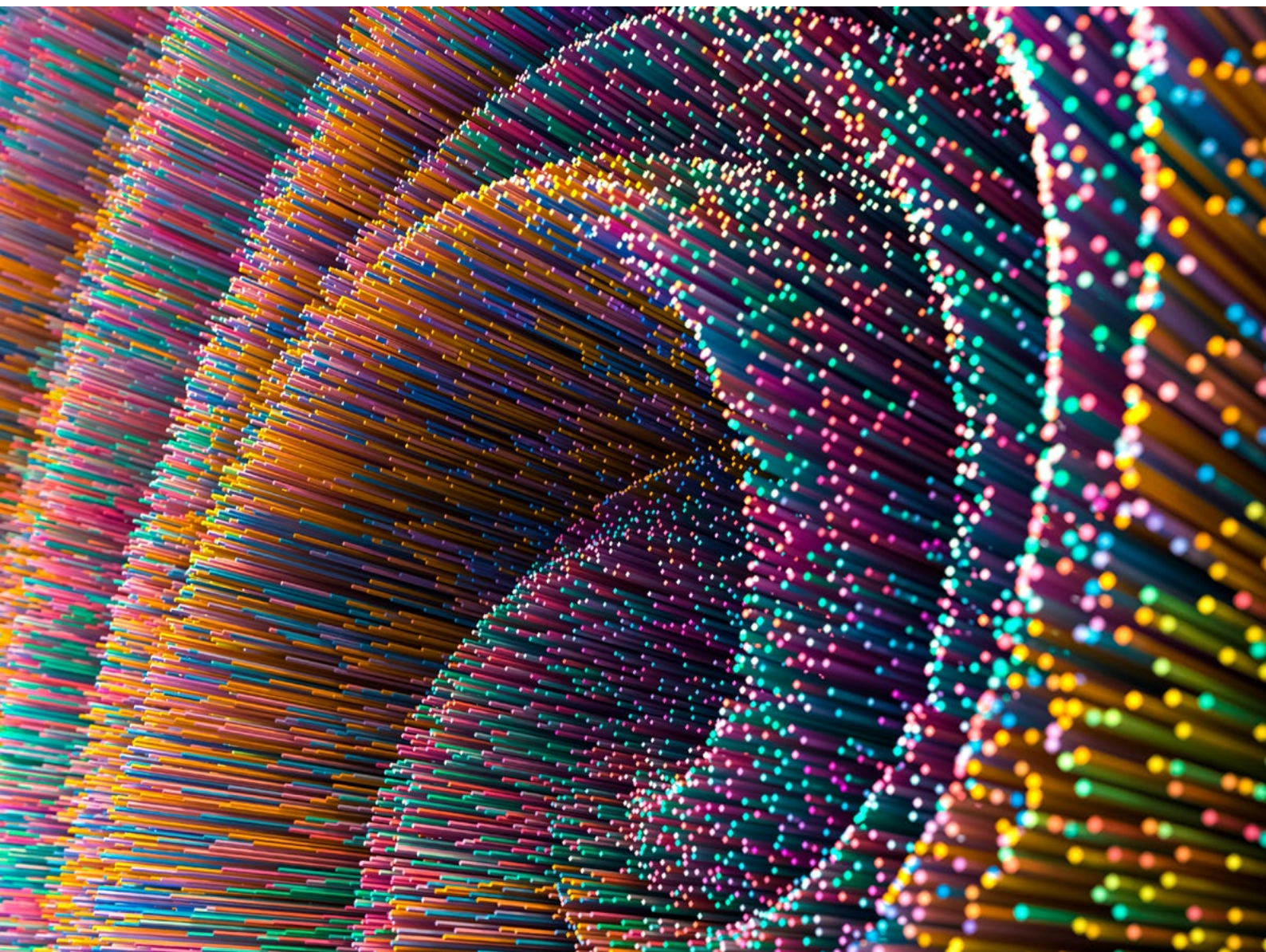


Tierra incógnita

Economía creativa en Nuevo León



centro.



Esta publicación ha sido desarrollada gracias a:

Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (CONL), organización transexenal y apolítica que articula esfuerzos estratégicos entre la academia, el sector privado, la sociedad y el gobierno en Nuevo León.



www.conl.mx



Publicado en **2024** por **Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica**, en Río Tamesis 106, Colonia Roma, CP. 64700, Monterrey, Nuevo León, México.

© CONL 2024

CC BY-NC SA

Esta obra está disponible bajo la Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional, que significa que puedes copiar, redistribuir, remezclar, transformar y construir sobre el contenido para cualquier propósito no comercial, mientras des créditos apropiados, muestres una liga a la licencia e indiques si se hicieron cambios.

Si remezclas, transformas o construyes sobre el material, deberás distribuir tus contribuciones bajo la misma licencia que este documento.



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

Coordinación general del proyecto

Cordelia Portilla
Consejo Nuevo León

América Palacios
Secretaría de Cultura de Nuevo León

Karla Paniagua
CENTRO

Consejo Nuevo León

Jesús Viejo
Presidente ejecutivo

Ana Fernanda Hierro
Secretaria técnica

Carmen Junco
Presidenta de la Comisión de Cultura

Melissa Denis Segura
Secretaria técnica de la Comisión de Cultura

Cordelia Portilla
Coordinadora de la Comisión de Cultura

Para citar este documento:

Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica,
Secretaría de Cultura, CENTRO (2024). Tierra
Incógnita. Economía creativa en Nuevo León.

CENTRO**(Centro de Diseño y Comunicación, S.C.)**

Gina Diez
Presidenta

Abraham Franklin
Vicepresidente

Kerstin Scheuch
Directora general

Gabriela Traverso
Directora de gestión y desarrollos académicos

Desarrollo de contenidos

Equipo de investigación, estrategia, redacción, diseño, análisis y visualización de datos

Hussein Arellano
Mercedes Baltazar
Carmen Castañeda
Paulina Cornejo
Elizabeth Cuevas
Alexa Garduño
Graciela Kasep
Adair López
Marisol López
Karla Paniagua
Francisco Raúl García
Misael Ortega
Maximiliano Santana
Emilio Sosa

Melissa Ortiz
Giancarlo Taverna
Ana Paula Andreu
Diseño

José Jasso
Fotografías

Bienvenida

Si deseamos mejorar la calidad de vida de las personas que viven en Nuevo León, tenemos que imaginar nuevos horizontes. Debemos remezclar, inspirarnos y pensar fuera de los esquemas tradicionales que usamos para medir nuestro progreso.

Las industrias creativas nos permiten mejorar las capacidades técnicas, de innovación, de imaginación y de creación que necesitamos para este reto. Guardan el potencial que debemos nutrir para resolver algunos de nuestros problemas más grandes con soluciones duraderas.

Nuevo León tiene un largo legado de personas de todos los sectores que han procurado, salvaguardado y promovido individualmente la cultura. Además, nuestra gente tiene una mezcla diversa de talentos y la iniciativa para cultivarlos.

El estado está pasando por transformaciones económicas que han abierto oportunidades para pensar en cadenas de valor más complejas, y este es el momento para que las industrias creativas formen parte de las conversaciones clave.

Las economía creativa es importante en este contexto al crear una fuerza laboral con habilidades únicas y especializadas, ser altamente exportables, y tener el potencial de generar una mayor gama de diferenciación y diversificación económica en Nuevo León.

Ahora toca articular. En Consejo Nuevo León sabemos que sumar esfuerzos importa y que las apuestas por la colaboración rinden frutos. Cuando identificamos la necesidad de este estudio, vimos una oportunidad única para generar los datos y recomendaciones que necesitamos para desarrollar el sector.

Esperamos que sea de utilidad para las personas tomadoras de decisiones, instituciones académicas, gestoras y gestores culturales y toda persona con interés en fortalecer el tejido de las industrias culturales de Nuevo León.

Si somos intencionales sobre las políticas públicas que diseñamos para el sector cultural y las posicionamos de manera multisectorial, estoy segura de que evitaremos dejar mecanismos aislados y que conseguiremos los resultados a los que aspiramos como estado.

Ana Fernanda Hierro

Secretaria técnica de Consejo Nuevo León

Tierra incógnita

Economía Creativa en Nuevo León

PARTE I



centro.

Índice

Parte I. Fundamentos

Introducción

1. Marco teórico y metodológico, información conceptual y estadística disponible que sustenta el estudio	13
a. Diseño general del estudio	
b. Plan de levantamiento de datos	
c. Modelos de captura y validación de datos	
d. Modelos de análisis e interpretación de la información	
2. Contexto internacional, nacional y estatal de las industrias creativas	23
a. Definiciones	
b. Modelos	
c. Buenas prácticas (casos)	
d. Situación actual	
e. Compendio de políticas, planes y programas de industrias creativas en los países de referencia, nacional y estados que cuenten con ellas	
3. Inventario: Identificación (mapeo) de actores clave (prestadores de servicio y proveedores) del sector creativo en Nuevo León	75
4. Clasificación de los actores y desagregación (de acuerdo al modelo seleccionado ej. BID, UNESCO, UNCTAD, Reino Unido / British Council)	77
5. Listado y descripción de las principales actividades de acuerdo al mapeo de actores	77
6. Ubicación de los actores clave en la cadena de valor económica de Nuevo León	82
7. Contribución económica de los actores e industrias identificadas en Nuevo León	82
8. Papel del Estado en la promoción de la economía creativa	92
9. Glosario	95
10. Referencias	97
Anexos	101

Un diseño para la economía creativa de Nuevo León a 2040

El propósito de este documento es dar cuenta del estudio encomendado por el Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (CONL) con el objetivo de dar fundamento a una política pública para la economía creativa y cultural (economía creativa) en el estado. Para ello, entre los meses de noviembre del 2022 y mayo de 2023, se ejecutó el proyecto cuyos resultados a continuación se describen y que sustentan el mapa de ruta para incrementar la intensidad creativa en el estado.

La intensidad creativa se presenta cuando, en un sistema determinado (ciudad, estado, país, región), aumenta el número de personas dedicadas a actividades creativas y culturales, contribuyendo así a la economía.

La noción de economía creativa que se tomó como punto de arranque es la de John Howkins (2013), quien la refiere como el valor de las transacciones económicas de los bienes y servicios creativos. Sin embargo, a lo largo del proceso, hallamos que este concepto debía enriquecerse para responder a otros intercambios que trascienden la dimensión comercial y que reflejan el carácter complejo, expansivo y vibrante del sector creativo y cultural:

La noción de creatividad y economía creativa está evolucionando. La definición de creatividad se basa en la interacción entre la creatividad humana, las ideas, la propiedad intelectual, los conocimientos y la tecnología, mientras que la economía creativa abarca todos los sectores que se basan en actividades creativas. El concepto de economía creativa está estrechamente vinculado a la “economía del conocimiento”, un motor clave del crecimiento endógeno a través de la inversión en capital humano. 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)”**.

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**. 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**. La UNCTAD define los sectores creativos como los **ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan creatividad y capital intelectual como insumos primarios. Comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento que producen bienes tangibles y servicios intelectuales o artísticos intangibles con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado**. La economía creativa ofrece una opción de desarrollo viable para todos los países y, en especial, para las economías en desarrollo. Se necesitan más datos y respuestas en forma de políticas innovadoras y multidisciplinarias para potenciar el impacto del sector creativo en el desarrollo (Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo, 2022, p.1).

Sea cual fuere el término que se elija como referencia, el enorme potencial económico-cultural de México (García Canclini y Piedras, 2008) derivado de grandes fuerzas como la apertura comercial, la transformación digital, la migración y el crecimiento de las ciudades, entre otras, resulta indiscutible. También es incuestionable que, para que este gran potencial florezca, el codiseño y el ejercicio de acciones conjuntas entre agentes públicos, privados, civiles y académicos en torno a una visión común, resulta crucial.

Esta visión común ha de servir como mapa de navegación para las industrias creativas del estado, entendidas como un “conjunto de agentes y agencias de un mercado caracterizado por la adopción de ideas novedosas dentro de redes sociales de producción y consumo” (Potts, Cunningham, Hartley y Ormerod, 2008). Es precisamente en el aspecto de las redes —de colaboración, conocimiento, producción y consumo— que este trabajo apunta sus hallazgos y propuestas más relevantes.

En el caso de México, estos agentes y agencias aportan el 3 % del Producto Interno Bruto y en 2021 generaron un valor de 726,725 millones de pesos y más de un millón de empleos con base en la siguiente distribución (INEGI, 2021):

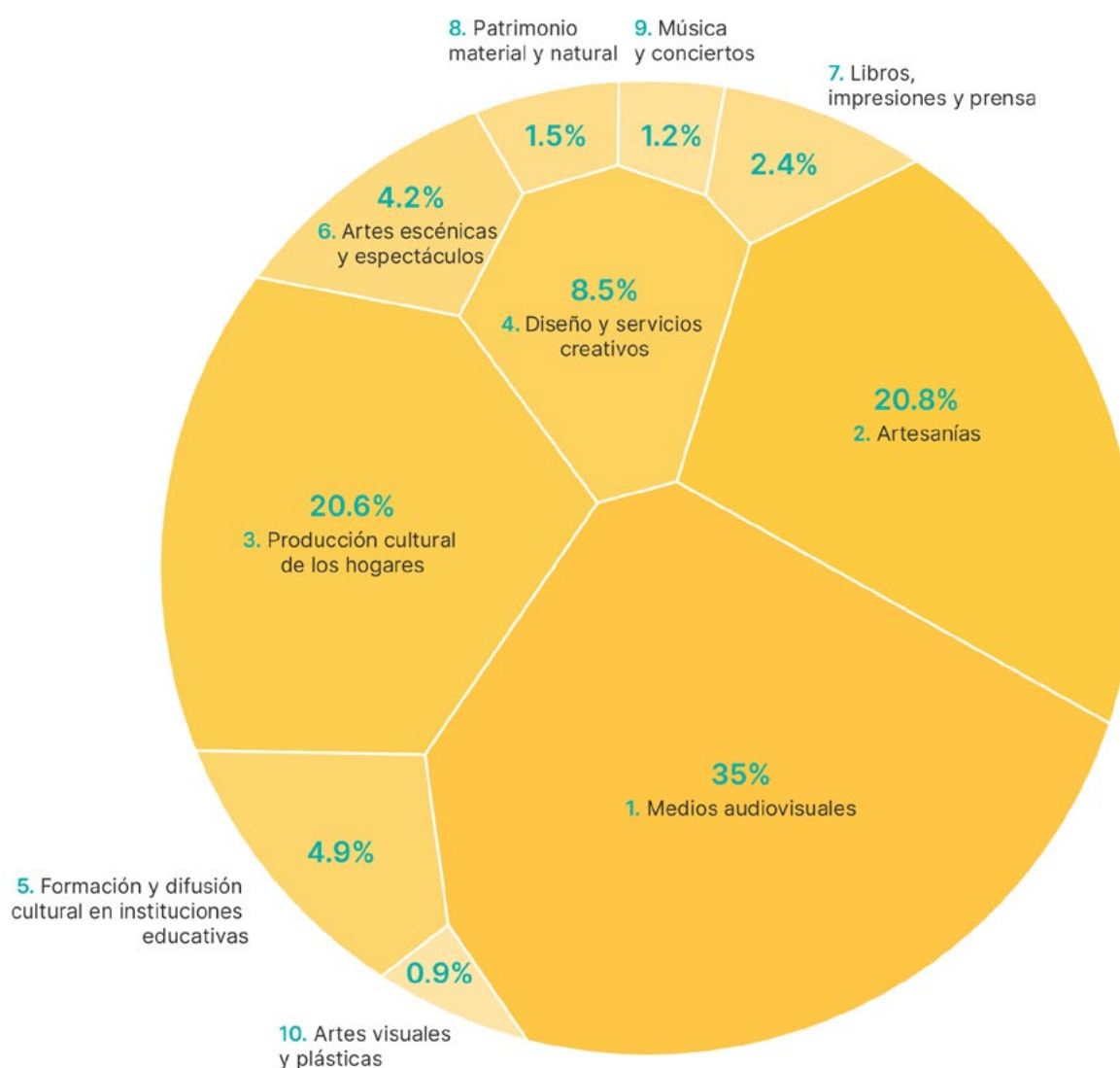


Figura 1. PIB del sector de la cultura a nivel federal por áreas generales.
Elaboración propia con información de la Cuenta Satélite de la Cultura, INEGI 2021.

El interés por la economía creativa ha incrementado su cadencia a lo largo de la última década. De este hecho dan cuenta hitos como la publicación del libro *Las industrias creativas y culturales y el desarrollo de México* (García Canclini y Piedras, 2008); la publicación del *Mapa de ruta de industrias creativas* de ProMéxico (2013); el lanzamiento de la *Cuenta satélite de la cultura* (INEGI, 2017); la realización del *Primer Congreso Internacional sobre Industrias Culturales y Creativas* y sus ediciones consecutivas (*British Council*, Secretaría de Cultura, 2020) a partir del 2015; la publicación del *Mapa de ruta de industrias creativas digitales* (Secretaría de cultura, 2018); el lanzamiento del programa *Creative Collective* (*British Council* y Cirklo, 2019); la realización del Mapa transmedia del Centro de Cultura Digital (2019) y la incorporación de Ciudad de México, Ensenada, Guadalajara, Mérida, Morelia, Puebla, Querétaro, San Cristóbal de las Casas y Xalapa a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura 2022) y el *Sondeo 2021 Percepción del impacto del COVID-19 en la economía cultural y creativa en México* (Secretaría de Cultura), entre otros.

¿Cómo podemos contribuir a que estos hitos se aprovechen al máximo y se sumen a otras medidas para conformar el ecosistema de la economía creativa de Nuevo León? Es la gran pregunta que esperamos que este informe contribuya a despejar.

1. Marco teórico-metodológico, información conceptual y estadística disponible que sustenta el estudio

a. Diseño general del estudio

Este estudio comprende las siguientes etapas:



Figura 2. Fases del estudio. Elaboración propia.

1. Investigación documental y de campo (entrevistas y encuesta), cuyos instrumentos y resultados constan en los [anexos 1](#) y [2](#), respectivamente.
2. Análisis comparativo de mejores prácticas (*benchmarking*), cuyo instrumento y resultados constan en el [anexo 3](#).
3. Taller de escenarios futuros, cuya escaleta, cuaderno de apoyo y lista de participantes constan en los anexos [4](#), [5](#) y [6](#).
4. Síntesis de la visión a largo plazo, que consta en la parte II, apartado 2a.
5. Mentorías para la elaboración del plan de ruta, que consta en el [anexo 11](#)
6. Redacción de informe global.
7. Comunicación de resultados.

Durante el proceso de investigación documental y de campo se consideraron fuentes primarias y secundarias (reportes, instrumentos legales, libros, revistas, memorias, notas, encuestas) para conformar el panorama sectorial. Respecto a la investigación documental, de noviembre del 2022 a marzo de 2023 se concentraron 357 hitos que describen el comportamiento de las industrias creativas en el estado. Este banco de información está disponible para consulta en el [anexo 8](#) y, de continuar optimizándose, seguirá siendo útil como un archivo en el cual pueden consultarse tendencias para la ideación de escenarios y el diseño de políticas públicas sectoriales.

Para alimentar la investigación documental, los datos no estructurados se obtuvieron mediante la búsqueda en repositorios como Biblat, EBSCO, Google Scholar, Gale, Redalyc, Latindex, y en buscadores digitales como Google y Duckduckgo. Asimismo se consultó material hemerográfico mediante los sitios de periódicos como *El Horizonte* y *El Norte*. Dada la profusión de contenido, las fuentes de información que se concentraron en este anexo constan en el propio documento y no se incluyen en el listado final de referencias del presente informe.

Por su parte, el trabajo de campo realizado de febrero a mayo de 2023, comprendió:

- a. Entrevistas a 17 actores clave del sector creativo de Nuevo León (transcripciones disponibles en el [anexo 9](#)).
- b. Encuesta a 289 agentes creativos de Nuevo León (resultados en [anexo 10](#)).

b. Instrumentos

Los datos estructurados para la medición de indicadores provienen en su mayoría del INEGI y Data Nuevo León. En cada uno de los casos se incluye una ficha técnica que especifica los instrumentos de captura y el origen de la información.

Otra fuente de datos no estructurados fue la encuesta (Iarossi, 2006) a agentes creativos antes referida, cuyo instrumento se anexa a este informe.

Los datos no estructurados sobre agentes creativos del estado se elaboraron con base en los marcos de Wilson (2014) y Textor (1980).

c. Plan de levantamiento de datos

El levantamiento comprendió las siguientes fases.

El universo para realizar la captura de data no estructurada fue definido por el equipo de investigación y el reclutamiento se realizó con el apoyo del CONL y por la Secretaría de Cultura del estado.

d. Modelos de captura y validación de datos

Los datos no estructurados se capturaron de manera manual en una matriz de Notion que comprendió las variables de los acrónimos STIRDEEPER: sociedad, tecnología, industria, recursos, demografía, economía, ecología, política, energía, religión (Bradfield, Derbyshire, Wright, 2016) y CIPHER: contradicciones, inflexiones, prácticas, intervenciones (Hacks), extremos y rarezas (Webb, 2016).

La data estructurada fue retomada de fuentes oficiales, tanto federales como estatales, con base en los estándares de medición de la intensidad creativa indicados en la literatura especializada, cuyos resultados se presentan en el capítulo 2, apartado “Situación actual”.

Tanto los datos estructurados como los no estructurados se gestionaron mediante hojas de cálculo, procurando que la información cumpliera con los principios de integridad de los datos, confiabilidad de la fuente y trazabilidad de la información.

e. Modelos de análisis e interpretación de la información

Para efectos del presente estudio se pusieron en práctica los siguientes modelos analíticos:

e1. Modelo prospectivo de Joseph Voros

Este modelo de cuatro pasos ideado por el prospectivista Joseph Voros (2013) ilustra la secuencia del trabajo que va del análisis del contexto a la ideación de una estrategia de intervención.

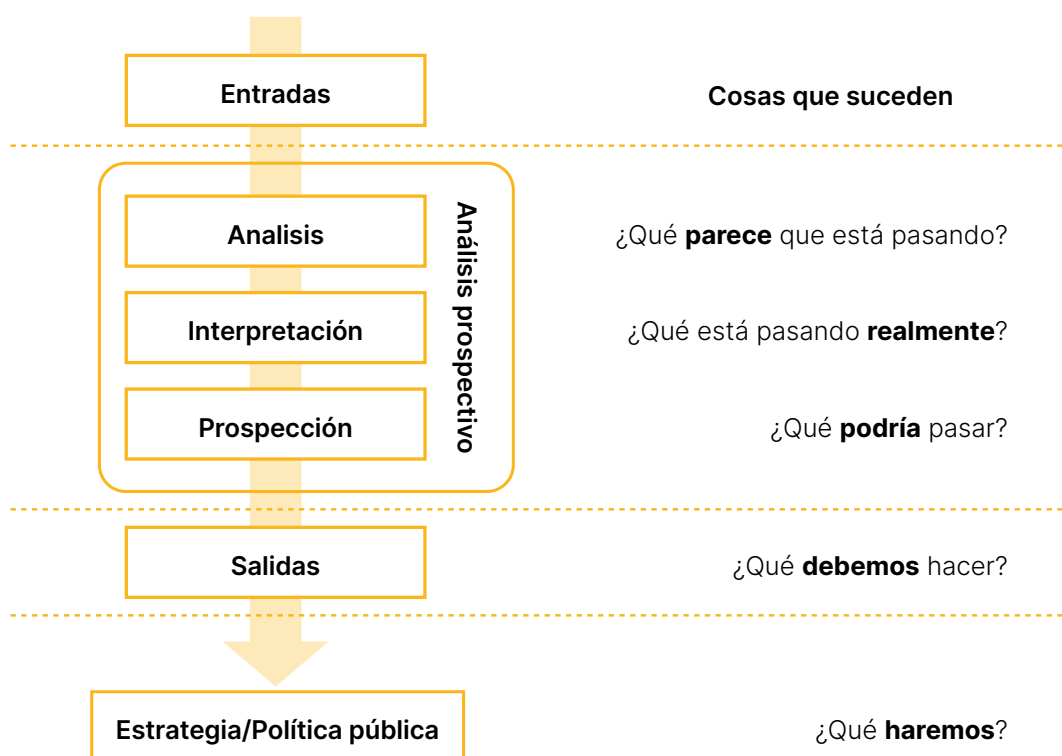


Figura 3. Modelo prospectivo genérico de Joseph Voros, 2013.

En la fase de entradas (*inputs*) se recopila toda la información que hace posible la comprensión del contexto; en la fase prospectiva (*foresight*) se realizan actividades tendientes a idear escenarios alternativos de largo plazo; en la fase de salidas (*outputs*) la narración del escenario que se consideró más deseable se sintetiza en una visión; y en la fase de estrategia (*strategy*) se diseña un mapa de ruta adecuado para concretar dicha visión que, en este caso se propuso para 2040, si bien las acciones del mapa de ruta comienzan en 2023.

e2. Modelo de análisis ambiental STIRDEEPER-CIPHER

El análisis ambiental encuentra en Francis Aguilar (1967) a su precursor; su propósito es que el grupo de interés sea capaz de identificar los factores de cambio que en un contexto determinado pueden constituir una oportunidad o una amenaza. El acrónimo STIRDEEPER (Abdulla, 2022) es una variante más detallada en relación a la propuesta de Aguilar y persigue el mismo propósito: que se identifiquen las fuentes de oportunidad o disrupción en el sistema, con base en la identificación de hechos de impacto social, tecnológico, industrial, de recursos, demográficos, económicos, ecológicos, políticos, energéticos y religiosos.

Por su parte, el modelo CIPHER (Webb, 2016) complementa la identificación de hechos de STIRDEEPER, impulsando al grupo de trabajo a la búsqueda de contradicciones, inflexiones, prácticas, intervenciones, extremos y rarezas en el sistema de interés.

Este modelo de análisis permite, por una parte, clasificar los hitos capturados y, por la otra, buscar información de aspectos no considerados inicialmente, para así reducir los posibles sesgos producidos por la profesión o la experiencia de los analistas.

e3. Modelo de la escuela de Houston para la elaboración de escenarios futuros

Los escenarios son historias que ocurren en el futuro con base en las condiciones detectadas en el presente. Para efectos de este trabajo, se eligió el modelo de la escuela de Houston (Hines y Bishop, 2020), que comprende los siguientes escenarios futuros a 2040.

Escenario	Descripción
Continuación	Las actuales señales y tendencias continúan sin mayores novedades.
Colapso	El sistema falla.
Nuevo equilibrio	El sistema se constriñe para sobrevivir.
Transformación	El sistema se reescribe.

Tabla 2. Escenarios de la escuela de Houston

Los escenarios se elaboraron en un taller convocado para tal efecto en el LabNL (Lab Cultural Ciudadano) de la Secretaría de Cultura de Nuevo León en el mes de febrero de 2023 y los resultados se presentan en el capítulo 2.

e4. Modelo de Kaplan y Norton para el diseño del mapa de ruta

Para abordar los factores que pueden ser fuente de oportunidades o de amenazas en el sistema, se adaptaron las variables del modelo de Kaplan y Norton (2004): perspectiva financiera, relación con el cliente, perspectiva interna (operación y procesos, productos y servicios), así como crecimiento e innovación.

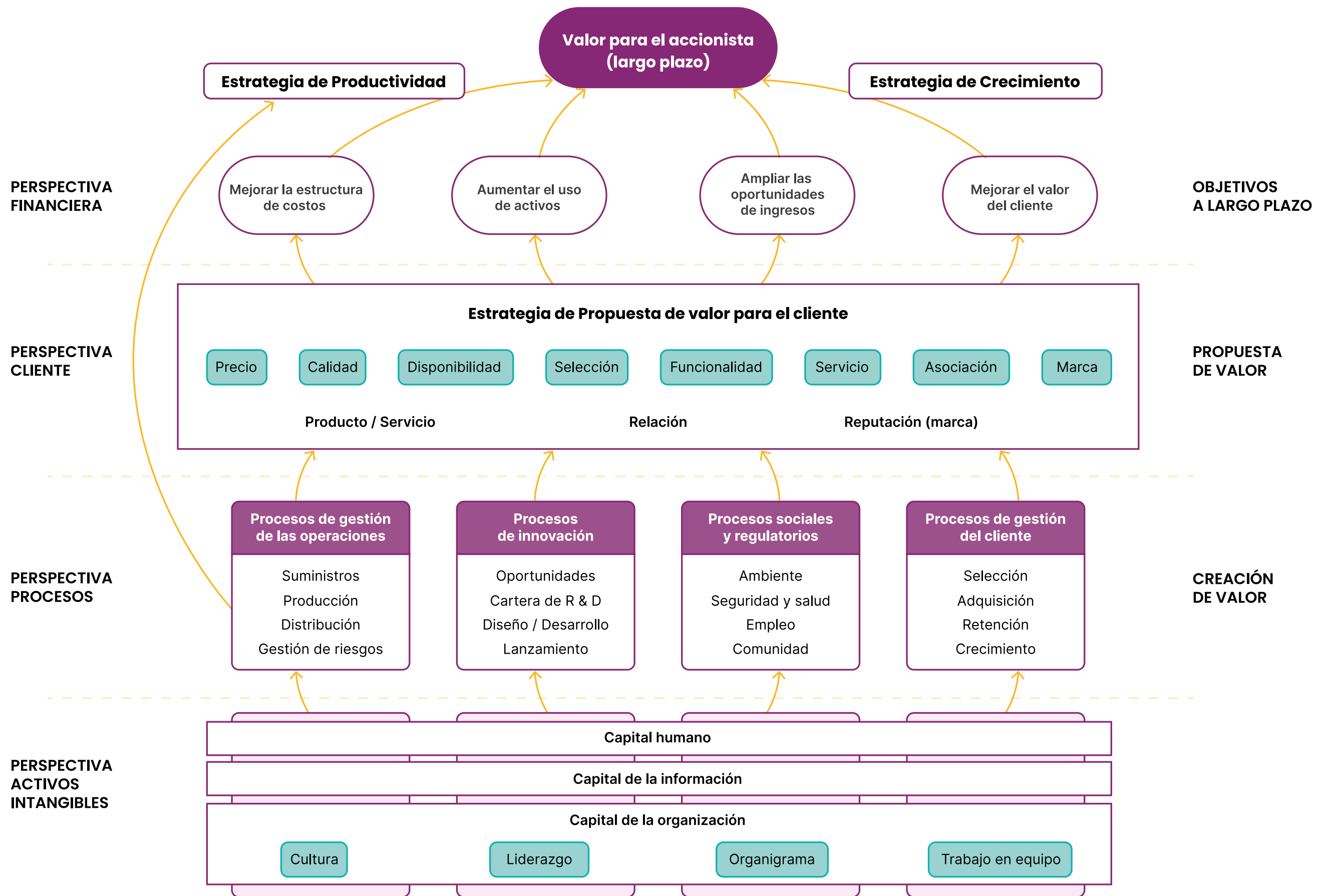


Figura 4. Representación de cómo una organización añade valor.
Fuente: Kaplan y Norton, 2004

Con base en la información recabada, durante el taller con actores clave se elaboraron mapas del ecosistema cultural y creativo de Nuevo León, adaptando para ello la matriz SWOT (o FODA es español) de Humphrey (2005), incluyendo el peso de la historia de Inayatullah (2008) y la noción de actores clave de Ackerman y Eden (2011), quedando como sigue:

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades
Amenazas	Actores	Peso de la historia

Figura 5. Mapa del sistema. Elaboración propia con información de Humphrey, Inayatullah, Ackerman y Eden.

e5. Metodología de marco lógico

Este procedimiento (Ortegón, Pacheco y Prieto, 2005) comprende los siguientes modelos analíticos:

e5.1. Árbol de problemas

Teniendo en mente la visión de largo plazo, el árbol de problemas se genera identificando los obstáculos o efectos indeseables que los actores involucrados deberán sortear y resolver durante la ejecución del proyecto. Estos efectos se jerarquizan en función de sus causas, como un árbol.

