrollarse económicamente en cualquier actividad estratégica del estado y al mismo tiempo impulsar el desarrollo económico de Yucatán; así como también un Yucatán Cultural con Identidad para el Desarrollo, con la finalidad de garantizar que las personas y comunidades tengan acceso a la cultura para el disfrute de sus componentes en condiciones de igualdad, dignidad humana y no discriminación.

En esta publicación se relatarán los resultados del proyecto *Promoción de la Economía Creativa de Yucatán*, sus alcances, impactos y estrategias propuestas para seguir desarrollando a las Industrias Culturales y Creativas del estado.



<sup>3</sup>Banco Interamericano de Desarrollo (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. Agosto de 2017. Disponible en <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%ABlicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>.

<sup>4</sup>UNESCO (2009). Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO. Montreal. Disponible en <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191061>.

<sup>5</sup>OMPI (2015). Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor. Disponible en <https://www.wipo.int/publications/es/details.jsp?id=259>.

<sup>6</sup>Caves, Richard E. (2000), *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Universidad de Harvard.





# CAPÍTULO 1

## CONTEXTO GLOBAL SOBRE EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CREATIVA.

x—x



La economía creativa está siendo un pilar fundamental a nivel global y el centro de la economía creativa reside en el desarrollo de las industrias culturales y creativas que se sitúan en la intersección de las artes, la cultura, el comercio y la tecnología. El sector genera 2,25 billones de dólares anuales y proporciona más puestos de trabajo a los trabajadores de entre 15 y 29 años que cualquier otro ámbito laboral a nivel internacional.



Fuente:  
<https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creative-economy2021#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20creativa%20es%20uno,en%20cualquier%20parte%20del%20mundo.>

La economía creativa promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano, factores que hacen que los sectores creativos resulten cruciales para la implementación de la Agenda 2030. En 2021, en el contexto de la aplicación de la resolución 74/198 de la Asamblea General relativa al Año Internacional de la Economía Creativa, la UNCTAD realizó una encuesta en línea sobre la economía creativa y los sectores creativos. A la vista de las respuestas recibidas de 33 países<sup>7</sup>, es posible generar una visión amplia del contexto global sobre el desarrollo de la Economía Creativa y de cómo ha sido importante para los sectores sociales, políticos y económicos.



<sup>7</sup>Respondieron a la encuesta los siguientes países: Alemania, Andorra, Azerbaiyán, Bahrein, Bélgica, Benin, Camboya, Canadá, Chile, Colombia, Ecuador, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, Federación de Rusia, Georgia, Guatemala, Honduras, Letonia, Marruecos, Mauricio, México, Mongolia, Myanmar, Nicaragua, Omán, Panamá, Paraguay, Perú, Polonia, Portugal, República Centroafricana, República de Türkiye y Trinidad y Tabago.



## Panorama global del COVID-19.

La economía creativa desempeña un papel vital a nivel mundial y más desde que el panorama de impacto económico frente a la pandemia de COVID-19 empujó ciertos servicios y bienes culturales sin precedentes, mientras que otros servicios y bienes a la par, estaban siendo gravemente afectados. Por mencionar algunos ejemplos:

- 🌀 En 2020, la industria cinematográfica perdió \$7 mil millones de dólares en ingresos.
- 🌀 La caída estimada de 750 000 millones de dólares en el VAB de las ICC a nivel mundial corresponde a más de 10 millones de pérdidas de empleo en el sector en todo el mundo en 2020.
- 🌀 Las pérdidas en los ingresos de las industrias culturales y creativas en 2020 oscilaron en torno al 20 % y el 40 % en diferentes países.

Sin embargo, la pandemia de COVID-19 aceleró el avance hacia el comercio electrónico y las plataformas digitales y amplió el alcance de la transformación de la economía creativa. Todavía está por ver si los nuevos comportamientos de los consumidores y los hábitos de funcionamiento de las empresas se mantienen.

Es por ello, que nace la urgente necesidad de promoción y capacitación a las industrias creativas que componen la economía creativa.

## Digitalización global.

Durante este siglo XXI, experimentamos cambios en la tecnología que nos han transformado a nivel global, adhiriendo una nueva normalidad aplicada a raíz de la pandemia del COVID-19 marcó pautas para el acceso a las tecnologías.



QCTIQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fdigitallibrary.un.org%2Frecord%2F3847697%2Ffiles%2FA\_RES\_74\_198-ES.pdf&usg=AOv-Vaw3n8772rSptsjNqjhFCTMKc&opi=89978449

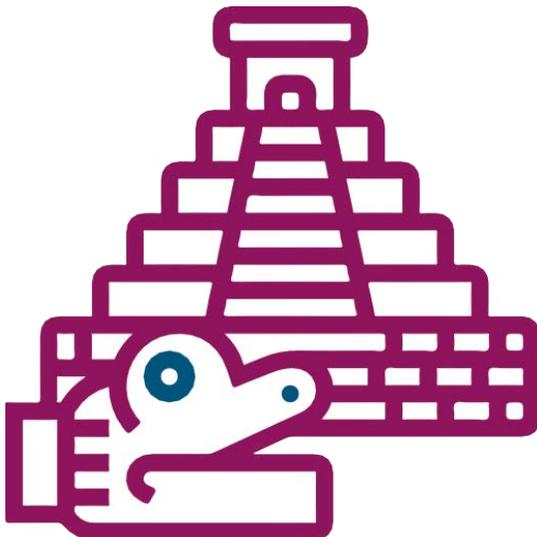


Hoy en día, la UNESCO designa a Mérida como Ciudad Creativa Gastronómica. Este distintivo integró a 66 nuevas ciudades con el motivo de integrar la economía creativa como principal eje de desarrollo local e impulsar la cooperación a nivel internacional.



*Mérida  
forma parte  
de las 246  
ciudades  
creativas  
nombradas  
por la  
UNESCO*

En México, las industrias creativas representaron el 75% del PIB cultural en 2019, que representó 588,016 millones de pesos aproximadamente. En este rubro destacó la participación de los medios audiovisuales, artesanías, diseño y servicios creativos.



Las industrias creativas, a través de la innovación, el emprendimiento y el empleo de bienes y servicios culturales demuestran que es posible aprovechar respetuosamente el patrimonio material e inmaterial para conducir hacia un desarrollo sostenible, porque motivan la participación de las personas, el respeto por la diversidad, el empoderamiento y la inclusión (sin importar la edad, sexo, etnia y estatus económico).

Es posible afirmar que la Economía Creativa en México se encuentra en desarrollo, no obstante, agentes culturales cuentan con herramientas que proveen los avances tecnológicos para compartir sus emprendimientos sin necesidad de intermediarios. Es por ello, que existe una gran área de oportunidad para facilitar colaboraciones, alianzas internacionales que puedan impulsar al sector creativo.



De acuerdo con el PED, en el estado existe un limitado ejercicio de los Derechos Culturales por parte de la población, así como un bajo crecimiento del sector artístico, cultural, recreativo y deportivo. Lo anterior se debe principalmente a una centralizada oferta cultural y artística, así como una alta concentración de ésta en la capital del estado: Mérida, una baja rentabilidad de las producciones artísticas y culturales, una baja valoración del costo que conlleva la realización de los eventos culturales por parte de la población, entre otras.

Partiendo de esta problemática, Yucatán delimita su visión y metas a corto y mediano plazo a convertirse en un referente nacional que garantice el ejercicio pleno de los derechos culturales, con un enfoque incluyente y sustentable, que preserve, fortalezca y difunda la identidad y el patrimonio cultural.

Para lograrlo se estableció como meta elevar la tasa de crecimiento de la actividad económica de servicios de esparcimiento culturales y otros servicios recreativos. Las Industrias Culturales y Creativas son aquellas que combinan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo para generar bienes y servicios cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual y que generen riqueza económica y social. De acuerdo con el Sistema de Cuentas Nacionales de México del INEGI, en 2017 el valor de la actividad económica de servicios de esparcimiento culturales y otros servicios recreativos para Yucatán fue de 676.9 millones de pesos, mientras que en promedio por entidad federativa fue de 2 mil 423.5 millones de pesos. Lo anterior, es el resultado de una tasa de crecimiento real de 1.3% en los últimos diez años, por lo que la entidad se ubicó en el lugar 20 entre los estados con mayor crecimiento y por debajo del promedio nacional de 1.6%. Para el mismo año, el valor de la actividad económica por habitante fue de \$310.2, mientras que el promedio en el país fue de \$625.2 por habitante, es decir, el valor de la actividad económica por habitante en el estado es menos de la mitad que a nivel nacional y posiciona al estado en el lugar 19 entre las entidades con mayor valor por habitante.

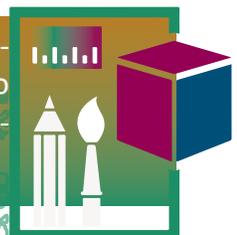
De acuerdo con el Censo Económico 2014 del INEGI, en Yucatán existían 1,185 establecimientos dedicados a los servicios de esparcimiento, cultura, deporte y recreación, mientras que el promedio nacional fue de 1,575 establecimientos, lo que posiciona a Yucatán en el lugar 13 entre las entidades con mayor número de establecimientos. Es importante mencionar que lo anterior implicó para Yucatán 125% más establecimientos respecto de 2004 y 2.4 veces más personal ocupado, mientras que a nivel nacional los promedios de crecimiento fueron de 58.5% y 61.3% respectivamente.

Gracias a estos datos se puede constatar que Yucatán es un estado prolífero en su economía, y que manifiesta un especial interés en el fomento de la Economía de la Cultura y las Artes, ya que, si bien se trabaja por impulsar y promocionar la cultura en todos los municipios del interior del estado, también existe un genuino interés por dinamizar la economía de sus comunidades a través de los procesos culturales y creativos.

## Agenda 2040.

Yucatán presentó 56.1 puntos en el Índice de recursos culturales, ocupando el cuarto lugar a nivel nacional, con 21.2 puntos de ventaja del promedio nacional; este logro es resultado de la vasta riqueza cultural en el estado a consecuencia de esto mismo.

El proyecto Promoción de la Economía Creativa del estado de Yucatán cuenta con objetivos congruentes dentro de la agenda 2040 dado que en las principales actividades de Teoría del cambio surge; Desarrollar empresas artísticas, culturales y creativas y eso corresponde a los objetivos principales de este documento.



## Agenda 2030.

La Agenda para el desarrollo sostenible es un plan de acción universal para transformar el mundo para 2030. Adoptados por unanimidad por los Estados Miembros de la ONU en septiembre de 2015, los Objetivos de Desarrollo Sostenible son un conjunto compartido de aspiraciones para generar cambios a nivel mundial, nacional y local. Juntos, integran y equilibran los tres pilares del desarrollo sostenible: económico, social y medioambiental.

Existe una necesidad en la implementación de la Agenda 2030 y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la cultura se visualice como un motor y facilitador invaluable para ayudar a las comunidades a prosperar y ser sostenibles. La creatividad, el conocimiento y la diversidad son las bases ineludibles del diálogo por la paz y el progreso, ya que estos valores están intrínsecamente ligados al desarrollo y las libertades humanas. Sin embargo dentro de los ejes que propone la Agenda, la economía creativa promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano, factores que hacen que los sectores creativos resulten cruciales para la implementación de la Agenda 2030.

Dentro de los ODS, el proyecto *Promoción de la Economía Creativa del estado de Yucatán* se encuentran:



## Compromisos del Gobernador de Yucatán.

Dado que uno de los compromisos del Gobernador de Yucatán, Mauricio Vila consiste en:

*“Impulsar a creadores en artes escénicas, artes visuales, música y literatura para la generación de productos artísticos de calidad en diferentes espacios culturales del interior del estado”.*

El Gobernador Mauricio Vila Dosal ratifica su compromiso de ofrecer mejores servicios de cultura y desarrollo en la economía creativa en Yucatán mediante la generación de proyectos como el presente para fomentar y difundir el desarrollo cultural.

## Compromisos municipales en torno a la economía creativa.

Conforme al Plan Municipal de Mérida correspondiente al eje 1: MÉRIDA PRÓSPERA el objetivo general del eje es contribuir a elevar el nivel de vida de los habitantes del municipio a través de la colaboración para el impulso económico y promoción de sus atractivos turísticos. Y una de las políticas ligadas al presente eje corresponde al EMPRENDIMIENTO donde su principal objetivo es impulsar la generación de empresas productivas y competitivas a través de programas de desarrollo para que beneficien a los ciudadanos de Mérida. La estrategia es fomentar e impulsar entre los habitantes del municipio una cultura emprendedora sostenible para la creación y desarrollo de empresas.

Cabe mencionar que dentro del Plan Municipal entra la política pública: educación, arte y cultura donde su principal objetivo es establecer mecanismos que garanticen la atención y participación de las y los habitantes del municipio, en materia de educación, tradiciones y desarrollo de la cultura.

## Ecosistema de las actividades culturales y creativas del estado de Yucatán.

Yucatán es un estado rico en su diversidad cultural y prolijo en el desarrollo de su sector empresarial, el impacto de la Industrias Creativas y Culturales, de acuerdo al Plan Estatal de Desarrollo PED, refleja un 2,3% de actividad y evolución económica sobre todo en el ámbito de la gastronomía, la música, las artesanías, el diseño y las artes visuales en mayor medida, promoviendo la preservación de su herencia y patrimonio cultural.

En ese sentido, las empresas en el espectro cultural que han encontrado una fuente de desarrollo en el estado con mayor florecimiento y que han promovido la producción, reproducción, distribución y comercialización de bienes y servicios creativos y culturales, son en su mayoría las galerías de arte, las casas productoras de música, producciones escénicas, espacios expositivos y tiendas de artesanías y bordados, que se encuentran en todo nuestro estado, y por supuesto una oferta importante de restaurantes que promueven nuestra gastronomía no solo en Yucatán, sino alrededor del mundo.

Otras de las industrias nacientes que van encontrando un polo de desarrollo comercial desde Yucatán son los enfocados en el desarrollo digital, como softwares, videojuegos, diseño, arquitectura, cinematografía y las artes escénicas, generando una creciente oferta de productos, servicios y emprendimientos que pueden verse reflejados en la generación de empleos y producciones locales que van encontrando su distribución paulatina a nivel nacional e internacional.

Con la intención de identificar el impacto económico y social de dichas industrias, en el 2019 se crea la Coordinación de Industrias Culturales y Creativas de la Secretaría de la Cultura y las Artes del Gobierno del Estado de Yucatán, en adelante SEDECULTA, y con ello se impulsa el diseño incipiente de una política pública creativa basada en la identificación y recopilación de datos, capacitación, profesionalización de agentes culturales y vinculación institucional.



A través de la SEDECULTA, el Gobierno del Estado de Yucatán inicia un trabajo de fomento para las industrias y emprendimientos culturales y creativos a través de la implementación de acciones basadas en los comportamientos de la cadena productiva de valor, analizando los diversos sectores que integran la cultura y las artes: 1) El fomento a la creación y sus servicios funcionales: Artes Visuales, Cinematografía, Artes Escénicas, Música y Literatura; 2) la preservación de la herencia cultural: Patrimonio, Museos y Artesanías; y 3) Creatividad y medios: Diseño, gastronomía, comunicación, videojuegos, arquitectura, publicidad y los denominados servicios creativos.

A la Secretaría de la Cultura y las Artes del Gobierno del Estado de Yucatán le corresponde dirigir, planear y ejecutar las políticas públicas del Estado, además de coordinar y en su caso diseñar y ejecutar programas que propicien y motiven la participación de la comunidad en la planeación y organización de los programas culturales; y fomentar la capacitación y actualización de quienes realicen actividades artísticas, técnicas y culturales dentro de la entidad.



La Coordinación de Industrias Culturales y Creativas de la Secretaría de Cultura y las Artes del Gobierno del Estado de Yucatán (SEDECULTA), tiene como objetivo coordinar el diseño e implementación de una política pública para la creatividad.

Esta política plantea un plan de trabajo destinado a identificar a los agentes que conforman el ecosistema creativo, brindar herramientas de actualización y generar vínculos para gestionar las inmensas oportunidades de enriquecimiento cultural que existen y explotar su potencial.

Además, la propuesta de trabajo consiste en explorar y delimitar las acciones pertinentes que se enfocan en la promoción, difusión, protección de la diversidad de las manifestaciones artísticas, patrimoniales y culturales; así como situar a la cultura y las artes en las estrategias económicas del estado.

Las líneas de acción de la Coordinación proponen su estructura de trabajo en tres vías, apegadas al PED Yucatán:

### Estrategias:

*3.1.1.3. Impulsar la adopción de un modelo de economía creativa, logrando con ello el encadenamiento de ideas para su posterior transformación en bienes y servicios culturales cuyo valor esté determinado por su contenido de propiedad intelectual.*

*3.1.1.3.1. Diseñar un Sistema de Información Cultural que permita medir cuantitativamente y cualitativamente la economía cultural e industrias culturales y creativas del estado.*

*3.1.1.3.2. Incorporar a las políticas públicas, programas y acciones, la validación de la dimensión comercial de la cultura y la creatividad, y su articulación con tecnología, infraestructura, acceso a mercados, entre otros.*

*3.1.1.3.3. Implementar acciones de vinculación entre el sector cultural e industrias culturales y creativas con el sector turístico y económico.*

*3.1.1.3.4. Motivar la innovación dentro de las industrias culturales y creativas, que estimulen a los artistas y creadores locales.*



## ACCIONES DE GOBIERNO.

Al inicio de la administración se realizaron diversas charlas con las comunidades que conforman dichos sectores, así como foros, conferencias, talleres que nos permitieron entrar en contacto directo con los agentes de cada sector, conocer sus necesidades de primera mano y con ello trazar un primer esbozo de lo que sería una política pública para la economía creativa del estado de Yucatán.

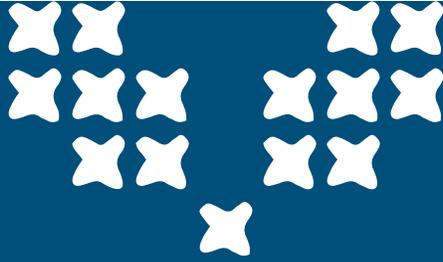
Como parte de estos esfuerzos, el Gobierno del Estado de Yucatán impulsa a través de la Secretaría de la Cultura y las Artes en el 2019 una alianza estratégica con la Universidad Tecnológica Metropolitana y el Instituto Yucateco de Emprendedores, con la finalidad de postular el proyecto denominado “Promoción de la Economía Creativa en el Estado de Yucatán” al Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC) de la UNESCO, el cual fue seleccionado como el único proyecto de México entre 480 solicitudes de todo el mundo, resultando Yucatán beneficiado en el ranking número 5, de acuerdo a la puntuación de los expertos de la UNESCO. Es la primera vez que un proyecto liderado por la iniciativa gubernamental en Yucatán se ve beneficiado por este fondo, para el fomento y desarrollo de la Industrias Culturales y Creativas en 20 municipios del estado de Yucatán para desarrollar tres aristas: mapeo, profesionalización y certificación de agentes culturales, y aceleración de empresas enfocadas a procesos creativos.

Este proyecto impulsó un trabajo de mapeo e identificación de las empresas, emprendimientos y agentes culturales que ya realizan un trabajo en el estado, conocer sus necesidades de desarrollo y acompañarlos en sus procesos de evolución comercial que permita fortalecer y visibilizar su impacto cultural y social a nivel local, nacional e internacional a través de la plataforma UNESCO.

Para el logro de estos objetivos la SEDECULTA promueve la creación de un Consejo de Fomento a la Economía Creativa, en donde diversas instituciones gubernamentales del estado de Yucatán (IYEM, UTM, CEPREDEY, INDEMAYA, SEMUJERES, IPEPEY, SEFOTUR, SEFOET, entre otras), universidades públicas y privadas, así como cámaras empresariales, reúnan saberes y creación de propuestas y acciones en conjunto que generen el crecimiento y sostenibilidad a través del tiempo de los emprendimientos creativos.

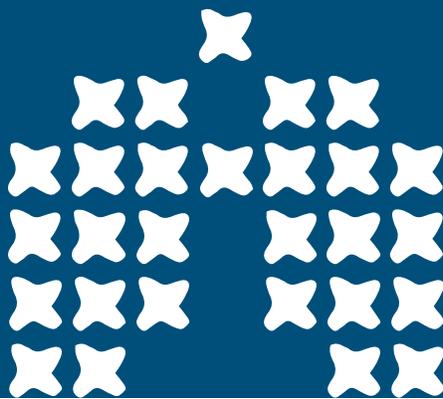
A la par, y cumpliendo con las estrategias de vinculación institucional se realiza un trabajo coordinado con la Secretaría de Cultura del Gobierno Federal a través de los programas México Creativo y Compás Creativo, ambos liderados por la Subsecretaría de Desarrollo Cultural, la Dirección General de Cooperación Cultural, el Centro de Cultura Digital y la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional. El propósito es generar un espacio de convergencia de ideas y saberes relacionados a temas estructurales sobre economía creativa, desde una visión nacional.





# Capítulo 3

## PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA DEL ESTADO DE YUCATÁN.



El estado de Yucatán fue uno de los nueve proyectos aprobados por el Comité de la Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales.

Desde 2010, el Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC) ha proporcionado más de US \$ 7 millones de dólares en fondos para casi 100 proyectos en más de 50 países en desarrollo, que cubren una amplia gama de áreas, desde el desarrollo y la implementación de políticas culturales, hasta el desarrollo de capacidades de empresarios culturales, mapeo de industrias culturales y la creación de nuevos modelos de negocio de la industria cultural.

El FIDC es un fondo voluntario de múltiples donantes creado en el marco de la Convención de 2005 para apoyar la emergencia de sectores culturales dinámicos en los países en desarrollo. El Fondo tiene como objetivo apoyar sistemas sostenibles de gobernanza de la cultura, crear un entorno propicio para los empresarios culturales, facilitar el acceso al mercado y garantizar la accesibilidad de las diversas expresiones culturales para todos.

En el 2019, año en el que Yucatán postula al fondo, se recibieron 480 solicitudes de todo el mundo, 19 provenientes de México, resultando Yucatán beneficiado en el ranking número 5, de acuerdo a la puntuación de los expertos de la UNESCO.

El proyecto “Promoción de la economía creativa de Yucatán” postulado por la Secretaría de la Cultura y las Artes de Yucatán (SEDECULTA) en colaboración con el Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM) y la Universidad Tecnológica Metropolitana (UTM), recibió un fondo de \$78,272.00 USD, para impulsar las industrias culturales y creativas, bajo los siguientes objetivos:

- 🌀 Medir el impacto económico de la cultura e industrias creativas en Yucatán. Revelar el impacto económico de la producción cultural de bienes y servicios del estado de Yucatán a través de un mapeo general.
- 🌀 Fortalecer las habilidades creativas de artistas y profesionales de la cultura, así como promover emprendimiento. Desarrollar las competencias y el conocimiento de los agentes culturales en municipios estratégicos de Yucatán a través de fortalecer habilidades y co-creación para una mejor aplicación de la política cultural.
- 🌀 Mejorar las condiciones de acceso al mercado para emprendedores creativos, especialmente mujeres y minorías para promover la diversidad cultural del estado. Promover la creación de un sistema de desarrollo de mercado dirigido por ciudadanos para incrementar la competitividad y el potencial comercial de las empresas en crecimiento, privilegiando la producción diversa mediante la inclusión de grupos vulnerables.



Para el logro de sus objetivos el proyecto se desarrollará en las siguientes fases:

### Fase 1. Premapeo y Mapeo profundo.

Descripción e implementación.

#### Pre-Mapeo y Mapeo

El objetivo de esta fase consistió en obtener una muestra representativa de los bienes, servicios y agentes culturales y creativos en el estado de Yucatán. Para lograrlo, se realizó un pre-mapeo en 5 cabeceras municipales, las cuales son Valladolid, Mérida, Oxtutzcab, Maxcanú, Tizimín. Sumado a un mapeo en 20 municipios divididos en 7 regiones.

Región 1. Poniente: Maxcanú Chocholá Hunucmá

Región 2. Noroeste: Mérida Timucuy Progreso

Región 3. Centro: Izamal Cuzamá Kantunil

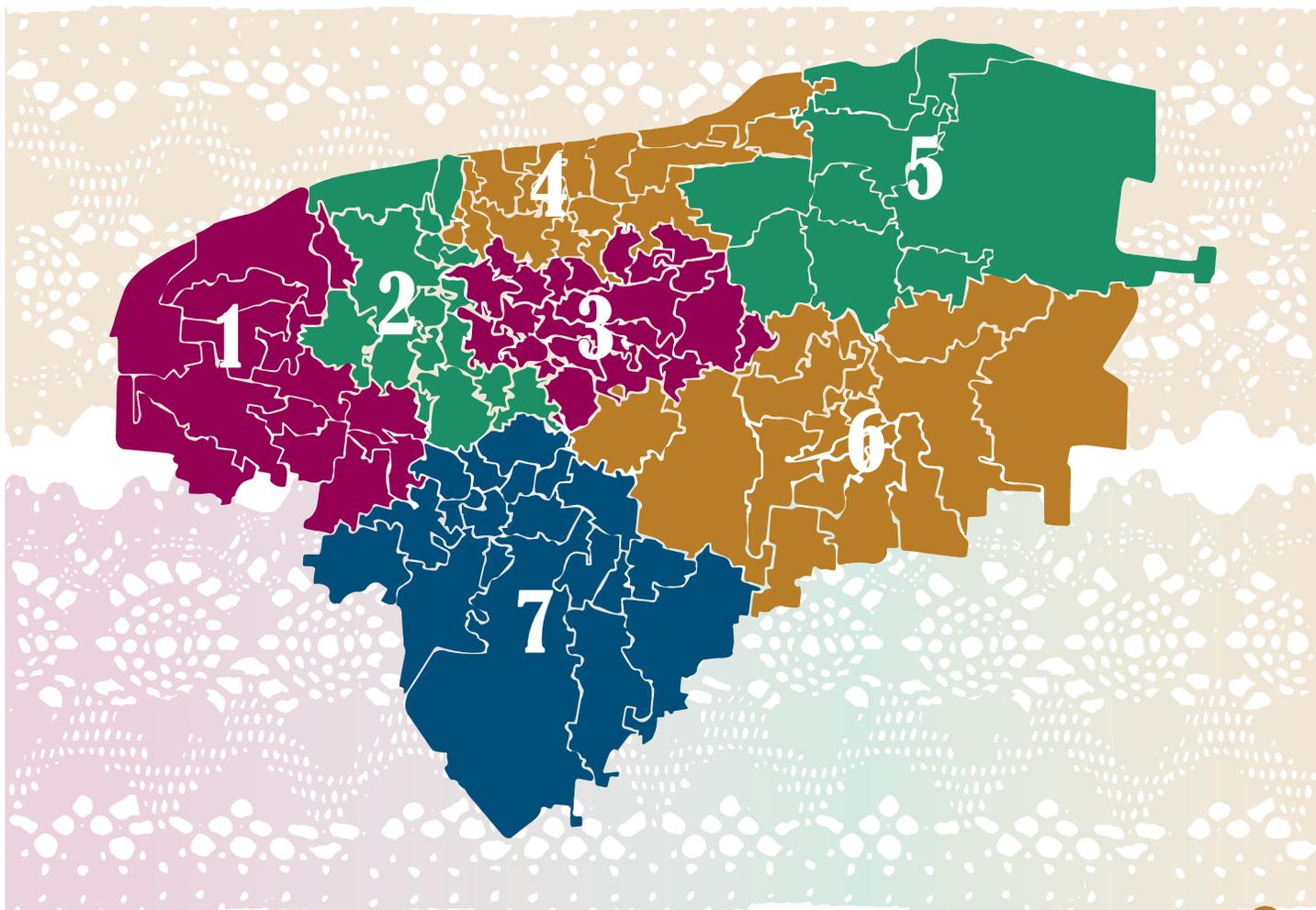
Región 4. Litoral Centro: Motul Cansahcab

Región 5. Noreste: Tizimín Espita Cenotillo

Región 6. Oriente: Valladolid, Yaxcabá

Región 7. Sur: Oxtutzcab Ticul Maní Tekax

La información recopilada se concentró en una plataforma para su consulta. Las acciones para recopilar la información incluyen el diseño de una metodología de trabajo, mesas de trabajo con autoridades municipales y líderes de la sociedad civil, y la identificación de sectores específicos con los que se trabajó.