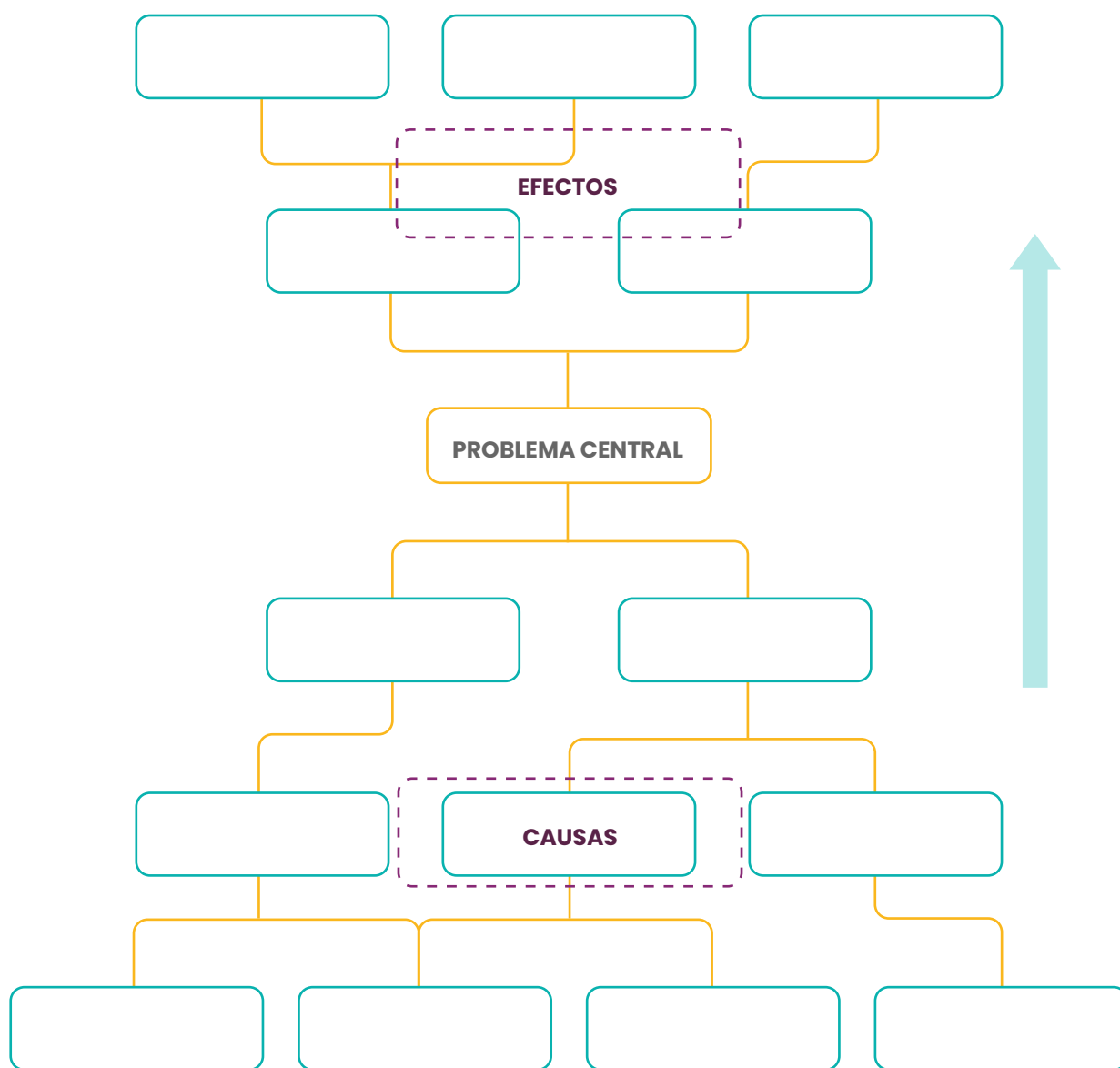


Figura 6. Árbol de problemas.
Elaboración propia con información de Ortégón, Pacheco y Prieto, 2005.

El árbol de problemas elaborado por el equipo estratégico se presenta en el [anexo 7](#).

e5.2. Árbol de objetivos

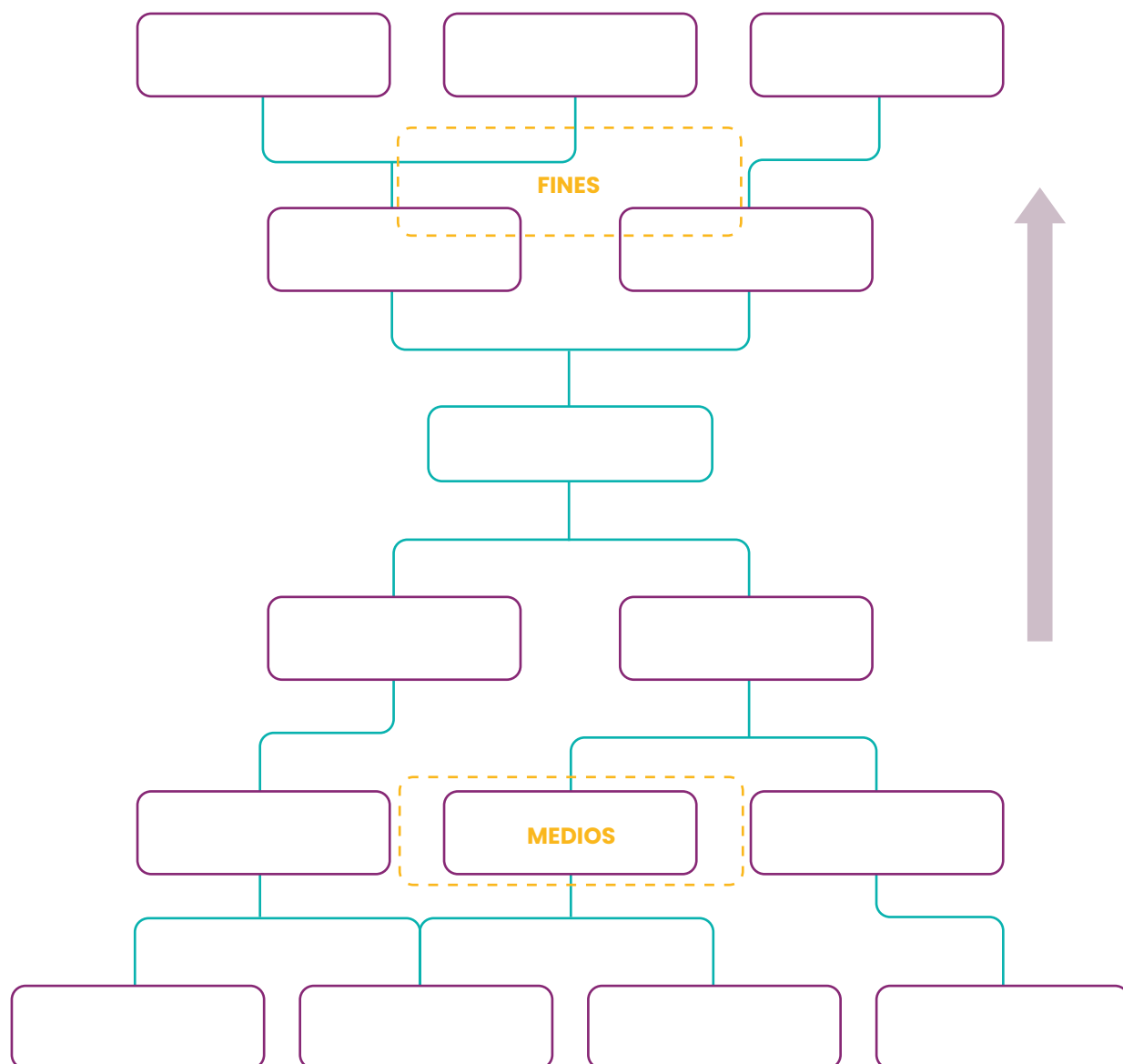


Figura 7. Árbol de objetivos.
Elaboración propia con información de Ortegón, Pacheco y Prieto, 2005.

El árbol de objetivos elaborado por el equipo estratégico se presenta en el **anexo 7.**

e5.3. Matriz de marco lógico

La matriz de marco lógico (MML) es una retícula de cuatro casillas horizontales por cuatro verticales que permite alinear la lógica de la finalidad, el propósito del proyecto, los componentes y las actividades, versus los indicadores, los medios de verificación y los supuestos necesarios para ejecutar el proyecto.

Para conformar el plan de ruta, la sección “actividades” debe adaptarse a una gráfica Gantt en la cual se indican los tiempos de ejecución de cada actividad.

Jerarquía de objetivos	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
Fin (Objetivo del desarrollo)				
Propósito (Objetivo general) (Situación final)				
Resultados (Objetivo específico)				
Acciones (Actividades principales)				

Figura 8. Matriz de marco lógico. Fuente: Ortegón, Pacheco y Prieto, 2005. Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas.

La matriz de marco lógico elaborada por el equipo estratégico se presenta en el [anexo 11](#).

e6. Modelo de evaluación comparativa (*benchmarking*)

El *benchmarking* es un método que consiste en analizar y comparar las mejores prácticas de los competidores con el propósito de mejorar las propias. En este caso, el análisis adapta el marco de Stapenhurst (2009) y comprende las siguientes variables:



Figura 9. Modelo de evaluación comparativa

2. Contexto internacional, nacional y estatal de las industrias creativas (*benchmark*)

El universo explorado comprendió 40 casos identificados mediante una búsqueda amplia en internet, si bien la mayor parte de la información provino de la plataforma para el seguimiento de políticas de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022), referencia que se sugiere consultar para una exploración más amplia y profunda.

a. Definiciones

Uno de los resultados más relevantes se refiere a la gran diversidad de visiones con respecto a qué industrias contribuyen a la economía creativa. En las siguientes figuras se pueden apreciar las variaciones en relación a los casos abordados (figuras 10 y 11); aun dentro del mismo país coexisten énfasis diferentes en las industrias que abarcan las iniciativas.

CASO	Artes escénicas (Teatro, danza, circo y escenografía)	Patrimonio cultural y museografía	Artes plásticas (Diseño industrial y artesanías)	Diseño y desarrollo de videojuegos	Radio	Cine y Televisión	Moda	Arquitectura	Educación cultural y creativa	Ciencias de la salud	Tecnología de la información aplicada a industrias creativas	Creación editorial y literaria	Audiovisual	Música	Publicidad	Gastronomía	Contenido digital, realidad aumentada y realidad virtual
Plan de Desarrollo Cultural de Köln(Alemania)																	
Sistema de Información Cultural de la Argentina																	
MICA (Mercado de Industrias Culturales Argentinas)																	
Department of Industry, Innovation and sciences of the Government of South Australia - División de Industrias Creativas																	
Azerbaijan Creative Industries Federation																	
Creative Industries Berlin																	
Observatorio de Economía Creativa de Goiás. Media Lab (Brasil)																	
Creative Canada Policy																	
Creative BC (Columbia Británica)																	
Red de Ciudades Creativas de Canadá																	
Chile Creativo CORFO																	
Sistema de Becas AHS (Cuba)																	
CreativeDenmark																	
Creative Dubai																	
Red de las Industrias Creativas, Diseño y crecimiento para empresas innovadoras (España)																	
Viver Creatiu. Asociación para el fomento de la economía creativa (España)																	
Factoría de Industrias Creativas (España)																	
Asamblea General de Agencias Estatales del Arte (Estados Unidos de América)																	
Finlandia Creativa																	
France Creative																	
France Industries Creatives																	
Confindustria Cultura Italia. Federazione Italiana dell' Industria Culturale																	
Creative Island (Islandia)																	
Ciudad Creativa Digital Guadalajara (Jalisco)																	
Centro de políticas y Evidencia de Industrias Creativas (Reino Unido)																	
Creative Industries Fund NL (Países bajos)																	
SICSUR (Latam)																	
Asociación Nacional de Industrias Creativas y Culturales (Lituania)																	
Luxemburg Creative Industries Cluster																	
México Creativo																	
Noruega Creativa																	
CREA+PY. Mercado de Industrias Creativas del Paraguay																	
Sistema de Información de las Industrias Culturales y Artes (Perú)																	
Creative UK (Reino Unido)																	
Incubador Sudafricano de Industrias Creativas																	
European Cluster Collaboration Platform - División de Industrias Creativas (Unión Europea)																	
Alianza Europea de las Industrias Creativas (Unión Europea)																	
Consejo de Industrias Creativas (Reino Unido)																	
Agencia de Economía Creativa (Tailandia)																	

Figura 10. Relación de casos abordados e industrias que comprenden
Elaboración propia

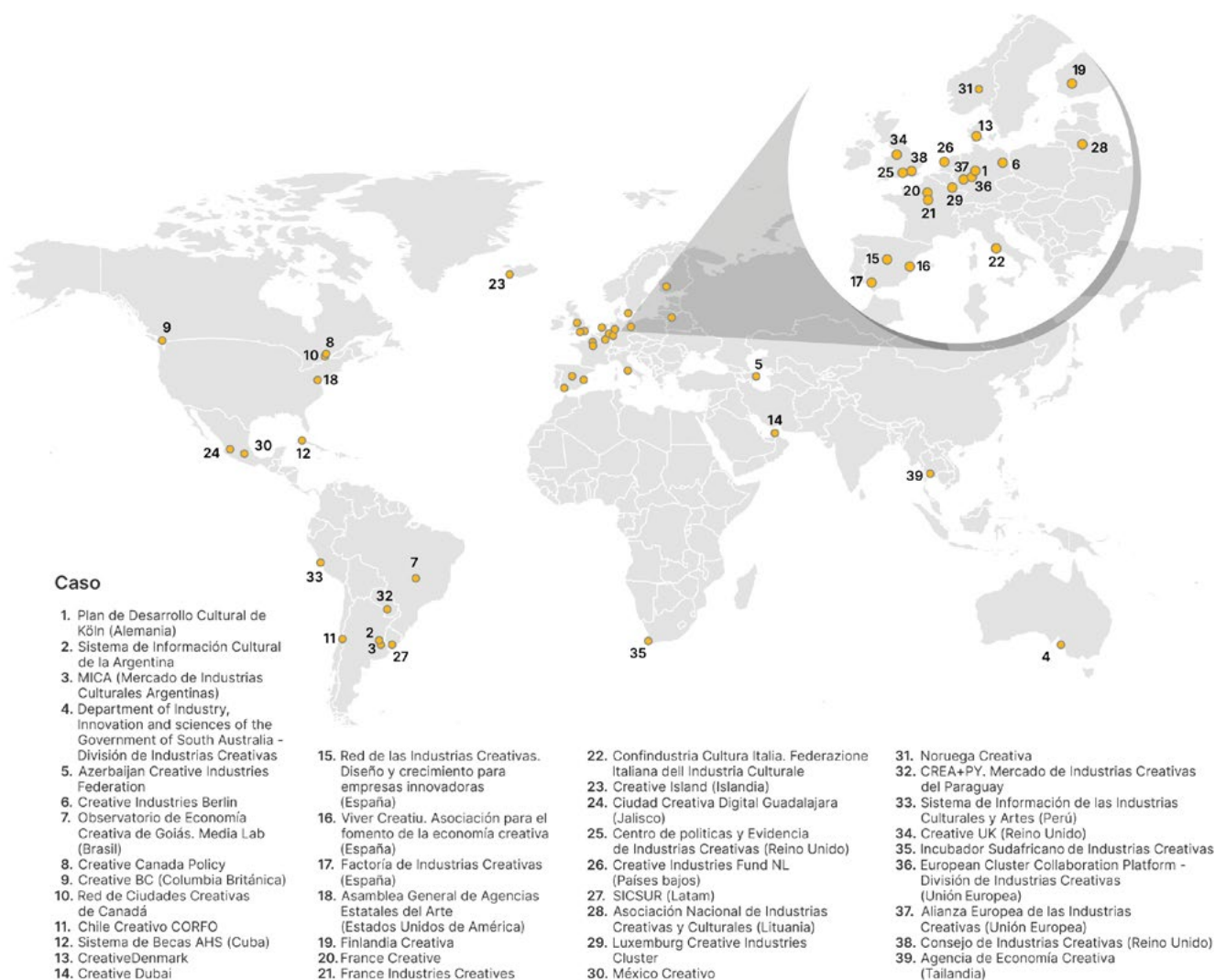
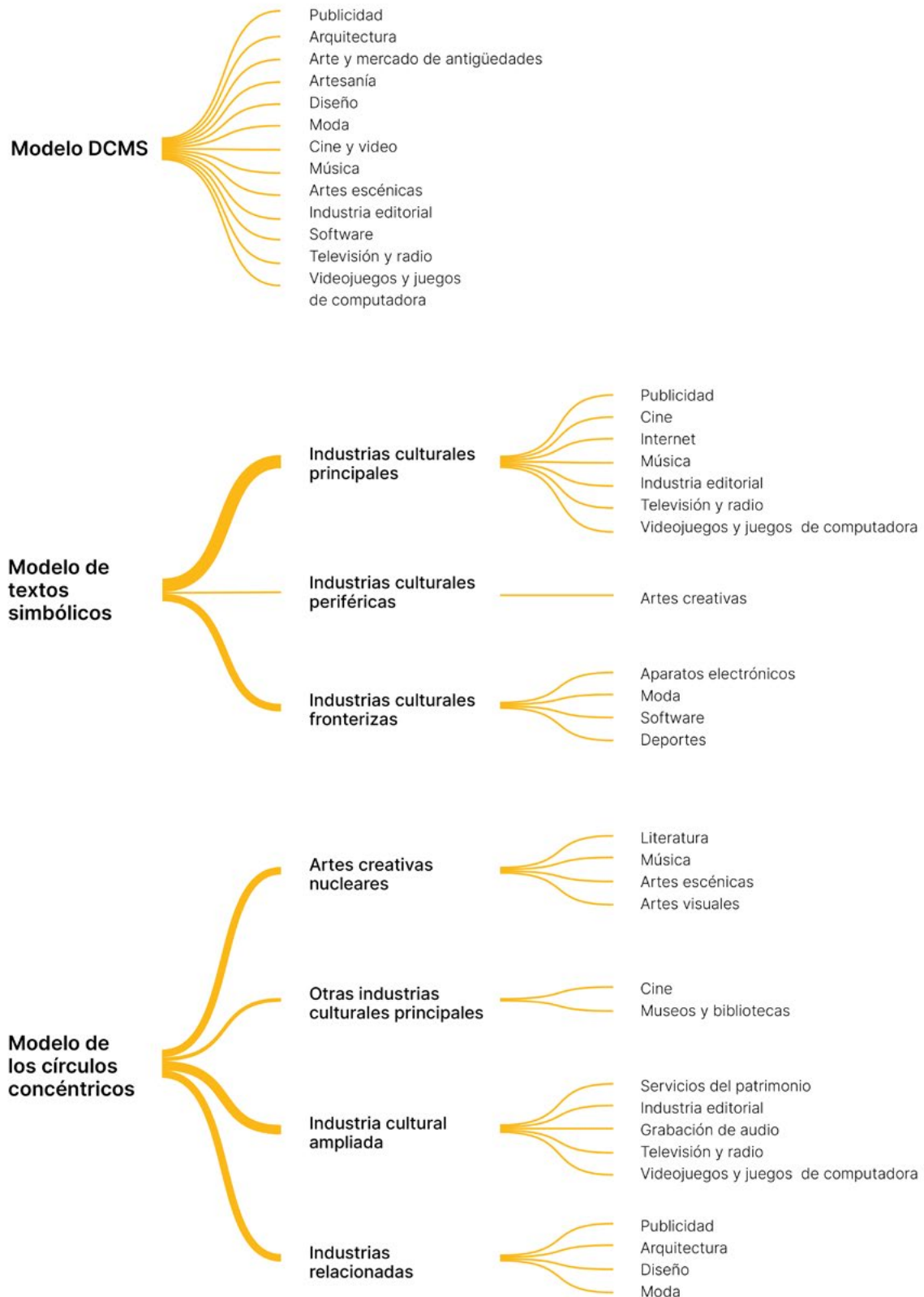


Figura 11. Distribución de los casos del análisis comparativo.
Elaboración propia

Cada destino conlleva una percepción distinta del concepto economía creativa, economía cultura o economías creativa y cultural, pues se ve influenciada por variaciones atinentes al contexto específico del sector inserto en su ecosistema particular. Entendiendo que el factor decisivo es qué industrias ya existen y cómo se vinculan entre sí, para el caso de Nuevo León se consideró crucial seguir la misma lógica, es decir, dejar que la propia configuración del ecosistema indicara qué industrias están presentes y cómo delinean el modelo estatal para la economía creativa: ese ADN específico constituye el diferenciador del modelo, tal como ocurre en el análisis comparativo.

b. Modelos

Como se ha comentado antes, en cada destino la economía creativa se concibe y resuelve de una manera distinta. Los modelos de economía creativa documentados por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2013) que se muestran en la figura 12 apenas dan cuenta de la amplia variedad de combinaciones.



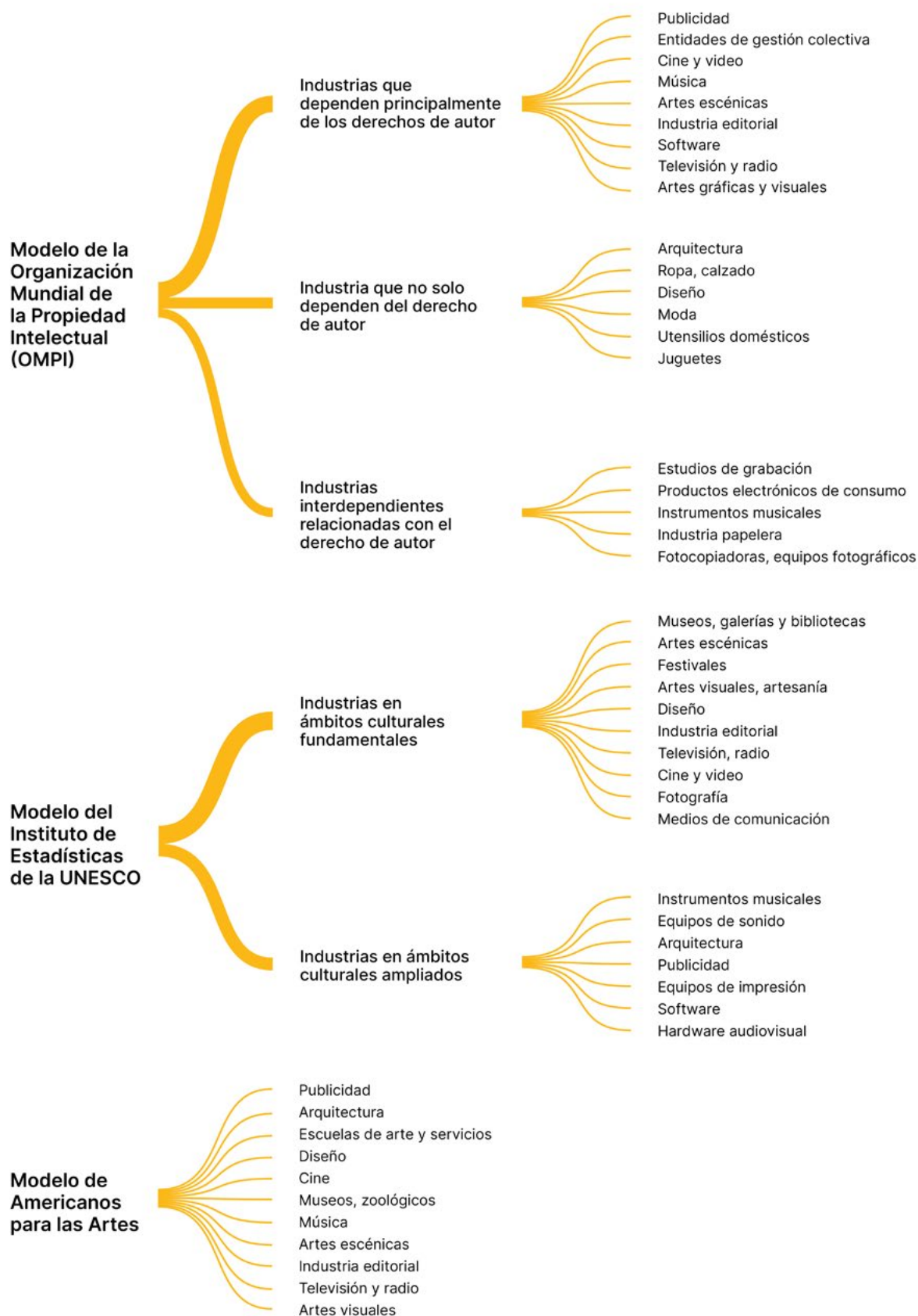


Figura 12. Distintos universos de economía creativa y cultural.
Elaboración propia con información de UNCTAD, 2013

Esta situación supone que, con independencia del modelo que en cada caso se adopte, el subregistro y el sobregistro de actividades económicas es prácticamente irremediable: ¿cuál es el parámetro que permite definir el carácter creativo de una actividad? Aunque en ese sentido el **International Standard Industrial Classification of All Economic Activities de la ONU (2008)** puede ofrecernos respuestas, en la práctica son las instituciones a cargo de las estadísticas y del análisis económico las que establecen sus parámetros.

Por su parte, el programa México Creativo (2022) enuncia el siguiente universo:

Industrias culturales y creativas	
EDITORIAL	Libro, prensa y publicaciones periódicas; catálogos; reproducción artística y ediciones limitadas.
AUDIOVISUAL	Cine, TV, video, radio, doblaje.
MUSICAL	Producción musical, sellos discográficos; promoción y distribución musical.
NUEVOS MEDIOS	Transmedia, videojuegos, medios digitales, contenidos digitales, software de entretenimiento, software educativo.
INDUSTRIAS Y SERVICIOS DE LA LENGUA	Traducción, enseñanza de las lenguas, terminología-lexicografía; tecnologías de la lengua.
Artes aplicadas y oficios creativos	
ARTESANÍA	Cerámica y alfarería; madera; vidrio, instrumentos musicales; textiles, fibras vegetales; cartonería; joyería/talabartería; mascarería, juguetería artesanal; arte de la miniatura; metalistería, arte en papel.
DISEÑO	Gráfico-editorial-ilustración; industrial; mobiliario; moda; procesos; servicios; experiencias; multimedia; juegos y juguetes.
ARQUITECTURA	Paisajismo; urbanismo; edificación; interiorismo; escenografía.
COCINAS TRADICIONALES Y GASTRONOMÍA	Cocina tradicional, transformación y creación de productos alimentarios I+D culinario; experiencias gastronómicas; experiencias turísticas; venta de productos con identidad.
CULTURA MAKER	DIY-DIWO-DIY; fabricación digital, programación abierta; artesanía digital.

Artes	
PLÁSTICAS	Dibujo, pintura, escultura, grabado.
VISUALES	Fotografía, creación audiovisual, animación.
ESCÉNICAS Y EN VIVO	Teatro, danza, performance, circo, improvisación, magia.
LITERATURA	Novela, ensayo, guión, poesía, traducción literaria.
MÚSICA	Clásica, popular, contemporánea, tradicional.
NEW MEDIA ART	Arte multimedia e interactivo; arte electrónico; arte y ciencia; hardware y <i>software</i> de experimentación artística; cultura de datos.
RELACIONALES	Prácticas contextuales; arte comportamental; arte comunitario; activismo.
Patrimonio cultural	
PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL	Mueble (artístico, equipamiento, mobiliario), inmueble (monumentos y sitios históricos, artísticos, arqueológicos y subacuáticos).
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL	Compuesto por saberes; lenguas; celebraciones; formas de expresión; memoria colectiva; prácticas culturales tradicionales.
PATRIMONIO BIOCULTURAL	Paisajes culturales, producción, uso de recursos biológicos.
ÁMBITOS DE ACTIVIDAD APLICACIONES AL PATRIMONIO	Paleontología, historiografía, arqueología, museografía, museología, restauración, archivística y biblioteconomía, investigación, gestión del patrimonio.

Servicios de articulación e industrias auxiliares	
EDUCACIÓN CULTURAL	Formal (sistema reglado de enseñanza), no formal; consultoría cultural análisis-investigación; asesoramiento y acompañamiento; creatividad e innovación.
GESTIÓN CULTURAL	Diseño y gestión de proyectos y organizaciones culturales; administración cultural; servicios jurídicos especializados; evaluación y consultoría.
INTERMEDIACIÓN ARTÍSTICA	Programación y curaduría; <i>management</i> y representación; galerías y museos.
ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE EVENTOS	Festivales, ferias, congresos, desfiles, ferias de arte contemporáneo.
OCIO Y RECREACIÓN	Actividades de tiempo libre, turismo cultural.
MEDIACIÓN CULTURAL	Servicios pedagógicos, guía cultural, asistencia en sala, mediación multicultural, facilitación, dinamización y animación.
COMUNICACIÓN	Publicidad; relaciones públicas y con los medios; social media; gestión de públicos y audiencias; ticketing; fotografía.
FINANCIACIÓN	Patrocinio y mecenazgo; entidades con productos financieros específicos para el sector; plataformas de microfinanciación e inversión colectiva.
SERVICIOS Y MEDIOS DE PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN	Producción museográfica, servicios y equipos técnicos, artes gráficas, mecanización y producción industrial, hardware, software y telecomunicaciones.

Tabla 3. Distribución de ámbitos de la economía creativa.
Elaboración propia con información de México Creativa, 2023

Tomando en cuenta la estructura de las categorías y subcategorías de la Cuenta Satélite de la Cultura, el Directorio Estadístico de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, el universo planteado por México Creativo y la configuración del ecosistema en Nuevo León, se propone el siguiente universo para la economía creativa del estado.