## Resultados.

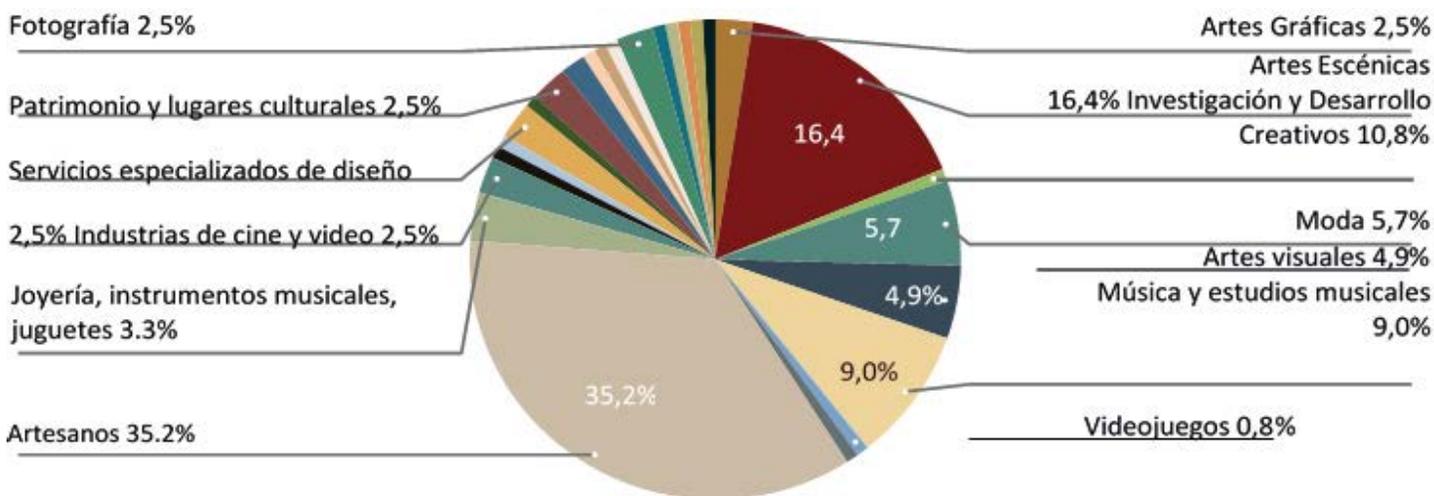
Posterior al análisis e interpretación de los resultados del proceso de pre-mapeo y al estudio de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en cinco municipios representativos del estado de Yucatán se realiza una profunda reflexión y sensibilización sobre el estado de los agentes culturales y creativos.

Una vez finalizado el trabajo de campo en los 20 municipios más representativos del estado de Yucatán se realizó el análisis cualitativo de los instrumentos recabados.

Se procedió a realizar el análisis descriptivo de los resultados obtenidos en las encuestas que el equipo de la Universidad Tecnológica Metropolitana se encargó de suministrar en tiempo y forma.

A continuación se presentan las gráficas más significativas de la investigación, mismas que brindan un panorama más claro de la situación de las industrias culturales y creativas en Yucatán.

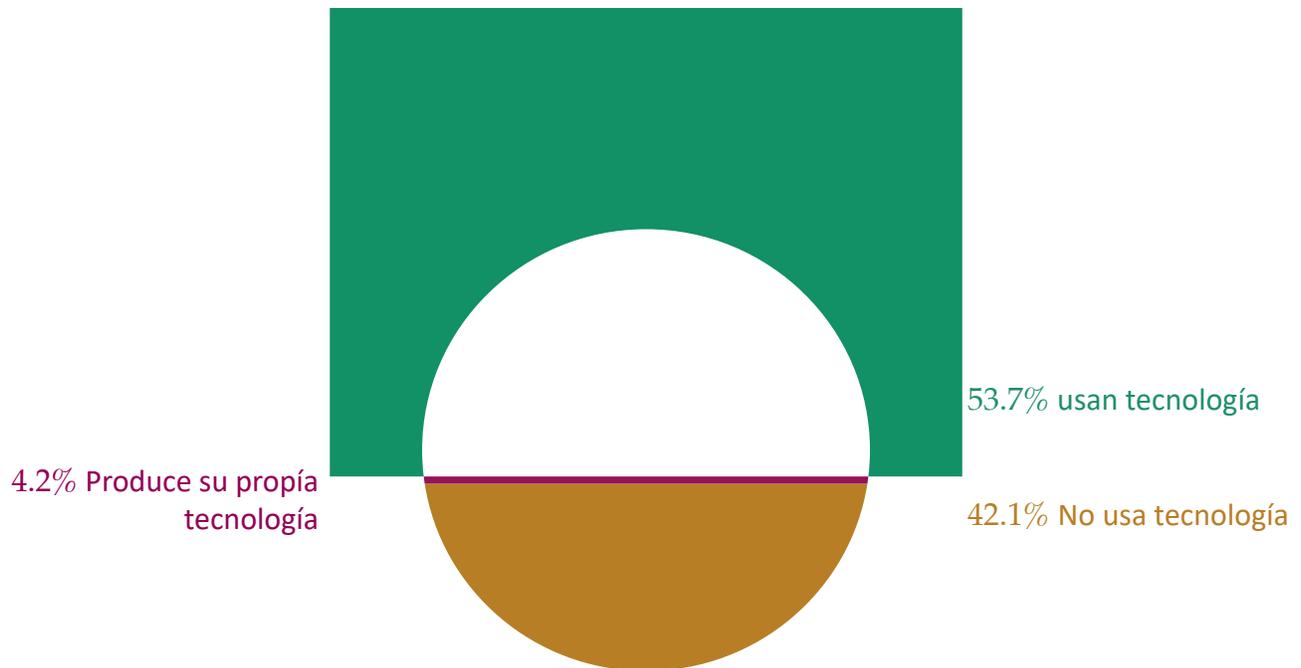
Clasificación de los proyectos culturales y creativos del estado de Yucatán:



Se identifica que el sector de la artesanía es la ICC con mayor representación en Yucatán. Solamente los artesanos representan más de un tercio de las ICC del estado. En segundo y tercer lugar se encuentran las artes escénicas y la música y estudios musicales, con un 16.4% y un 9% respectivamente. Únicamente estas tres actividades representan más de un 60% de las ICC de Yucatán. Por otro lado, el proyecto con menor presencia resultó ser el de investigación y desarrollo creativo con tan solo un 0.8%.

## Proyectos culturales y creativos de base tecnológica, de uso de tecnología y carentes de tecnología.

El uso de la tecnología en las industrias culturales y creativas tiene un impacto considerable, ya que, un 57.9% de estas la utilizan en sus procesos. Además, de ese porcentaje un 4.2% produce su propia tecnología, entendiendo que el porcentaje restante corresponde a industrias que no utilizan la tecnología para el desarrollo de sus actividades. Esto nos permite conocer la dependencia tecnológica que hay por parte de las ICC en Yucatán.



## Acceso a internet

En esta gráfica podemos observar que el 82.1% cuenta con acceso a internet y el 17,9% no. De esta manera podemos decir que para las personas que no cuentan con el acceso podría resultar la pérdida de oportunidad para difundir su proyecto, siendo esto una desventaja frente a los que sí tienen acceso a internet.



## Dominio de la computadora

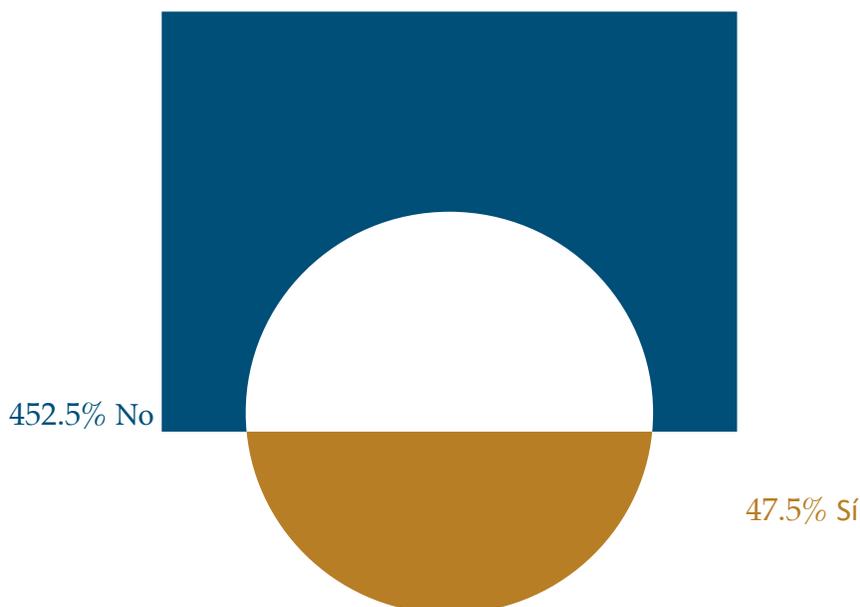
Un poco más de la mitad de las personas tiene dominio de la computadora, a pesar de ello podemos observar que un porcentaje considerable de personas aún no dominan este equipo eléctrico. Tomando en cuenta la era en la que nos encontramos, debemos prestar especial atención a este número de personas que carece del dominio de la computadora ya que es muy importante saber utilizarla para poder llevar un registro y control más ágil de las diferentes actividades que llevan a cabo los agentes culturales y creativos.



## Control de clientes.

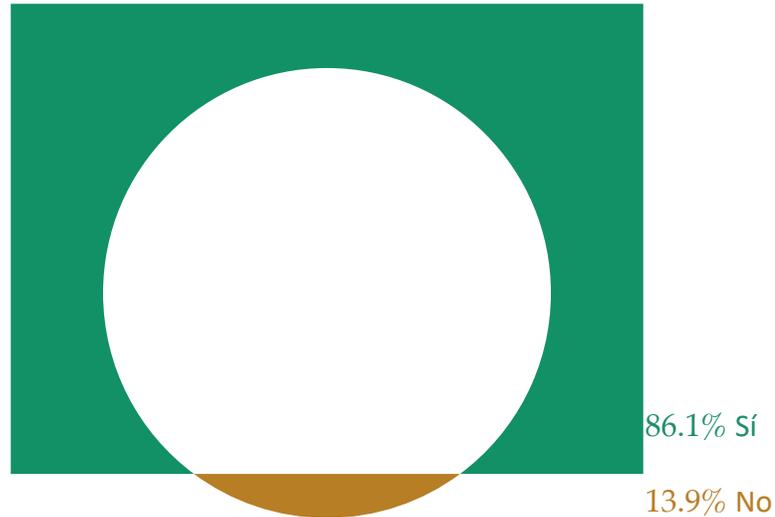
Más de la mitad de los agentes culturales y creativos no lleva un registro de sus clientes, mientras que un poco menos de la mitad sí lo lleva.

El no tener un registro puede resultar en no contar con un historial de los productos que más adquiere, también podría resultar un aumento en los costos de mercadeo y comunicación.



Ha utilizado herramientas digitales como Facebook, Instagram, blogs, Twitter para difundir su proyecto cultural y creativo.

Se identificó que más del 80% de las industrias culturales y creativas han utilizado las herramientas digitales como redes sociales para promover su proyecto, lo que resalta que aprovechan de sus conocimientos tecnológicos y que cada vez más personas conozcan lo que hacen y el negocio siga creciendo. Las redes sociales han sido una herramienta que ha ayudado a poder establecer una comunicación más directa con diferente público y artistas y proyectos culturales a través de diferentes perfiles, esto de alguna manera aporta más valor a la ICC en Yucatán.



Ha concretado ventas de sus productos o servicios culturales y creativos utilizando las herramientas digitales como Facebook, Instagram, blogs, Twitter.

Se validó que más del 70% de las industrias culturales y creativas han completado ventas mediante las herramientas digitales como redes sociales, lo que permite tener una mejor comunicación con sus clientes y abre más oportunidades para el negocio. La interacción social; mediante las redes, permite a las empresas, en este caso culturales y creativas vender, distribuir y promocionar sus productos o servicios; con mayor facilidad y mayor alcance.



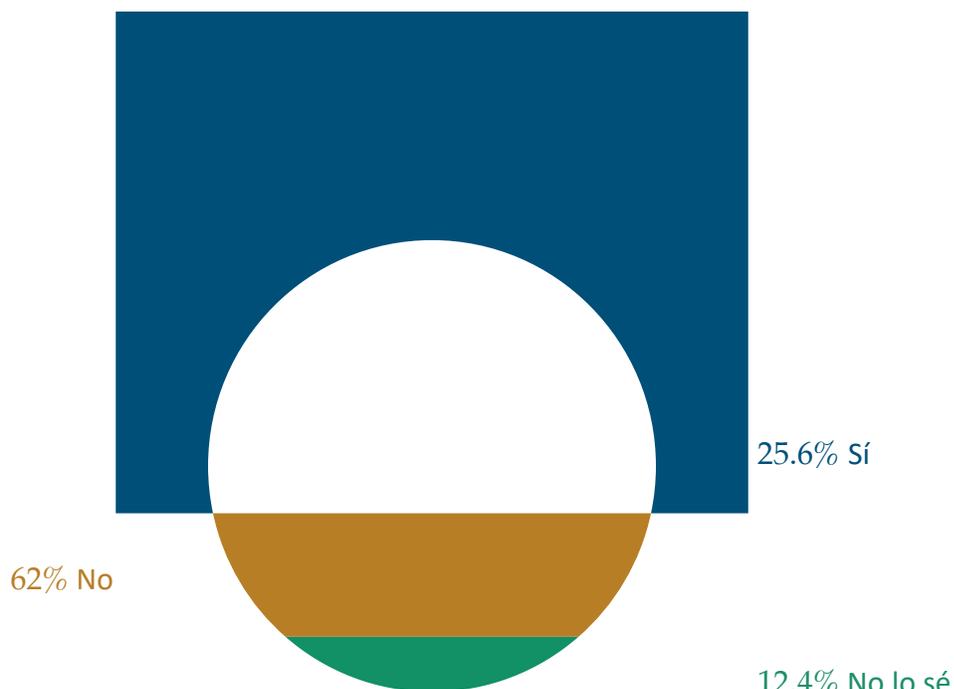
## Ingresos mensuales.

Después de aplicar la encuesta y preguntar acerca de los ingresos mensuales que tienen los agentes culturales y creativos en Yucatán, descubrimos que más de un 90% de los mismos, obtienen ingresos mensuales por debajo de los \$10,000 pesos. Este resultado nos muestra que muchos de los entrevistados se encuentran en condiciones de vulnerabilidad.



## Existen los suficientes créditos y apoyos económicos para las ICC.

Se puede observar en más del 62% que se considera que no hay suficientes créditos y apoyos económicos para las industrias culturales y creativas, esto puede deberse a que tanto el gobierno como instituciones privadas aún no ven la importancia y los altos ingresos que estas actividades obtienen a través del arte y la cultura, las cuales tienen gran influencia en la vida cotidiana, la economía y la sociedad en la que están establecidas.



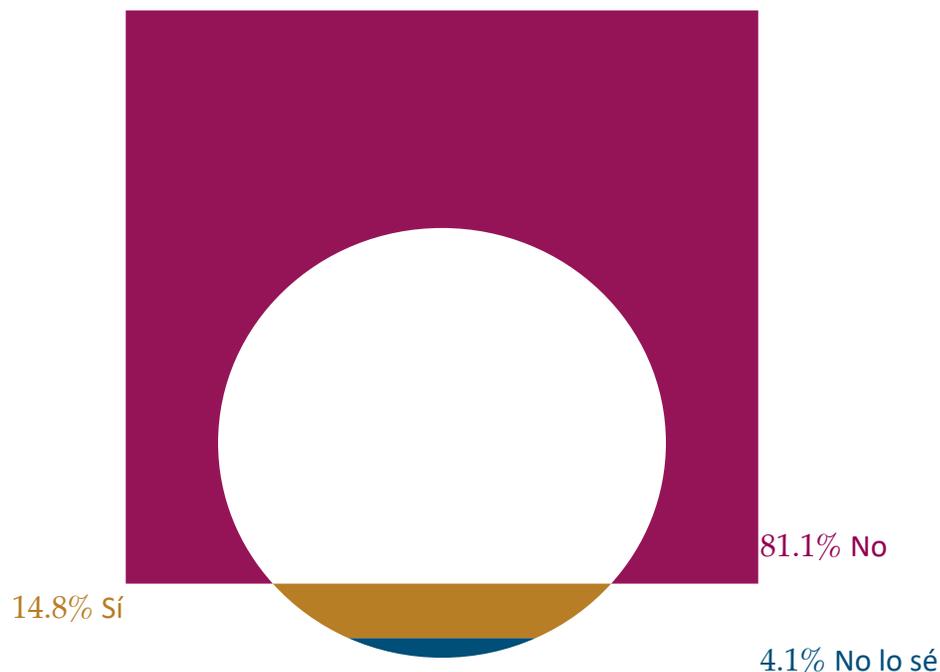
## Tiene algún crédito.

Más del 75% de los agentes de arte no han tratado de solicitar un crédito para sus actividades dentro de la industria cultural y creativa, esto puede deberse a que, de hecho, casi la mayoría de los que empiezan una industria cultural y creativa lo hacen solos, y muchas veces sin ayuda de fuera, ya sea del gobierno u instituciones. Prefieren mayormente hacerse cargo sin ayuda, además de que estos créditos son pocos o inexistentes como se pudo observar en el apartado anterior. y solo un 21.5% cuenta con algún crédito para su proyecto.



## Protección de las obras culturales y creativas.

Se identificó que más del 80% de los agentes culturales y creativos no tienen derechos de autor de sus obras, mientras que una séptima parte de ellos sí cuentan con ellos y menos de una tercera parte desconocen del tema. Es decir, gran cantidad de los agentes culturales y creativos desconocen cómo obtener los derechos de autor de sus obras o no saben qué es, por lo que es muy importante que conozcan que sus creaciones se pueden proteger.



## Conoce los impuestos que tienen que pagar las ICC.

Se identificó que más del 80% de las ICC no conocen los impuestos que deben pagar respecto a su industria. Esto nos hace ver que la mayoría de los agentes culturales viven en la informalidad con sus proyectos creativos, lo que pudiera suponer ciertos problemas fiscales en un futuro. Dado que para que el gobierno pueda ofrecer un apoyo por el crecimiento de esta industria pedirá en algún momento como requisito que todo en las instituciones esté en orden y al estar en la informalidad será muy difícil de recibir una ayuda por parte de ellos.



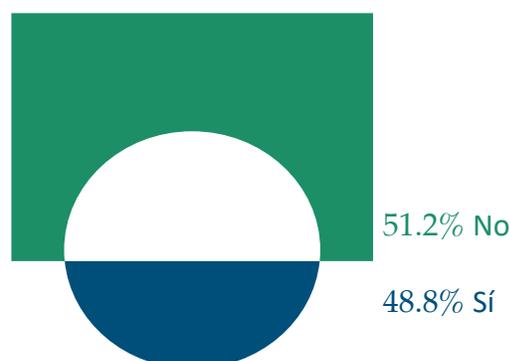
## Conoce incubadora de negocios que atiendan ICC.

Se identificó que la mayoría de las empresas culturales y creativas conocen incubadoras de negocios que tengan interés en las ICC. A pesar de que hemos comprobado que la mayoría vive en la informalidad de sus proyectos culturales, esto nos demuestra el interés en hacer crecer su negocio, así como tener más información para gestionarlo de una mejor manera más formal. Esta es una muy buena opción para el desarrollo de más proyectos relacionados a este giro por lo tanto sería una muy buena implementación para las empresas de este sector dar a conocer las incubadoras de negocios de ICC o el surgimiento de una.



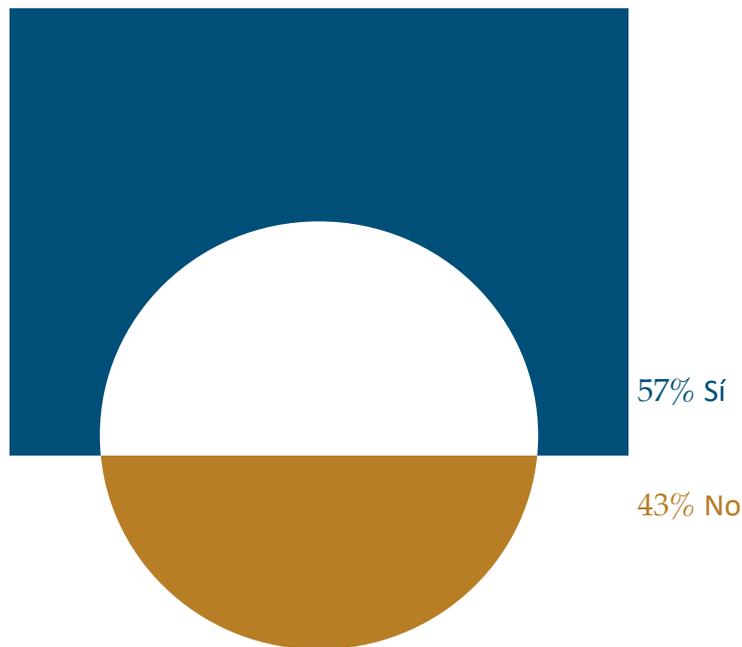
## Dependencia económica.

Se identificó que un 51.2% de los agentes no cuentan con los recursos suficientes para subsistir, por lo que se ven en la necesidad ya sea de tener otros empleos o de realizar otras actividades que les permita conseguir los recursos necesarios para su manutención.



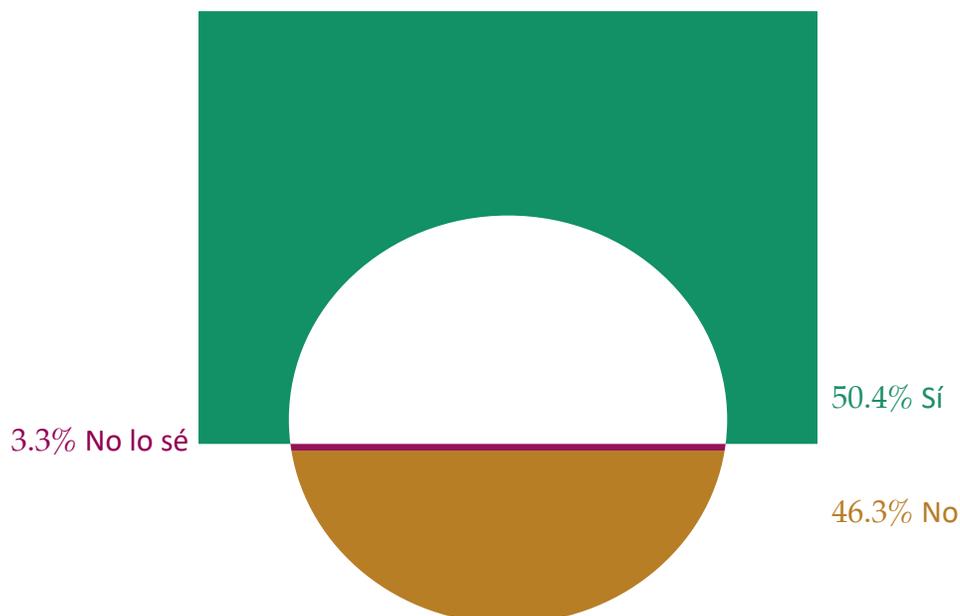
## Proyectos culturales y creativos familiares

Se identificó que la mayoría de las industrias culturales y creativas son proyectos familiares, lo que resalta que hay un mayor compromiso debido al involucrar a la familia. Sin embargo, como en toda empresa familiar siempre existirá el riesgo de que los conflictos personales influyan a la hora de la toma de decisiones importantes. En cualquier empresa, estas pasan por distintos momentos a lo largo de su trayectoria comercial, las ICC no son la excepción y cada uno de estos proyectos requiere de habilidades diferentes. El resultado antes mostrado confirma que muchas de las ICC son empresas con una tradición familiar que en la mayoría de las veces rebasa hasta más de cinco generaciones. Ser el fundador o el dueño en su momento no significa ser el mejor líder, pero sí, el que posea todo el conocimiento que la experiencia y los años le han brindado.



¿Considera que en su comunidad hay los recursos y el equipo suficiente para desarrollar su actividad o giro cultural y creativo?

Aproximadamente un 50% de los agentes culturales y creativos expresaron que en sus localidades se carece de la infraestructura y de los recursos económicos para el desarrollo de su proyecto. Lo anterior manifiesta la necesidad de fortalecer a las localidades de Yucatán para dinamizar la actividad cultural y creativa.



## El proyecto cultural y creativo está ayudando a cuidar el medio ambiente.

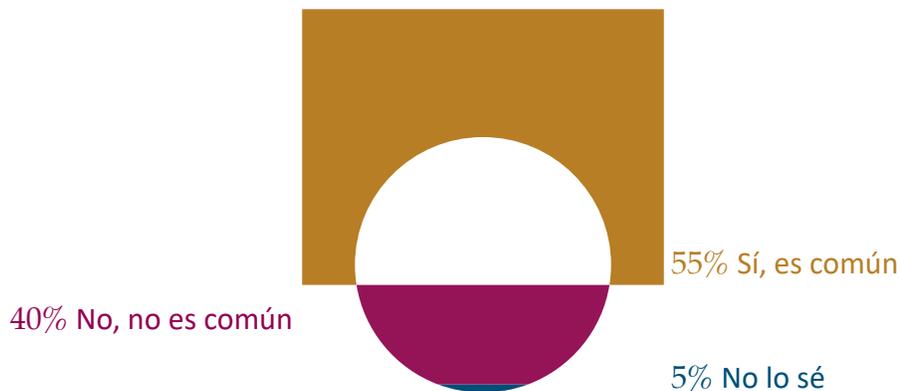
En la misma línea de la gráfica anterior, se pudo identificar que más del 68% de las industrias culturales y creativas están ayudando al medio ambiente, lo cual le trae grandes oportunidades al negocio al convertirse en una empresa sostenible. Muchos de estos agentes creativos y culturales lo hacen a través de actividades en su municipio de reforestación, desazolve de playas y parques, limpieza de espacios en común etc.



## Las ICC de Yucatán se apoyan entre ellas.

En la gráfica se puede observar que en un 55% las industrias culturales y creativas se apoyan entre sí, es decir que es común el apoyo entre estas instituciones trabajar juntas o brindarse de ayuda. Esto se debe a la importancia que tiene dentro de la sociedad yucateca, pero también en el interés de los agentes de arte, puesto que ven los beneficios del trabajo en equipo, aunque no pertenezcan a la misma empresa.

Sin embargo, aún se puede mejorar ya que un 40% de estas instituciones aún siguen sin presentar alguna relación con alguna empresa relacionada en este campo.



## Estudios relacionados a un programa educativo artístico, técnico o de gestión cultural.

Más de la mitad de todos los entrevistados cuenta con una educación básica y solo el 5.4% y el 4.1% corresponde a la formación artística y cultural respectivamente. Estos resultados señalan la importancia de fortalecer las estructuras académicas con el fin de incluir en el plan de estudio dichos sectores.



## Conocimiento sobre una especialidad, maestría o diplomado sobre industrias culturales y creativas.

Se distingue que exactamente el 75.8 % de los agentes del arte no conocen la existencia de alguna especialidad, maestría o diplomado ligado a las industrias culturales y creativas, teniendo en cuenta que se puede deber a la inexistencia de estas o falta de información acerca de las mismas. Se debe lograr la apertura de más oportunidades en este campo o en su lugar dar una mejor difusión a las especialidades, maestría o diplomado sobre industrias culturales y creativas que ya están disponibles en ese momento.



## Interés por estudiar una especialidad, maestría o diplomado en ICC.

Se reconoce que el 89.3% de los agentes del arte les gustaría estudiar algún tipo de especialidad, maestría o diplomado que tenga que ver con las industrias culturales y creativas, esto puede deberse a la importancia y relevancia que tiene en la sociedad y en la economía. Además del interés propio de los agentes por la economía creativa. Este resultado relacionado con el apartado anterior nos lleva a la conclusión que es necesario la apertura de nuevos espacios para estudio de las especialidades en ICC ya que muchos agentes culturales están interesados en esta idea.



El proyecto “Promoción de la economía creativa en el estado de Yucatán” tuvo como objetivo sentar un precedente en el conocimiento y caracterización de las actividades culturales y creativas en el estado de Yucatán, identificando a través de un mapeo general la participación, producción e impacto de bienes y servicios de los agentes culturales y creativos en la industria creativa en Yucatán. En esta actividad de la primera fase denominada Pre-mapeo, se visitaron cinco municipios representativos del estado de Yucatán, para tener un primer acercamiento a la industria, conocer el comportamiento, situación y realidad de los agentes culturales y creativos yucatecos. Los municipios visitados para la fase de Pre-mapeo o pre-diagnóstico son: Maxcanú, Tizimín, Valladolid, Mérida, Oxkutzcab.

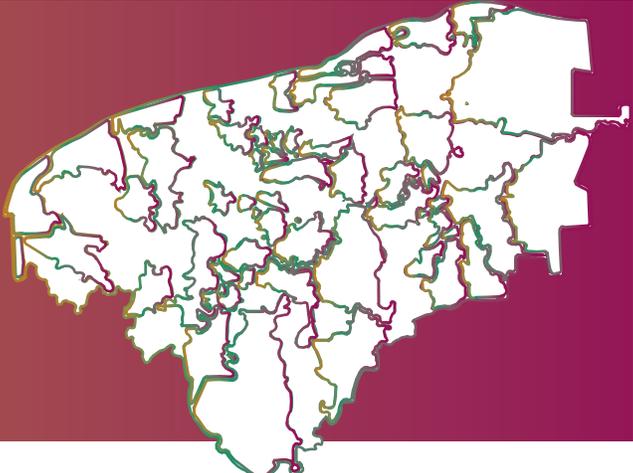
Además de los 5 municipios del mapeo anterior, también se impartieron talleres a los 20 municipios del mapeo profundo, de los cuales se hablará en la Fase 2. Esto se derivó de la necesidad de compartir información para todos los municipios y agentes participantes. Por esta razón, en lugar de dar 5, la UTM impartió 20 talleres de capacitación en economía creativa. Como resultado de esta actividad se obtuvieron excelentes resultados, impartiendo un total de más de 20 talleres presenciales. Asimismo, a solicitud de SEDECULTA, se impartieron 2 talleres en modalidad virtual para todos aquellos agentes culturales que, por medidas de contingencia o por cualquier otro motivo, no pudieron asistir a los talleres presenciales, con el resultado final de una tasa de cumplimiento del 440%.