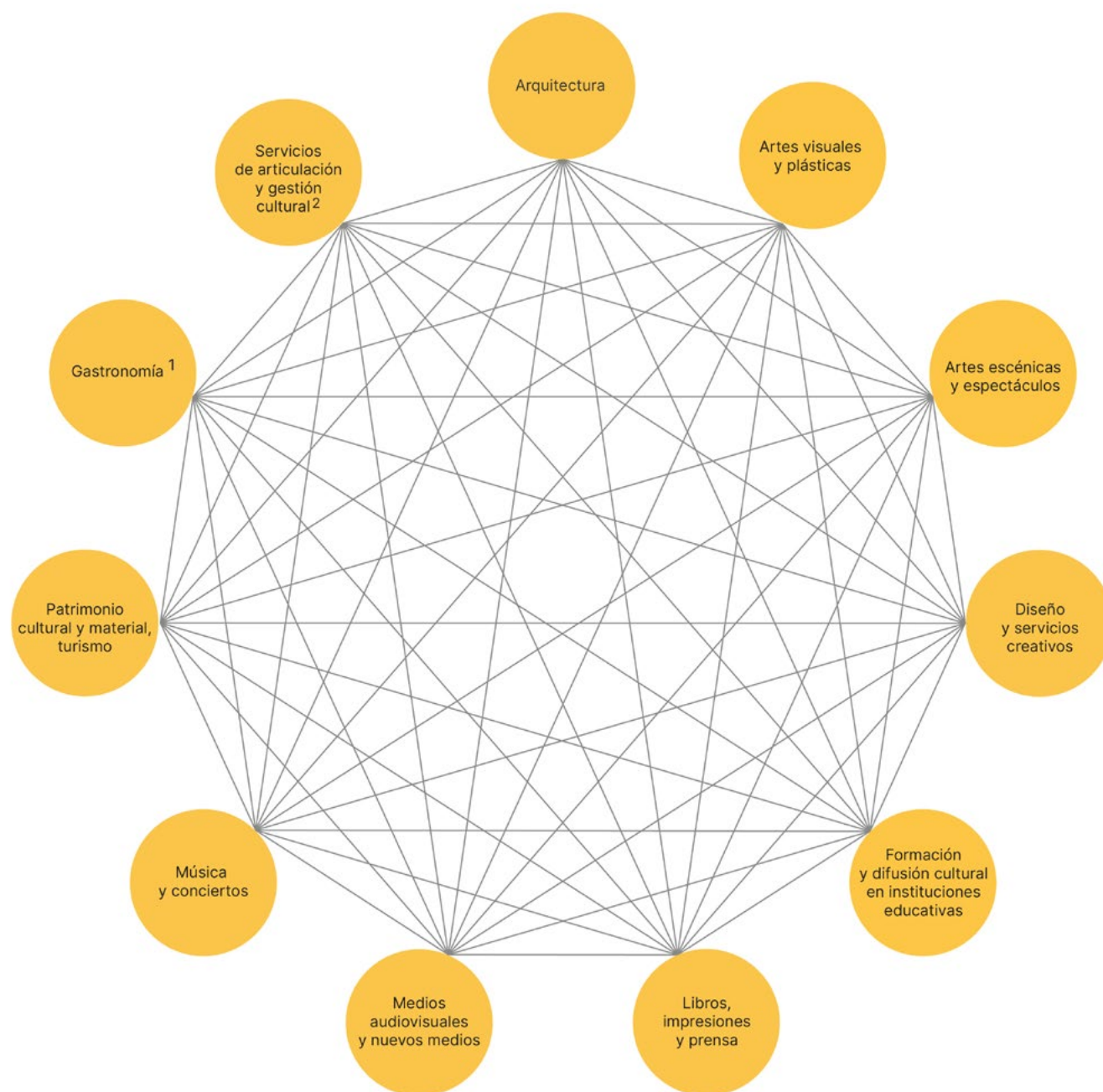


Figura 11. Universo de ámbitos creativos propuestos para el modelo de Nuevo León.
Elaboración propia

¹ Dado que la gastronomía no se incluye en la cuenta satélite y los datos estadísticos se agregan al universo de restaurantes y comercio minorista de abarrotes, ultramarinos y misceláneas, no se incluyó *data cuali* ni cuantitativa sobre este sector en el estudio.

² La gestoría cultural, el patrocinio, el mecenazgo, los servicios de relaciones públicas, comercio exterior y legales para exportación de bienes y servicios creativos y culturales presentan un importante subregistro estadístico. Las entrevistas dieron cuenta de la gran relevancia que tienen estos servicios para integrar el ecosistema.

La desagregación de cada subconjunto se propone en los siguientes términos.

**Cuenta Satélite
de la Cultura INEGI³**

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) INEGI

ARTESANÍAS

1. Confección de otros accesorios y prendas de vestir no clasificados en otra parte
2. Comercio al por mayor de artículos de joyería y relojes
3. Comercio al por menor de alfombras, cortinas, tapices y similares
4. Comercio al por menor de artículos de joyería y relojes
5. Comercio al por menor de disfraces, vestimenta regional y vestidos de novia
6. Comercio al por menor de sombreros
7. Comercio al por menor en tiendas de artesanías
8. Confección de prendas de vestir de cuero, piel y de materiales sucedáneos
9. Confección de sombreros y gorras
10. Confección en serie de disfraces y trajes típicos
11. Curtido y acabado de cuero y piel
12. Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza
13. Fabricación de artículos de vidrio de uso doméstico
14. Fabricación de artículos y utensilios de madera para el hogar
15. Fabricación de azulejos y losetas no refractarias
16. Fabricación de calzado con corte de tela
17. Fabricación de espejos
18. Fabricación de otros productos de cemento y concreto
19. Fabricación de otros productos de cuero, piel y materiales sucedáneos
20. Fabricación de otros productos de vidrio
21. Fabricación de productos a base de piedras de cantera
22. Fabricación de telas anchas de tejido de trama
23. Fabricación de telas angostas de tejido de trama y pasamanería
24. Fabricación de yeso y productos de yeso
25. Joyería de metales y piedras no preciosos y de otros materiales
26. Metalistería de metales no preciosos
27. Otras industrias manufactureras
28. Preparación e hilado de fibras blandas naturales
29. Preparación e hilado de fibras duras naturales

**ARTES VISUALES
Y PLÁSTICAS⁴**

1. Comercio al por mayor de artículos de papelería
2. Comercio al por mayor de artículos y accesorios para diseño y pintura artística
3. Comercio al por menor de antigüedades y obras de arte
4. Comercio al por menor de pintura
5. Fabricación de artículos y accesorios para escritura, pintura, dibujo y actividades de oficina
6. Trabajos de pintura y otros cubrimientos de paredes

³ Para todas las categorías se identifica un subregistro para las unidades económicas del sector público que en su mayoría aparecen agregadas en el universo de Administración pública en general y no en el subconjunto del sector creativo al cual contribuyen.

⁴ Se identifica un subregistro en el DENUE en lo relativo a cine, arte fotográfico y en video, ya que las posibles unidades económicas también pueden estar agregadas en el subconjunto Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales, abordado en el apartado de medios audiovisuales. En el caso de Artistas, escritores y técnicos independientes, en este rubro se incluyen a las personas que se dedican a la pintura y a la escultura, pero es posible que también se incluya a profesionales de los rubros de Libros, impresiones y prensa y Medios audiovisuales. La categoría Comercio al por mayor de juguetes y bicicletas presenta subregistro de juguetes no artesanales.

ARTES ESCÉNICAS Y ESPECTÁCULOS ⁵

1. Compañías de danza del sector privado
2. Compañías de teatro del sector privado
3. Compañías de teatro del sector público
4. Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos
5. Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos
6. Promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos

ARQUITECTURA, DISEÑO Y SERVICIOS CREATIVOS ⁶

1. Acabado de productos textiles
2. Agencias de anuncios publicitarios
3. Agencias de compra de medios a petición del cliente
4. Agencias de publicidad
5. Agencias de representación de medios
6. Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares
7. Comercio al por mayor de calzado
8. Comercio al por mayor de otros productos textiles
9. Comercio al por mayor de ropa, bisutería y accesorios de vestir
10. Comercio al por menor de bicicletas
11. Comercio al por menor de bisutería y accesorios de vestir
12. Comercio al por menor de calzado
13. Comercio al por menor de juguetes
14. Comercio al por menor de lámparas ornamentales y candiles
15. Comercio al por menor de ropa de cuero y piel y de otros artículos de estos materiales
16. Comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería
17. Comercio al por menor de telas
18. Confección de cortinas, blancos y similares
19. Confección de prendas de vestir sobre medida
20. Confección de productos de textiles recubiertos y de materiales sucedáneos
21. Confección en serie de camisas
22. Confección en serie de otra ropa exterior de materiales textiles
23. Confección en serie de ropa interior y de dormir
24. Confección, bordado y deshilado de productos textiles
25. Diseño de modas y otros diseños especializados
26. Diseño gráfico
27. Diseño industrial
28. Diseño y decoración de interiores
29. Distribución de material publicitario
30. Edificación de vivienda multifamiliar

⁵ En este caso se identifica un subregistro en el DENUe en lo que hace a espectáculos que ocurren en centros de entretenimiento clasificados en otro sector, como la improvisación y el performance.

⁶ Se identifica un subregistro en lo que hace al diseño de experiencias y la gastronomía, que en el DENUe aparece agregada en servicios de comedor para empresas e instituciones, entre otros subconjuntos. Ocurre lo mismo en el caso de la fabricación digital. En el caso de la arquitectura, la escenografía y el paisajismo, algunas de las unidades económicas están agregadas a subconjuntos como Montaje de estructuras de acero prefabricadas, Construcción de sistemas de riego agrícola o Servicios relacionados con el aprovechamiento forestal, por lo que en este caso también se presenta un subregistro. En el caso del interiorismo, algunas unidades económicas aparecen en los subconjuntos de Comercio al por menor de otros artículos de uso personal, Comercio al por mayor de mobiliario y equipo de oficina, por lo que se presenta la misma situación.

ARQUITECTURA, DISEÑO Y SERVICIOS CREATIVOS	31. Edificación de vivienda unifamiliar 32. Fabricación de bicicletas y triciclos 33. Fabricación de bolsos de mano, maletas y similares 34. Fabricación de calcetines y medias de tejido de punto 35. Fabricación de calzado con corte de piel y cuero 36. Fabricación de juguetes 37. Fabricación de lámparas ornamentales 38. Fabricación de productos textiles reciclados 39. Fabricación de relojes 40. Otros servicios de apoyo a los negocios 41. Servicios de arquitectura 42. Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo 43. Servicios de dibujo 44. Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados 45. Servicios de investigación científica y desarrollo en ciencias sociales y humanidades, prestados por el sector privado 46. Servicios de investigación científica y desarrollo en ciencias sociales y humanidades, prestados por el sector público 47. Servicios de investigación de mercados y encuestas de opinión pública 48. Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad 49. Servicios de traducción e interpretación
FORMACIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS ⁷	1. Escuelas de arte del sector privado 2. Escuelas de arte del sector público
LIBROS, IMPRESIONES Y PRENSA	1. Artistas, escritores y técnicos independientes 2. Comercio al por mayor de libros 3. Comercio al por mayor de revistas y periódicos 4. Comercio al por menor de libros 5. Edición de directorios y de listas de correo 6. Edición de directorios y de listas de correo integrada con la impresión 7. Edición de libros 8. Edición de libros integrada con la impresión 9. Edición de otros materiales integrada con la impresión 10. Edición de periódicos 11. Edición de periódicos integrada con la impresión 12. Edición de revistas y otras publicaciones periódicas 13. Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión 14. Impresión de formas continuas y otros impresos 15. Impresión de libros, periódicos y revistas

⁷ Se identifica un subregistro de facultades de arte, que están agregadas en el universo de escuelas de educación superior públicas y privadas en general. Asimismo, quedan fuera de este registro las empresas de educación continua no reconocidas por la SEP que ofrecen cursos breves en las distintas áreas de la economía creativa y cultural.

MEDIOS AUDIOVISUALES 8	1. Casas de juegos electrónicos 2. Comercio al por menor de equipo y material fotográfico 3. Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales 4. Edición de otros materiales 5. Edición de <i>software</i> y edición de <i>software</i> integrada con la reproducción 6. Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red 7. Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales 8. Fabricación de equipo de audio y de video 9. Operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas 10. Otros servicios de grabación del sonido 11. Producción de películas 12. Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales 13. Producción de programas para la televisión 14. Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales 15. Servicios de fotografía y videograbación 16. Servicios de revelado e impresión de fotografías 17. Transmisión de programas de televisión 18. Transmisión de programas de radio
MÚSICA Y CONCIERTOS	1. Cantantes y grupos musicales del sector privado 2. Comercio al por mayor de discos y casetes 3. Comercio al por menor de discos y casetes 4. Comercio al por menor de instrumentos musicales 5. Editoras de música 6. Fabricación de instrumentos musicales 7. Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales 8. Grupos musicales del sector público 9. Productoras y distribuidoras discográficas
PATRIMONIO CULTURAL Y MATERIAL 9	1. Agencias de viajes 2. Bibliotecas y archivos del sector privado 3. Bibliotecas y archivos del sector público 4. Escuelas de arte del sector privado 5. Escuelas de arte del sector público 6. Museos del sector privado 7. Museos del sector público
PRODUCCIÓN CULTURAL EN LOS HOGARES 10	No se identificaron datos para medir esta actividad

Tabla 4. Cotejo de ámbitos de la Cuenta satélite vs. DENU
Elaboración propia

⁸ En la búsqueda en el DENU no se identificaron estudios especializados en animación digital, pero, considerando que diversas instituciones educativas ofrecen formación en este campo del conocimiento, se estima que existe un subregistro importante en el estado. Se identifica también un subregistro en lo que hace al desarrollo de juegos de video y otros contenidos digitales.

⁹ Se identifica un subregistro para el caso de las galerías, algunas de las cuales aparecen agregadas en el subconjunto Comercio al por menor de vidrios y espejos. Asimismo, las actividades de restauración se agregan al subconjunto Artistas, escritores y técnicos independientes, asignado al ámbito de Libros, impresiones y prensa. Se identifica también un subregistro en lo que hace a sitios arqueológicos, patrimonio cultural inmaterial y patrimonio biocultural, así como turismo de proximidad y otras experiencias vinculadas al uso de entornos históricos para la recreación y el esparcimiento.

¹⁰ No se identificó la categoría del DENU que permita hacer el rastreo de esta información.

c. Buenas prácticas

La exploración de los casos sintetizados en la figura 12 y desglosados en el [anexo 12](#) arrojó que, en cada contexto, la economía creativa es gestionada mediante iniciativas públicas, privadas, civiles, público-privadas, o bien, público-privadas y civiles.

Por otro lado, se encontró que los tipos de apoyos que comprenden las iniciativas abarcan becas, financiamiento a proyectos, mapeo y vinculación de actores, prospección comercial, desarrollo de plataformas de datos, asesoría y capacitación, investigación, infraestructura y apoyos para el emprendimiento en los términos que a continuación se visualizan.

La exploración de casos arroja las siguientes lecciones útiles:

1. No existe un camino universal para el impulso de la economía creativa, en algunos casos las iniciativas son públicas, en otros privadas o público-privadas. Esas decisiones dependen de la propia configuración del ecosistema, así como de los recursos y voluntades existentes.
2. La economía creativa puede propiciarse mediante clústeres. A pesar de la creciente transformación digital alrededor del mundo, la cercanía geográfica favorece la colaboración, disminuye la huella de carbono derivada de la logística y contribuye a la recuperación y el mantenimiento de recintos con valor patrimonial; por tanto, las medidas tendientes a facilitar la anidación de clústeres creativos resultan muy deseables.
3. La economía creativa requiere la profesionalización de agentes creativos, por lo que los programas que contribuyen al desarrollo de habilidades en sus diferentes vertientes (procuración de fondos, fabricación digital, gestión cultural, entre otras) hacen contribuciones significativas al desarrollo del sector y del país.

La economía creativa requiere estímulos fiscales y crédito para alcanzar su mayor potencial e intensificar la recuperación del sector después de la pandemia por el COVID-19, considerando que la mayor parte de las y los actores de la economía creativa son pequeñas y medianas empresas, así como agentes libres (*freelancers*). En ese sentido, los esquemas que favorecen fiscalmente la reubicación de empresas en clústeres, la inversión en proyectos creativos para la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i) resultan deseables.

4. La economía creativa requiere la internacionalización de bienes y servicios, por lo que las medidas tendientes a mejorar las capacidades del sector y a hacer sinergia para exportar, participar en foros internacionales, cooperar internacionalmente para transferir conocimiento y sensibilizar a las y los actores de las cadena de suministro que brindan servicios para el comercio internacional (autoridades fiscales y aduaneras, agencias aduanales, agencias logísticas, etc.) resultan cruciales. Los estímulos fiscales para las empresas que contratan la oferta local, que usan locaciones para productos audiovisuales, que abren sucursales, migran a clústeres o que invierten en proyectos creativos son algunas de las soluciones fiscales identificadas en el análisis comparativo.
5. La economía creativa se vincula estrecha, aunque no exclusivamente, con el emprendimiento, por lo que el desarrollo de habilidades para el futuro (creatividad, innovación, tolerancia a la incertidumbre, pensamiento estratégico, autogestión, inteligencia socio-cultural, entre otras) (Paniagua, 2022) resulta de suma importancia para propiciar la autonomía y el crecimiento sectorial.

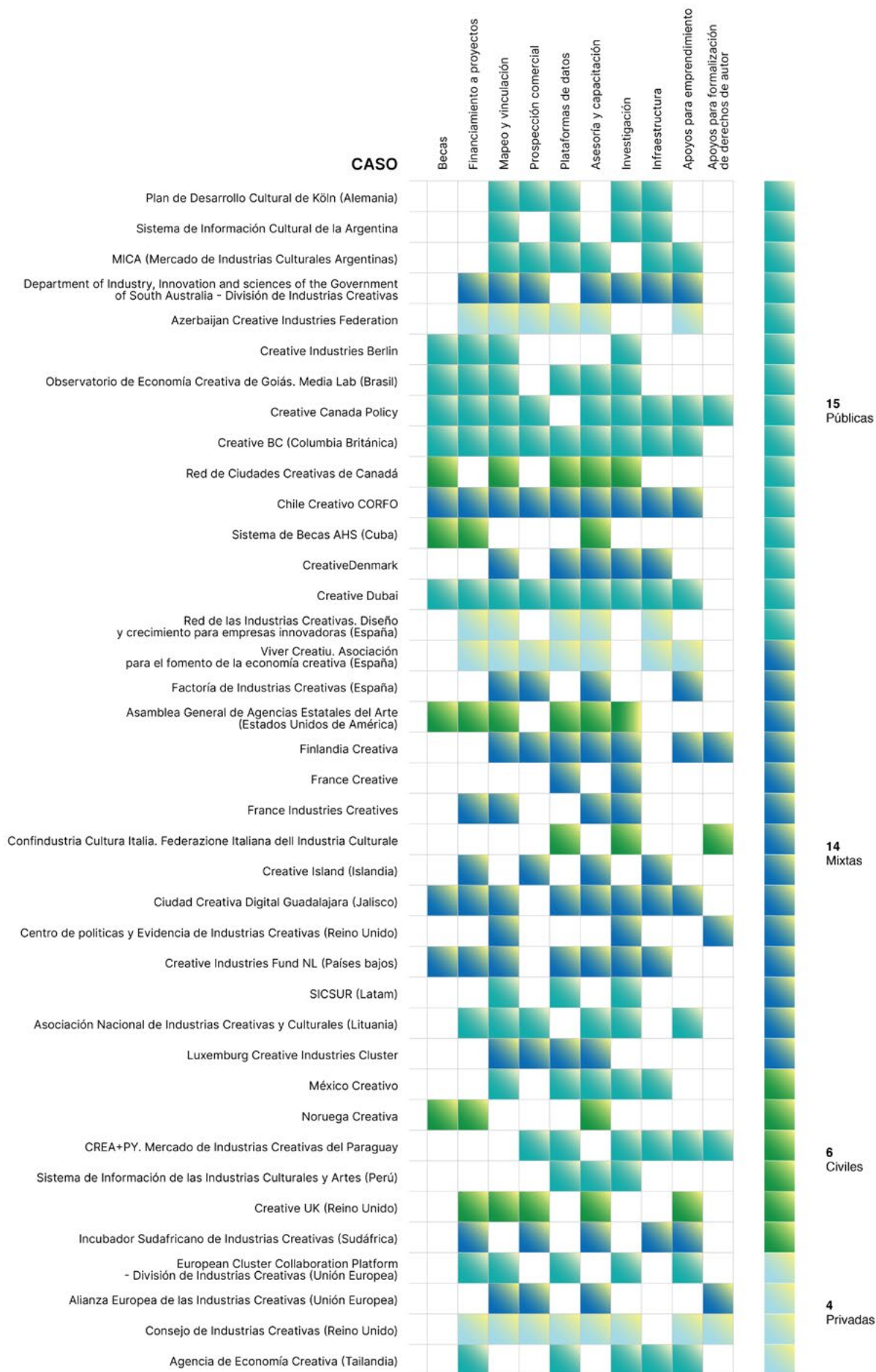


Figura 12. Análisis comparativo por tipo de apoyo sectorial y tipo de iniciativa.
Elaboración propia.

A continuación se refieren algunos casos de inspiración, pero se sugiere consultar el listado completo a fin de contar con una visión más acabada.

MICA. Mercado de Industrias Culturales Argentinas

Mercado de Industrias Culturales Argentinas nació como una iniciativa clave para la integración sectorial, así como para la comercialización de los bienes y servicios del ecosistema a nivel nacional e internacional.

La plataforma incluye ruedas de negocios, actividades de profesionalización y vinculación, directorio para consulta en línea, entre otros servicios.

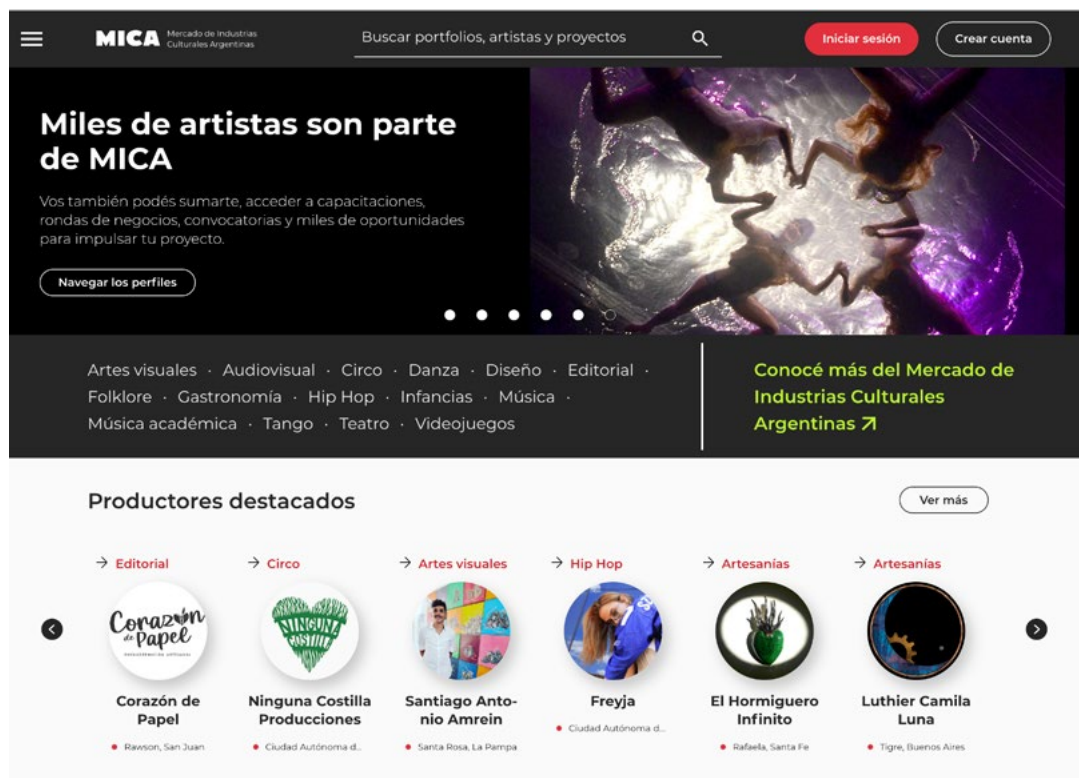


Figura 13. Página web de Mercado de Industrias Culturales Argentinas.

Creative City Network of Canada

Red de funcionarios de Gobiernos locales, organizaciones y personas enfocadas en actividades culturales colaborativas con el propósito de generar sinergia sectorial e incrementar la intensidad creativa. La red ofrece un sistema de membresías municipales con contenidos especiales y acceso prioritario a comités y consorcios, así como acceso preferente a fondos concursables.

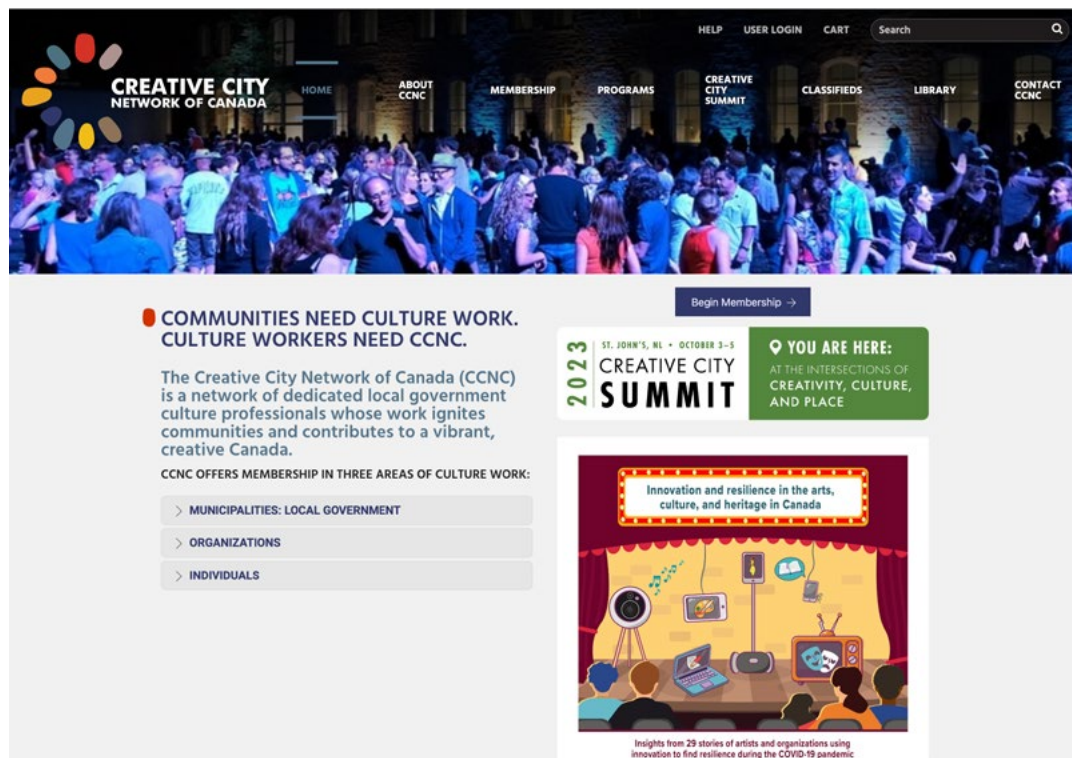


Figura 14. Página web de Creative City Network of Canada.

Chile Creativo

Esta iniciativa de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) apoya, vincula y promueve la economía creativa a nivel nacional. Entre otros proyectos, incluye la Red Nacional de Territorios Creativos para articular las iniciativas locales de este ámbito productivo. Su plataforma es, además de un escaparate permanente y una fuente para la consulta de información sectorial, un punto de encuentro para el registro de actores.



Figura 15. Página web de Chile Creativo.

Creative Economy Agency, Tailandia

Iniciativa para el fortalecimiento de la economía creativa, cuenta con una plataforma que permite visualizar a los actores creativos, así como los espacios disponibles para ser ocupados por personas profesionales o empresas que buscan un lugar para realizar su trabajo. Asimismo, la plataforma ofrece un banco de proyectos disponible para consulta en línea, entre otros servicios de interés.

En el listado general del análisis comparativo pueden identificarse las iniciativas que ofrecen soluciones específicas para mujeres, así como para personas con algún tipo de discapacidad.



Figura 16. Página web de Creative Economy Agency, Tailandia.

Islandsstofa, Islandia

Esa iniciativa transversal para la internacionalización de la oferta exportable de Islandia cuenta con una vertical específica para industrias creativas (música, arte, literatura, cine, artes performativas y diseño) con el propósito de añadir valor a estas industrias y generar inteligencia de negocios para colocar los bienes y servicios creativos de Islandia en destinos internacionales.

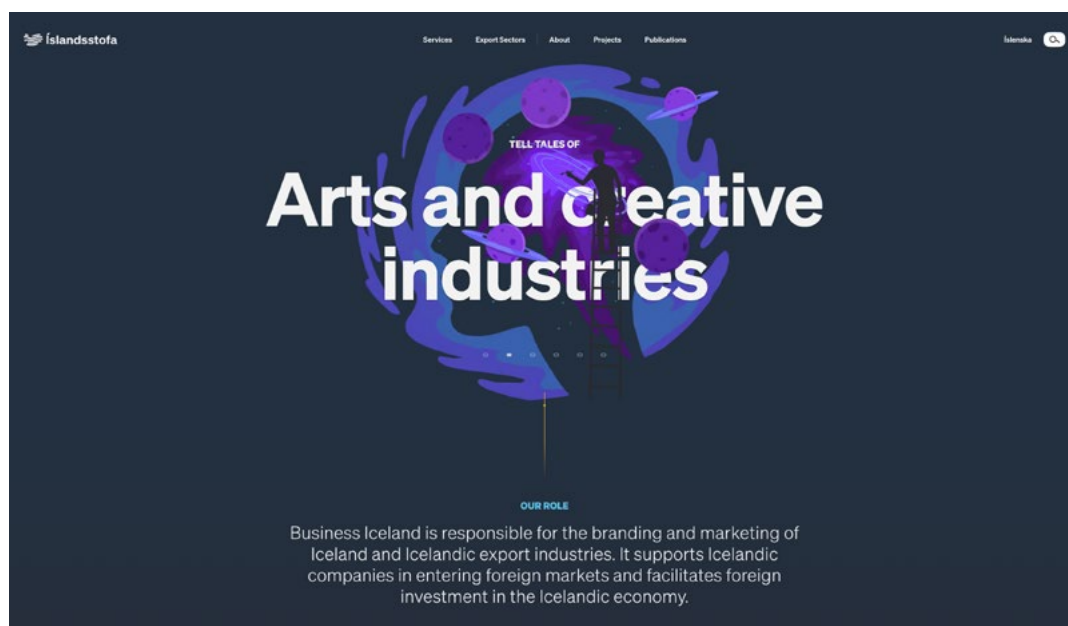


Figura 17. Página web de Islandsstofa, Islandia.

d. Situación actual de la economía creativa en Nuevo León

d1. ¿Qué indica el análisis del contexto?

Estas son las tendencias que se identificaron durante la recuperación y sistematización de hitos a nivel estatal:

Concentración del interés por la economía creativa en la zona metropolitana de Monterrey

Aunque la encuesta y el análisis de los registros de pymes de la economía creativa permitió ampliar el mapeo de los actores en otros municipios del estado, el análisis de hitos arrojó un fuerte énfasis de las iniciativas y su cobertura en la zona metropolitana de Monterrey. Esto no significa, como se ha dicho, que en el resto del estado no haya actividades del sector, lo cual evidencia la necesidad de mejorar las estrategias para incentivar la economía creativa en otros municipios, garantizando la correcta cobertura de los proyectos para su conocimiento amplio.

Estrecha interacción con tecnologías digitales, incluyendo generación de contenido y datos

La revisión de hitos, aunada a la información recuperada posteriormente en el taller para la ideación de escenarios futuros, evidenció que muchos actores del sector utilizan internet, soluciones de *software*, internet de las cosas, grandes conjuntos de datos, herramientas de fabricación digital y muchas otras soluciones para facilitar su trabajo. Este uso se identificó sobre todo en actividades relacionadas con la arquitectura, el diseño, la fotografía, el arte digital, entre otras.

Internet, protagonista del consumo cultural

La exploración de hitos hizo evidente el lugar protagonista que Internet juega en la vida de los consumidores del estado como medio articulador de la producción y el consumo cultural, que en el caso de las redes sociales como TikTok y YouTube suele ocurrir de manera simultánea.

Creciente brecha entre actividades vinculadas al arte y el diseño versus la arqueología y el patrimonio

Si bien las actividades relacionadas con el diseño gráfico, el diseño industrial, el cine, la industria editorial (solo por mencionar algunas) registran un auge importante, la revisión de hitos indicó un claro contraste en lo que hace al patrimonio histórico del estado (zonas arqueológicas, rutas de pinturas rupestres, pueblos productores de artesanías), que enfrenta un rezago importante y no se articula con las demás cadenas productivas mediante experiencias que hilvanen el turismo patrimonial con el turismo de negocios, el turismo médico y el turismo de ferias y exposiciones.