Finalmente, el resultado principal: un informe previo al mapeo. La encuesta realizada en la fase de Pre-mapeo fue diseñada por la Universidad Tecnológica Metropolitana con base en las variables en estudio por la UNESCO, así como en temas y áreas de interés en el estado de Yucatán que permiten conocer el estado actual de las industrias culturales y creativas. Esta encuesta está enfocada a poder identificar el perfil socioeconómico de los agentes culturales, así como sus principales actividades y consta de 120 preguntas: Oferta, Demanda, Empleo, Comercio, Valor Macroeconómico, Gestión Empresarial, Equidad de Género, Gobernanza, Jerarquía, Seguridad Social, Sostenibilidad, Ciencia y Cultura, Uso de herramientas Digitales.

Adicional a los logros técnicos alcanzados mencionados anteriormente, otro de los grandes éxitos resultado del proyecto fueron la generación de relevantes vinculaciones las cuales representaron una prolífica agenda para el Gobierno del Estado situando a Yucatán como un estado referente en México en asuntos de Economía Creativa, donde como parte de esa agenda se diseñaron y ejecutaron los diversos eventos entre ellos el propio Lanzamiento del proyecto Promoción de la Economía Creativa en el Estado de Yucatán.

SE CREO UN INFORME CON LOS RESULTADOS DE UN MAPEO EN PROFUNDIDAD DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS DE 20 MUNICIPIOS.

Se seleccionó una muestra representativa de 20 municipios del estado de Yucatán en los que se realizará el mapeo profundo de la producción de industrias culturales y creativas.



La Secretaría de la Cultura y las Artes, el Instituto Yucateco de Emprendimiento y la Universidad Tecnológica Metropolitana seleccionaron una muestra representativa de 20 municipios del estado de Yucatán para mapear de manera extensa y profunda la producción de industrias creativas. Los criterios de selección se basaron en la cantidad de industrias creativas dentro de los siete sectores específicos elegibles de la convocatoria que están registrados en los municipios, así como, en las condiciones de desarrollo económico, atraso social y marginación de las ciudades. Esto permitió una muestra heterogénea de municipios para mapear una amplia gama de necesidades y realidades de las industrias creativas en Yucatán.

Se diseñaron los materiales para realizar el mapeo en profundidad en los municipios seleccionados. Este mapeo incluyó el registro básico de infraestructura tecnológica y su uso para el comercio electrónico.

Se realizaron visitas a 10 comunidades de las 20 previstas originalmente, teniendo en cuenta las medidas COVID19. Preferentemente aquellos donde se ha detectado necesidad inminente de visitar asegurando la inclusión de las comunidades vulnerables. El enfoque de bola de nieve también se implementó para llegar a las personas en las comunidades para el mapeo de topografía a distancia. El lienzo canvas se colocó en cada casa cultural para completar las líneas completas para las personas que visitan en tiempos y líneas separadas para completar a lo largo del mapeo del tiempo y más allá. El gel antibacterial se incluyó en cualquier lienzo canvas.

Se realizó un mapeo en profundidad de los 20 municipios seleccionados utilizando enfoques cuantitativos y cualitativos y a través de actividades in situ y fuera del sitio.

## Logros alcanzados

Como se mencionó anteriormente, la selección de los municipios participantes se realizó de acuerdo con la representatividad geográfica del estado y la presencia de actividades culturales. Así resultaron ser los 20 municipios participantes: Mérida, Progreso, Maxcanú, Oxkutzcab, Valladolid, Tizimín, Hunucmá, Cuzamá, Motul, Ticul, Maní, Yaxcabá, Espita, Tekax, Chocholá, Timucuy, Izamal, Kantunil, Cansahcab, Cenotillo.

La encuesta realizada en la fase de Pre-mapeo fue diseñada por la Universidad Tecnológica Metropolitana con base en las variables en estudio por la UNESCO, así como en temas y áreas de interés en el estado de Yucatán que permiten conocer el estado actual de las industrias culturales y creativas.

Esta encuesta constó de 120 preguntas, que se dividen en áreas como datos generales que recogen información del perfil del encuestado y que incluyen el municipio, nombre del encuestado, edad, sexo, escolaridad, ingreso promedio mensual derivado de su actividad cultural, y el nombre o área de su proyecto cultural y creativo. Adicionalmente, se recopila información sobre la formación artística de los encuestados: si están trabajando formal o informalmente, si su empresa es de base tecnológica, si son hablantes mayas, entre otros.

La sección de la encuesta denominada Oferta, recoge información relativa a los bienes y servicios ofrecidos por los agentes culturales encuestados, su nivel de competitividad que va desde la calidad de sus productos, la percepción de estos frente a otros agentes que ofrecen los mismos productos, así como los espacios donde ofrecen sus productos.

En la sección Demanda se recoge información relativa a los sitios o lugares donde han ofrecido sus bienes o servicios culturales, la participación como expositores en mercados o bazares culturales, la frecuencia de su participación en estos, su conocimiento de áreas de carácter artístico en su comunidad para apoyar la distribución de sus productos.



Posteriormente, está el área de Empleo, donde se recoge información sobre la formación de empresas culturales y creativas en relación con las áreas artísticas, administrativas y técnicas, así como el tiempo en el número de años que han estado dedicadas a esta actividad, el número de personas que trabajan en el proyecto, si han desarrollado su proyecto solo, como familia o como parte de una empresa, si tienen acceso a herramientas tecnológicas como internet, computadora o cualquier otro dispositivo electrónico que permita o facilite la producción de sus bienes y servicios culturales.

La sección de Comercio recopila información sobre la participación de los agentes culturales en ferias, exposiciones antes y después de la pandemia, el registro de la producción de sus bienes y servicios culturales, el número de unidades producidas por mes tanto en unidades como en dinero, así como la percepción de sus ventas antes y después de la pandemia de COVID19, Del mismo modo, se incluyen preguntas para saber si han realizado ventas en el extranjero, con qué frecuencia, y si su obra tiene derechos de autor, si han sufrido plagio, y cómo lo han solucionado.

Posteriormente, está la sección de Valor Macroeconómico, donde se recopila información sobre el número de empleados dentro del proyecto, se revalida la información sobre la formalidad o informalidad del proyecto, los movimientos en los últimos seis meses en términos de contratación de personal, el conocimiento de los agentes culturales sobre las instituciones de formación cultural y artística en su municipio y estado, su formación académica artística así como el interés por seguir impulsando su formación artística.

A continuación, se presentó un apartado enfocado en Gestión Empresarial, donde se recoge información referente al desarrollo administrativo de gestión de sus proyectos culturales, el uso o conocimiento de préstamos, programas de apoyo gubernamental, plataformas que promueven el apoyo al desarrollo de proyectos culturales y creativos en su municipio y estado, los impuestos pagados por los agentes culturales respecto a su línea de negocio, así como el uso y frecuencia de los registros y derechos de autor que realizan para sus bienes y servicios culturales.

Finalmente, el último bloque incluyó variables complementarias que ayudarán a caracterizar la situación de las empresas culturales y creativas en esta primera aproximación al Pre-mapping. Estas variables son la equidad de género, donde se pretende conocer no sólo su formación en temas de género de los proyectos encuestados, sino también la opinión de cada uno de estos respecto al tema, el tipo de cargo que ocupa la persona encuestada dentro del proyecto cultural y creativo respecto a las tres áreas antes mencionadas, artística, administrativa y técnica, si conocen o si son conscientes de los problemas ambientales en su municipio, así como de las actividades que pueden llevar a cabo desde sus proyectos para apoyar este problema, cuestiones como la seguridad social de sus empleados, el conocimiento del patrimonio cultural dentro de su municipio, cómo lo cuidan y lo promueven, actividades de gestores, promotores y agentes patrimoniales, conocimiento de los encuestados sobre ciencia y cultura así como proyectos relacionados con esta, temas de comunicación y uso de herramientas digitales, frecuencia de uso, si han realizado ventas a través de estos medios y si existen medios que actualmente están utilizando como herramienta para apoyar sus ventas.

Proceso de encuesta. El equipo de la Universidad Tecnológica Metropolitana está conformado por cinco consultores de la Unidad de Incubación, Innovación y Desarrollo Empresarial, quienes cuentan con una amplia experiencia de más de diez años trabajando en proyectos estratégicos. Este equipo fue capacitado durante tres sesiones de cuatro horas cada una para poder no solo conocer el instrumento de la encuesta, sino también para poder proporcionarles todos los elementos que les ayudarían a aplicarlo y poder resolver posibles barreras o problemas que pudieran surgir durante la aplicación de la encuesta.

El proceso de levantamiento consistió en presentar al agente cultural y explicar que se aplicará una encuesta con una duración de 30-45 minutos donde no habrá respuestas correctas o incorrectas, simplemente fueron invitados a responder sobre su situación actual. Esto es para que los encuestados sean conscientes y que se sientan seguros para responder. Una vez finalizada la encuesta, se agradece la participación de los encuestados.

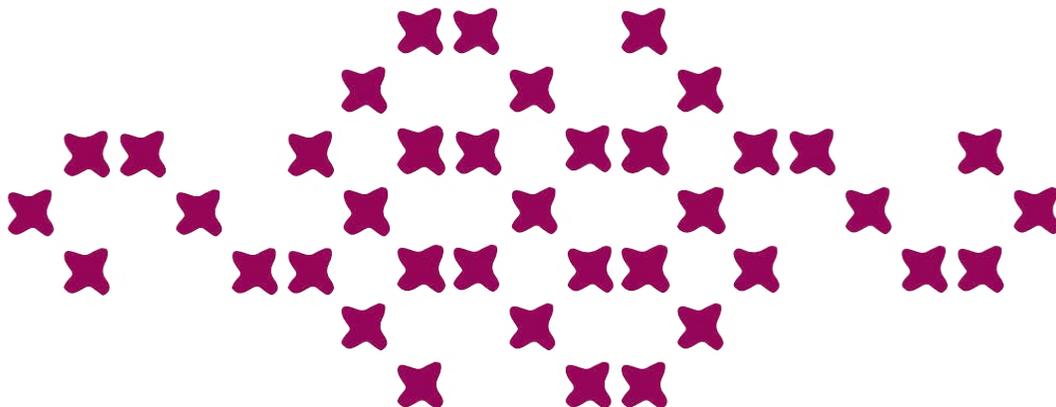
Durante la visita a los cinco municipios designados para la fase de Pre-mapeo, la encuesta se aplicó a un total de 26 agentes culturales. Que fueron muy participativos en la resolución de esta. La recolección de información se llevó a cabo a través de una encuesta en línea y los datos recolectados se almacenaron, tabularon y graficaron para la caracterización del proceso que permite identificar las posibles debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de los agentes culturales y creativos del estado de Yucatán en este primer proceso de aproximación denominado Pre-mapeo.

Interpretación de los hallazgos. Finalmente, una vez recopilada y tabulada la información derivada de la aplicación de la encuesta a los cinco municipios del estado, se elaboró un informe que contiene la interpretación de lo encontrado, graficando algunas de las variables en cuanto a la caracterización de perfiles básicos de los encuestados, y posteriormente como se menciona dentro de los objetivos del proyecto identificando a través de un DAFO las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los encuestados. Asimismo, una vez identificada la situación de los agentes entrevistados, como sugerencia, se presentan estrategias de acción que servirán para responder a la situación encontrada en el estado de Yucatán en materia de industrias culturales y creativas.

Como resultado principal de esta actividad una vez recolectada y tabulada la información derivada de la aplicación de la encuesta a los 20 municipios del estado, se elaboró un informe que contenía la interpretación de lo encontrado, graficando algunas de las variables respecto a la caracterización de perfiles básicos de los agentes culturales de los encuestados. Este informe incluye el análisis cualitativo de la evaluación de cada uno de los agentes culturales y creativos respecto a las aportaciones económicas, sociales y culturales que su proyecto realiza a su municipio.

El total de encuestas recogidas en esta fase fue de 123. Se visitaron un total de 20 municipios. De estas visitas tenemos la siguiente información: 123 industrias culturales y proyectos artísticos y culturales, así como los promotores/productores culturales, 65 de ellos son hombres, 54 de ellos son mujeres personas reservadas el derecho de decir su género omitiéndolo, 20 de ellos tenían discapacidad y 46 eran hablantes mayas.

Una vez identificada la situación de los agentes entrevistados, como sugerencia, se presentan estrategias de acción que servirán para dar respuesta a la situación que se vive en el estado de Yucatán respecto a las industrias culturales y creativas.



## CONTRIBUCIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA AL DESARROLLO SOSTENIBLE ENTRE LAS AUTORIDADES CULTURALES Y LOS PROFESIONALES DE LA CULTURA DE LOS PRINCIPALES MUNICIPIOS DEL ESTADO DE YUCATÁN

Se realizaron cinco (5) talleres sobre economía creativa dirigidos a autoridades culturales y profesionales de la cultura de los principales municipios del Estado de Yucatán. Se llevaron a cabo dos talleres en línea para todos los representantes con acceso a Internet y dispositivos (hasta 30 participantes). Esto también permitirá mejorar las habilidades digitales, así como reducir el número de personas en las mesas físicas. 3 de las mesas programadas se llevaron a cabo en Maxcanú, Oxkutzcab y Tizimín.

### Logros alcanzados.

Derivado de una necesidad de poder compartir la información con todos los municipios participantes, se adicionó la impartición de talleres a los 20 municipios del mapeo profundo los cuales contaron con el mismo contenido que se impartieron a los 5 municipios del pre-mapeo. Con esto se tuvo no solo una sensibilización del tema de economía creativa, sino también una capacitación con mayor espectro de los agentes participantes.

Es importante mencionar que, de los 5 talleres programados, la UTM impartió en total más de 20 talleres de capacitación sobre economía creativa, cubriendo un número superior a las 270 personas, incluidas autoridades, agentes culturales y personal administrativo en la industria cultural; de este número 241 eran agentes culturales y 29 autoridades (20 hombres y 9 mujeres).

El objetivo de los talleres impartidos en todos los municipios mencionados era poder situar a todos los agentes participantes en un mismo punto de partida respecto a los conceptos básicos y hacerlos conscientes de los beneficios de pertenecer a esta industria. Del mismo modo, mostrar las ventajas económicas que aportan a su localidad, así como al desarrollo de su región, estado y por ende al país.





Como resultado de esta actividad se obtuvieron excelentes resultados, impartiendo un total de más de 20 talleres en la modalidad presencial. Asimismo, a solicitud de SEDECULTA y derivado de la misma demanda de los participantes, se adicionaron la impartición de 2 talleres en modalidad virtual para todos aquellos agentes culturales que, por medidas de contingencia o por cualquier otro motivo, no pudieron asistir a los talleres presenciales, con una participación por sesión por arriba de las 90 personas. Con todo lo anterior se logró sobrepasar la meta teniendo como resultado final de una tasa de cumplimiento del 440%.

La participación siempre fue muy positiva, los agentes presentaron una interesante participación compartiendo a través de diferentes dinámicas aplicadas por el equipo de UTM aportes respecto a los beneficios que sus proyectos culturales dejan en sus municipios, ayudando así al desarrollo económico de su región. Entre los logros de esta actividad se encuentran:

- 🌀 Adquisición de conocimientos por parte de los participantes sobre economía creativa. Acercamiento de SEDECULTA y UTM en esta fase con los líderes municipales para futuros avances dentro del ámbito cultural con los municipios participantes.
- 🌀 Conocimiento del estado de las empresas culturales y creativas, así como de las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la industria en Yucatán.
- 🌀 Otro dato importante a destacar es el hecho de que debido a los talleres de sensibilización han venido a tratar de formalizar la situación de su proyecto cultural y creativo, ya sea con el tema financiero y fiscal, así como para el registro de obras ante el INDAUTOR (oficina mexicana de procedimientos de registro de marcas y obras).
- 🌀 Finalmente, consideramos que esto es un gran avance si se considera que la mayoría de los proyectos que formaron parte de este estudio no cuentan con el registro o formalidad de su negocio cultural.

## FASE 2. Fortalecimiento de habilidades profesionales.

### Certificación de Agentes Culturales de Yucatán.

Con la colaboración de la Secretaría de las Artes y Cultura se llevaron a cabo actividades de formación en economía creativa en municipios seleccionados, con el fin de fortalecer las habilidades de los funcionarios de cultura y líderes de la Industria Creativa en la región. Estas actividades contaron con una Certificación Curricular en "Emprendimiento enfocado en Economía Creativa" impartidas por la Universidad Tecnológica Metropolitana. Además, se creó la primera Red de Agentes Culturales y Creativos de Yucatán, compuesta por 20 miembros, para fomentar alianzas y fortalecer la colaboración entre los agentes creativos del estado.

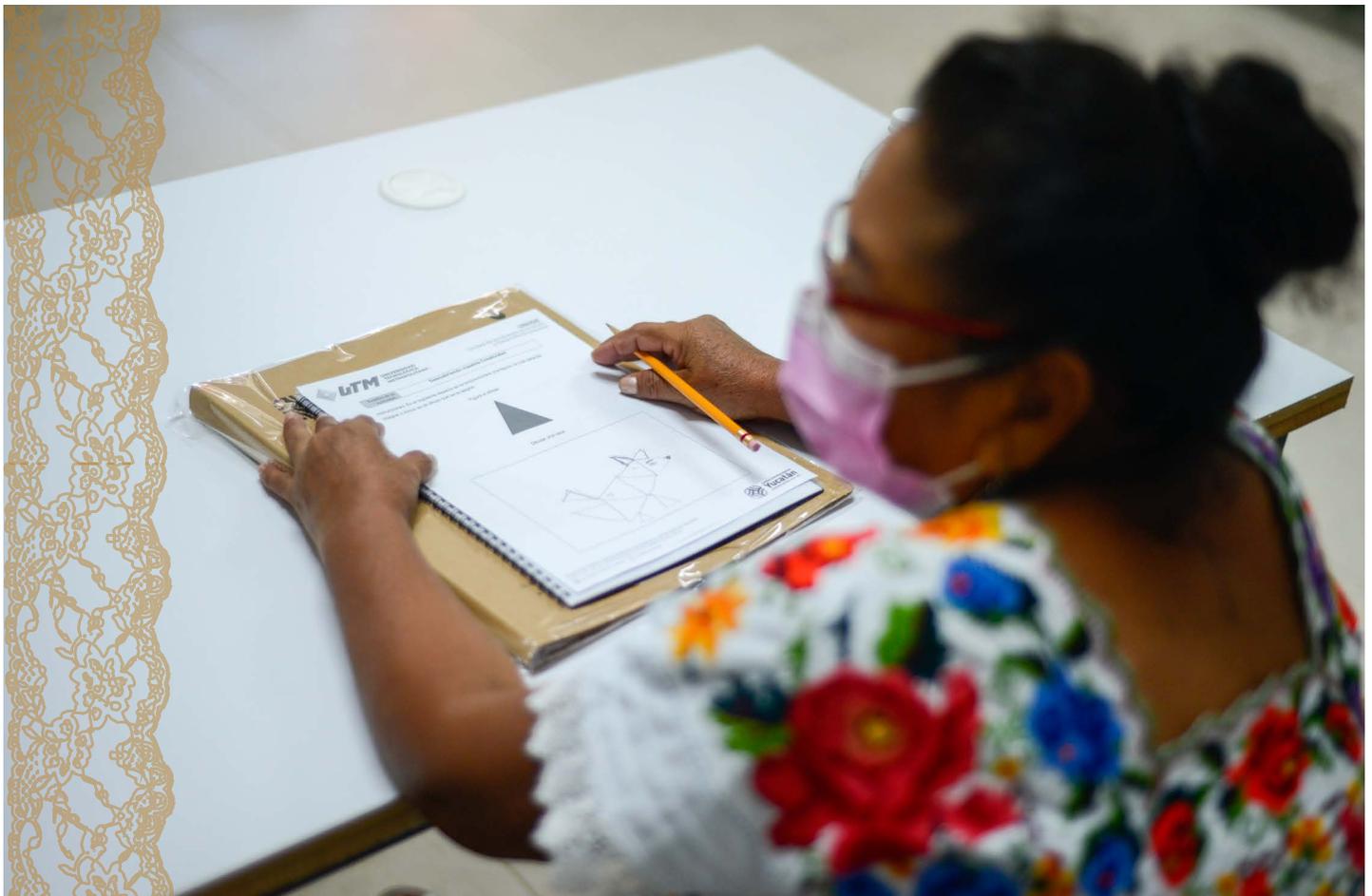


SE ESTABLECIÓ UNA RED  
DE **20** ACTORES  
CULTURALES CLAVE Y SE  
EMPODERÓ PARA ACTUAR  
COMO MULTIPLICADORES  
Y COMPARTIR SUS NUEVOS  
CONOCIMIENTOS CON UNA  
COMUNIDAD MÁS AMPLIA.



Dentro de las actividades del proyecto Promoción de la Economía Creativa de Yucatán se realizaron las siguientes actividades:

- Se seleccionó a los 20 actores culturales del estado de Yucatán que participarán en un programa certificado de emprendimiento de economía creativa y que formarán la red.
- Diseño y entrega, en colaboración con los socios del proyecto, 150 horas de “Programa Certificado en Emprendimiento” centrado en la economía creativa. El programa abordará las necesidades de las industrias creativas locales e incluirá lecciones teóricas y prácticas.
- Se impartieron dos módulos de formación, uno sobre “seguimiento y evaluación de proyectos culturales” y otro sobre “Liderazgo y plan de acción”. Ambos módulos integrarán la metodología del valor social e incluirán lecciones presenciales y en línea para apoyar a los miembros de la red a estructurar su “plan de acción” para compartir sus conocimientos con las comunidades locales con el fin de contribuir al desarrollo de emprendimientos culturales y creativos sostenibles.
- Asesoría a los miembros de la red a desarrollar un “plan de acción” que les permita compartir los conocimientos adquiridos con las comunidades locales.
- Ejecución de actividades de formación sobre economía creativa en municipios elegidos debido a su ubicación geográfica para facilitar la asistencia para funcionarios de cultura de los municipios, así como para líderes que se encuentren en los sectores de la Industria Creativa para permitir la trascendencia de las capacidades adquiridas. Dichas actividades de formación contaron con una certificación curricular en emprendimiento enfocado en Economía Creativa, que incluyó conocimientos teóricos y prácticos a cargo de la Universidad Tecnológica Metropolitana en colaboración con la Secretaría de la Cultura y las Artes de Yucatán y el Instituto Yucateco del Emprendedor.
- Al igual, se formó la creación de la primera Red de Agentes Culturales y Creativos de Yucatán que sirvió para fortalecer las alianzas entre los agentes creativos del estado.



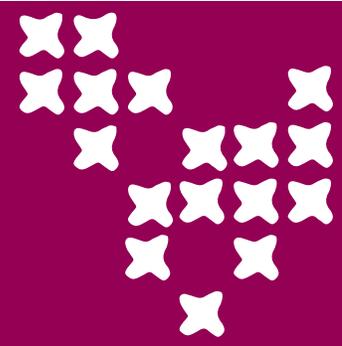
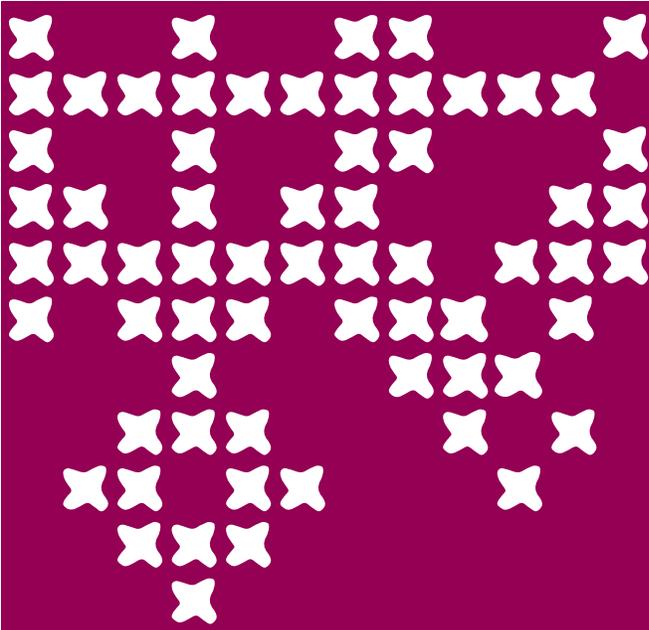
### Fase 3. Desarrollo de de capacidades comerciales para los agentes culturales y creativos.

Se lanzó una convocatoria para elegir empresas creativas y culturales en crecimiento para participar en un programa de aceleración empresarial diseñado y ejecutado por el IYEM. Se dió preferencia especial a los emprendimientos creativos en los siete sectores prioritarios, resultando 8 seleccionadas.

Se llevó a cabo la formación y desarrollo de capacidades comerciales y financieras de los representantes de las 8 PYMES seleccionadas. Adicional, se sumaron los actores de la Red de Agentes Culturales y Creativos de Yucatán (20).

Se generó una Agenda Comercial para cada empresa, con la finalidad de fomentar sus ventas y alianzas estratégicas en mercados clave y permita la visibilidad de dichas empresas aceleradas a nivel global.

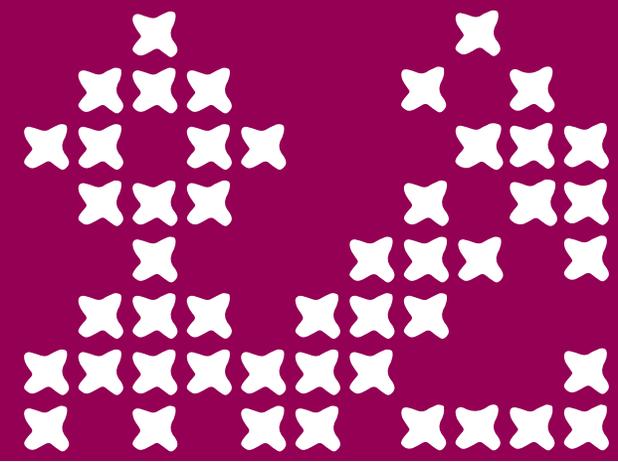
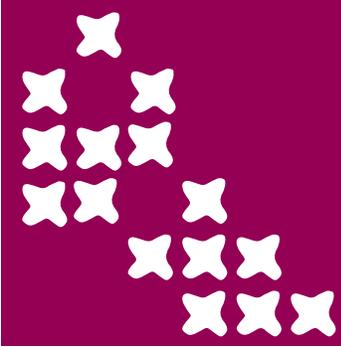




# CAPÍTULO 4

## RECOMENDACIONES Y ESTRATEGIAS PARA EL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL FUTURO, ENFOCADAS EN EL DESARROLLO DE LAS ECONOMÍAS CREATIVAS Y CULTURALES EN YUCATÁN.

x—x



**En este capítulo analizaremos las estrategias propuestas desde el análisis realizado en el Pre-Mapeo y Mapeo Profundo.**

Para la realización del Pre-Mapeo y Mapeo a profundidad se diseñaron herramientas para la recopilación de la información proveniente de los agentes culturales y creativos. Se aplicó una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, para conocer el estado de la industria cultural y creativa de Yucatán y se elaboraron los informes correspondientes. Para el logro de estas acciones se desarrollaron acciones en conjunto con las autoridades estatales, municipales y los líderes de la sociedad civil para determinar los sectores específicos con los que se trabajaron. Se realizaron talleres de capacitación y sensibilización sobre economía creativa y se concentró la información recabada para su posterior análisis.

Los instrumentos diseñados por la Universidad Tecnológica Metropolitana para la recolección de los datos del Pre-Mapeo y Mapeo contenían variables basados en los informes y estudios de la UNESCO, así como los temas y áreas de interés concernientes a las necesidades de información sobre la industria cultural y creativa de Yucatán. Los instrumentos constaban de 120 preguntas que se dividen en variables tales como: datos sociodemográficos, disciplinas artísticas, formalidad de los proyectos, uso de tecnologías, transmisión de la cultura maya, entre otras variables. Al mismo tiempo, se estudió la oferta y demanda cultural y creativa, la experiencia en los años de actividad del proyecto y conformación de estos.

### **Habilidades empresariales**

Una constante en los resultados encontrados fueron los ingresos bajos en los proyectos culturales y creativos del estado. En su mayoría sus ingresos no superan los \$10,000.00 pesos mexicanos al mes. Más preocupante es la dependencia económica de la familia al proyecto cultural o creativo, un proyecto que como ya se mencionó genera ingresos muy bajos.

Por otro lado, existen grandes problemas en la administración del proyecto; los agentes no tienen un registro de su producción, gastos, ingresos, ventas y clientes. Se podría decir que toman decisiones a ciegas. Finalmente, carecen de fuentes de financiamiento, lo cual es un problema muy común en los emprendedores de todo el mundo.

### **Estrategia**

Cursar un programa certificado en habilidades empresariales y emprendimiento.

Resulta indispensable desarrollar las habilidades empresariales en los agentes culturales y creativos. Los entrevistados mencionan que sus proyectos son una pasión o una vocación, el medio a través del cual se desenvuelven y se autorrealizan. Sin embargo, es también la fuente de sustento de sus familias. La creación de un programa en emprendimiento y habilidades comerciales les proveerá de las herramientas para enfrentar los retos empresariales.

### **Conectividad**

La mayor parte de los agentes culturales y creativos estudiados en este reporte cuentan con internet y teléfonos inteligentes. Asimismo, tienen presencia y comercializan sus productos y servicios culturales en varias redes sociales, principalmente Facebook e Instagram.

### **Estrategia**

Fortalecimiento de técnicas de Marketing Digital y creación de contenido para redes sociales.

Los agentes poseen las herramientas tecnológicas; sin embargo, no cuentan con los conocimientos para generar contenido e incrementar su participación dentro del comercio electrónico. Resulta necesario que cursen talleres o seminarios para mejorar sus competencias comerciales.