Creciente interés por generar impacto social

La revisión de hitos reveló un creciente auge de los proyectos con impacto social, esto es, enfocados en el impacto de determinadas actividades en grupos sociales específicos (habitantes de una zona, personas de cierto grupo de edad, personas con determinada condición, etc.).

Creciente interés por la sustentabilidad

La investigación documental arrojó también cierta preocupación por lograr que el crecimiento económico no comprometa el equilibrio de los recursos naturales. Esta preocupación no es azarosa considerando que las diversas industrias creativas y culturales contribuyen en mayor o menor medida a la huella de carbono.

Creciente interés por la agenda diversa

La investigación documental señaló el creciente desarrollo de productos culturales relacionados con temáticas con las poblaciones LGBTQ+, contribuyendo así a la diversificación del espectro temático de la economía creativa.

Alta resiliencia después de la pandemia

Como todos los sectores, las industrias creativas sufrieron el embate de la pandemia por el COVID-19, si bien la investigación documental señaló que los actores del ecosistema describieron una alta capacidad para adaptarse a las nuevas circunstancias mediante el trabajo a distancia, la adopción de formatos, la exploración de nuevas tecnologías, entre otras soluciones.

Auge de la economía *gig*

El trabajo de los agentes de la economía creativa está estrechamente vinculado con la operación de plataformas digitales que vinculan la oferta y la demanda alrededor del mundo. Estos modelos de contratación son temporales, se realizan por proyecto, permiten la colaboración de los profesionales con empresas localizadas en prácticamente cualquier lugar del orbe e implican que la persona ofrezca productos y servicios específicos sin prestaciones. Dada la significativa participación de agentes libres y pequeñas empresas en la economía creativa, el auge de la economía *gig* es significativo en tanto que favorece el trabajo nómada y la participación en múltiples proyectos, a la par que implica cierta vulnerabilidad para las personas profesionales en lo que hace a la seguridad social y al ahorro para el retiro.

Instalación de planta de Tesla en el estado

Durante el desarrollo de la investigación, en marzo de 2023 se anunció el inicio de la construcción de una planta de la empresa Tesla en el estado. La decisión no es azarosa y refrenda la vocación de Nuevo León por la industria de vocación tecnológica, si bien esto supone un énfasis que requiere contrapesos para garantizar que otros sectores, incluyendo el de las industrias creativas, no queden relegados.

d2. ¿Qué indican los resultados del taller?

El taller fue convocado por la Secretaría de Cultura de Nuevo León y el CONL en febrero de 2023 y en este participaron las y los actores clave que se precisan en el [anexo 6](#)¹¹, quienes realizaron las actividades comprendidas en el [anexo 4](#).



Figura 18. Taller de futuros para la economía creativa en Nuevo León.
Fuente: Secretaría de Cultura de Nuevo León.



Figura 19. Taller de futuros para la economía creativa en Nuevo León.
Fuente: Secretaría de Cultura de Nuevo León

¹¹ La convocatoria para el taller fue realizada de manera paritaria, si bien por razones de disponibilidad la participación de actores clave varones resultó mayor.

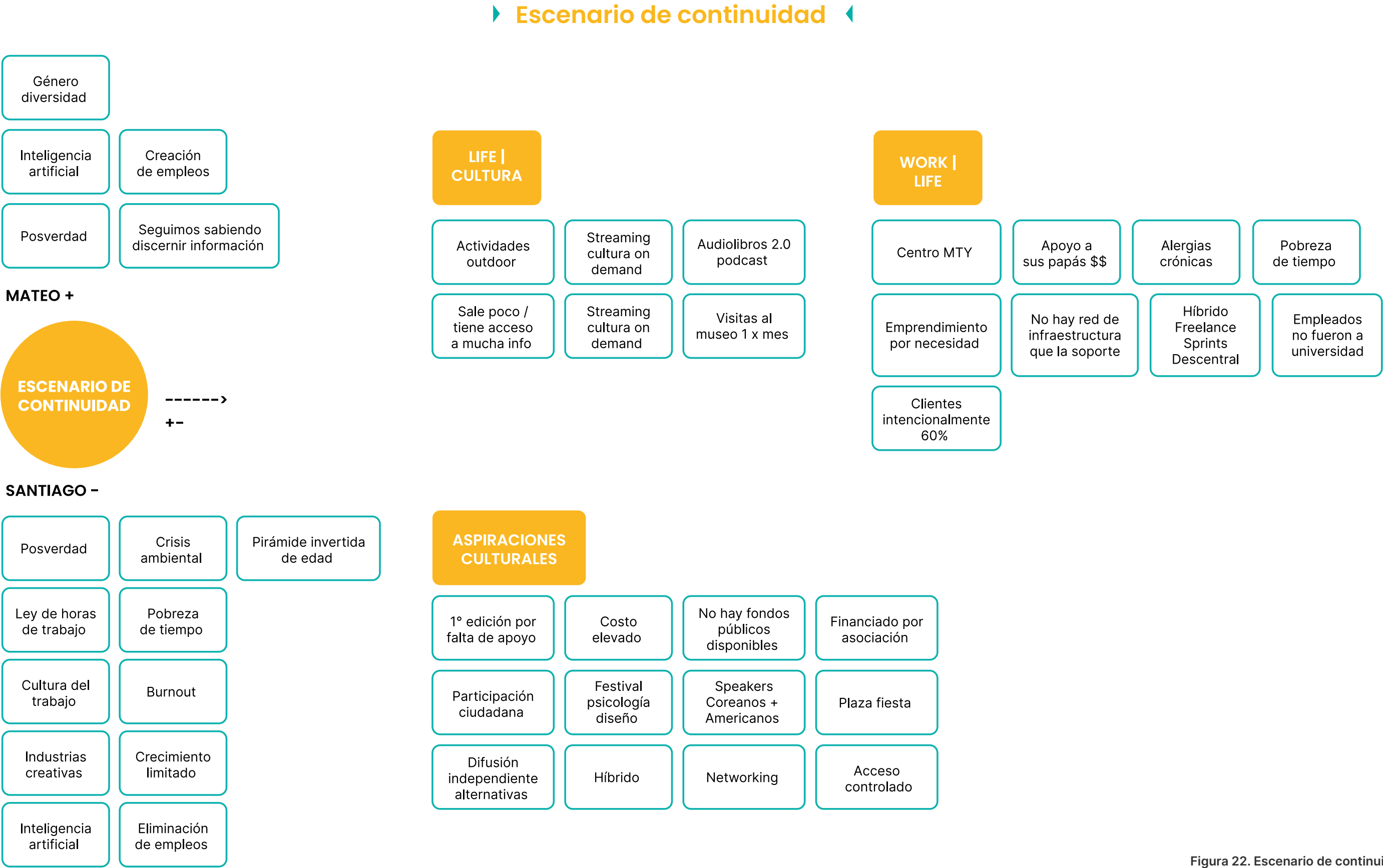


Figura 20. Taller de futuros para la economía creativa en Nuevo León.
Fuente: Secretaría de Cultura de Nuevo León.



Figura 21. Taller de futuros para la economía creativa en Nuevo León.
Fuente: Secretaría de Cultura de Nuevo León.

Como resultado del taller, se obtuvieron los siguientes escenarios



► Escenario de colapso ◀

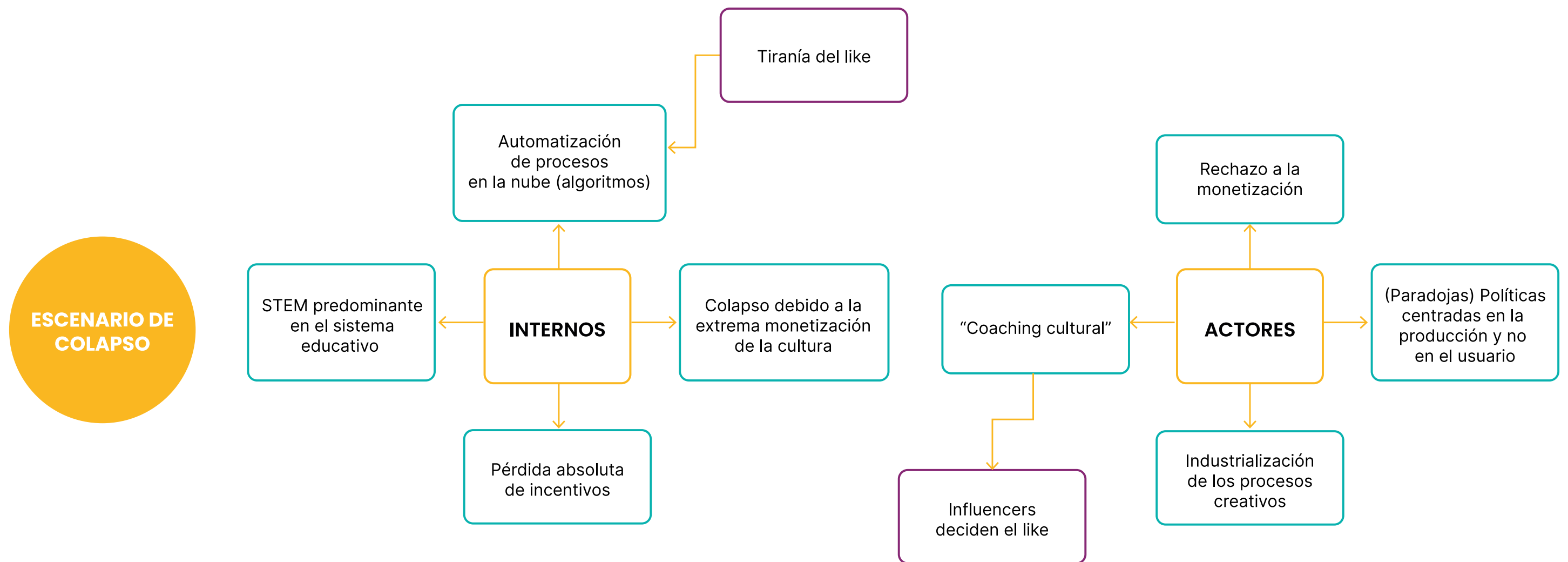


Figura 23. Escenario de colapso.
Elaboración propia.

► Escenario de constricción ◀

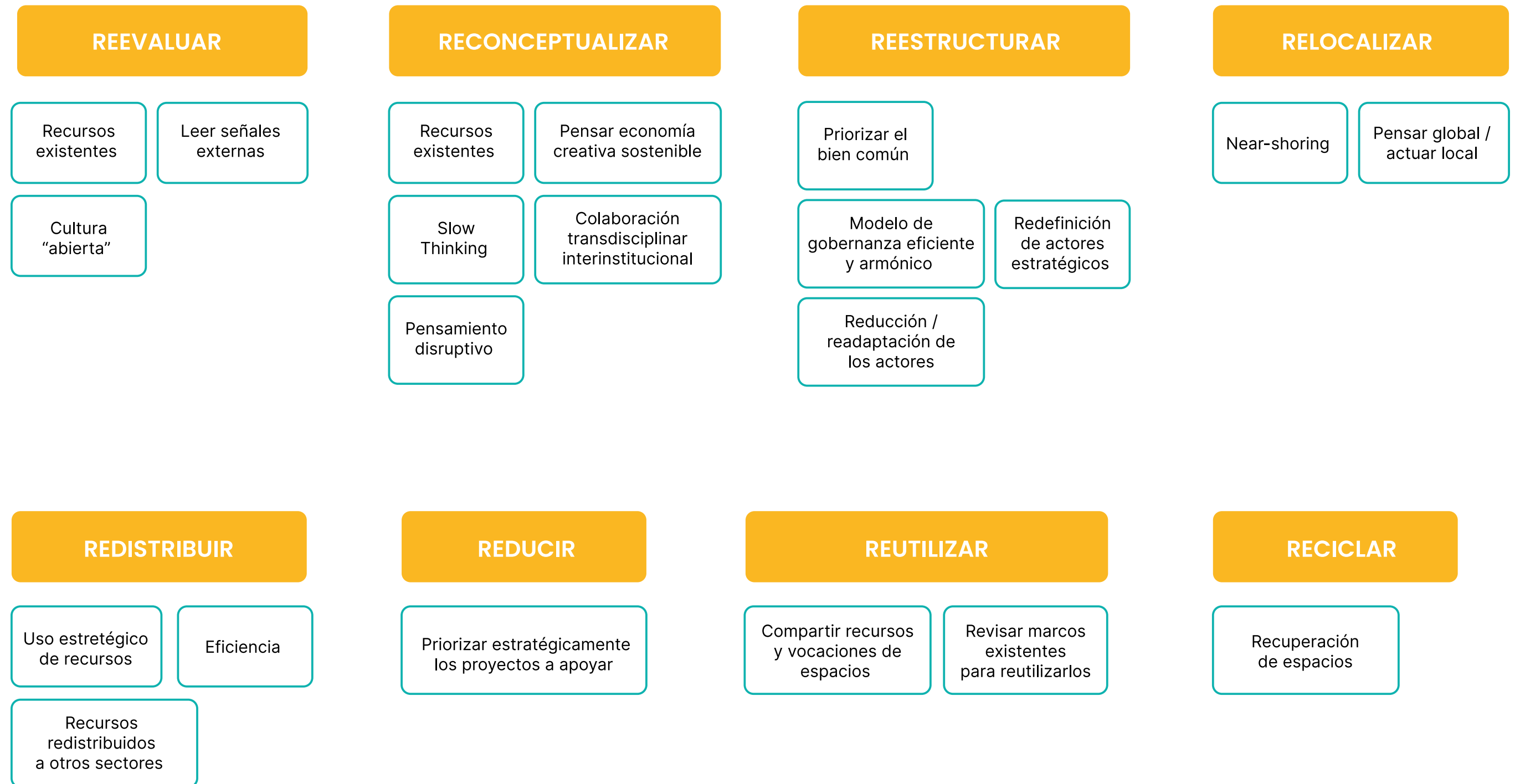


Figura 24. Escenario de constricción.
Elaboración propia.

► Escenario de transformación ◀

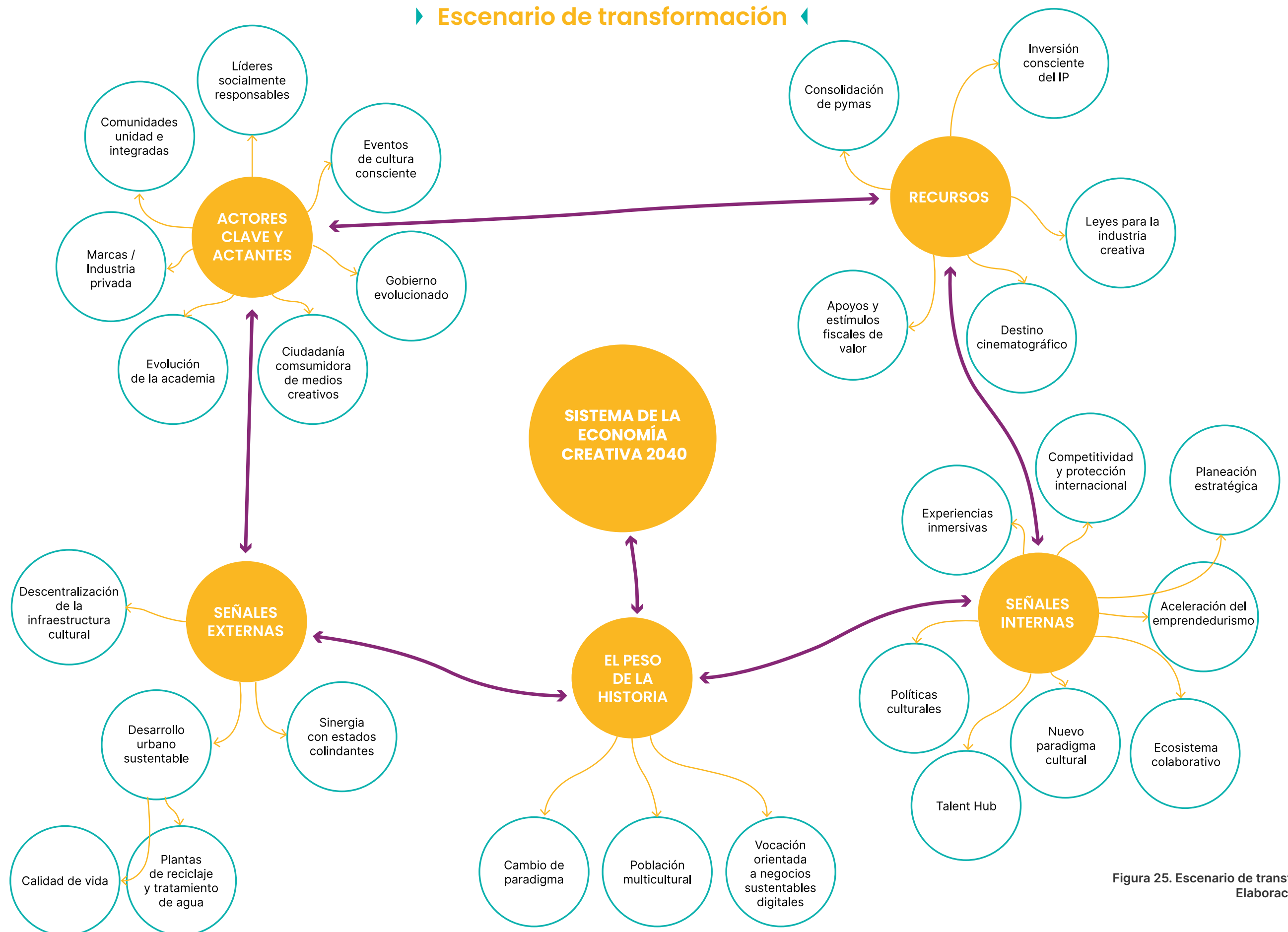


Figura 25. Escenario de transformación.
Elaboración propia.

Los escenarios más votados (transformación y continuación) dieron lugar a la visión sectorial a 2040 que presentamos en la parte II, apartado 2a.

d3. ¿Qué indican los testimonios de los actores clave del sector?

Entrevistas

Las personas entrevistadas fueron seleccionadas con el apoyo del CONL y la Secretaría de Cultura del estado, procurando una representación diversa:¹²

1. Perla Cano, editorial y gestión cultural
2. Alexis Del Toro, diseño
3. Eduardo Estrada, producción digital
4. Óscar Estrada, diseño y gestión cultural
5. Nubia Macías, periodismo y gestión cultural
6. Maricarmen Martínez, secretaria de turismo de Nuevo León
7. Miguel Melgarejo, medios digitales
8. Roberto Ortiz, fotografía
9. Alejandro Padilla, músico y compositor
10. Antonio Ramos, literatura y gestión cultural
11. José Ramírez-Garza, danza y gestión cultural
12. Betsabé Rocha, secretaria de desarrollo económico de Monterrey
13. Judith Ruíz-Godoy, humanidades y emprendimiento
14. Melissa Segura, secretaria de cultura de Nuevo León
15. José Luis Solís, cine y gestión cultural
16. Moisés Valadez, arqueología
17. Selene Velázquez, restauración

Los resultados se sintetizan a continuación:

La economía creativa requiere de ecosistemas propicios que comienzan en el hogar

Mi padre era doctor y él era aficionado a la fotografía, le gustaba la fotografía y él me enseñó el concepto de exposición y a usar exposímetro. La verdad es que los fundamentos técnicos de la fotografía él me los inculcó. Además, él estaba suscrito al *Popular photography*, a algunas revistas periódicas que llegaban a la casa. También estuvo suscrito a *National Geographic*; *National Geographic*, como tú sabes, te acerca a la naturaleza por medio de la fotografía. Entonces eso tuvo una gran influencia en mí.

(Roberto Ortiz, comunicación personal, marzo 2023.)

Mi padre, que era un catedrático del Tec, era científico, era biólogo, tenía una afinidad por los libros sobresaliente y yo recuerdo desde niña tener en mi habitación siempre libros para niños o ver a mi papá siempre leyendo, ir con mis papás los fines de semana a la librerías a elegir libros que en Monterrey no había, pero sí era parte, digamos, de nuestras dinámicas de fin de semana, y cuando yo decido estudiar la carrera de, en ese entonces, de licenciatura en Lengua Inglesa en el Tec estaba la carrera de Letras Españolas y Lengua Inglesa. Y por razones más afines al tema del estudio del lenguaje, fue que decidí Lengua Inglesa porque estaba muy enfocada a la lingüística, la gramática, todas estas cosas, mientras que Letras Españolas a mí me lo parecía en ese momento. No sé si así era, ¿verdad? Era una chava de 17 años.

(Perla Cano, comunicación personal, marzo 2023.)

¹² La convocatoria se realizó de manera paritaria, si bien por razones de agenda la participación de los entrevistados varones fue ligeramente mayor en relación a las mujeres.

Siempre he estado, toda mi vida estuve involucrada en el tema cultural, en el sector cultural, porque mis papás fueron promotores culturales también. Tuvieron una compañía de danza folclórica por cerca de 40 años y mi papá y mi mamá, bueno mi papá, además fue el fundador, por así decirlo, de los clubes artísticos en la Secretaría de Educación del estado, es decir, fue quien creó el programa de educación extracurricular. En la parte artística, ya estoy hablando de los setenta y ellos dos siempre trabajaron para la Secretaría de Educación en el tema artístico y luego ellos tenían su propia compañía de danza y toda mi vida estuve vinculada a eso. Fui parte, tocaba, pues ya no, tocaba el violín. Así me involucré en la música, fui parte de la orquesta juvenil del estado por cuatro años. Y bueno, luego ya elegí mi profesión y empecé a trabajar, empecé a encaminarme hacia mi formación como comunicóloga, pero te digo, siempre será parte de mi vida, en realidad el sector cultural.

(Melissa Segura, comunicación personal, febrero 2023.)

En mi casa siempre hubo un ambiente que pudiéramos asociar con lo creativo. Aunque mis padres ambos eran contadores, uno era aficionado a la fotografía. Y mi mamá siempre estuvo muy pegada al desarrollo de artesanías, pasando por diferentes materiales, etcétera. Y dos tíos del lado de mi madre, y bueno tres, estudiaron Diseño Industrial y Gráfico. Entonces, desde muy pequeño, pues yo veía eso. Que yo, pues soy el mayor, en mi casa somos dos. Entonces, los veía un poco como mis hermanos mayores. Y me inspiraron mucho. De ahí sacaba inspiración sobre qué música escucha (...) Ellos tienen una empresa que se llama Diacril en Saltillo, Coahuila. Se dedica a la transformación de plásticos laminados para la industria. Y desde muy pequeño, pues iba a trabajar a ese taller, tenía exposición a doblar el acrílico, cuando empezó a hacer todo lo del CNC, corte láser, etcétera. Entonces ahí me iba y me daban chance un poco de jugar con eso. Ya más grande, de hecho, mi primer año laboral, fue ahí.

(Miguel Melgarejo, comunicación personal, mayo 2023.)

Los agentes de la economía creativa requieren formación especializada

Soy socióloga de formación. Hice un posgrado en Periodismo y me especialicé en Alemania como gerente de ferias de libro. Trabajé 20 años en FIL Guadalajara, que es realmente mi trabajo de mayor formación; La Feria Internacional del Libro de Guadalajara, de los cuales fui 10 años su directora. Antes fui asistente de la directora de relaciones internacionales; luego fui jefa de prensa, luego fui subdirectora general ejecutiva, y luego directora general, estuve 10 años. Y luego dirigí la Editorial Planeta para México, Centroamérica y Estados Unidos. Y de ahí pasé a formar parte de N. M. Consultora, la empresa que se dedica a asesorar proyectos en todo el continente americano.

(Nubia Macías, comunicación personal, marzo, 2023.)

Estuve en la Ibero varios años después. Estuve también en la Universidad de British Columbia en Canadá. Hice un par de estancias también en la Universidad de Lleida en Cataluña, pero esas más enfocadas a la parte de ética. Hice una maestría en Estudios Humanísticos porque empecé a ser consciente que la creatividad tiene un fuerte componente también de formación de competencias humanistas, entonces me interesó irme por esa parte, y después terminé con un doctorado donde se conjuntaron de una forma los dos mundos en los que vivía, trabajé la poesía como un método de aproximación al conocimiento de uno mismo. Entonces junté la parte humanista que había empezado a desarrollar con la parte poética siempre desde la perspectiva académica.

(Judith Ruíz-Godoy, comunicación personal, abril, 2023.)

La economía creativa requiere de redes formales e informales de conocimiento y colaboración

En mi caso fue que tuve los actores, mis primeras incursiones en el mundo de la literatura. Fui con las personas correctas. Es decir, fui con personas que sabían cómo era el sistema y el *estatus quo*, por decirlo de alguna manera, es decir, no llegué con escritores que tuvieran una visión muy chata de lo que era la creación literaria y también la gestión literaria. He tenido la fortuna de siempre estar cerca de personas que han sabido cómo funciona. Entonces, el saber eso me fue quitando muchas trabas mentales y también me permitió vislumbrar rutas de acceso **(Antonio Ramos, comunicación personal, marzo, 2023).**

(...) por algo conectamos muy bien, inclusive después yo le empecé a ayudar, era su *padawan*. Él era profesor investigador, yo le ayudaba en ciertas cosas. Él estaba haciendo un libro de tipografía, necesitaba manos y me dijo que me interesaba. Y entré con él. Empecé a ayudar y empezamos a platicar mucho la verdad, platicamos bastante cuando estábamos ahí jalando en esto. Y cuando arma este proyecto me invitó. Ya quedé yo ahí para ayudarlo en este proyecto, y prácticamente todo lo de mi carrera pues lo hice más bien dentro de este programa piloto. Estaba bien interesante porque era aprender. Tú solito tenías que hacer cosas. Tú estabas atado un poco a temas que ya estaban de investigación, y sobre de eso ibas pudiendo hacer cosas. **(Eduardo Estrada, comunicación personal, marzo, 2023.)**

Fuimos a Peak Nuevo León, es una aceleradora. Me imagino que ya por ahí les han de haber contado. Hicieron la presentación porque quieren hacer, Startup México, como *hub* de operaciones hasta donde entiendo lo quieren poner aquí. Bueno, más bien, ya va a estar aquí, este programa Startup México va a estar aquí en Nuevo León. De hecho, la presentación, como te decía fue en enero, según yo. A nosotros nos invitaron. Tuvimos la oportunidad de estar ahí, y básicamente ese es el que van a echar a volar para hacer este ecosistema de emprendedurismo. Hay otras cosas un poquito más chiquitas como, se llama Startup Café. (...) Básicamente lo que están haciendo es como armar este ecosistema.

(Eduardo Estrada, comunicación personal, marzo, 2023.)

Empecé mi carrera como asistente, un despacho de diseño en 1976 en el Condominio Acero, ahí trabajé hasta 1983. Ahí me formé completamente como diseñador gráfico en muy poco tiempo. Yo me convertí de ser un mandadero, de ir a comprar papeles, me convertí en un dibujante, en primero como dibujante publicitario y luego después como diseñador gráfico. Después de ahí de 1983, salgo de ahí a un *inhouse* de Astra que era una especie de automercados del grupo Henton donde me hago cargo del departamento creativo. No hacía diseños gráficos, era el creativo de hacer cosas. Y en ese mismo momento se abrió un programa muy interesante porque un amigo mío, crítico de arte y una promotora del arte aquí Monterrey nos llaman para formar una comuna en 1984 de artistas, aquí cerquita de la colonia del Valle, en el centro. Entonces nos juntamos como ocho gentes de diferentes capacidades, había serigrafistas, fotógrafos, pintores y yo como diseñador me integré, se llamó la casa de ediciones. Hicimos proyectos, hicimos exposiciones.

(Óscar Estrada, comunicación personal, junio 2023.)

Las becas y apoyos hacen una diferencia en la vida de las personas dedicadas a la economía creativa

Termino mi carrera y tengo la oportunidad de aplicar a una beca y me voy a estudiar en la Universidad Tulane, un MFA en dirección teatral. Hago mi *internship* en Madrid. Se montó una obra que me autorizó El Deseo Films que adapté de unas crónicas de Pedro Almodóvar. Me fue muy bien. Luego estuve en D. F.

(José Luis Solís, comunicación personal, marzo, 2023.)

Cuando empecé a escribir, solamente escribía porque sí, porque quería contar y en algún momento, gracias a estas personas, supe que existía una beca del Centro de Escritores de Nuevo León. Luego descubrí que existía otro centro que es el Centro Mexicano de Escritores por el cual habían pasado todos los escritores importantes de este país, desde Carlos Fuentes, Rulfo, Sabines, Rosario Castellanos, yo también pasé por ese centro. Fui de la antepenúltima generación. Dejar saber esa ruta fue la que creo que me permitió esbozar como una línea de acción; he tenido la fortuna de que, bueno, he tenido muy buenos maestros en esa área. Han sido Eduardo Antonio Parra, Carlos Montemayor, Felipe Garrido, un saber hacer el oficio no solamente de la escritura sino también de televisión, porque Felipe Garrido es un gran editor en México, ha sido y es un gran promotor y formador de lectores.

(Antonio Ramos, comunicación personal, marzo, 2023.)

La economía creativa requiere colaboraciones con el sector privado

Ahorita estoy trabajando en la fábrica de pinturas Berel, que es local, va a cumplir 80 años y estamos haciendo un libro. Recién terminamos, junto con otros colegas editores, un libro sobre el 130 aniversario de la Ladrillera Monterrey. Así he trabajado en varios proyectos como editor gráfico. Yo no tenía una referencia de otro fotógrafo u otro editor aquí en la ciudad que se dedicara a eso, entonces, ha sido muy satisfactorio para mi poder poder abrir, si lo puedo decir de esta manera, camino en cuanto a este campo de la fotografía.

(Roberto Ortiz, comunicación personal, marzo 2023.)

Las personas profesionales de la economía creativa suelen tener ingresos diversificados

Pues yo creo que así como que la rebanada más grande es el trabajo que tengo fijo como secretario académico. Después la parte de compositor, creo que tendría casi nada. Creo que la tercera parte, que si lo ponemos como porcentaje Yo creo que sería un 70 ó 60 % el trabajo aquí, un 35 %, los arreglos que hago. Arreglos para películas, para un grupo, un grupero que quiera ya algo con orquesta le hago un arreglo para orquesta. No doy clases particulares porque no tengo tiempo, pero entonces era una buena entrada también. Creo que sería 60 % aquí, el 35 % arreglos y el 5 % la vida activa como compositor.

(Alejandro Padilla, comunicación personal, junio, 2023.)

El 80 % todo ha sido sobre el diseño. Yo tengo un grupo de clientes donde continuamente me están encargando libros. Hago muchos libros, libros de arte. Ese es el 80 %. El otro 5 % yo hago consultorías personales enfocado al negocio, de esto el otro 5 %, colecciono arte, desde hace 30 años, colecciono fotografías, colecciono Llaguno, Aristeo Jiménez, colecciono a los artistas más importantes de esta ciudad. A muy pocos, no a todos. A veces los estoy vendiendo, a Federico Jordán. Los tengo, si a alguien le gusta lo vendo. Esa es una, la otra hago cursos o hago proyectos de gestoría donde de ahí se genera un recurso para el área de la gestoría, es muy poco, a veces no cobro. De hecho, no cobro, pero sí lo hacemos mientras dura el proyecto hagamos una cuestión de subsistencia, pero no tengo problema. Es lo que se comprende ahorita, yo siento que en los próximos 10 años eso va a cambiar. Va a cambiar completamente a lo contrario que yo siento que de los proyectos que va a salir dinero, más proyectos de mis libros. O sea que yo haga un proyecto como libro y de ahí salga el dinero. Todavía no lo hago, pero esa es la idea.