## Habilidades blandas

Se detectó que la mayor parte de los entrevistados emprendieron sus proyectos en solitario. Al mismo tiempo, concentran todas las decisiones empresariales en una sola persona, el dueño. Se identifica poca participación de los colaboradores de la empresa o proyecto en la toma de decisiones. Aunque mencionan que proyectos culturales se apoyan con otros proyectos culturales en sus municipios, también mencionaron temas como falta de confianza, envidias y poca afinidad a trabajar en equipo.

### Estrategia

Perfeccionamiento de habilidades blandas.

Se recomienda a los agentes culturales y creativos de Yucatán cursar diplomados, talleres o cursos para el desarrollo de habilidades como la comunicación, trabajo en equipo y colaborativo, liderazgo, inteligencia emocional, respeto, empatía y tolerancia. Una certificación de esta naturaleza les proveerá de las herramientas para enfrentar con mejores posibilidades los retos de un entorno cambiante.

## Poca difusión

Los entrevistados revelaron la necesidad de mayor difusión de sus bienes y servicios. Identifican carencias en comunicación en sus municipios. Asimismo, muchos de los participantes en las mesas de trabajo no se conocían entre ellos. Los agentes desconocen cuáles son las disciplinas y actividades culturales de su municipio y del estado.

### Estrategia

Creación de una red de agentes culturales y creativos en Yucatán.

Se recomienda desarrollar un canal donde creadores y consumidores de bienes culturales y creativos tengan acceso a la información de lo que se está produciendo en nuestro estado. Un escaparate no solo comercial, sino de intercambio de ideas, así como la vinculación y el fortalecimiento del tejido cultural y creativo de nuestro estado.

## Tecnología

Los agentes de Yucatán se caracterizan por el uso de tecnología dentro de sus procesos. Toda esta tecnología es comprada en México o en el extranjero. Los entrevistados en su mayoría no crean tecnología nueva y tampoco innovación en procesos empresariales.

### Estrategia

Desarrollo de habilidades en innovación enfocada en los negocios.

México se caracteriza por ser un gran consumidor de tecnología a nivel mundial. Desafortunadamente, los productos y servicios generados son de bajo y medio valor agregado, en su mayoría son manufacturas. México crea muy poca tecnología, pero utiliza gran cantidad de tecnología extranjera para su producción. Es importante fomentar la creación de conocimiento, la innovación y la creación de nuestra propia tecnología para elaborar productos de mayor valor agregado.



## Bazares y mercados culturales

La participación en actividades culturales es una característica de los entrevistados en esta investigación. Los agentes mencionaron que conocen, participan y exponen en mercados y bazares culturales.

### Estrategia

Detonar la participación en espacios públicos, bazares y mercados culturales.

Se cuenta con el principal insumo para el desarrollo de esta actividad, esto es, la voluntad y el interés de los agentes culturales y creativos de participar en estos espacios para la presentación de sus actividades. Elevar la participación municipal y privada en la creación de nuevos espacios culturales.

## Escalamiento

Un número muy significativo de los proyectos culturales y creativos se catalogan como empresas establecidas. Puesto que cuentan con más de 5 años de existencia, con lo cual han superado el umbral de supervivencia que muy pocos emprendedores logran. Por otro lado, en su mayoría son creadoras de empleos y motores económicos de sus municipios.

### Estrategia

Escalamiento empresarial.

Los proyectos han sobrevivido a un mercado exigente y cambiante. Sin embargo, no se caracterizan por un crecimiento constante y significativo de sus ventas y de su producción. Resulta necesario tener mentorías de escalamiento para que incrementen sus ingresos, perfecciones áreas y departamentos de sus empresas y puedan potencializar sus ventas.

## Informalidad

Uno de los grandes problemas empresariales de nuestro país es la informalidad. En esta investigación se identificó que en su mayoría los agentes culturales y creativos tienen a sus negocios en la informalidad. Lo anterior, limita el crecimiento de estos proyectos al no poder captar clientes que requieren formalidad hacendaria en sus compras y, por otro lado, el estado mexicano ante la informalidad es incapaz de recaudar los ingresos necesarios para fortalecer actividades sociales y de infraestructura nacional. Por otro lado, se encontró que casi la totalidad de los entrevistados no brindan ninguna seguridad social a sus empleados y colaboradores.

### Estrategia

Sensibilización sobre la importancia de establecer formalmente sus negocios.

La formalidad, no solo tributaria sino también legal, brinda mayor certeza. Asimismo, posibles interesados en convertirse en accionistas o inversores en el proyecto sentirán menor incertidumbre para invertir en el proyecto.

## Propiedad intelectual, patentes y derechos de autor

Los agentes culturales y creativos del estado desconocen los registros que se deben de realizar a sus bienes, a sus servicios, marcas, logos y a sus procesos. Gran parte de ellos mencionaron haber sido víctimas del plagio y no haber podido hacer nada para evitarlo o solicitar una restitución del daño.

### Estrategia

Participación en charlas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

El IMPI constantemente brinda charlas informativas presenciales y en línea gratuitas al público en general sobre los beneficios de contar con las marcas, patentes y registros de la producción cultural o creativa.

Logros extendidos y estrategias institucionales para el fortalecimiento de las Economías Creativas y Culturales.

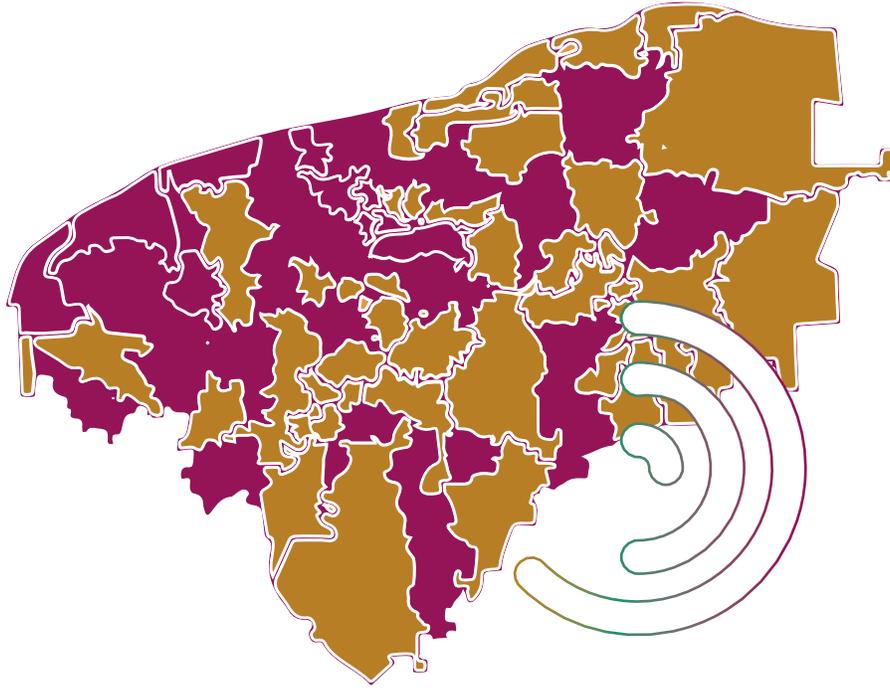
### Actividades de la Universidad Tecnológica Metropolitana, encaminadas al desarrollo de la Industria Cultural y Creativa de Yucatán.

La Universidad Tecnológica Metropolitana a través de la Unidad de Innovación, Incubación y Desarrollo Empresarial (UNIIDE) resultó beneficiaria de la Convocatoria BRITISH COUNCIL - CONAHCYT Proyecto: Newton Fund Impact Scheme. Se atendieron las siete regiones socioeconómicas en las que se divide Yucatán a través de la impartición de talleres sobre economía creativa y emprendimiento social. Se capacitó a más de 250 mujeres con proyectos culturales y creativos de Yucatán. Foro de Mujeres Emprendedoras con proyectos culturales y creativos donde se les fortaleció con conferencias de ponentes mexicanos y británicos con contenidos basados en las necesidades identificadas en el trabajo de campo en sus comunidades. Se tuvo una participación de más de 150 mujeres. De igual manera, se tuvo una intervención en el Centro de Readaptación Social de Mérida donde se capacitó a mujeres sobre emprendimiento. Se desarrollaron 12 mesas de trabajo para la creación de propuestas de política pública, donde más de 120 personas entre mujeres emprendedoras, ciudadanos, académicos, investigadores y funcionarios de gobierno discutieron sobre el fortalecimiento de la economía cultural y creativa.

Asimismo, la UTM ganó la convocatoria internacional de Cultura Circular: Fondo para el desarrollo de festivales sostenibles en México 2022-2023. Siendo seleccionados como la única Universidad a nivel latinoamérica en ser beneficiaria. El Festival BioCreaFest se orientó a las Artes Visuales con un enfoque en la biodiversidad y cambio climático. Se llevó a cabo en el mes de julio 2023. Participaron más de 45 proyectos audiovisuales, 90 proyectos de diseño de moda, 1 muestra internacional de fotografía y conferencias simultaneas con el Reino Unido.

Finalmente, la UNIIDE participó en la convocatoria 2022-2023 para la formación de NODESS. Para este logro se llevaron a cabo las siguientes acciones: -Se acreditó el curso de 45 hrs de formación especializada en ESS por parte de 8 integrantes de la UNIIDE a través del curso “Dinamizadores de la Economía Social y Solidaria” realizado en modalidad virtual del 23 de noviembre al 27 de enero. Todos fueron certificados con calificación aprobatoria como requisito para la conformación del NODESS. -Se llevó a cabo un plan de trabajo que incluyó la capacitación al grupo con el que se formó la alianza social y solidaria por el grupo de productores, artesanos y campesinos de Sinanché para la conformación de NODESS “Sociedad Cooperativa FELIPE CARRILLO PUERTO, S.C.L.” en conjunto con la Asociación Civil “Aakil Lu’um Arte y Cultura, A.c” -El 13 de junio del presente año se recibió el oficio emitido por parte de la Dirección del Instituto Nacional de la Economía Social la ACREDITACIÓN de la conformación como NODESS con folio: N3122000010. - Hoy somos parte de la Red Nacional NODESS, red conformada por nodos de impulso a la Economía Social y Solidaria.





### Actividades del Instituto Yucateco de Emprendedores, encaminadas al desarrollo de la Industria Cultural y Creativa de Yucatán.

Programa en colaboración de Fomento Social Citibanamex y el Impact Hub Ciudad de México, para promover y apoyar a los mejores emprendimientos sociales de las industrias creativas.

- De un total de más de 500 registrados, de los cuales 150 fueron seleccionados, se realizaron 5 campamentos en 5 municipios del estado, de los cuales se seleccionaron 25 proyectos semifinalistas para desarrollar un campamento de 3 días en diversas capacitaciones y fortalecimiento empresarial. Los 5 ganadores tuvieron un apoyo económico y la posibilidad de participar en la final de Ciudad de México donde Yucatán obtuvo el primer lugar. Los 20 proyectos semifinalistas restantes fueron vinculados al programa Coppel Emprende donde obtuvieron capacitación y un apoyo económico

### Mesas Ejecutivas Sur-Sureste de Industrias Culturales y Creativas con Enfoque Intersectorial, en colaboración con el Banco Interamericano de Desarrollo.

- La Mesa Ejecutiva de Yucatán es una instancia permanente y de carácter interinstitucional que busca fortalecer las industrias culturales y creativas como motor de desarrollo económico. Para el 2023-2024 el foco estará en apalancar activos y recursos interinstitucionales para promover y fortalecer el sector audiovisual en el estado.
- A través de este esfuerzo y generando sinergias con otros actores públicos y privados a nivel local y nacional se buscará reforzar la posición de Yucatán como:
  - Destino para locaciones de filmación.
  - Proveedor de servicios y talento para la producción audiovisual.
  - Facilitador de servicios complementarios para filmaciones.

Cuenta con un equipo dedicado liderado por el Instituto Yucateco de emprendedores acompañado de la Secretaría de la Cultura y las Artes, Secretaría de Fomento Turístico y la Universidad Tecnológica de Mérida, del Gobierno del Estado de Yucatán.

## Actividades de la Secretaría de la Cultura y las Artes, encaminados al desarrollo de la Industria Cultural y Creativa de Yucatán.

Parte de la Política Cultural sobre Economía Cultural y Creativa implementada por la Secretaría de la Cultura y las Artes del Gobierno del Estado de Yucatán y de la mano del proyecto Promoción de la Economía Creativa en el Estado de Yucatán, se lograron implementar durante los años 2021, 2022 y 2023 diversos programas y proyectos que reflejan un impacto destacado en el impulso de la Economía Creativa y de las Industrias Culturales y Creativas.

Ha sido muy interesante para nosotros contar con el respaldo de UNESCO durante estos años que el proyecto se desarrolló, ya que nos ha abierto puertas con los alcaldes y directores de cultura en los ayuntamientos, así como con los agentes culturales e instituciones nacionales e internacionales, como ejemplos destacados podemos mencionar la participación activa con la **Secretaría de Cultura Federal** a través de su **Programa México Creativo** que ha organizado diversas conferencias, mesas de diálogo, y debates donde el equipo de Yucatán ha podido presentar los avances del proyecto.

La invitación de la **Unión Europea UE**, para presentar avances del proyecto en el **2nd EU-México Creative Industries Forum**, también ha sido una plataforma de visibilidad y de vinculación con diversos agentes del sector a nivel nacional e internacional.

Otro ejemplo destacado es la colaboración cercana con la **Embajada de Canadá en México y con el Banco Interamericano de Desarrollo BID**, quienes al enterarse de la distinción y del proyecto que Yucatán desarrolla en las comunidades se han acercado a nosotros para realizar colaboraciones diversas relacionadas con los agentes culturales mapeados.

En el ámbito local la cercanía de **INEGI y del Centro de Investigación Científica de Yucatán CICY** para el desarrollo de un mapeo en el municipio denominado Hunucmá, que si bien no formaba parte de las metas del proyecto con UNESCO, les interesó la metodología implementada en el mapeo para conocer a los agentes culturales que trabajan de manera exclusiva la palma jipi japa.

Como se ha mencionado estas vinculaciones han representado una agenda para el Gobierno del Estado que pone a Yucatán como un estado referente en México en asuntos de Economía Creativa, y como parte de esa agenda se diseñaron y ejecutaron los siguientes eventos y proyectos:

### **1.- Lanzamiento del proyecto Promoción de la Economía Creativa en el Estado de Yucatán.**

En el mes de septiembre del 2021, se llevó a cabo el lanzamiento ante prensa y público en general del proyecto “Promoción de la Economía Creativa en el Estado de Yucatán”. En dicho evento se contó con la participación de la Profa. Loreto Noemí Villanueva Trujillo, Secretaria de la Cultura y las Artes del Gobierno del Estado de Yucatán, el Lic. Frederick Vacheron, Presidente de UNESCO México, el Lic. Pablo Raphael de la Madrid, Director General de Asuntos Internacionales de la Secretaría de Cultura Federal, el Lic. Antonio González Blanco, Director del Instituto Yucateco de Emprendedores, el Mtro. Mauricio Cámara Leal, Secretario de Investigación, Innovación y Educación Superior, y la LAE. María Estefanía Arjona Ortíz, Encargada de la Rectoría de la Universidad Tecnológica Metropolitana.