(Óscar Estrada, comunicación personal, junio 2023.)

Las personas profesionales de la economía creativa hacen proyectos con impacto social

Entonces, hicimos un mapa con 95 negocios, un poco para incentivar que las personas conozcan su barrio, salgan, entiendan que no tienen que ir al Starbucks por un café, sino que pueden caminar e ir a otro lugar, que puedan después pasar a una librería. Que puedan después pasar a una tienda de conveniencia que no sea una franquicia para comprar sus cosas, etcétera. Entonces, eso es algo que lo hacemos 100 % porque nos interesa impulsar un modo de vida, inclusive peatonal y demás. Entonces, ese es un ejemplo. Te puedo nombrar algunos otros que pueden ir en esta línea en mi pasado. Por ejemplo, TocToc, que seguía en esta misma filosofía de –utilicemos esta herramienta creativa para generar una excusa. En este caso, la excusa es una guía para generar dinámicas positivas en nuestro alrededor.

(Miguel Melgarejo, comunicación personal, mayo 2023.)

Nos llegaron un chorro de portafolios de currículums por medio de Tocatoc. Muchas gracias. ¿Tenemos algo? Y yo no, la verdad es que qué bueno que le funcionó. Y poco a poco empezaron a buscarme empresas de diseño para subirles sus vacantes en redes sociales. Oye ¿sabes qué?, vamos a tener una sección de vacantes creativas, dije, vamos a hacerlo de manera muy tranquila en WordPress. Hicimos una página web, como la pudimos hacer y explotó el tema de las vacantes. O sea, tenían un chorro de vacantes. Posteriormente seguimos haciendo los eventos, pero ya después, si lo ves ahorita TocToc ya se dedica prácticamente al capital creativo, para buscar trabajo. Esa es la plataforma. Ya no hacemos casi eventos ahorita, pero los eventos creativos se volvieron un *boom*. De repente todos empezaron a hacer lo que eran las noches toctoc, se vino también otras épocas, nos cansamos también. Después hablé con Jorge Diego (Etienne)(...). Porque yo veía los números de las vacantes anuales. Y yo veía que las vacantes de diseñador industrial estaban por los suelos. No había muchas vacantes industriales y las que había están súper mal pagadas hasta la actualidad. Veía de gráfico, de modas, inclusive arquitectos, *community manager* un *boom*, el *community management*, el diseño web, se los pelean. O sea, hay mucho, mucho trabajo, pero de industrial como que todavía existe, entre las empresas, que no saben qué hacer con los industriales.

(Alexis Del Toro, comunicación personal, junio 2023.)

El Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León (Conarte) juega un papel crucial en la economía creativa del estado, pero necesita fortalecimiento

En el municipio de Monterrey, por ejemplo, el año pasado tuve una iniciativa para generar unos fondos, fondos de emprendimiento, de incubación, pero con algunas particularidades adoptadas, por así decirlo, a los a las industrias creativas. No prosperó mucho porque en realidad no hubo mucha respuesta por parte de la comunidad a esa oferta, pero es un tema que hemos venido dialogando en la Secretaría de Desarrollo Económico del municipio y yo, en el sentido de poder acercar la oferta que el municipio generó a la comunidad artística, y bueno por parte en el caso de Conarte que es el organismo, digamos, encargado del tema del desarrollo artístico, la Escuela Adolfo Prieto es una instancia dentro de Conarte que ha empujado los últimos años, actividades de capacitación y reflexión sobre el tema de la economía creativa, pero no ha podido pasar de ese tipo de acciones, no ha tenido presupuesto, por ejemplo, para generar fondos ni vinculaciones con otras dependencias para generar otro tipo de mecanismos, en realidad se queda muy en la parte, pues de la conversación de la generación y de la visibilización de ciertos agentes del tema. Pues yo creo que ahora la industria por sí misma, es decir, las casas productoras de cine, de audiovisual que cada vez tienen más fuerza, más presencia, más proyección.

(Melissa Segura, comunicación personal, febrero 2023.)

(...) Para mí, el Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León es una parte importante, porque por medio de Conarte es donde se desarrollan los estímulos fiscales. En la interacción que llevo con ellos, es importante en el sentido y a nivel nacional, si hablamos de instituciones, está el Centro Mexicano para la Música y las Artes Sonoras de Morelia.

(Alejandro Padilla, comunicación personal, junio, 2023).

Lo único que recibimos era, pues, por parte de Conarte que tenían ayuda sobre todo que ellos tienen destinado, cierta cantidad para montar exposiciones. Y nosotros les encargamos de que, literal, nos prestaran o nos otorgaran cierto porcentaje de lo que tenían para las exposiciones, porque montamos estas exposiciones de Generación Decode que lo hacemos muy bien, y nos apoyaron con algo que tenían ahí. En alguna ocasión, con algunos vuelos, tal vez hotel. Pero así tal cual, en capital, así, flujo de dinero, no, jamás.

(Alexis Del Toro, comunicación personal, junio 2023.)

La intensidad creativa requiere formación y segmentación de públicos

No mirábamos a un solo público. Nosotros nunca hicimos un evento para el público general, que ese no existe. El público general no existe (...) Los públicos. Y entonces diseñamos, ¿no? con las bases y el sustento que ya traíamos de esa gran feria. Cogimos ese sustento y multiplicamos las acciones y los contenidos, y seguimos especializando la feria por públicos.

(Nubia Macías, comunicación personal, marzo, 2023.)

(...) formación de audiencias por medio de una enseñanza como lo tiene la escuela, es decir, que pudiera haber empleos en distintas partes con una enseñanza de esta forma, como lo hace Cuba o la URSS en su momento, donde los pueblos de todas partes enseñan a los niños y luego a los más dotados, los mandan a Moscú, los mandan a La Habana. Un poquito así, como tener en los municipios, tener gente que pueda estar viendo todos esos talentos y luego que se puedan centralizar en algún lado. Pero los otros no pueden seguir porque va a ser nuestro público. Se piensa que por dar un curso a la semana de música, por ponerles un concierto así, estás tomando público, pero no, el público es de años. Es decir, tienes que formar desde muy pequeños y estar constante. Siempre va a fallar. Obviamente va a haber números para la parte del programa político, va a haber números así. Nos juntamos en San Nicolás, la pusimos en Escobedo. Pusimos una orquesta y había 3,000 niños. Pero ellos se van a lo mejor. Es bonito que hayan interactuado, pero se van, y ya no va a ser un público constante. Hay que ser constante. Es una parte importante. También de lo que veo que es que daña mucho también a la formación de público y la formación de gente que pueda disfrutar la música, pero no nada más es sino daña al profesional aquí en México. No, nada más en Nuevo León, en todo México.

(Alejandro Padilla, comunicación personal, junio, 2023.)

La intensidad creativa requiere colaboraciones con la industria

Más recientemente, por ejemplo, estamos trabajando con la Colección FEMSA. Hemos hecho varias cosas desde algunos *websites*, algunas cosas de comunicación. A final de cuentas la colección siempre habla muy institucionalmente, porque así es FEMSA. Entonces le decíamos –ok, está bien, tienes tu vida institucional y hablas así. Realmente ese es el que usas hacia adentro, ¿pero hacia afuera?, ¿no deberías de usar otra cosa, no deberíamos de darnos permiso de contar esta historia diferente?. Y terminamos haciendo que al final de cuentas, quien habla de la colección es el arte.

(Eduardo Estrada, comunicación personal, mayo 2023.)

He logrado interesar y, además trabajo en conjunto con otras disciplinas, con otras personas, por ejemplo, historiadores. Esas son de las grandes satisfacciones que te te digo, qué padre trabajar en cosas que te enriquecen, que resultan interesantes y que además, pueden ayudarte a pagar las cuentas. Entonces me he interesado mucho en la historia de la ciudad.

(Roberto Ortiz, comunicación personal, marzo, 2023.)

El fortalecimiento a los clústeres, los apoyos fiscales y la integración del sector patrimonial al ecosistema son algunos de los retos más urgentes.

Pues precisamente a través de revivir y reestructurar la densidad en los distritos urbanos y obviamente el control fiscal que estábamos haciendo y por toda la investigación nos dimos cuenta que los centros se recuperaron. Va a ser mucho, mucho más atractiva, porque es en donde empezaron a ver que recuperaban espacios y hubo una intervención urbana muy importante a través de la creatividad y la innovación y se generó una economía verde.

(Betsabé Rocha, comunicación personal, mayo 2023.)

El primer proyecto importante fue el de la apertura de la zona (arqueológica) porque fue la motivación del primer sitio abierto al público que tuvo fechas de 8 mil años, solamente de arte rupestre, que a diferencia de Baja California, donde hay pintura, acá con más grabados, miles y miles de grabados. Y logramos por primera vez, la declaratoria presidencial de un sitio arqueológico con arte rupestre. Porque ni siquiera el de Baja California con pinturas tan famosas tiene numeración de patrimonio mundial, contienen declaratoria presidencial. Entonces es una categoría importante. La zona arqueológica se abrió. Es la única que hay abierta oficialmente el público, del INAH, con esa categoría en todo el norte de México, hasta que después se abrió las labradas en Sinaloa, también de grabado. Solamente hay tres en el país que tienen esta denominación, y bueno es la primera de Nuevo León, hasta la fecha. El siguiente proyecto es el del estudio del arte rupestre en general de este lugar que nadie sabía que tenía tanto. Tenemos cientos de sitios con miles de roca con grabados. Entonces el estudio de esto, eh? Por supuesto, le dio el mismo lugar que nada más se pensaba en Baja California. Y el tercero, nuestro proyecto de investigación de prehistoria, donde han encontrado una cueva que tenemos con fechas de hace 12,000 años, tenemos artefactos, tenemos toda la secuencia.

(...) el problema que tenemos nosotros es que siempre vamos a competir con Mesoamérica. O sea, la gente siempre, nos llegó a pasar que me dijeron alguna vez, personas que tenían recursos económicos importantes, qué bueno que te conocimos porque queríamos, nosotros teníamos la intención de invertir en la zona arqueológica. Y yo decía –pues bueno, había que ver, hay mecanismos, hay forma de hacerlo. Pero todo tiene que ser regulado por el instituto, afuera de los polígonos. Entonces, ya cuando me dice, no pero en zona maya y eran de aquí. Nunca pensaron, ni se les pasó por la cabeza invertir en una zona arqueológica de Nuevo León. Pues es que podrían invertir afuera del polígono, hay varias cosas, pero ellos pensaban directamente en Mesoamérica, en el área maya. Entonces ese es el actor principal, que la gente, la monumentalidad que hay dentro del centro de México y del sur, es muy complicado competir. Pero eso no quiere decir que cuando la gente llega a nuestra zona, y le da la visita y la explicación la arqueóloga, la gente sale fascinada. Entonces, no es problema del sitio, es problema de la difusión y la tradicional visión que tiene la gente paternalista del bien, como bien monumento, a un bien que no ven como monumento, dicen “aquí no hay nada” porque no ven pirámide.

(Moisés Valadez, comunicación personal, mayo 2023.)

La crisis por el COVID-19 impactó de manera diferenciada al sector creativo de Nuevo León

Pues mira principalmente flujo de efectivo. Había muchos proyectos que teníamos, ahí si no puedo decir con quién, pero te lo juro que el día que estábamos, según yo me acuerdo. Entramos en, bueno que se oficializó la pandemia. Creo que fue un jueves, si no me falla la memoria. El miércoles estábamos en una junta de un proyecto que si estaba bastante grande, o sea, era 50 ó 60 % de la facturación del año; que ya habíamos participado, ya habíamos ganado, ya se había pitchado. O sea, de hecho, ya íbamos a arrancarlo, y llegamos a la junta y nos dicen –oigan, pues vamos a poner en pausa todo, absolutamente todo, menos los pagos de cosas de ultra primera necesidad de la empresa– Y fue así como que, órale. Y yo también dije –no, pero bueno, no pasa nada. Tres meses. Bueno, hasta en seis meses. Es más, el próximo año lo empezamos. Y pues no, ese proyecto ya nunca se empezó. Sí, te lo comento. Entonces, si en ese sentido al principio, sí, hubo toda la incertidumbre. Sí, estuvo pesadón eso. Creo que sobre todo eso fue de incertidumbre y de proyectos que se detuvieron. Gente que de pronto quería hacer muchas cosas de pasar procesos a digital. Interés de todo mundo, de hecho, no me acuerdo el mes exacto de la pandemia. Pero me acuerdo que hubo un mes que yo le decía –oye, hemos cotizado más que en los últimos, no sé, seis años. O sea de verse una cosa absurda del número de cotizaciones que se querían hacer, pero ninguna se hacía. Nadie se aventaba a hacer los proyectos, o muy poquitos. Pero hubo muchísimo interés de pasar procesos a digital, pero no había el efectivo o no se aventaban, y proyectos cancelados. Realmente creo que eso fue lo que nos pegó.

(Óscar Estrada, comunicación personal, junio 2023.)

Apliqué al Sistema Nacional de Creadores de Arte y sí, fui seleccionado por tres años. Lamentablemente me tocó en el mero periodo de la pandemia del confinamiento, tuve que modificar mi proyecto, y resultó en algo que me pareció muy interesante que fueron una serie de excursiones a la ciudad cuando la ciudad estaba vacía. Entonces, muy pocas ocasiones he recibido apoyos institucionales. Sí te puedo decir que he colaborado con el Conarte que es organismo público descentralizado. He colaborado con ellos desde el principio en una relación donde hago algo de trabajo profesional para Conarte como registro de exposiciones y registro de obra para catálogos y cosas de este tipo.

(Roberto Ortiz, comunicación personal, marzo 2023.)

El turismo es el lenguaje que hilvana la experiencia de la economía creativa

Me gustaría empezar diciendo que nuestro segmento principal es un turismo de negocios, Como bien lo sabes, es la capital industrial. Claro que sucede todo esto. Todo este *business*. Sin embargo, desde que llegamos a la Secretaría vimos la oportunidad de diversificar nuestros productos y trabajar en otros segmentos que no nada más son el turismo, el turismo de negocios. O sea, nos dimos cuenta que nuestros pueblos están llenos de una riqueza patrimonial, que tenemos una gastronomía muy, muy rica, muy llena de sabores que nos había estado dando a conocer al mundo. O sea, muchas veces ni el propio regiomontano, ni el propio neoleonés conoce lo que hay más allá de Santiago, que es nuestro primer pueblo mágico. Entonces es por esto que nos hemos dado a la tarea de trabajar con los tour-operadores, de trabajar con los alcaldes y de posicionar y de dar a conocer toda estas riquezas que tenemos. O sea, nos llamamos la ciudad de las montañas. Hay montañas por todos lados, o sea, tenemos una gran riqueza natural y no la estamos dando a conocer al mundo.

Me gustaría platicarte sobre Potrero Chico, es una de las montañas *top* número uno en el mundo que en este tiempo de frío aquí de noviembre a principios de marzo, es una temporada alta. Si vienen cantidad de europeos, cantidad de americanos a escalar esta montaña y a lo mejor aquí la gente ni conoce que está, que está este tipo de atractivos. Entonces pues eso es un poco de lo que de lo que estamos haciendo.

Entonces ellos (los viajeros) no deciden venir a Monterrey, a ellos los mandan y ahí es donde están nuestro pues nuestra oportunidad simple de lograr ganar a esa persona que ya viene, que ya está aquí para que salga a conocer los museos, el paseo Santa Lucía, que salga este a los espectáculos y todo esto, ¿no? Y ahí hay que combinar esto que se llama *pleasure*, no que es el turismo de negocios con el turismo, con el turismo de placer sí, porque sin duda puedes venir a participar a un congreso y convenciones y te queda la tarde libre. Y yo te tengo que dar esas opciones. Está Chipinque, que aquí en San Pedro, es una montaña espectacular. Estás a 20 minutos de Santiago, Pueblo Mágico, donde vas a encontrar una gran riqueza de gastronomía o el pueblito típico donde puedes caminar, la parroquia, donde puedes ver muchas cosas. Y eso es parte de lo que estamos trabajando aquí en la Secretaría de Turismo, con todos nuestros organismos que pertenecen al sector turismo, de diversificar y encontrar esos productos que con los que vamos a poder sobresalir y diferenciarnos del resto del país.

(Maricarmen Martínez, comunicación personal, mayo 2023.)

La economía creativa debe vincularse al capital de las oficinas familiares (*family offices*)

En Nuevo León tenemos más *family offices*, o sea que tenemos más lana para invertir y son los que menos invierten en emprendimientos nuevos. Se van por lo tradicional, por el parque industrial, por una bodega que le va a dar rentas y se van a lo seguro. Entonces imagínate, ya quisiera Latinoamérica tener las familias que tenemos nosotros, el capital que está aquí en nuestro estado, pero si no les presentamos proyectos que valgan la pena que apoyar, se van a ir por lo conservador, se van a ir con lo que siempre saben.

(Betsabé Rocha, comunicación personal, mayo 2023.)

d4. ¿Qué indica la encuesta?

La encuesta se realizó de acuerdo con el instrumento disponible en el anexo 10 y fue realizada de abril a mayo del 2023 de manera abierta mediante las redes sociales de la Secretaría de Cultura, CONL y CENTRO. Se recabaron 288 respuestas al cierre de este informe, las cuales quedaron por debajo de la representatividad necesaria (374 respuestas) considerando que el universo de unidades económicas del sector es superior a 13,000 (DENUE, 2023). El instrumento completo puede consultarse en el [anexo 10](#).

► Género

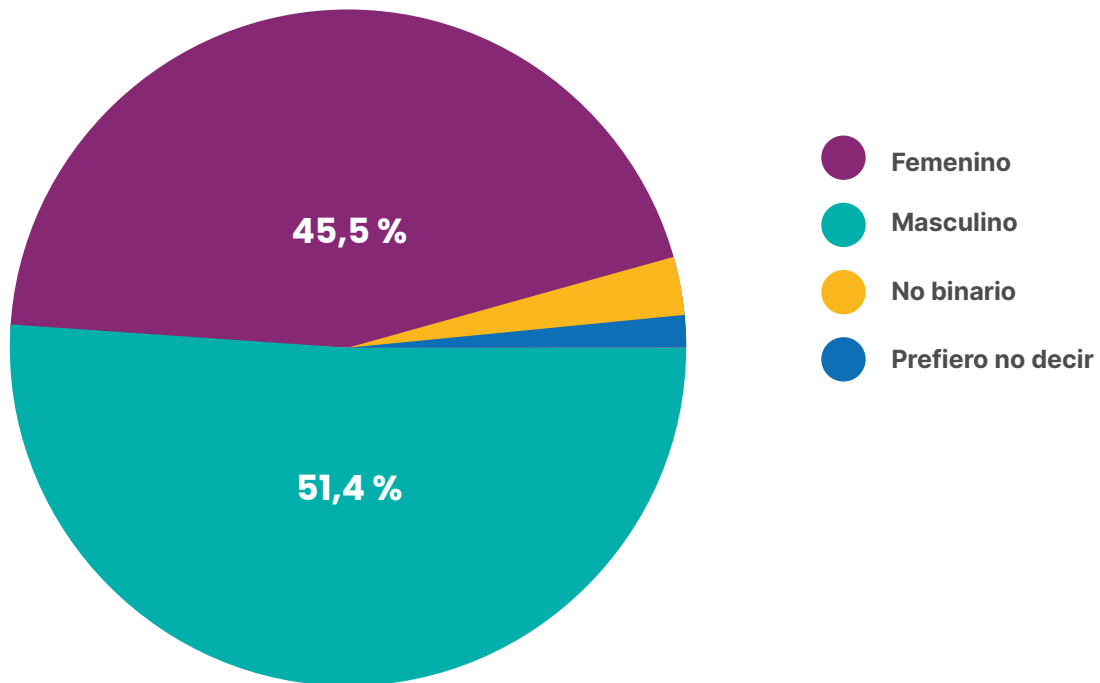


Figura 26. Género de las personas encuestadas.
Fuente: Encuesta, 2023.

► Rango de edades

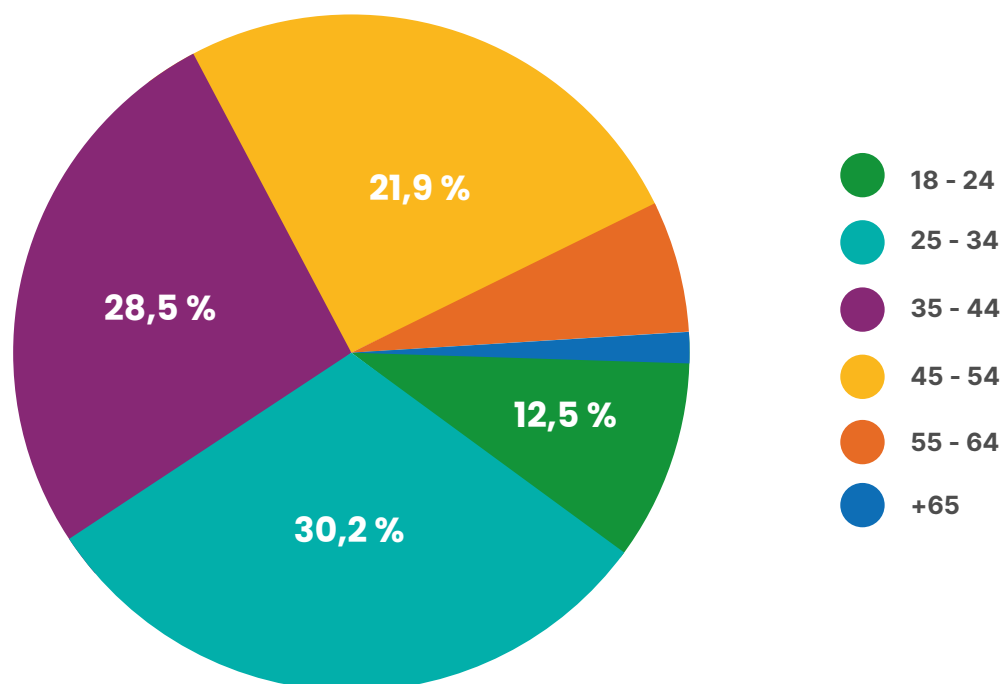


Figura 27. Rango de edad de las personas encuestadas.
Fuente: Encuesta , 2023.

La mayor parte de las personas que respondieron la encuesta se encuentran en un rango de los 25 a los 34 años, si bien también participaron respondentes de entre 45-54 y 35-44, siendo menor la participación de actores de 55 años o más.

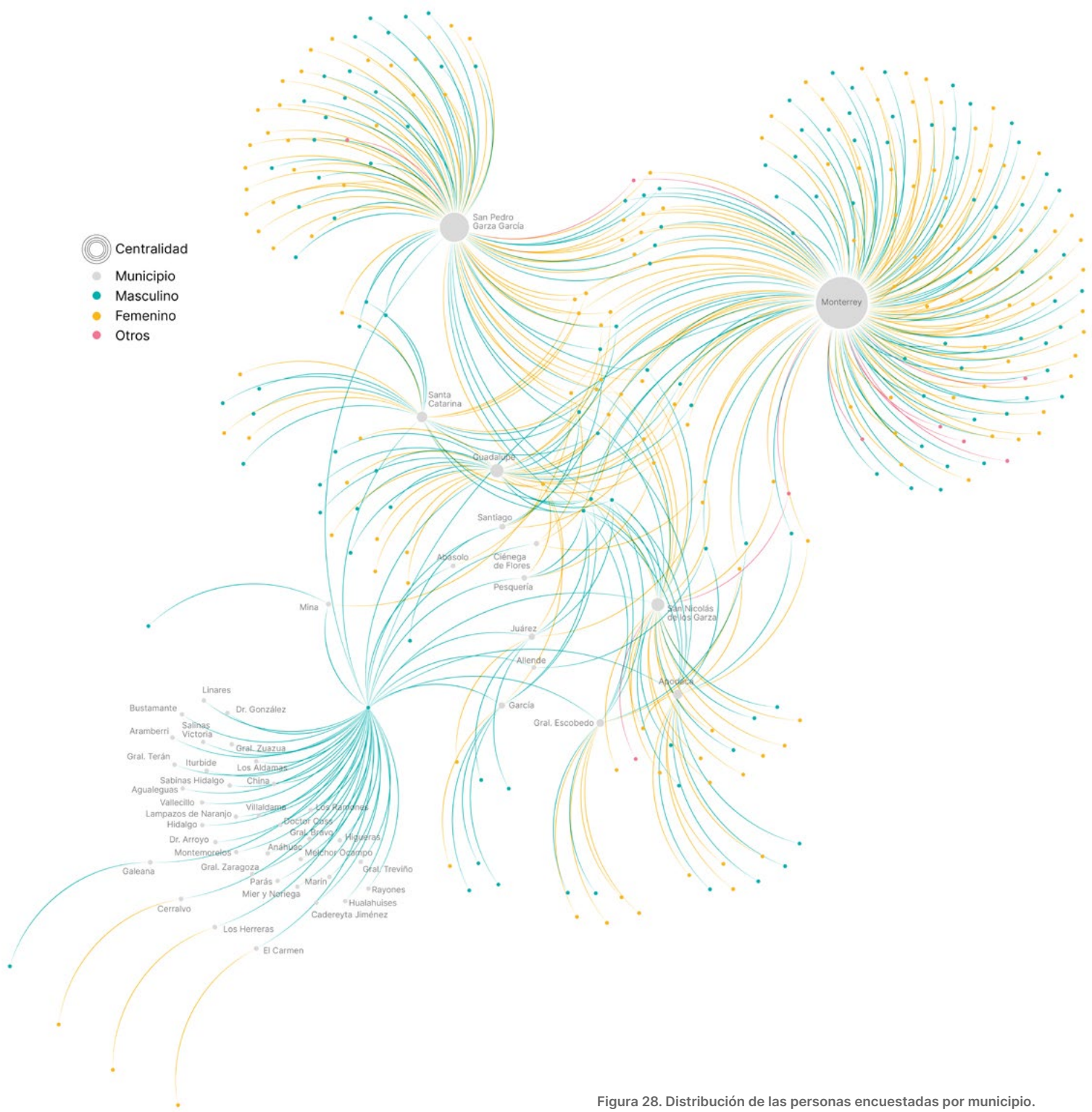


Figura 28. Distribución de las personas encuestadas por municipio.
Fuente: Elaboración propia con información de la Encuesta , 2023.

En esta tabla se aprecia que, si bien la mayor parte de actores del sector creativo que respondieron la encuesta se ubican en Monterrey, también se identificaron actores en otros municipios como Apodaca, Guadalupe, San Pedro Garza García, San Nicolás de los Garza y Santa Catarina, entre otros.

► Recibe algún tipo de apoyo para realizar su trabajo

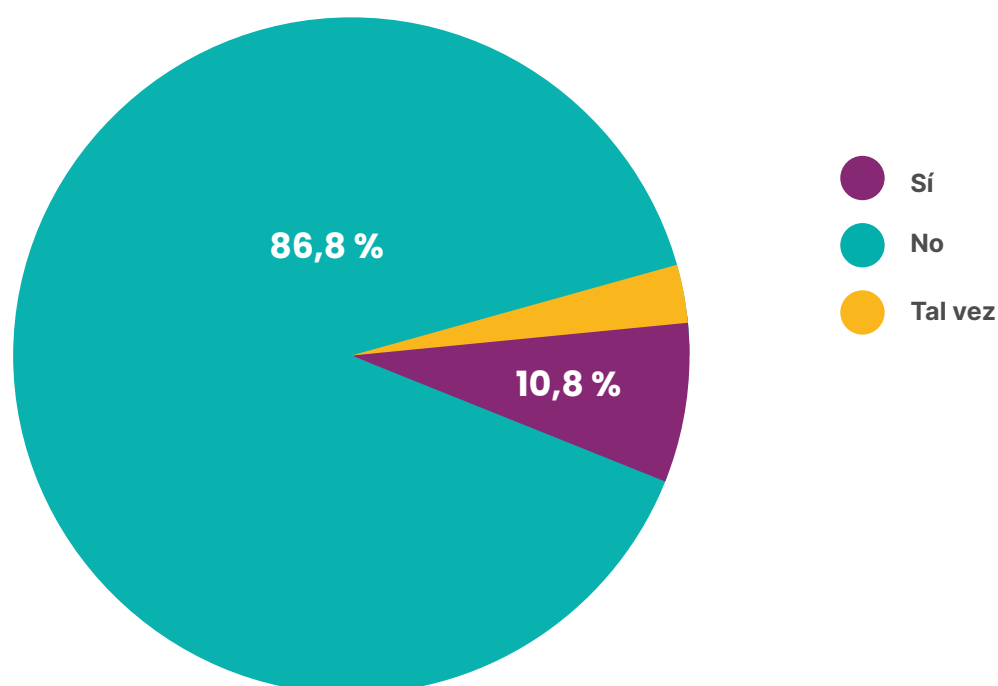


Figura 29. Apoyos recibidos por las personas encuestadas.
Fuente: Elaboración propia con información de la Encuesta , 2023.

Resulta significativo que la mayor parte de las personas respondientes declaran no recibir apoyos de ningún tipo para realizar su trabajo, si bien en las entrevistas se hizo patente la importancia que las becas, los fondos, los programas de intercambio y las pasantías tienen para el desarrollo de las destrezas y habilidades creativas.

d5. ¿Qué indican los datos estadísticos?

Los indicadores más habituales para medir la intensidad creativa en una geografía se expresan en la tabla 5: (CONL, 2021; Bakshi, 2020; Department for Culture, Media & Sport, 2016):

Indicador	Medición con base en los datos disponibles	Fuente
Aportación estatal de la economía creativa (2019)	76,730.64 millones de pesos de producción bruta total, lo que representa el 7.78% del total de la producción en economía creativa nacional, equivalente a 986,635.33 millones de pesos.	Con información del Censo Económico Cultura (NL y Nacional, SCIAN).
Gasto estatal mensual total en economía creativa (2018)	Gasto estatal mensual total en economía creativa (gasto público + gasto de los hogares): 49,271.9 millones de pesos	Con información de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2018 (INEGI), la Cuenta Satélite de la Cultura en México (INEGI) y la Comisión Nacional de Población (CONAPO).
Categorías de la economía creativa y su participación en el valor agregado generado por este sector en 2019	Arquitectura, diseño y servicios creativos: 49.66 % Artes escénicas y espectáculos: 0.96 % Artes visuales y plásticas: 2.19 % Artesanías: 17.28 % Libros, impresos y prensa: 7.80 % Medios audiovisuales: 18.47 % Música y conciertos: 0.79 % Patrimonio cultural y material: 2.85 %	Con información de los Censos Económicos 2019, INEGI.
Número de unidades económicas vinculadas a la economía creativa en Nuevo León (2019 vs. 2022)	Entre 2019 y 2022, estas unidades económicas crecieron en un 18.41%.	Con información del DENUE-INEGI.
Número de trabajadores remunerados en el sector creativo de Nuevo León (2019)	La economía creativa en Nuevo León empleó a 90,982 personas remuneradas, lo que corresponde al 7.32% del personal remunerado total en la entidad.	Con información del Censo Económico INEGI, 2019
Índice estatal de competitividad por sectores de innovación (2023)	Índice de competitividad estatal muy alto.	Con información de IMCO, 2023
Patentes por cada 100 mil habitantes de la población económica activa en el estado (2023)	4,5 ¹³	Con información de IMCO, 2023

¹³ Como referencia, en 2023 Jalisco desarrolló 4.4 patentes por cada cien mil personas económicamente activas, siendo el estado en la segunda posición de más innovación, de acuerdo con el IMCO.