En dicho evento, realizado en el Gran Museo del Mundo Maya de Mérida, se dieron cita los ya mencionados para presentar los detalles del proyecto y la importancia de su implementación, así como la proyección de los resultados esperados en el año 2023. Dicho evento fue cubierto por prensa local y nacional.





Se trata de en una serie de 18 actividades y experiencias formativas como conferencias, webinars, talleres y charlas, organizadas en 3 módulos temáticos:

#### FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS FISCALES Y DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

Se brindará información y capacitación sobre aspectos fiscales y de propiedad intelectual que son indispensables para insertar el quehacer cultural y artístico dentro del mercado laboral.

#### CREACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS Y EMPRESAS CULTURALES SOSTENIBLES.

Ofrecerá información y herramientas sobre modelos de emprendimiento y mecanismos de financiación. Asimismo, agentes de diversos ámbitos del sector cultural local y nacional compartirán su experiencia como emprendedores culturales.

#### NUEVAS FORMAS DE GESTIÓN Y PRODUCCIÓN CULTURAL Y CREATIVA.

El objetivo es reflexionar sobre los retos y las nuevas maneras de abordar la gestión cultural y la producción creativa por medio de charlas y talleres con destacados agentes de las industrias creativas y culturales de México y Latinoamérica.

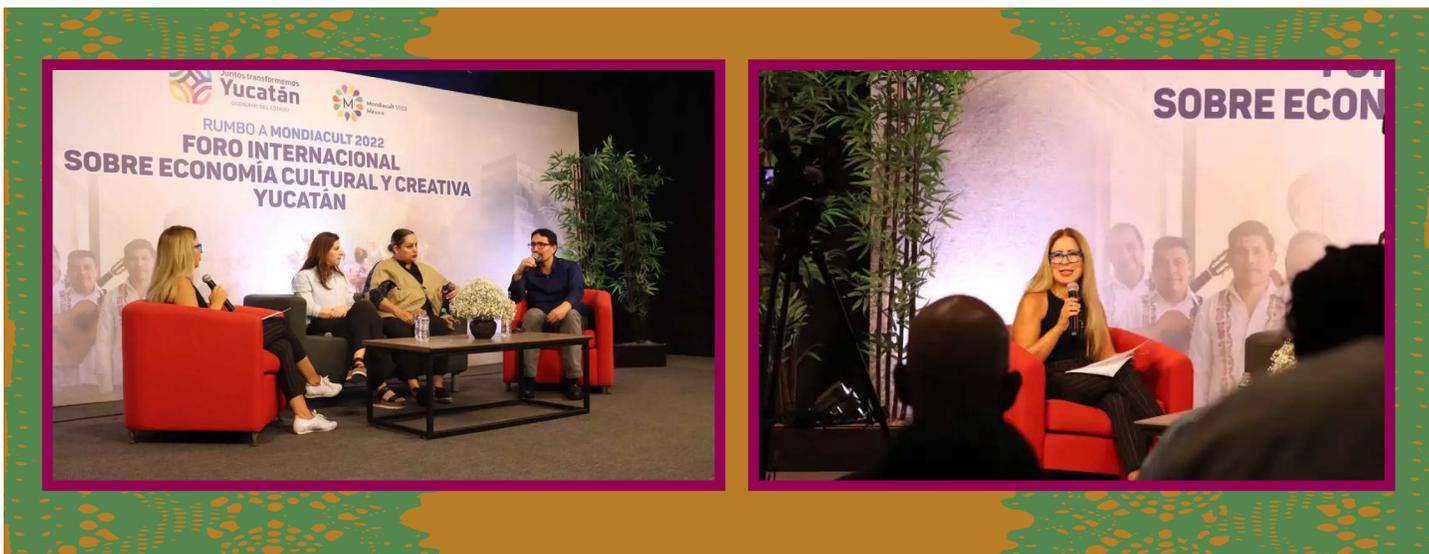
#### 4. Participación de Yucatán en MondiaCult.

Por iniciativa de la Secretaría de Cultura, México será sede de la **Conferencia Mundial de la UNESCO sobre Políticas Culturales y Desarrollo Sostenible – MONDIACULT 2022**, convocada por la UNESCO y organizada de manera conjunta con nuestro país, como una Conferencia Intergubernamental de categoría II, de carácter representativo a nivel ministerial, a celebrarse del 28 al 30 de septiembre de 2022, en la Ciudad de México.

La conferencia tuvo como objetivo general, reflexionar sobre las políticas culturales en el contexto actual, incluyendo la adaptación del sector cultural a la transformación digital, la contribución de la cultura al desarrollo social y económico, y a la acción climática; resaltar la función transversal de la cultura como facilitador de la resiliencia, el bienestar y la prosperidad; y definir las principales perspectivas del sector cultural para la próxima década, y orientar la labor futura de la UNESCO en el ámbito de la cultura, entre otros aspectos.

La Secretaría de Cultura invitó a socios estratégicos e instituciones colaboradoras a proponer foros internacionales con el fin de integrar diversas voces de la sociedad civil cuyas recomendaciones contribuirían a fomentar la discusión en torno a los trabajos de MONDIACULT 2022.

Derivado del impacto nacional del proyecto Promoción de la Economía Creativa en el Estado de Yucatán, nuestro estado tuvo la encomienda de organizar un Foro enfocado en la Economía Cultural y Creativa deriva de su compromiso y esfuerzo por consolidar una Política Cultural Integral, donde la Cultura se sitúe en la agenda de los tomadores de decisiones, de manera transversal y en todos los niveles, en el ámbito económico, político y social, con la finalidad concebirla como motor de desarrollo.



El **Foro Internacional sobre Economía Cultural y Creativa** se realizó los días 1 y 2 de septiembre en formato híbrido, contando como sede la Universidad Tecnológica Metropolitana y tuvo como objetivo **propiciar el diálogo entre expertos, delinear alternativas para la evolución y simbiosis de la relación entre Cultura y Economía y recopilar las conclusiones**, con la finalidad de que sean puestas en valor y fomenten la discusión en torno a los trabajos de la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre Políticas Culturales y Desarrollo Sostenible MONDIACULT 2022 organizado por la UNESCO.

Dicho Foro nos permitió poner en valor líneas de acción estratégicas para el diseño de una Política Cultural Integral, donde la Economía Cultural y Creativa sea el motor de desarrollo de una nación, nos abrió la reflexión sobre la situación actual del mundo, analizar su complejidad y debatir las soluciones que podríamos aplicar para hacer del mundo un lugar mejor a través de la cultura y la creatividad, pasando a la acción y se proporcionó un espacio abierto a la ciudadanía y actores culturales y creativos globales para discutir y analizar cuestiones relacionadas con la cultura y las políticas culturales a nivel global, a través de un modelo abierto e incluyente.

Al ser un Foro Internacional, contó con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo y con la presencia de destacados ponentes, como lo son **Joyce Zylberberg**, Co-fundadora y Managing Partner de Screen Capital (Santiago, Chile), **Estrella Araiza**, Directora del Festival Internacional de Cine de Guadalajara, **Pierre Emile Vandoorme**, Director of Public Policy, Mexico / Content & Studio Affairs, Latam para Netflix (México), **Alejandra Luzardo** Especialista líder en Innovación y Creatividad (BID, Washington, DC), **Diana Sofía Solorzano Martínez**, Técnico de Emprendimientos Culturales. Casa de la Cultura Ecuatoriana, Núcleo Azuay (Ecuador), **Carlos Tejada**, UNESCO México, **Mónica Bravo Zhindón**, Analista de fomento cultural de la Unidad de Fomento Cultural de la Casa de la Cultura Ecuatoriana “Benjamín Carrión” Núcleo Azuay. (Ecuador), **Martín Sánchez Paredes**, Director de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo Azuay (Ecuador), **Ernesto Miranda**, Embajada de Canadá en México (CDMX-Canadá) y el **Dr. Ernesto Piedras**, Director General de Nomismae Consulting.

##### **5. Recepción de diplomática de la UNESCO Francia.**

En el mes de del año 2022 el equipo de especialistas del proyecto: Promoción de la Economía Creativa en el Estado de Yucatán, recibimos en el estado la visita de la diplomática integrante de la UNESCO Francia, Juanita Casas Castrillón, quien ha sido partícipe de la gestión del proyecto y que durante su visita pudo entrevistarse con los titulares de la dependencias: Secretaría de la Cultura y las Artes, Instituto Yucateco de Emprendedores y la Universidad Tecnológica Metropolitana, y que de acuerdo a una agenda planeada para su visita tuvo la posibilidad de entrevistarse con los agentes culturales beneficiarios del proyecto.

## Red de Agentes Culturales y Creativos para el Estado de Yucatán.

### CREACIÓN DE LA RED.

El 12 de mayo de 2022 se creó la primera Red de Agentes Culturales y Creativos en el estado de Yucatán ante las autoridades de la SEDECULTA, IYEM y la Universidad Tecnológica Metropolitana, dejando como evidencia la firma de un manifiesto, así como la emisión de un documento que los acredita. Cada uno de los participantes como miembros de esta red. Dentro de los principales resultados de esta red, se han identificado hasta el momento las alianzas creadas entre los agentes miembros de la red, el crecimiento y apoyo entre ellos para la comercialización de sus productos, la participación más amplia y constante en convocatorias que les ayudan. Obtener recursos financieros, así como la participación en concursos a nivel nacional para aumentar su presencia en términos de las disciplinas que representan.

En el mes de agosto del 2022 el Gobernador del Estado de Yucatán, el Lic. Mauricio Vila Dosal presenta ante la comunidad yucateca el proyecto Red de Agentes Culturales y Creativos de Yucatán.

Dicho evento se llevó a cabo en el Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI, en compañía de la Profa. Loreto Noemí Villanueva Trujillo, Secretaria de la Cultura y las Artes, así como personalidades de la comunidad artística y cultural.

La Secretaría de la Cultura y las Artes del Estado de Yucatán tiene entre sus atribuciones preservar el patrimonio cultural del Estado, en sus diversas manifestaciones, promover la participación y vinculación de los sectores público, social y privado en sus actividades y dirigir, planear y ejecutar las políticas públicas de Estado y su contenido programático, en materia de cultura y recreación.

En cumplimiento a estas atribuciones y a los compromisos del Eje 3. Yucatán Cultural con identidad para el desarrollo, la SEDECULTA basa sus líneas de acción en el diseño de programas y proyectos encaminados a *“incrementar la producción de bienes y servicios culturales, y debido a esto, uno de los objetivos del Programa Presupuestario 462: **Fomento a la Creación y Manifestaciones Artísticas** es identificar el número real de agentes culturales que benefician a la ciudadanía yucateca”*.

En ese sentido y gracias a las diversas voces de la comunidad artística y cultural nace la plataforma denominada: **Red de Agentes Culturales de Yucatán**, un proyecto de la Secretaría de la Cultura y las Artes de Yucatán en colaboración con la Secretaría de Cultura Federal a través del Programa de Apoyo a las Instituciones Estatales de Cultura (AIEC).

La razón de construir un sitio web con estas características es identificar, registrar y visibilizar a los profesionales con experiencia en los sectores de las artes escénicas, artes visuales, cine, música y literatura, con el fin de homologar la información para facilitar la conexión con colaboradores, públicos, empresas y organizaciones; así como identificar al mayor número de personas que inciden en la cadena productiva: creación, producción, distribución, promoción, difusión, preservación y profesionalización de la cultura y las artes.

La **Red de Agentes Culturales de Yucatán** está diseñada para ser un punto de encuentro y un acervo de información al servicio de la profesionalización de los gestores, promotores y demás agentes, así como ser una plataforma generadora de datos que nos permita, como gobierno, fortalecer las estrategias encaminadas a construir indicadores estatales en cuanto a la conformación del sector cultural y artístico en todo el estado de Yucatán, procurando el derecho al libre acceso a la información y de acuerdo con las políticas de privacidad de datos de los participantes.





La plataforma digital de la **Red de Agentes Culturales de Yucatán**, es un espacio que promueve la colaboración, el encuentro y la profesionalización de los agentes que conforman las Industrias Culturales y Creativas del estado de Yucatán (ICC), específicamente en los sectores de artes escénicas, artes visuales, cine, música y literatura.

Tiene como objetivo identificar, registrar y visibilizar **el trabajo y trayectoria de los agentes del arte, la cultura y la creatividad en el estado de Yucatán**, con la finalidad de activar la cadena productiva de valor de las industrias culturales y creativas, a través de una plataforma dinamizadora que fortalezca al sector e incentive la colaboración y la profesionalización de dichos agentes.

La plataforma de la **Red de Agentes Culturales de Yucatán** contribuye en el fortalecimiento de tres líneas estratégicas través de las siguientes metas:

- 1 DERECHO DE ACCESO A LA CULTURA.** Garantizar la participación de todas y todos en los procesos de creación, producción, distribución, monetización, comercialización, consumo y profesionalización de las artes y la cultura.
- 2 ACTIVACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE VALOR DE LA CULTURA.** Fortalecimiento de las acciones enfocadas a la promoción y difusión de los perfiles artísticos y creativos que impulsen la generación de conexiones y empleos para el sector artístico y creativo del Estado.
- 3 DIMENSIÓN ESTADÍSTICA.** Generar datos necesarios para el desarrollo y conocimiento del sector cultural, considerando su diversidad, la inclusión y equidad, valores imprescindibles para el diseño de políticas públicas más sostenibles y acordes con el contexto de cada comunidad del Estado.



Al día de hoy, la Red de Agentes Culturales de Yucatán se ha transformado en una plataforma digital en el sitio: <http://redcultural.yucatan.gob.mx/>



Este espacio, cuenta con un Directorio de Agentes Culturales que realiza la función de identificar, registrar y visibilizar a los profesionales con experiencia en el sector con el fin de facilitar la conexión con colaboradores, públicos, empresas y organizaciones.

En el 2023, se realizaron reuniones informativas de capacitación y orientación para agentes culturales, y apoyar-los para inscribirse a la Red de Agentes Culturales de Yucatán en los municipios de Mérida, Izamal, Valladolid, Oxtutzcab, Progreso, Tecoh, Ticul, Cansahcab, Tekax, Tixkokob y Motul con un total de 25 reuniones informativas. T 301 agentes culturales inscritos. Hemos nutrido la plataforma con 135 convocatorias, oportunidades de financiamiento, becas y recursos dentro de la plataforma. Hemos asesorado en total de nuestras actividades de forma personalizada a más 156 agentes culturales de los cuales 68 mujeres y 88 hombres.