Complejidad económica en sectores de innovación (incluye ECI (índice de complejidad económica regional) (2023)	Nuevo León es el estado más complejo del país de acuerdo con el <i>ranking</i> ECI. Al desagregar el <i>ranking</i> de industrias a nivel estatal, se identifican “Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados”, “Servicios de publicidad y actividades relacionadas” como los rubros de mayor complejidad vinculados a actividades creativas y culturales.	Con información de IMCO, 2023
Matrícula en carreras vinculadas a la economía creativa y cultural (2023)	De acuerdo con Data México, para el periodo 2021-2022, las carreras de Diseño industrial, de Moda e Interiores registraron un incremento del 615 % (el más alto del estado). Por su parte, desarrollo de <i>software</i> registró un incremento del 14,7 % y diseño y comunicación gráfica y editorial, un 11,6 %. Pese a lo anterior, la carrera más estudiada para el mismo periodo fue derecho (7,5 %).	Con información de Data México 2022
Gasto nacional o local en investigación y desarrollo para la innovación	Datos no disponibles	
Gasto en emprendimiento en el ámbito creativo y cultural	Datos no disponibles	

Tabla 5. Corte de indicadores de la economía creativa y cultural en Nuevo León.
Elaboración propia con información de CONL, 2021; Bakshi, 2020; Department for Culture, Media & Sport, 2016.

Esta aproximación apunta a varias conclusiones: la primera es que la economía creativa es un sector vibrante y expansivo en Nuevo León; la segunda es que, aunque hay huellas indiscutibles de la actividad en el estado, el sector creativo aún no alcanza su máximo potencial. Para lograrlo deben implementarse las condiciones necesarias para propiciar la vinculación interna y la inversión pública y privada a nivel estatal.

La tercera conclusión se refiere al subregistro de datos y cortes indispensables para evaluar periódicamente la intensidad creativa a nivel estatal y por municipio, lo cual señala una asignatura pendiente que requiere atención prioritaria. La ejecución del mapa de ruta requerirá, entre otras medidas, la generación periódica de los indicadores que harán posible la evaluación del desempeño.

Para una exploración más completa del estatus de los indicadores directos y *proxy*, se sugiere consultar la sección “Indicadores” de la matriz de marco lógico incluida en el [anexo 11](#).

e. Compendio de políticas, planes y programas de industrias creativas en los países de referencia, nacional y estados que cuenten con ellas

El marco normativo de la economía creativa en México comprende la [Ley General de Cultura y Derechos Culturales](#) y el [marco jurídico por estado](#) disponible para consulta en el Sistema de información cultural del Gobierno de México, el cual incluye los siguientes instrumentos estatales.¹⁴



Aguascalientes

[Acuerdo por el que se adiciona un conjunto de Indicadores Clave en materia de Cultura al Catálogo Nacional de Indicadores](#)

[Decreto de Creación del Instituto Cultural de Aguascalientes](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Aguascalientes, Aguascalientes](#)

[Ley de Protección y Fomento del Patrimonio Cultural del Estado de Aguascalientes](#)

[Reglamento del Instituto Municipal Aguascalentense para la Cultura](#)



Baja California

[Constitución del Instituto Municipal de Cultura y Desarrollo Humano de Ensenada](#)

[Acuerdo de Creación del Instituto Municipal de Arte y Cultura de Mexicali](#)

[Reglamento Interior del Instituto Municipal de Arte y Cultura de Mexicali](#)

[Ley de Preservación del Patrimonio Cultural del Estado de Baja California](#)

[Ley de Fomento a la Producción Artesanal del Estado de Baja California](#)

[Ley del Instituto de Cultura de Baja California](#)

[Ley para la Promoción, Fomento y Desarrollo de la Industria Cinematográfica y Audiovisual del Estado de Baja California](#)



Baja California Sur

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Santa Rosalía, B. C. S.](#)

[Ley de Creación del Instituto Sudcaliforniano de Cultura](#)

[Ley del Sistema Estatal de Archivos del Estado de Baja California Sur](#)



Campeche

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Becán](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Dzibilnocac](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Edzná](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como El Tigre](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Xpuhil](#)

[Ley de Archivos del Estado de Campeche](#)

[Ley de Fomento de las Actividades Artesanales del Estado de Campeche](#)

[Ley de Tránsito en el Camino de Acceso a la Zona Arqueológica de Calakmul](#)

[Ley que Crea el Instituto de Cultura de Campeche](#)

[Ley que Crea el Premio Estatal de Periodismo](#)

¹⁴ Excepto en el caso de los instrumentos que, pese a estar organizados en el segmento de Ciudad de México, son de carácter federal. No se incluyen los instrumentos abrogados.

Coahuila

[Decreto de Creación del Instituto Coahuilense de Cultura](#)

[Decreto de Creación del Instituto Municipal de Cultura y Educación de Torreón, Coahuila](#)

[Decreto por el que se declara Patrimonio Cultural del Estado, la Biblioteca que perteneció al Ing. Vito Alessio Robles](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad Parras de la Fuente, Municipio Parras de la Fuente, Coahuila](#)

[Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Coahuila de Zaragoza](#)

[Reglamento de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Coahuila de Zaragoza](#)

[Reglamento del Instituto Municipal de Cultura de Saltillo, Coahuila](#)

[Reglamento Interno Instituto Municipal de Cultura de Piedras Negras](#)

Colima

[Atribuciones de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Colima](#)

[Decreto de Creación Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Colima](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de Comala, Estado de Colima](#)

[Ley de Patrimonio Municipal para el Estado de Colima](#)

[Ley que crea al Archivo Histórico del Municipio de Colima](#)

[Reglamento del Instituto Municipal de Cultura de Manzanillo, Colima](#)

Chiapas

[Decreto de Ley Orgánica del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Chiapas](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Chiapa de Corzo](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Comitán de Domínguez](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Bonampak, ubicada en el Municipio de Ocosingo](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Izapa](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Palenque, ubicada en el Municipio de Palenque](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Toniná, ubicada en el Municipio de Ocosingo, Chis.](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Yaxchilán](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Yaxchilán](#)

[Ley de Derechos y Cultura Indígenas del Estado de Chiapas](#)

[Ley de Protección de Monumentos y Sitios del Estado de Chiapas](#)

[Ley Orgánica del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Chiapas](#)

Chihuahua

[Acuerdo número 289, por el que se declara monumento artístico el inmueble conocido como Quinta Gameros](#)

[Decreto de Creación del Instituto de Cultura del Municipio de Chihuahua](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Hidalgo del Parral](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Valle de Allende](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Cuarenta Casas](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Paquimé](#)

[Ley del Instituto Chihuahuense de la Cultura](#)

[Ley del Patrimonio Cultural del Estado de Chihuahua](#)



Ciudad de México

[Acuerdo del Pleno de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas](#)

[Acuerdo Fomento a la Gastronomía Mexicana](#)

[Acuerdo intersecretarial que establece la clasificación y codificación de los bienes considerados monumentos históricos o artísticos](#)

[Acuerdo mediante el cual se destina al servicio de la Secretaría de Educación Pública el inmueble ubicado en la calle de Arenal número 40](#)

[Acuerdo número 151 por el que se delegan facultades en el Presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes](#)

[Acuerdo número 202 por el que se declara monumento artístico el inmueble ubicado en la calle Berlín números 36 y 38](#)

[Acuerdo número 203 mediante el cual se modifica el diverso número 22, por el que se establecen las funciones de Radio Educación](#)

[Acuerdo número 306 por el que se determinan las bases generales para la reorganización de la Escuela Nacional de Conservación](#)

[Acuerdo número 307 por el que se declaran Monumentos Artísticos las Obras Plásticas producidas por la Artista Remedios Varo Uranga](#)

[Acuerdo número 336, mediante el cual se declara Monumento Artístico la casa habitación ubicada en la calle de Valladolid número 52](#)

[Acuerdo por el que el Instituto Nacional de Antropología e Historia se encargará de la custodia y vigilancia de la presea y pergamino que simboliza el Premio Nobel de la Paz a que fue acreedora la ciudadana guatemalteca Rigoberta Menchú Tum, en el Museo del Templo Mayor de la Ciudad de México](#)

[Acuerdo por el que los bienes e instalaciones dependientes del INAH no serán utilizados con fines ajenos a su objeto o naturaleza](#)

[Acuerdo por el que se corrige la denominación de la Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de cine, radio, televisión y videogramas](#)

[Acuerdo por el que se crea la Comisión Nacional para la Preservación del Patrimonio Cultural](#)

[Acuerdo por el que se da a conocer la línea de acción arreglo de fachadas inscrita en el programa imagen y desarrollo urbano del centro histórico](#)

[Acuerdo por el que se expide el Plan Integral de Manejo del Centro Histórico de la Ciudad de México](#)

[Acuerdo presidencial que establece las bases mínimas para resguardar los bienes culturales que albergan los museos](#)

[Acuerdo que establece el Sistema Nacional de Creadores de Arte](#)

[Acuerdo-circular que contiene disposiciones del Director del Instituto Nacional de Antropología e Historia](#)

[Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículo 4](#)

[Convenio de cooperación e intercambio cultural que para la constitución y funcionamiento de la red nacional de información cultural](#)

[Convenio de Intercambio Cultural entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Italiana](#)

[Decreto de Reforma de la Ley Orgánica del Instituto Nacional de Antropología e Historia](#)

[Decreto de transformación de Instituto de Cultura de la Ciudad de México a Secretaría de Cultura del Distrito Federal](#)

Decreto por el que se aprueba el diverso por el que se adicionan un segundo y tercer párrafos al artículo 1o., se reforma el artículo 2o., se deroga el párrafo primero del artículo 4o.; y se adicionan un sexto párrafo al artículo 18, y un último párrafo a la fracción tercera del artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Derechos de los Pueblos y Comunidades Indígenas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos)

Decreto por el que se crea el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública que ejercerá las atribuciones de promoción y difusión de la cultura y las artes

Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Histórico en la Delegación Coyoacán

Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos denominada Centro Histórico de la Ciudad de México

Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Delegación de Azcapotzalco

Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Delegación de Tlalpan

Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Delegación de Villa Álvaro Obregón de la Ciudad de México, D.F.

Decreto por el que se promulga el Acta de París del Convenio de Berna para la Protección de las Obras literarias y artísticas hecha en París, Francia

Decreto por el que se promulga el texto de la Convención de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas

Decreto Promulgatorio del Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas

Decreto que establece las características de la segunda moneda de plata conmemorativa del Quinto Centenario del Encuentro de Dos Mundos

Decreto que reforma y adiciona el diverso por el que se crea el organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano de la Radio

Estatuto Orgánico del Fondo de Cultura Económica

Estatuto Orgánico del Fondo de Cultura Económica

Ley de Espacios Culturales Independientes de la Ciudad de México

Ley de Fomento al Cine Mexicano de la Ciudad de México

Ley de Fomento al Cine Mexicano en el Distrito Federal

Ley de Fomento para la Lectura y el Libro

Ley de Fomento para la Lectura y el Libro de la Ciudad de México

Ley de Imprenta

Ley de Patrimonio Cultural, Natural y Biocultural de la Ciudad de México

Ley de Premios, Estímulos y Recompensas Civiles

Ley de Protección del Patrimonio Cultural de Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas

Ley Federal de Cinematografía

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión

Ley Federal del Derecho de Autor

Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal

Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos

Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos; Artículos Transitorios de Decretos de Reforma

Ley General de Bibliotecas

Ley General de Bienes Nacionales

[Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas](#)
[Ley General de Educación](#)
[Ley Orgánica del Instituto Nacional de Antropología e Historia](#)
[Ley Orgánica del Seminario de Cultura Mexicana](#)
[Ley para la Celebración de Espectáculos Públicos en el Distrito Federal](#)
[Ley que crea el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura](#)
[Manual de Organización General de la Secretaría de Cultura](#)
[Normas generales de seguridad para los museos del Instituto Nacional de Antropología e Historia](#)
[Programa de Fomento para el Libro y la Lectura: México lee \(establecido en el artículo 5 de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro\)](#)
[Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal](#)
[Reglamento de la Ley de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematografía](#)
[Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía](#)
[Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor](#)
[Reglamento de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricos](#)
[Reglamento de la Ley Orgánica del Instituto Nacional de Antropología e Historia](#)
[Reglamento del Archivo General de la Nación](#)
[Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos](#)
[Reglamento Interior de la Secretaría de Cultura Federal](#)
[Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública](#)
[Reglas de Operación de los Programas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes](#)
[Reglas de Operación de los Programas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes](#)
[Reglas de Operación de los Programas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes Fondo de Apoyo a Comunidades para Restauración de Monumentos y bienes artísticos de propiedad federal](#)
[Reglas de Operación de los Programas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes Sistema Nacional de Creadores de Arte](#)
[Reglas de Operación de los Programas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Programa de Fomento Musical](#)
[Reglas de Operación de los Programas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes](#)
[Reglas de Operación del Fideicomiso para la Cineteca Nacional](#)
[Resolución del Instituto Nacional del Derecho de Autor por la que se autoriza la constitución de una sociedad de gestión colectiva denominada Sociedad de Autores de Obras Visuales Imagen del Tercer Milenio](#)



Durango

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Durango, Dgo.](#)
[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de Pozos Estado de Guanajuato](#)
[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como La Ferrería](#)
[Ley del Patrimonio Cultural del Estado de Durango](#)
[Ley para el Desarrollo y Fomento al Turismo en el estado de Durango](#)



Guanajuato

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de Dolores Hidalgo](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de San Miguel de Allende, estado de Guanajuato](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como La Organera-X](#)

[Ley de Fomento y Difusión de la Cultura para el Estado de Guanajuato y sus Municipios](#)

[Reglamento del Instituto Cultural de León](#)

[Reglamento del Instituto Municipal de Cultura de Acámbaro, Guanajuato](#)

[Reglamento Interior del Instituto Municipal de Cultura, Arte y Recreación de Irapuato, Guanajuato](#)

[Reglamento para la Protección, Mejoramiento y Conservación de la Imagen Urbana y del Patrimonio Cultural del Municipio de León](#)



Guerrero

[Decreto con número 787, por medio del cual se reforman, adicionan, y derogan, diversos preceptos de la ley de protección y fomento a las artesanías del estado de Guerrero](#)

[Decreto de Creación de la Secretaría de Cultura de Guerrero](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Taxco de Alarcón, Gro](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Palma Sola](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Históricos la del poblado de Ixcateopan, Edo. de Guerrero](#)

[Ley de Fomento a la Cultura](#)

[Ley número 239 para el Fomento y Desarrollo de la Cultura y las Artes del Estado de Guerrero](#)

[Ley número 701 de Reconocimiento, Derechos y Cultura de los Pueblos y Comunidades Indígenas del Estado de Guerrero](#)



Hidalgo

[Decreto de Creación del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Hidalgo](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Tula](#)

[Ley de Archivos del Estado de Hidalgo](#)

[Ley de Fomento Artesanal Para el Estado de Hidalgo](#)

[Ley de Fomento para la Lectura y el Libro del Estado de Hidalgo](#)

[Ley de fomento y protección a la zona típica de Atotonilco El Chico, para el Estado de Hidalgo](#)

[Ley que crea el canal de televisión del Gobierno del Estado de Hidalgo](#)

[Ley sobre protección y conservación arquitectónica de la zona de Huichapan para el Estado de Hidalgo](#)

[Ley sobre protección y conservación arquitectónica de la zona de Tepeapulco y comunidades aledañas para el Estado de Hidalgo](#)

[Ley sobre protección y conservación arquitectónica de la zona de Zempoala y comunidades aledañas](#)

[Ley sobre Protección y Conservación del Centro Histórico y del Patrimonio Cultural de la ciudad de Pachuca de Soto, Hgo.](#)



Jalisco

[Decreto de Creación del Consejo Estatal de la Cultura y las Artes de Jalisco](#)

[Decreto mediante el cual se crea el Consejo Estatal de Desarrollo Artesanal del Estado Jalisco](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Lagos de Moreno, Estado de Jalisco](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de San Miguel El Alto](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Ixtapa, Municipio de Puerto Vallarta, Jal.](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Históricos la Calzada conocida como El Albarradón](#)

[Decreto por el que se revoca única y exclusivamente por lo que hace a 2-6-49.221 hectáreas](#)

[Decreto que Crea la Ley Orgánica del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión](#)

[Ley de Fomento a la Cultura del Estado de Jalisco](#)

[Ley de Patrimonio Cultural del Estado de Jalisco y sus Municipios](#)

[Ley Orgánica del Instituto Cultural Cabañas](#)

[Ley que crea el Instituto Jalisciense de Antropología e Historia con el carácter de institución descentralizada](#)

[Reglamento de la Ley de Fomento a la Cultura](#)

[Reglamento de la Ley del Patrimonio Cultural de Jalisco](#)

[Reglamento del Consejo de Crónica y la Historia del Municipio de Guadalajara](#)

[Reglamento del Consejo Municipal para el Fomento de la Cultura en el Municipio de Guadalajara](#)

[Reglamento del Consejo para la Cultura y las Artes en el Municipio de Guadalajara](#)

[Reglamento del Programa de Redensificación de Inmuebles y Conservación del Patrimonio Cultural de Guadalajara](#)

[Reglamento Interior de la Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco](#)

[Reglamento Interno del Consejo Estatal de la Cultura y las Artes de Jalisco](#)

[Reglamento para la Zona denominada como Centro Histórico, Barrios y Zonas Tradicionales de Guadalajara](#)



Estado de México

[Decreto de creación de la Secretaría de Cultura del Estado de México](#)

[Decreto por el que se declara de utilidad pública la conservación de los Monumentos Arqueológicos](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de Huexotla](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de Santa Clara](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Acozac](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Calixtlahuaca](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Teotihuacan](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Tetzcotzincó](#)

[Instituto Municipal para la Cultura y las Artes de Naucalpan](#)

[Reglamento Interior de la Secretaría de Cultura](#)

[Reglamento Interior del Instituto Municipal para la Cultura y las Artes de Naucalpan de Juárez, México Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como El Conde](#)

[Reglamento Municipal de Cultura de Tlalnepantla de Baz, Estado de México](#)

[Reglamento para el Funcionamiento del Patronato Cultural Otomí](#)



Michoacán

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Acuitzio del Canje, Municipio del mismo nombre, Estado de Michoacán](#)

[Decreto Administrativo de Extinción del Instituto Michoacano de Cultura](#)

[Decreto por el que se crea la Secretaría de Cultura de Michoacán](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Morelia, Mich.](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Pátzcuaro, Mich.](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Tlalpujahua](#)

[Ley de Desarrollo Cultural del Estado de Michoacán](#)

[Ley del Patrimonio Estatal](#)

[Ley que Cataloga y Prevé la Conservación, Uso de Monumentos, Zonas Históricas, Turísticas y Arqueológicas del Estado de Michoacán](#)



Morelos

[Decreto que crea el Instituto de Cultura de Cuernavaca](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Chalcatzingo](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Yautepec](#)

[Estatuto Orgánico del Instituto de Cultura de Morelos](#)



Nayarit

[Decreto de la Creación del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Nayarit](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de Mexcaltitán](#)

[Ley de Fomento para la Creación de Libros y la Lectura del Estado de Nayarit](#)

[Ley de Archivos del Estado de Nayarit](#)

[Ley de Conservación, Protección y Puesta en Valor del Patrimonio Histórico y Cultural del Estado de Nayarit](#)

[Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Nayarit](#)



Nuevo León

[Decreto por el que se declara monumento artístico el elemento escultórico conocido como Faro de Comercio](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Boca de Potrerillos](#)

[Ley que crea el Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León](#)

[Ley que crea el organismo público descentralizado denominado Museo de Historia Mexicana](#)

[Decreto por el que se crea el Festival Internacional Santa Lucía](#)

[Estímulo Fiscal a la Creación, Artículo 159 bis, de la Ley de Hacienda del Estado de Nuevo León](#)

[Marco jurídico estatal:](#)

[Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nuevo León](#)

[Ley de Planeación Estratégica del Estado de Nuevo León](#)

[Plan Estatal de Desarrollo 2022 – 2027](#)

[Ley Orgánica de la Administración Pública para el Estado de Nuevo León](#)

[Reglamento Interno de Secretaría de Cultura](#)

[Acuerdo de sectorización de las entidades que conforman la administración pública paraestatal](#)

[Ley que Crea el Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León](#)

[Ley de Hacienda del Estado de Nuevo León](#)

[Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia](#)

[Ley para la Igualdad entre Hombres y Mujeres del Estado de Nuevo León](#)

[Ley de Participación Ciudadana para el Estado de Nuevo León](#)

[Ley de los Derechos de las Personas Indígenas y Afromexicanas en el Estado de Nuevo León](#)

[Ley para la Protección de los Derechos de las Personas con Discapacidad](#)

[Ley de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes para el Estado de Nuevo León](#)

[Ley de Educación del Estado](#)



Oaxaca

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Históricos la Ciudad de Oaxaca de Juárez, Oax.](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de San Pedro y San Pablo Teposcolula, Oax.](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Mitla](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Monte Albán Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Zaachila, Municipio del mismo nombre, Oax.](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Yagul](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Yagul](#)

[Decreto-Ley de Creación del Instituto Oaxaqueño de las Culturas](#)

[Ley del Patrimonio Documental del Estado de Oaxaca](#)

[Ley sobre Protección de Monumentos Coloniales, Artísticos e Históricos y Poblaciones Típicas del Estado de Oaxaca](#)



Puebla

[Acuerdo número 318 por el que se revoca el diverso número 288, mediante el que se declaró como monumento histórico el inmueble civil relevante de carácter privado conocido como Hacienda de San Cristóbal Polaxtla, ubicado en el Municipio de San Martín Texmelucan, Distrito de Huejotzingo, en el Estado de Puebla](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la ciudad de Puebla de Zaragoza, Estado de Puebla](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Cholula](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Históricos el área en donde se asienta el poblado de Ayoxuxtla de Zapata, Pue.](#)

[Decreto que crea el Consejo de la Crónica del Estado de Puebla](#)

[Instituto de Artesanías e Industrias Populares del Estado de Puebla](#)

[Instituto Municipal de Arte y Cultura \(IMACP\)](#)

[Ley de Cultura del Estado de Puebla](#)

[Ley de Fomento a la Cultura del Estado de Puebla](#)

[Ley que Crea el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Puebla](#)

[Ley sobre Protección y Conservación de Poblaciones Típicas y Bellezas Naturales del Estado de Puebla](#)

[Marco Jurídico de los Cronistas del Estado de Puebla](#)

[Reglamento Interior de la Secretaría de Cultura de Puebla](#)



Querétaro

[Decreto por el que se crea el patronato de las fiestas del pueblito como órgano de descentralizado](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de San Juan del Río, Qro.](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como El Cerrito](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Ranas](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Toluquilla](#)

[Decreto que Instituye como Organismo Descentralizado el Consejo Estatal para la Cultura y las Artes de Querétaro](#)

[Ley de Fomento a la Actividad Artesanal del Estado de Querétaro](#)

[Ley que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo](#)

[Reglamento Instituto de Cultura del Municipio de Querétaro](#)



Quintana Roo

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como El Meco](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Kohunlich](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Playa del Carmen](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Tulum-Tancah](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Xcaret](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Xel Ha](#)

[Ley de Derechos, Cultura y Organización Indígena del Estado de Quintana Roo](#)

[Ley de Fomento a la Lectura y el Libro del Estado de Quintana Roo](#)

[Ley del Instituto Quintanarroense de la Cultura](#)

[Ley del Patrimonio Cultural del Estado de Quintana Roo](#)

[Reglamento de la Ley del Patrimonio del Estado de Quintana Roo](#)

[Reglamento del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes del Instituto Quintanarroense de la Cultura](#)

[Reglamento del Instituto de la Cultura y las Artes de Cancún](#)

[Reglamento Interior del Instituto Quintanarroense de la Cultura](#)

[Reglamento Interno de la Secretaría de Cultura](#)



San Luis Potosí

[Decreto de Creación de la Secretaría de Cultura de San Luis Potosí](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de San Luis Potosí, S.L.P.](#)

[Ley de Consulta Indígena para el Estado y Municipio de San Luis Potosí](#)

[Ley de Cultura para el Estado y Municipios San Luis Potosí](#)

[Ley de Fomento Artesanal del Estado de San Luis Potosí](#)

[Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, del Estado y Municipios de San Luis Potosí](#)

[Ley de Protección del Patrimonio Cultural para el Estado de San Luis Potosí](#)

[Ley Reglamentaria del Artículo 9 de la Constitución Política del Estado, sobre Derechos y Cultura Indígenas](#)

[Reglamento del Instituto de Instituto Potosino de Bellas](#)

[Reglamento Instituto Municipal de Arte y Cultura IMAC, San Luis Potosí](#)

[Reglamento Interior de la Coordinación Estatal para la Atención de los Pueblos Indígenas](#)

[Reglamento Interior de la Universidad Indígena de San Luis Potosí](#)

[Reglamento Interior del Centro Cultural Real de Catorce](#)

[Reglamento Interior del Centro de las Artes de San Luis Potosí, Centenario](#)



Sinaloa

[Decreto de Creación del Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán](#)

[Decreto de Creación del Instituto Municipal de la Cultura de Culiacán](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Cosalá, Municipio](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad y Puerto de Mazatlán](#)

[Instituto Sinaloense de Cultura](#)



Sonora

[Acuerdo de Creación del Instituto Municipal de Fomento a la Cultura y las Artes](#)

[Acuerdo de Creación Instituto Municipal de Cultura y Arte de Guaymas](#)

[Acuerdo por el que se autoriza la Constitución y Operación del Fondo Indígena Nuevo de Sonora](#)

[Acuerdo por el que se constituye la Comisión Intersecretarial de Transversalidad Institucional para el Desarrollo Indígena](#)

[Acuerdo que Crea Instituto Municipal de Cultura, Arte y Turismo \(IMCATUR\)](#)

[Decreto de Creación del Instituto Sonorense de Cultura](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Álamos](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como La Playa](#)

[Ley Bibliotecas del Estado de Sonora](#)

[Ley de Fomento a la Lectura y el Libro para el Estado de Sonora](#)

[Ley de Fomento de la Cultura y protección del patrimonio cultural de Sonora](#)

[Ley que Regula la Administración de Documentos Administrativos e Históricos del Estado de Sonora](#)



Tabasco

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como La Venta](#)

[Ley de Derechos y Cultura Indígena del Estado de Tabasco](#)

[Ley de Protección y Fomento del Patrimonio Cultural para el Estado de Tabasco](#)

[Ley del Libro y Bibliotecas Públicas del Estado Libre y Soberano de Tabasco](#)

[Ley que crea el Instituto de Cultura de Tabasco \(derogado el 16 de enero de 2019, según periódico](#)

[Ley que crea la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Tabasco](#)



Tamaulipas

[Creación e Integración del Reglamento del Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes \(IRCA\)](#)

[Decreto de Creación del Instituto Tamaulipeco para la Cultura y las Artes](#)

[Decreto por el que se declara monumento artístico la construcción conocida como Antiguo Puente](#)

[Iniciativa de Decreto mediante el cual se crea el Instituto Matamorensense para la Cultura y las Artes](#)

[Ley de Premios, Estímulos y Recompensas del Estado de Tamaulipas](#)

[Ley del Patrimonio Histórico y Cultural del Estado de Tamaulipas](#)

[Reglamento para la Preservación del Patrimonio Edificado de la Ciudad de Tampico, Tamaulipas](#)



Tlaxcala

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la ciudad de San Luis Huamantla](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Tlaxcala de Xicohténcatl](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de San Antonio Calpulalpan](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de San Felipe Ixtacuixtla](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la población de San Pablo Apetatitlán](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Cacaxtla-Xochitécatl](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como Tizatlán](#)

[Ley del Instituto Tlaxcalteca de la Cultura](#)



Veracruz

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Coatepec](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Orizaba](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Tlacotalpan](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Xalapa de Enríquez](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad y Puerto de Veracruz](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Heroica Ciudad de Córdoba](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como El Tajín](#)

[Ley de Documentos Administrativos e Históricos del Estado Libre y Soberano de Veracruz-Llave](#)

[Ley que crea el Instituto Veracruzano de la Cultura](#)

[Ley que exenta del pago de diversos impuestos y derechos a las construcciones destinadas a exhibiciones cinematográficas o teatrales, o para la celebración de juegos deportivos](#)

[Ley sobre Protección y Conservación de Lugares Típicos y Belleza Natural](#)



Yucatán

[Decreto de Creación del Instituto para el Desarrollo de la Cultura Maya del Estado de Yucatán](#)

[Decreto núm. 45 que instituye de manera permanente el Festival Internacional de la Cultura Maya y crea el comité de Yucatán](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Arqueológicos, el área conocida como Chichen-Itzá](#)

[Decreto por el que se declara una Zona de Monumentos Históricos en la Ciudad de Mérida, Yucatán](#)

[Ley de Derechos Culturales para el Estado y Municipios de Yucatán](#)

[Ley de Protección y Conservación de Monumentos Históricos en el Estado de Yucatán](#)

[Ley que crea el Instituto de Cultura de Yucatán](#)

[Ley que crea la Academia Yucatanense de Ciencias y Artes y Promoción Editorial](#)

[Ley que crea la Casa de las Artesanías del Estado de Yucatán](#)

[Ley que Crea la Comisión Editorial de Yucatán y el Fondo Editorial del Gobierno del Estado](#)

[Ley que crea la Secretaría de la Cultura y las Artes de Yucatán \(decreto núm. 451\)](#)



Zacatecas

[Decreto de Creación del Instituto de Desarrollo Artesanal del Estado de Zacatecas](#)

[Decreto por el que se declara Zona de Monumentos Arqueológicos el área conocida como La Quemada](#)

[Ley de Desarrollo Cultural para el Estado y Municipios de Zacatecas](#)

[Ley el Patrimonio del Estado y Municipios de Zacatecas](#)

[Ley que Crea el Instituto Zacatecano de Cultura “Ramón López Velarde”](#)

El marco normativo de las industrias creativas y culturales a nivel internacional puede consultarse en la [Plataforma de seguimiento de políticas de la UNESCO](#). Asimismo, el marco regulatorio de los casos incluidos en el análisis comparativo, están disponibles en la columna Políticas del [anexo 3](#).

3. Inventario: identificación (mapeo) de actores clave (prestadores de servicio y proveedores) del sector creativo en Nuevo León

El Inventario se elaboró cruzando los sectores comprendidos en la Cuenta satélite de la cultura con el universo sugerido en México Creativo, la información del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del DENUE-INEGI y la propia configuración del ecosistema en Nuevo León.

La base de datos generada con base en la información recabada se incluye en el [anexo 12](#) y su visualización puede consultarse [aquí](#).¹⁵

De acuerdo con Data Nuevo León (2023), en el estado existen 151,000 unidades económicas en total y la recopilación de datos hecha a través del DENUE (2023) arroja un total de 13,550 unidades económicas específicamente vinculadas a la economía creativa, es decir, el 8.9% del universo.

¹⁵ Para habilitar la visualización del inventario en una página web: `<div class="flourish-embed flourish-map" data-src="visualisation/14072215"><script src="https://public.flourish.studio/resources/embed.js"></script></div>`

UE de la economía creativa en Nuevo León

En el mapa se muestra la distribución geográfica de las unidades económicas de industrias creativas en Nuevo León. Para **filtrar por industria** haga clic en los nombres de las industrias para desactivar y activar los puntos en el mapa y para **ver el detalle de cada unidad** coloque el cursor sobre el círculo en el mapa.
Para acercar o alejar el mapa ctrl+scroll.

Cantidad de personas ocupadas por unidad económica 5 - 200

Categorías DENEUE

- Arquitectura, diseño y servicios creativos
- Patrimonio cultural y material
- Libros, impresos y prensa
- Música y conciertos
- Medios audiovisuales
- Artesanías
- Artes visuales y plásticas
- Artes escénicas y espectáculos

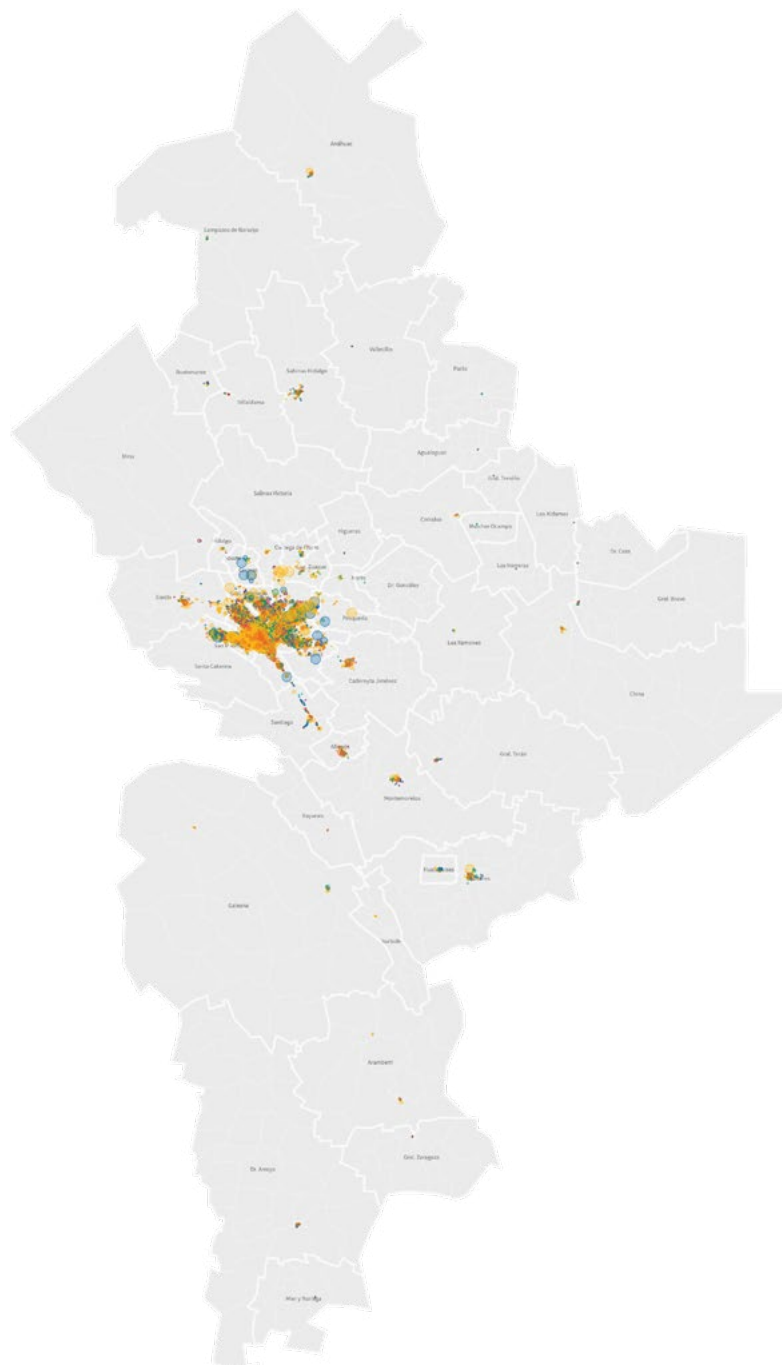


Figura 30. Visualización de las unidades económicas y culturales de Nuevo León.
Elaboración propia con información del DENEUE-INEGI.

4. Clasificación de las y los actores y desagregación de acuerdo al modelo seleccionado

La información disponible permite segmentar a los actores por tipo de unidad económica, número de personas trabajadoras y distribución geográfica; sin embargo, los datos no permiten saber con precisión estos actores operan como personas proveedoras, consumidoras, inversionistas, intermediarias o algún otro rol que contribuya a la intensidad creativa.

En ese sentido, se recomienda llevar a cabo un censo estatal de las y los actores creativos o incluir reactivos específicos en relación a la economía creativa y cultural en el Censo Económico del INEGI para que, con base en la infraestructura de las instituciones especializadas en producción de información estadística, se puedan identificar los atributos finos de los actores involucrados en el ecosistema.

5. Listado y descripción de las principales actividades de acuerdo al mapeo de actores

Las actividades consideradas en cada subconjunto de la economía creativa del estado se señalan en la siguiente tabla.

ARTESANÍAS

1. Confección de otros accesorios y prendas de vestir no clasificados en otra parte
2. Comercio al por mayor de artículos de joyería y relojes
3. Comercio al por menor de alfombras, cortinas, tapices y similares
4. Comercio al por menor de artículos de joyería y relojes
5. Comercio al por menor de disfraces, vestimenta regional y vestidos de novia
6. Comercio al por menor de sombreros
7. Comercio al por menor en tiendas de artesanías
8. Confección de prendas de vestir de cuero, piel y de materiales sucedáneos
9. Confección de sombreros y gorras
10. Confección en serie de disfraces y trajes típicos
11. Curtido y acabado de cuero y piel
12. Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza
13. Fabricación de artículos de vidrio de uso doméstico
14. Fabricación de artículos y utensilios de madera para el hogar
15. Fabricación de azulejos y losetas no refractarias
16. Fabricación de calzado con corte de tela
17. Fabricación de espejos
18. Fabricación de otros productos de cemento y concreto
19. Fabricación de otros productos de cuero, piel y materiales sucedáneos
20. Fabricación de otros productos de vidrio
21. Fabricación de productos a base de piedras de cantera
22. Fabricación de telas anchas de tejido de trama
23. Fabricación de telas angostas de tejido de trama y pasamanería
24. Fabricación de yeso y productos de yeso
25. Joyería de metales y piedras no preciosos y de otros materiales
26. Metalistería de metales no preciosos
27. Otras industrias manufactureras
28. Preparación e hilado de fibras blandas naturales
29. Preparación e hilado de fibras duras naturales

ARTES VISUALES Y PLÁSTICAS¹⁷

1. Comercio al por mayor de artículos de papelería
2. Comercio al por mayor de artículos y accesorios para diseño y pintura artística
3. Comercio al por menor de antigüedades y obras de arte
4. Comercio al por menor de pintura
5. Fabricación de artículos y accesorios para escritura, pintura, dibujo y actividades de oficina
6. Trabajos de pintura y otros cubrimientos de paredes

¹⁶ Para todas las categorías se identifica un subregistro para las unidades económicas del sector público que en su mayoría aparecen agregadas en el universo de Administración pública en general y no en el subconjunto del sector creativo al cual contribuyen.

¹⁷ Se identifica un subregistro en el DENUE en lo relativo a cine, arte fotográfico y en video, ya que las posibles unidades económicas también pueden estar agregadas en el subconjunto Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales, abordado en el apartado de medios audiovisuales. En el caso de Artistas, escritores y técnicos independientes, en este rubro se incluyen a las personas que se dedican a la pintura y a la escultura, pero es posible que también se incluya a profesionales de los rubros de Libros, impresiones y prensa y Medios audiovisuales. La categoría Comercio al por mayor de juguetes y bicicletas presenta subregistro de juguetes no artesanales.

**ARTES ESCÉNICAS
Y ESPECTÁCULOS ¹⁸**

1. Compañías de danza del sector privado
2. Compañías de teatro del sector privado
3. Compañías de teatro del sector público
4. Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos
5. Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos
6. Promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos

**ARQUITECTURA, DISEÑO
Y SERVICIOS CREATIVOS ¹⁹**

1. Acabado de productos textiles
2. Agencias de anuncios publicitarios
3. Agencias de compra de medios a petición del cliente
4. Agencias de publicidad
5. Agencias de representación de medios
6. Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares
7. Comercio al por mayor de calzado
8. Comercio al por mayor de otros productos textiles
9. Comercio al por mayor de ropa, bisutería y accesorios de vestir
10. Comercio al por menor de bicicletas
11. Comercio al por menor de bisutería y accesorios de vestir
12. Comercio al por menor de calzado
13. Comercio al por menor de juguetes
14. Comercio al por menor de lámparas ornamentales y candiles
15. Comercio al por menor de ropa de cuero y piel y de otros artículos de estos materiales
16. Comercio al por menor de ropa, excepto de bebé y lencería
17. Comercio al por menor de telas
18. Confección de cortinas, blancos y similares
19. Confección de prendas de vestir sobre medida
20. Confección de productos de textiles recubiertos y de materiales sucedáneos
21. Confección en serie de camisas
22. Confección en serie de otra ropa exterior de materiales textiles
23. Confección en serie de ropa interior y de dormir
24. Confección, bordado y deshilado de productos textiles
25. Diseño de modas y otros diseños especializados
26. Diseño gráfico
27. Diseño industrial
28. Diseño y decoración de interiores
29. Distribución de material publicitario
30. Edificación de vivienda multifamiliar

¹⁸ En este caso se identifica un subregistro en el DENUe en lo que hace a espectáculos que ocurren en centros de entretenimiento clasificados en otro sector, como la improvisación y el performance.

¹⁹ Se identifica un subregistro en lo que hace al diseño de experiencias y la gastronomía, que en el DENUe aparece agregada en servicios de comedor para empresas e instituciones, entre otros subconjuntos. Ocurre lo mismo en el caso de la fabricación digital. En el caso de la arquitectura, la escenografía y el paisajismo, algunas de las unidades económicas están agregadas a subconjuntos como Montaje de estructuras de acero prefabricadas, Construcción de sistemas de riego agrícola o Servicios relacionados con el aprovechamiento forestal, por lo que en este caso también se presenta un subregistro. En el caso del interiorismo, algunas unidades económicas aparecen en los subconjuntos de Comercio al por menor de otros artículos de uso personal, Comercio al por mayor de mobiliario y equipo de oficina, por lo que se presenta la misma situación.

**ARQUITECTURA, DISEÑO
Y SERVICIOS CREATIVOS**

31. Edificación de vivienda unifamiliar
32. Fabricación de bicicletas y triciclos
33. Fabricación de bolsos de mano, maletas y similares
34. Fabricación de calcetines y medias de tejido de punto
35. Fabricación de calzado con corte de piel y cuero
36. Fabricación de juguetes
37. Fabricación de lámparas ornamentales
38. Fabricación de productos textiles reciclados
39. Fabricación de relojes
40. Otros servicios de apoyo a los negocios
41. Servicios de arquitectura
42. Servicios de arquitectura de paisaje y urbanismo
43. Servicios de dibujo
44. Servicios de diseño de sistemas de cómputo y servicios relacionados
45. Servicios de investigación científica y desarrollo en ciencias sociales y humanidades, prestados por el sector privado
46. Servicios de investigación científica y desarrollo en ciencias sociales y humanidades, prestados por el sector público
47. Servicios de investigación de mercados y encuestas de opinión pública
48. Servicios de rotulación y otros servicios de publicidad
49. Servicios de traducción e interpretación

**FORMACIÓN
Y DIFUSIÓN CULTURAL
EN INSTITUCIONES
EDUCATIVAS ²⁰**

1. Escuelas de arte del sector privado
2. Escuelas de arte del sector público

**LIBROS, IMPRESIONES
Y PRENSA**

1. Artistas, escritores y técnicos independientes
2. Comercio al por mayor de libros
3. Comercio al por mayor de revistas y periódicos
4. Comercio al por menor de libros
5. Edición de directorios y de listas de correo
6. Edición de directorios y de listas de correo integrada con la impresión
7. Edición de libros
8. Edición de libros integrada con la impresión
9. Edición de otros materiales integrada con la impresión
10. Edición de periódicos
11. Edición de periódicos integrada con la impresión
12. Edición de revistas y otras publicaciones periódicas
13. Edición de revistas y otras publicaciones periódicas integrada con la impresión
14. Impresión de formas continuas y otros impresos
15. Impresión de libros, periódicos y revistas

²⁰ Se identifica un subregistro de facultades de arte, que están agregadas en el universo de escuelas de educación superior públicas y privadas en general. Asimismo, quedan fuera de este registro las empresas de educación continua no reconocidas por la SEP que ofrecen cursos breves en las distintas áreas de la economía creativa y cultural.

MEDIOS AUDIOVISUALES 21	1. Casas de juegos electrónicos 2. Comercio al por menor de equipo y material fotográfico 3. Distribución de películas y de otros materiales audiovisuales 4. Edición de otros materiales 5. Edición de software y edición de software integrada con la reproducción 6. Edición y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet y servicios de búsqueda en la red 7. Exhibición de películas y otros materiales audiovisuales 8. Fabricación de equipo de audio y de video 9. Operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas 10. Otros servicios de grabación del sonido 11. Producción de películas 12. Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales 13. Producción de programas para la televisión 14. Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales 15. Servicios de fotografía y videograbación 16. Servicios de revelado e impresión de fotografías 17. Transmisión de programas de televisión 18. Transmisión de programas de radio
MÚSICA Y CONCIERTOS	1. Cantantes y grupos musicales del sector privado 2. Comercio al por mayor de discos y casetes 3. Comercio al por menor de discos y casetes 4. Comercio al por menor de instrumentos musicales 5. Editoras de música 6. Fabricación de instrumentos musicales 7. Grabación de discos compactos (CD) y de video digital (DVD) o casetes musicales 8. Grupos musicales del sector público 9. Productoras y distribuidoras discográficas
PATRIMONIO CULTURAL Y MATERIAL 22	1. Agencias de viajes 2. Bibliotecas y archivos del sector privado 3. Bibliotecas y archivos del sector público 4. Escuelas de arte del sector privado 5. Escuelas de arte del sector público 6. Museos del sector privado 7. Museos del sector público
PRODUCCIÓN CULTURAL EN LOS HOGARES 23	ND

Tabla 6. Rubros considerados en el modelo de economía creativa estatal

²¹ En la búsqueda en el DENUE no se identificaron estudios especializados en animación digital, pero, considerando que diversas instituciones educativas ofrecen formación en este campo del conocimiento, se estima que existe un subregistro importante en el estado. Se identifica también un subregistro en lo que hace al desarrollo de juegos de video y otros contenidos digitales.

²² Se identifica un subregistro para el caso de las galerías, algunas de las cuales aparecen agregadas en el subconjunto Comercio al por menor de vidrios y espejos. Asimismo, las actividades de restauración se agregan al subconjunto Artistas, escritores y técnicos independientes, asignado al ámbito de Libros, impresiones y prensa. Se identifica también un subregistro en lo que hace a sitios arqueológicos, patrimonio cultural inmaterial y patrimonio biocultural, así como turismo de proximidad y otras experiencias vinculadas al uso de entornos históricos para la recreación y el esparcimiento.

²³ No se identificó la categoría del DENUE que permita hacer el rastreo de esta información.

6. Ubicación de las y los actores clave en la cadena de valor económica de Nuevo León

Los datos estadísticos disponibles en consonancia con la información recabada mediante las entrevistas a actores clave y la encuesta para el mapeo de actores en el ecosistema creativo hizo posible la ubicación geográfica de las unidades económicas, así como la visualización de las tendencias en lo relativo al personal ocupado por cada unidad económica, no así su participación en la cadena de valor, como se explica en el punto 4. Esta asignatura pendiente requerirá una infraestructura más compleja que haga posible el uso de instrumentos especializados en censos económicos a fin de determinar el rol que cada unidad económica desempeña en el ecosistema creativo y cultural del estado.

7. Contribución económica de las y los actores e industrias creativas identificadas en Nuevo León

Para explorar el gasto en economía creativa para el estado de Nuevo León, se adaptó el modelo descrito en el documento *Indicadores para la medición del sector Cultura Plan Estratégico 2030 de Nuevo León* (CONL, 2020); así, se identificaron los gastos que, de acuerdo con su clave en la ENIGH-INEGI, pueden ser clasificados dentro de las actividades del sector creativo y cultural, mismas que fueron previamente definidas (ver tabla 6). Allí donde se presentaron categorías controvertidas, se acudió a la clasificación de *Creative economy product groups* de la UNCTAD para desambiguar.

Con base en los microdatos de la ENIGH 2018 se encontró que el gasto en actividades de este rubro a nivel estatal representa el 5.7 % del total nacional, siendo superado solo por el Estado de México (15.7 %), la Ciudad de México (12 %), y Jalisco (9.1 %), estados que de acuerdo con el Consejo Nacional de Población concentran el 24.7 % de la población nacional, comparado con el 4.3 % que representa la población de Nuevo León. Es decir, que a pesar de que en Nuevo León habitan menos personas en relación a los estados antes referidos, el gasto estatal en creatividad y cultura es superior, lo cual expresa la importancia del sector.

Actividad económica de economía creativa	Claves de gasto ENIGH
Artesanías	H013, H038, H055, H066, H082, H087, H093, H099, H105, H111, H117, H124, H127, H129, H130 - H131, H136, I001 - I002, I004, I007 - I008, I014 - I023, I026, K035, L023, N010
Artes visuales y plásticas	E026, I006
Artes escénicas y espectáculos	E28 - E29
Arquitectura, diseño y servicios creativos	H001-H012, H014 - H037, H039-H054, H056 - H065, H067 - H081, H083 - H086, H088 - H092, H094 - H098, H100 - H104, H106 - H110, H112 - H116, H118 - H119, H123, H125, H128, H134, I003, I005, K026 - K034, K036, K039, K041, T907, T909 - T910, T912
Libros, impresos y prensa	E022 - E024
Patrimonio cultural y material	E030, E034, N004, N006, T905, T913
Medios audiovisuales	E025, E027, E033, L001 - L011, L014, L017 - L021, L024
Música y conciertos	L012 - L013, L015, L025, N003

Tabla 7. Claves de gasto ENIGH clasificadas dentro de la economía creativa
Elaboración propia con base en el descriptor de variables de la ENIGH 2018, INEGI.

Las actividades donde el estado tiene mayor participación en el gasto nacional en economía creativa son: Arquitectura, diseño y servicios creativos (3.2 %), Medios audiovisuales (0.9 %) y Patrimonio cultural y material (0.6 %); mientras que Artesanías (0.3 %), Artes escénicas y espectáculos (0.3 %) y Música y conciertos (0.2 %) son las actividades en las que el gasto de NL tienen una participación menor.²⁴

²⁴ Las actividades "Artes visuales y plásticas" y " Libros, impresos y prensa" no fueron consideradas dada su muy baja participación en el gasto nacional en economía creativa, siendo ésta igual al 0.004 % y 0.036 %, respectivamente.

Respecto a la composición del gasto en economía creativa en Nuevo León, es notable que en los rubros de Artes escénicas y espectáculos, Patrimonio cultural y material y Medios audiovisuales, el gasto es mayor en relación al promedio del país, con una aportación del 5.1 %, 11.4 % y 16.0 % respectivamente (tabla 8), mientras que a nivel nacional el gasto es de 3.5 %, 9.5 % y 10.5 % respectivamente. Lo que denota que Nuevo León hay un mayor consumo de bienes relacionados con dichas categorías. Esto se confirma al considerar que el gasto por hogar para ese rubro a nivel estatal es de 4,861.6 pesos, superior al nacional en un 25 % (3,867.5 pesos).

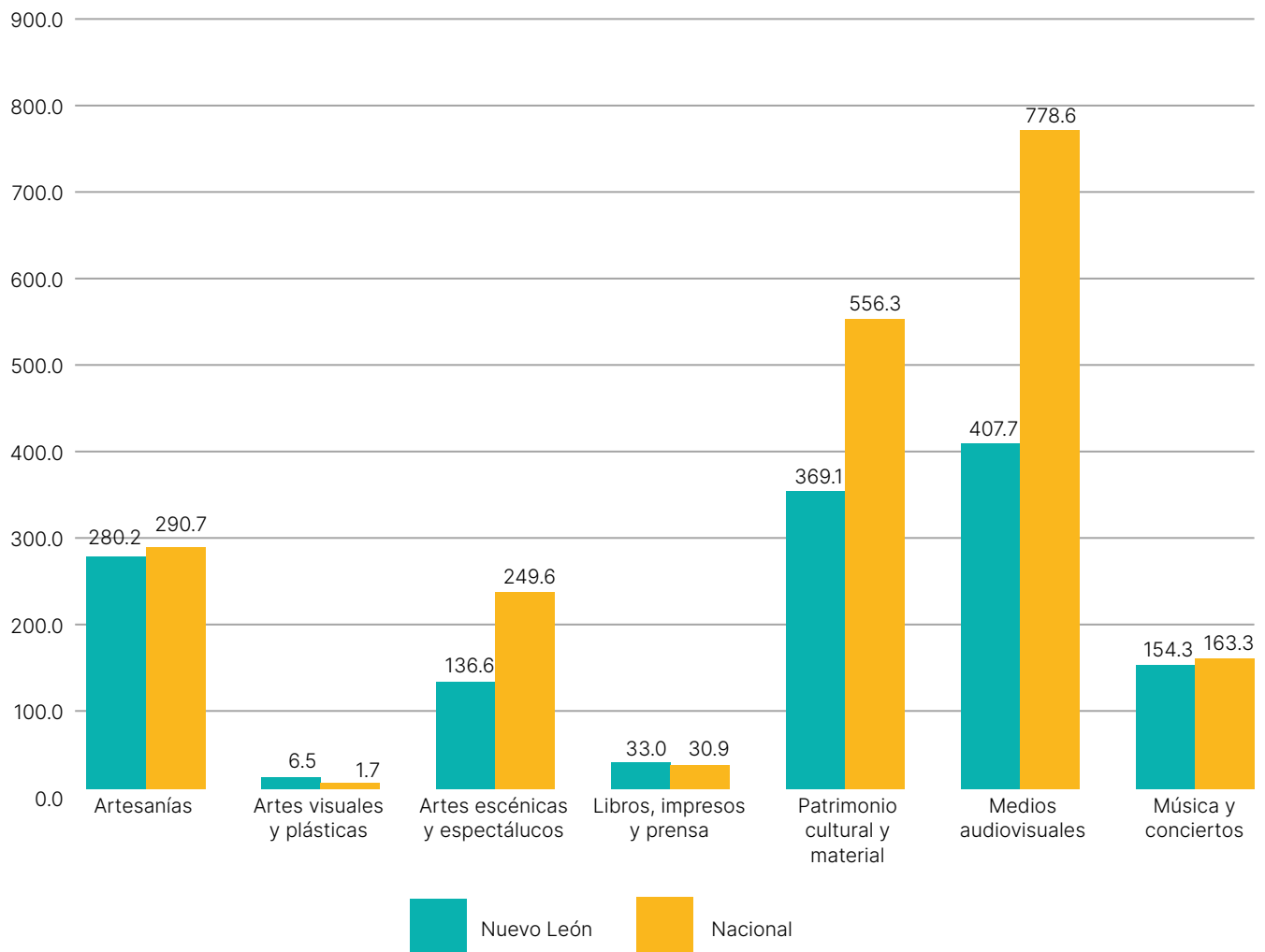
El resumen del gasto promedio anual en economía creativa por rubro arrojó que en Nuevo León los habitantes y el estado (con sus respectivas administraciones local y federal) gastaron 10,091.5 millones de pesos, mientras que a nivel nacional se destinaron 192,128.5 millones de pesos. En lo que hace al gasto por hogar, en Nuevo León se gastó un 16.7 % más, considerando que el promedio fue de 6,518.6 de pesos para la entidad, en tanto que a nivel nacional fueron 5,585.0 pesos para 2018 (tabla 8).

Categoría	Nacional	Nuevo León
Artesanías	9,640.1	450.1
Artes visuales y plásticas	222.9	2.7
Artes escénicas y espectáculos	4,697.6	386.4
Arquitectura, diseño y servicios creativos	85,316.1	4,319.1
Libros, impresos y prensa	1,134.6	47.9
Patrimonio cultural y material	12,698.2	861.2
Medios audiovisuales	14,025.7	1,205.4
Música y conciertos	5,309.6	252.8
Gasto en economía creativa	133,044.6	7,525.5
Gasto público	59,083.8	2,566.0
Gasto total en economía creativa (gasto público + gasto privado)	192,128.5	10,091.5
Gasto total por hogar en economía creativa*	5,585.0	6,518.6
Gasto total de los residentes	1,283,800.7	72,517.3

*Pesos a precios de 2013

Unidad: Millones de pesos a precios de 2013. Nota: El gasto público de Nuevo León se calculó partiendo del supuesto de que el gasto per cápita nacional y estatal son iguales.

Tabla 8. Gasto en economía creativa y cultural nacional versus Nuevo León, 2018.
Elaboración propia con base en los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2018 (INEGI), la Cuenta Satélite de la Cultura en México (INEGI) y el Consejo Nacional de Población (CONAPO).



Nota: Se omitió de la categoría "Arquitectura, diseño y servicios creativos" debido a que esta actividad concentra más del 50% del gasto por hogar en economía creativa, aunque, resulta interesante resaltar que el gasto en NL es 12.5% mayor que el nacional.

Figura 31. Gasto por hogar en economía creativa nacional vs. estatal
Fuente: Elaboración propia con base en los microdatos de la ENIGH 2018, INEGI.

Para realizar una estimación de la contribución de la economía creativa en el estado de Nuevo León, se realizó una identificación de las unidades económicas y sus códigos de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte con base en los datos del DENU-INEGI. Así, se armonizaron las categorías de acuerdo con el modelo de economía creativa y cultural propuesto en el estudio, tal como se describe en la tabla 7.

Posteriormente se utilizaron los resultados de los Censos Económicos 2019 para determinar la contribución de la economía creatival en Nuevo León. Dentro de los principales hallazgos se resalta que, al momento del corte, se identificaban 11,443 unidades económicas²⁵ con una producción bruta de 76,630 millones de pesos, lo que equivalía a la concentración del 7.56 % de las unidades económicas y al 4.5 % de la producción bruta estatal. Asimismo, las 101,674 personas dependientes de estas unidades económicas representaron el 7.2 % del personal dependiente estatal²⁶ y concentraron el 6.4 % de las remuneraciones totales. En las figuras 29 y 30 se puede observar el resultado de algunos indicadores de contribución económica y la participación porcentual por cada una de las actividades identificadas en el sector.

²⁵ El corte que se aborda en el mapa estatal de unidades económicas es al 2022, por lo que se identifican más unidades económicas en relación a 2019: 13,550.

²⁶ De acuerdo con el diccionario de datos de los Censos Económicos 2019, el personal dependiente de la razón social "...comprende al personal contratado directamente por esta razón social, de planta y eventual y no remunerado, sea o no sindicalizado, que trabajó durante el año de referencia para la unidad económica".

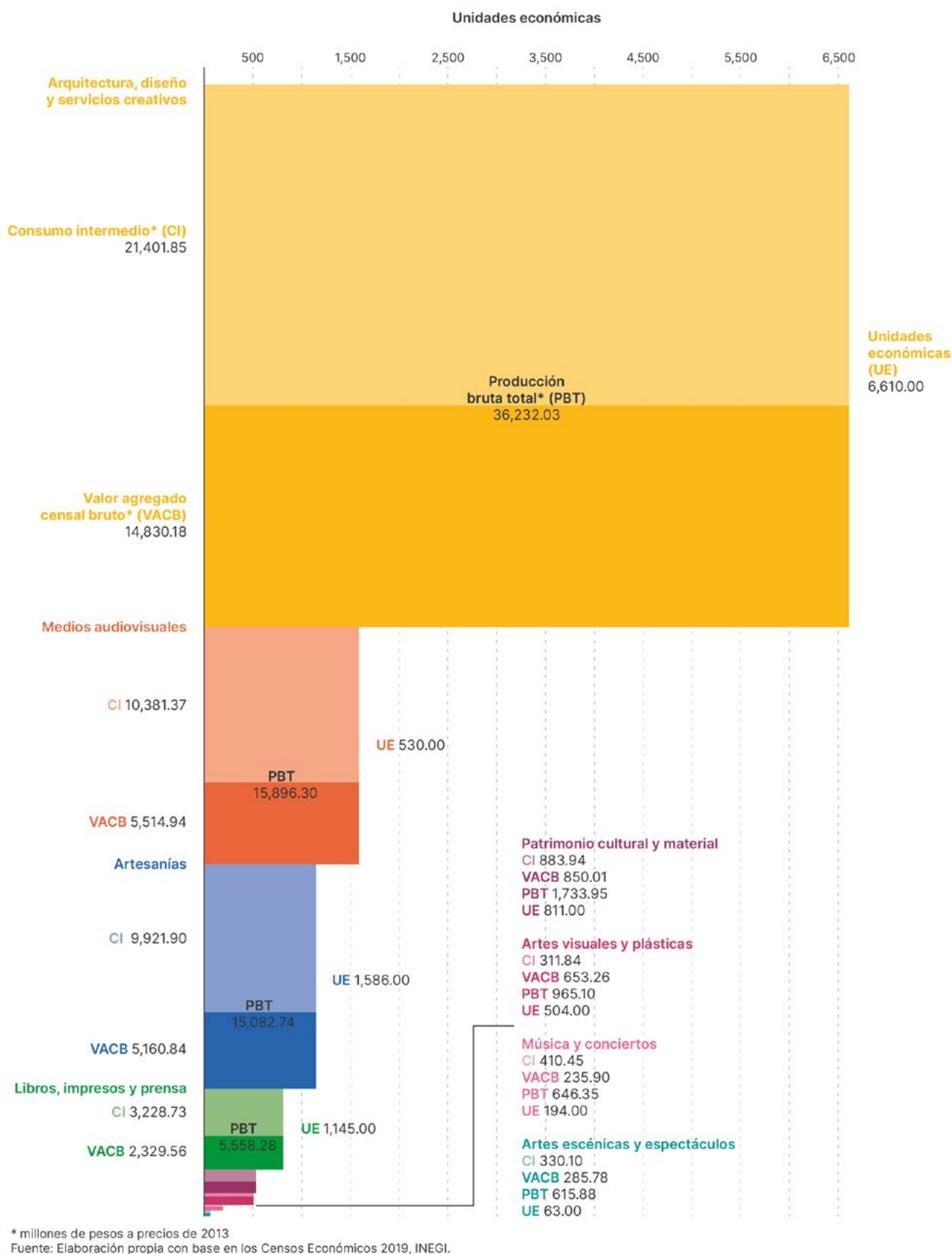


Figura 32. Indicadores clave de la contribución de la economía creativa de Nuevo León.
Elaboración propia con base en los microdatos de la ENIGH 2018, INEGI.

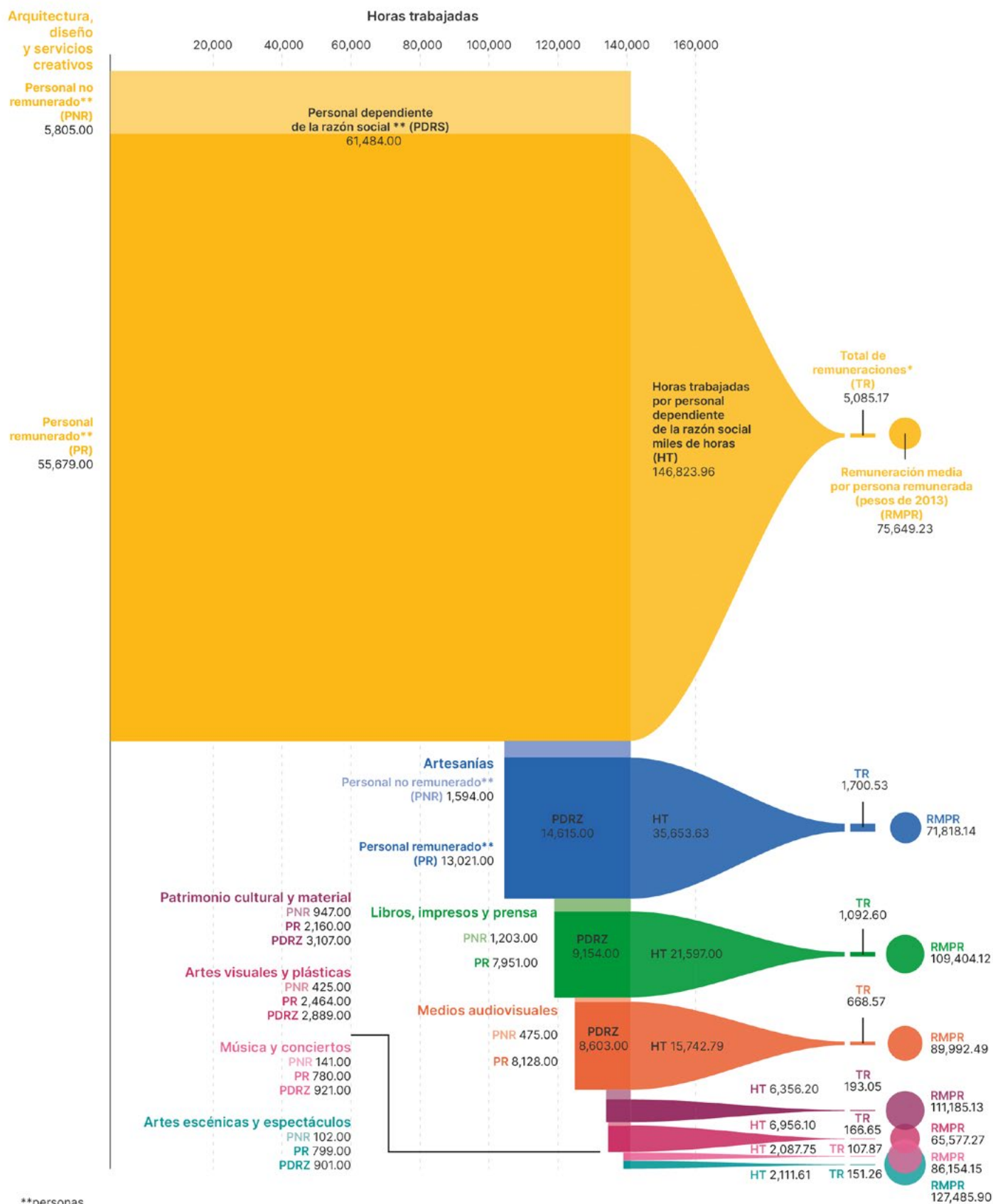


Figura 33. Indicadores clave de la contribución de la economía creativa de Nuevo León.
Elaboración propia con base en los microdatos de la ENIGH 2018, INEGI.

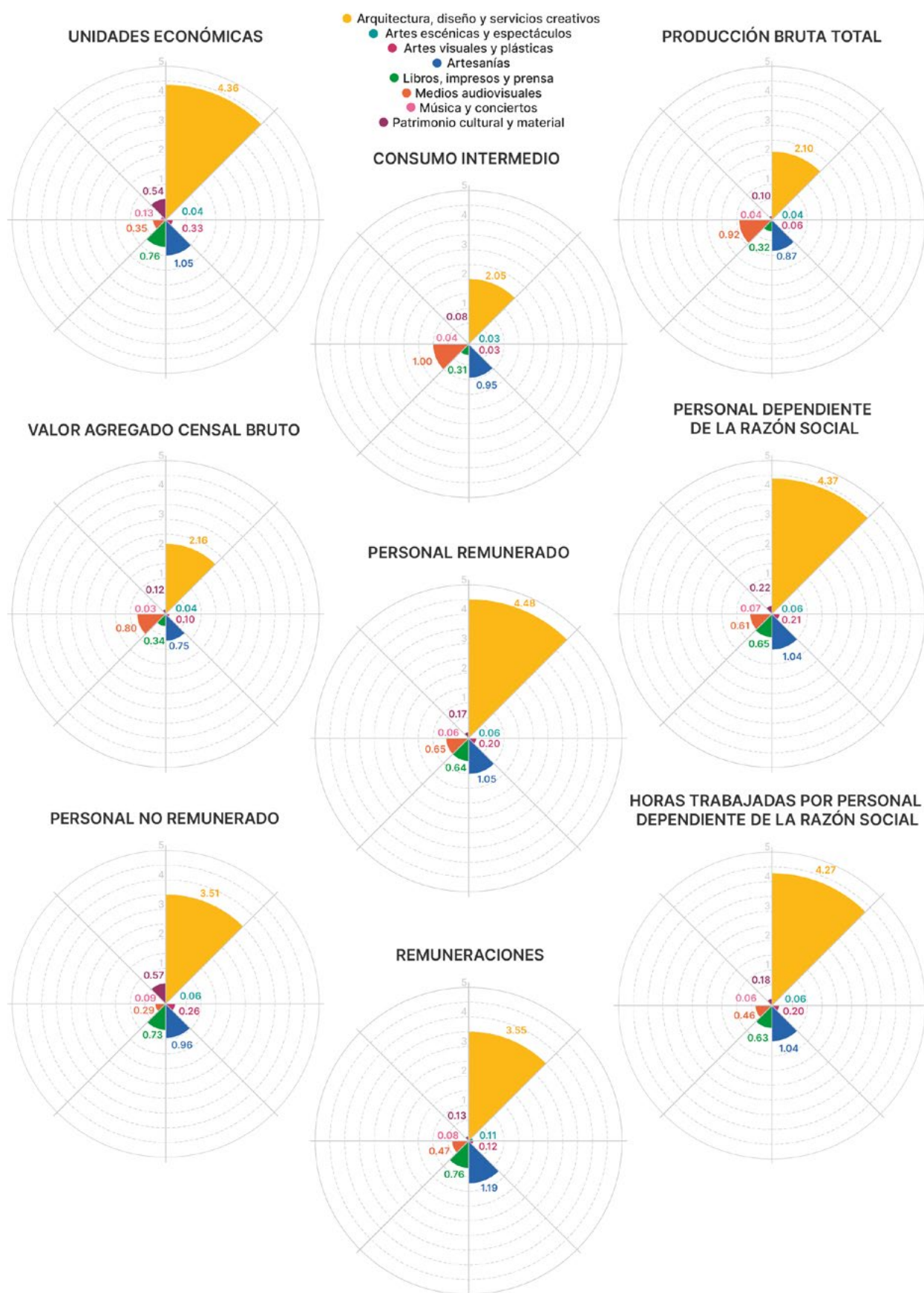


Figura 34. Participación de las actividades identificadas en la economía creativa de Nuevo León.
Elaboración propia con base en los Censos Económicos 2019, INEGI.

En cuanto a la participación que las actividades económicas identificadas tienen respecto de la economía creativa se destacan las categorías Arquitectura, diseño y servicios creativos, Medios audiovisuales, y Artesanías como las que más aportan al valor agregado censal bruto, participando con el 49.7 %, 18.5 % y 17.3 % respectivamente. Los sectores con menor participación son Artes escénicas y espectáculos²⁷, Música y conciertos y Artes visuales y plásticas con el 0.79 %, 0.96 % y 2.19 %, respectivamente.

En Nuevo León, la categoría de Arquitectura, diseño y servicios creativos destaca como el sector más importante en términos de producción bruta total, con 6,610 unidades económicas representando un 4.36 % de las unidades económicas estatales y una producción bruta de 36,232.03 millones de pesos. Este sector también genera un alto valor agregado censal bruto de 21,401.85 millones de pesos; además, emplea a 61,484 personas y contribuye con un total de remuneraciones de 146,823.96 millones de pesos. El promedio de remuneración media por persona ocupada remunerada en este sector es de 75,649.23 pesos.

Las artesanías también tienen una presencia destacada en Nuevo León, con 1,586 unidades económicas. Este sector genera una producción bruta de 15,082.74 millones de pesos y emplea a 14,615 personas. El total de remuneraciones en este sector asciende a 35,653.63 millones de pesos, y el promedio de remuneración media por persona ocupada remunerada es de 71,818.14 pesos.

En resumen, la economía creativa en Nuevo León muestra una contribución económica relevante en varios sectores. La arquitectura, el diseño y los servicios creativos se posicionan como los sectores más importantes en términos de producción bruta, empleo y remuneraciones. Sin embargo, otros sectores identificados desempeñan un papel significativo en la economía del estado.

Cuando se observa el comportamiento de la economía creativa de Nuevo León respecto al parámetro nacional, es posible reconocer que el sector aporta considerablemente en términos de producción bruta, consumo intermedio y valor agregado (ver tabla 10), con el 7.78 %, 8.87 % y 6.52 % respectivamente, lo que refleja la fortaleza e importancia de estas actividades en el estado y en todo el país.

Dado lo anterior, en el momento en que se analiza el comportamiento del sector y se le compara con el comportamiento nacional, se puede identificar que algunos de los sectores estatales aportan de forma considerable a nivel nacional, como es el caso de Artes escénicas y espectáculos que aporta poco menos del 4 % de las unidades económicas totales del sector pero más del 10 % de la producción bruta, el valor agregado y las remuneraciones del personal ocupado, reflejando la importancia que estas actividades tienen en Nuevo León y su potencial de crecimiento respecto del resto del país. Otra actividad que comparte el mismo dinamismo son las Artesanías, que con solo el 1.43 % de las unidades económicas nacionales aportan al país con el 8.59 % de la producción bruta y el 7.72 % del valor agregado.

²⁷ Aunque esta no contribuye significativamente a la economía creativa y cultural, es notorio señalar que en esta se reporta la mayor remuneración media por persona remunerada, que asciende a los 127,485.9 pesos, superando por poco más del doble de la remuneración media por persona, lo que denota que en este sector se encuentran las remuneraciones más altas.

Indicadores de la economía creativa de Nuevo León versus nacional

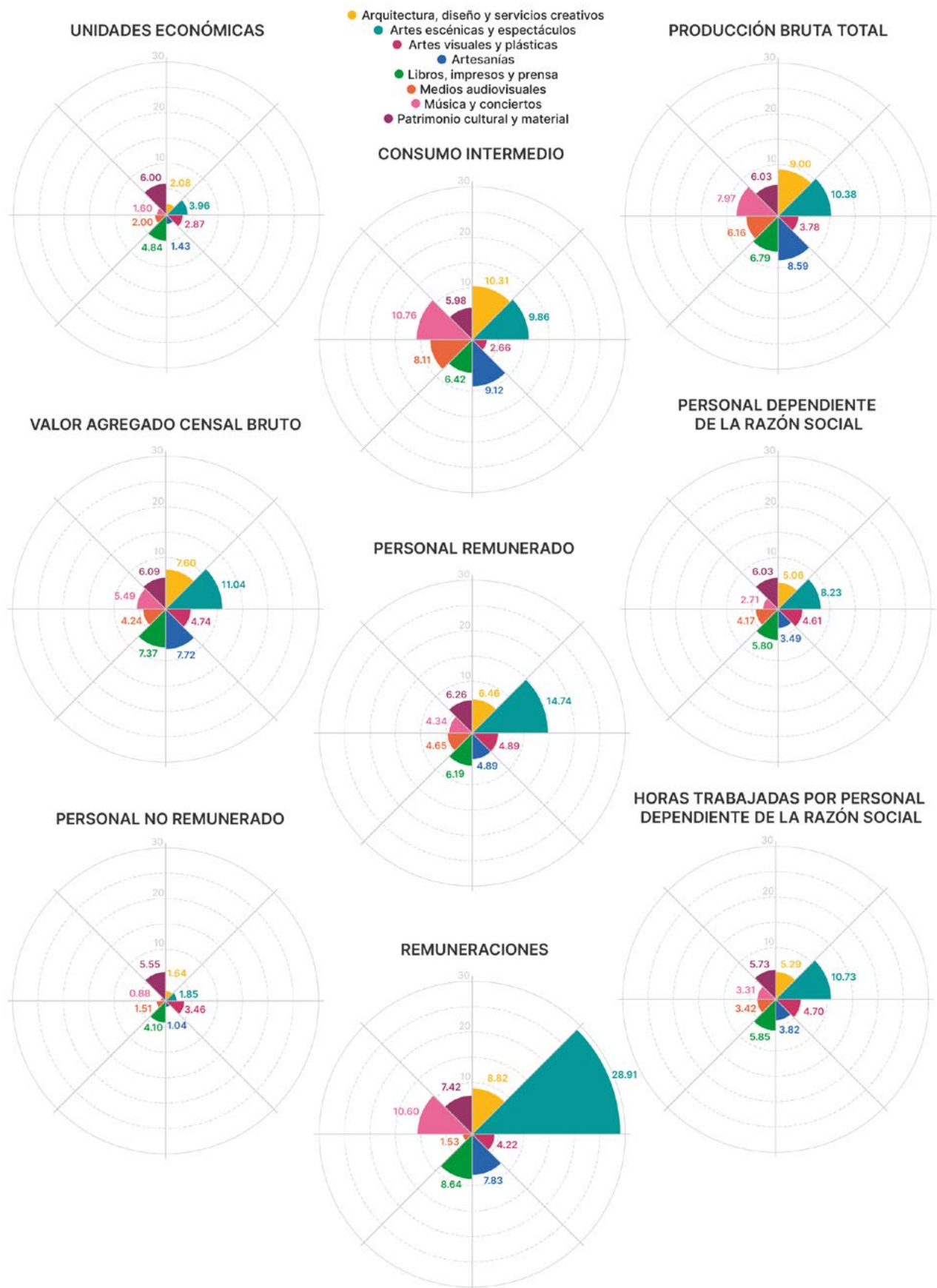


Figura 35. Indicadores de la economía creativa de Nuevo León versus nacional.
 Elaboración propia con base en los Censos Económicos 2019, INEGI.

La economía creativa de Nuevo León muestra un potencial considerable, pero aún hay espacio para su desarrollo y crecimiento en comparación con el ámbito nacional. Dentro de los aspectos más importantes en los que se puede mejorar se identifica la remuneración media por trabajador remunerado, ya que si bien hay sectores en los que esta es mayor a la nacional (Arquitectura, diseño y servicios creativos, Artes escénicas y espectáculos, Libros, impresos y prensa y Patrimonio cultural y material por un 1.1 %, 57.7 %, 29.1 % y 39.8 % respectivamente), la remuneración media para las personas trabajadoras del sector a nivel estatal es 32.2 % inferior a la nacional; por ejemplo, las personas trabajadoras de Medios audiovisuales reciben las menores remuneraciones respecto de la media nacional en ese sector, con un 46.3 % menos.

En conclusión, la economía creativa en Nuevo León desempeña un papel relevante en el desarrollo económico del estado. Los sectores asociados a ella generan empleo, producción y remuneraciones significativas. Aunque existe una diferencia en magnitud con respecto a la economía nacional, se pueden implementar estrategias para impulsar el crecimiento de la economía creativa en Nuevo León y aprovechar su potencial al máximo.

Los datos que fundamentan el cálculo presentado se incluyen en el [anexo 12](#) de este documento.

8. Papel del Estado en la promoción de la economía creativa

Gestión del conocimiento

El estudio ha arrojado como tarea crucial del Estado, la concentración y la divulgación de datos que contribuyan a señalar posibles rutas de navegación. El mapeo de las unidades económicas vinculadas a la economía creativa no sería factible sin los datos recabados por el INEGI, los cuales dan cuenta de un vibrante y expansivo sector que conforma clústeres con cierta autonomía. Aunque la densidad de dichos clústeres es mayor en la zona metropolitana de Monterrey, el mapa de las unidades económicas da cuenta de agentes creativos en prácticamente todos los municipios del estado: ¿quiénes son?, ¿cuántos empleos generan?, ¿cuánto valor generan?, ¿cómo contribuyen al crecimiento de todo el estado y de todo el país? Son preguntas cuyas respuestas pueden y deben ser lideradas por el estado con el sustento correspondiente.

El estudio también arrojó una alta dispersión de la información útil para los agentes creativos: no solo se refiere a los datos estadísticos, sino a la información sobre cursos, convocatorias para proyectos, certámenes, becas, directorios especializados, trámites para proteger la propiedad intelectual, beneficios fiscales, entre otros contenidos relevantes que requieren nodos de concentración de los contenidos más confiables, así como la sistematización y la divulgación. En este sentido, es un hecho que el papel del Estado como concentrador y divulgador de información resulta crucial, si bien conviene articular esfuerzos con agentes privados y civiles con el fin de garantizar la continuidad, la permanente actualización y la efectividad en la entrega de los contenidos.

En este orden de ideas, el papel del Estado es el de la gestoría del conocimiento, papel cuya responsabilidad no es exclusiva, pero que sin duda requiere de un liderazgo y grandes esfuerzos de la administración pública.

Fortalecimiento de clústeres

Como se ha referido, el mapeo de actores creativos y culturales, tanto en el análisis de la información del DENU-INEGI como en el resultado de la encuesta, arrojó la existencia de unidades económicas a lo largo del estado en prácticamente todos los giros que comprende el modelo propuesto y en todos los municipios; una cierta clusterización de dichas unidades económicas, es decir, una tendencia a la agrupación geográfica, aunque ello no devenga siempre en colaboración; así como cierta desvinculación de los diversos nodos, en buen medida por la distancia geográfica. Esto es, el clúster de servicios creativos de Sabinas Hidalgo no necesariamente colabora con el de Villaldama, ¿cómo pueden acortarse las distancias en la era de la información?, ¿qué valor puede generarse al sumar fuerzas? El papel del Estado en este frente consiste (siempre en colaboración con actores privados, civiles y académicos) en sacar provecho de la clusterización ya existente para propiciar su crecimiento e integración mediante infraestructura, conectividad, restauración y habilitación de inmuebles que propicien la colaboración entre los actores, visibilizando a los integrantes del ecosistema, proponiendo e impulsando espacios para el encuentro, la mentoría, la profesionalización y la internacionalización, siempre en armonía con el entorno.

Procuración de fondos, apoyos y beneficios fiscales

El análisis comparativo fue de gran utilidad para ilustrar el hecho de que no en todos los casos las iniciativas que impulsan los ecosistemas creativos son responsabilidad del Estado: en muchos casos los programas son enteramente privados o civiles; asimismo en otros casos el apoyo se resuelve mediante iniciativas mixtas. Esta conclusión es extensiva para el caso de las becas y los fondos para el desarrollo de proyectos creativos, que resultan indispensables para el crecimiento del ecosistema pero no siempre dependen del gasto público. En este tenor, la alta concentración de las oficinas familiares en Nuevo León ofrece grandes oportunidades aún por explorarse (Asociación Mexicana de Capital Privado, 2019); el Estado puede contribuir integrando portafolios que cumplan con altos estándares de calidad y convocando a las oficinas familiares del estado para invitarlas a invertir.

Por otro lado, tanto la investigación documental como el trabajo de campo evidenciaron la relevancia de Conarte, que pese a sus áreas de oportunidad hace una diferencia en el fortalecimiento del ecosistema a través de sus apoyos financieros y de conocimiento. En este sentido, conviene tomar medidas para fortalecer al Consejo, evitando así la duplicidad de esfuerzos.

Finalmente, resulta indiscutible la necesidad de beneficios fiscales que contribuyan a incentivar el emprendimiento, la inversión, la clusterización y la internacionalización de la economía creativa de Nuevo León. Al respecto, en el estado ya hay un avance con el Estímulo Fiscal a la Creación Artística (EFCA). En este sentido, la simplificación administrativa y la implementación de diversos beneficios fiscales específicos para personas emprendedoras, inversionistas y profesionales que brindan servicios a las industrias creativas y culturales (despachos legales, despachos contables, agencias aduanales, agencias logísticas, agencias de relaciones públicas) es indispensable y urgente.

El turismo como hilo conductor

El estudio fue consistente en lo que hace a la gran disparidad entre rubros profesionales consolidados como el diseño, la arquitectura y la producción audiovisual en contraste con las actividades vinculadas al patrimonio cultural del estado: las zonas arqueológicas, los nodos productores de artesanías, por mencionar casos concretos, demandan, una atención inmediata, así como acciones específicas en materia de inversión, profesionalización y acompañamiento. En este sentido, el turismo de Nuevo León, fuertemente orientado a los negocios, bien puede operar como el hilo que hilvana las experiencias creativas del estado: las visitas destinadas a atender convenciones y exposiciones pueden derivar en visitas a zonas arqueológicas, caminatas por corredores artesanales, visitas a museos y galerías, así como visitas a restaurantes que ofrecen experiencias gastronómicas memorables. Es por ello que una estrategia para el sector creativo estatal con resultados sustantivos demandará el trabajo conjunto de las diversas Secretarías de Estado, así como de los agentes públicos, privados y civiles del ecosistema.

Este apartado no da cuenta de todas las acciones consideradas en el mapa de ruta, por lo que puede consultarse en el [anexo 11](#) de este documento.

9. Glosario

Actor clave. Persona física o moral que genera cambio en un sistema determinado o bien que es afectado/a por los cambios que ocurren en el sistema. (Ackermann y Eden, 2011)

Agente creativo. Persona física o moral que participa de un ecosistema creativo.

Análisis ambiental. Identificación y sistematización de anomalías y recurrencias que en determinado sistema pueden ser fuente de oportunidades o interrupciones.

Benchmarking. Método que consiste en analizar y comparar las mejores prácticas de los competidores con el propósito de mejorar las propias.

Bienes comunes creativos. También conocidos como comunes creativos (Creative Commons, 2023), son modelos de licenciamiento para otorgar el derecho de uso de diversos productos creativos. Su propósito es ofrecer lineamientos lo menos restrictivos posibles en favor del uso y la distribución del contenido protegido. La organización homónima fue fundada con el propósito de promover el acceso y el intercambio de productos culturales y creativos y se encarga de desarrollar instrumentos jurídicos gratuitos para ello.

Comunidades creativas. Conjunto de personas que comparten un mismo interés, en este caso en torno a las actividades creativas.

Creatividad. Proceso que surge de una percepción del entorno que reconoce un cierto desequilibrio, lo que da lugar a una actividad productiva que desafía los procesos de pensamiento y las normas establecidas, y da lugar a algo nuevo en forma de objeto físico o incluso de construcción mental o emocional (Walian, 2019).

Clúster. Conjunto de organizaciones que colaboran entre sí en un mismo territorio.

Cultura. Patrón de significados incorporados a las formas simbólicas (incluyendo acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos) en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias (Geertz, C., 1973).

Economía creativa. Valor de las transacciones económicas de los bienes y servicios creativos (Howkins, 2013).

Economía gig. Modalidad de trabajo basada en empleos temporales e independientes. Implica que la persona prestadora de servicios es pagada por honorarios y por proyecto, sin contar con las prestaciones esperables en una contratación por nómina.

Economía naranja. 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).” (Buitrago y Duque, 2013).

Ecosistema cultural y creativo. Un ecosistema social comprende los procesos y los resultados de la interacción entre diversos grupos humanos; así, un ecosistema cultural y creativo es el proceso y el producto de la interacción entre los actores (públicos, privados, civiles, etc.) y actuantes (elementos no humanos) del ámbito cultural y creativo en una geografía determinada (Hordijk y Glad, 2021).

Ecología social. Práctica del desarrollo de ecosistemas.

Equidad de género. Principio de justicia que busca la igualdad con base en el reconocimiento de las diferencias entre hombres y mujeres. Su propósito es subsanar brechas históricas por razones de género (Instituto Nacional de las Mujeres, 2007).

Escenario. Historia que ocurre en el futuro, elaborada con base en hechos del presente (Glenn, Gordon, Olavarrieta, 2011).

Estudios de futuros. Los estudios sobre el futuro son el estudio sistemático de los futuros posibles, probables y preferibles, incluidas las visiones del mundo y los mitos que subyacen a cada futuro. Son un campo de investigación científica en el que participan estudiosos e investigadores de muchas disciplinas (World Futures Studies Federation, 2023).

Indicador. Dato que se utiliza para evaluar si la actividad alcanzó, o no, los objetivos o resultados propuestos.

Industrias creativas. Conjunto de agentes y agencias de un mercado caracterizado por la adopción de ideas novedosas dentro de redes sociales de producción y consumo

Industrias culturales. Cadenas de suministro que producen y distribuyen bienes y/o servicios culturales (UNESCO Institute for Statistics, 2023).

Intensidad creativa. La intensidad creativa se presenta cuando, en un sistema determinado (ciudad, estado, país, región), se incrementa el número de personas dedicadas a actividades creativas y culturales, contribuyendo así a la economía (Department for Culture, Media & Sport, 2013).

Inteligencia artificial generativa. Subcampo de la inteligencia artificial en el que se utilizan algoritmos informáticos para generar resultados que se asemejan a contenidos creados por humanos, ya sea texto, imágenes, gráficos, música, código informático u otros (Hughes, 2023).

Matriz de marco lógico. Retícula de cuatro casillas horizontales por cuatro verticales que permite alinear la lógica del fin, el propósito del proyecto, los componentes y las actividades, versus los indicadores, los medios de verificación y los supuestos necesarios para ejecutar el proyecto.

Patente. Un derecho exclusivo que se concede sobre una invención, facultando a su titular a decidir si la invención puede ser utilizada por terceros y, en ese caso, de qué forma (WIPO, 2023).

Pobreza laboral. La pobreza laboral es el porcentaje de habitantes de una ciudad que vive en hogares en los que el ingreso laboral real per cápita es inferior al valor real de la canasta básica de alimentos definida por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

Propiedad industrial. Es una de las vertientes de la propiedad intelectual que incluye patentes de invención, diseños industriales, marcas e indicaciones geográficas (World Intellectual Property Organization, 2023).

Propiedad intelectual. La propiedad intelectual se refiere a las creaciones de la mente, como las invenciones; las obras literarias y artísticas; los diseños; y los símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio (World Intellectual Property Organization, 2023).

Propiedad patrimonial. Uno de los dos tipos de derecho de autor. Hace posible la retribución económica por el uso de la obra.

Señal. Anomalía que constituye un indicador del cambio (Ansoff, Kipley, Lewis, Helm-Stevens, Ansoff, 2019).

Tendencia. Descripción de la dirección que podría tomar el cambio con base en comportamientos dominantes identificados en determinado contexto (Glenn, Gordon, Olavarrieta, 2011).

10. Referencias

- Abdullah, N. A. (2022). Futurizing DBA Curriculum: A Class in Kazakhstan. *World Futures Review*, 14(2-4), 138-150. [10.1177/19467567221094440](https://doi.org/10.1177/19467567221094440)
- Ackermann, F. y Eden, C. (2011). Strategic Management of Stakeholders: Theory and Practice. *Long Range Planning*. 44. 179-196. [10.1016/j.lrp.2010.08.001](https://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.08.001).
- Aguilar, F. (1967). *Scanning the business environment*. Macmillan.
- Asociación Mexicana de Capital Privado, Credit Suisse, Centro de investigación en iniciativa empresarial (2019) Oficinas de familia en México. <https://www.credit-suisse.com/media/assets/private-banking/docs/mx/family-offices-mexico-es.pdf>
- Anand, G. y Kodali, R. (2008), "Benchmarking the benchmarking models", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 15 No. 3, pp. 257-291. <https://doi.org/10.1108/14635770810876593>
- Ansoff, I.; Kipley, D.; Lewis, A.; Helm-Stevens, R.; Ansoff, R.; (2019). *Implanting Strategic Management*, New York: Palgrave Macmillan.
- Bach, L.; Cohendet, P.; Pénin, J.; Simon, L. (2010). Creative industries and the IPR dilemma between appropriation and creation: some insights from the videogame and music industries. *Management international / Gestión Internacional / International Management*, 14(3), 59-72. <https://doi.org/10.7202/044293ar>
- Bakhshi, H. (2022). How can we measure the creative economy? The Cunningham Project. *Media International Australia*, 182(1), 21-27. [10.1177/1329878X211043905](https://doi.org/10.1177/1329878X211043905)
- Banco Interamericano de Desarrollo (2023) *Brechas de Género: trabajo femenino en sectores culturales y creativos. Una aproximación con datos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay*
- Bernard, H. R. (1940) *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches*. Rowman y Littlefield.
- Bradfield, R.; Derbyshire, J.; Wright, G. (2016) The critical role of history in scenario thinking: augmenting causal analysis within the intuitive logics scenario development methodology. *Futures*, 77. pp. 56-66
- Brinkley, I., (2016) *In Search of Gig Economy*. Lancaster University. [https://www.lancaster.ac.uk/media/lancaster-university/content-assets/documents/lums/work-foundation/reports/407_In-search-of-the-gig-economy_June2016_Access\(1\).pdf](https://www.lancaster.ac.uk/media/lancaster-university/content-assets/documents/lums/work-foundation/reports/407_In-search-of-the-gig-economy_June2016_Access(1).pdf)
- British Council/Cirklo (2019) *Reporte Creative Collective*. British Council.
- British Council (2021) *Innovación para la cultura*. <https://innovacioncultura.jalisco.gob.mx/recomendaciones/>
- Buendía y Márquez. *Encuesta Sobre Hábitos y Consumo Cultural de Nuevo León 2023: Reporte Descriptivo*
- Buitrago, F., y Duque, I (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. (BID/Aguilar)
- Centro de Cultura Digital (2019) *Mapa transmedia*. <https://centroculturadigital.mx/actividad/Mapa-Transmedia-H1K4FKdHE>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2002). *Perspectivas de la economía creativa 2022*. UNCTAD
- Consejo Nacional de Población (2022) *Indicadores demográficos de México*. http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Mapa_Ind_Dem18/index_2.html

- Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (2020). *Indicadores para la medición del sector Cultura Plan Estratégico 2030 de Nuevo León*. https://conl-mx.s3.amazonaws.com/documents/document_files/000/000/321/original/Dossier_indicadores_cultura.pdf?1648066277
- Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (2021). *Proporción del gasto de los hogares en cine, teatro, conciertos y materiales de lectura, por categoría (estatal) 2018-2020*. https://planeestrategico.conl.mx/indicadores/complementario/grafica/64/barras_verticales_con_selector_por_categoria_anio
- Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (2021) *Porcentaje de MIPYMES involucradas en actividades culturales (Estatal)*. https://planeestrategico.conl.mx/indicadores/complementario/grafica/765/barras_verticales_con_selector_por_anio
- Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León y Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (2017) *Análisis del sector cultura del estado de Nuevo León*. https://conl-mx.s3.amazonaws.com/documents/document_files/000/000/042/original/publi_03_v1.pdf?1513360723
- Creative Commons (2023). <https://creativecommons.org/>
- Data México (2023) Nuevo León. <https://datamexico.org/>
- Data Nuevo León (2023). <http://datos.nl.gob.mx/>
- Department for Culture Media & Sport (2013) *Creative Industries Economic Estimates Methodology Classifying and Measuring the Creative Industries. Consultation on Proposed Changes*. <https://www.creativityculturecapital.org/blog/2021/01/09/creative-intensity-culture-and-new-pathways-to-brazilian-development/#:~:text=According%20to%20the%20creative%20intensity,total%20number%20of%20workers%20employed.>
- Department for Culture Media & Sport (2016) *Creative Industries Economic Estimates Methodology*. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf
- European Union, (2021) *Towards Gender Equality in the Cultural and Creative Sector*.
- García, N., y Piedras, E. (2008) *Las industrias culturales y el desarrollo en México*. FLACSO/Siglo XXI.
- Geertz, C. (1973) *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Glenn, J.; Gordon, T.; Olavarrieta, C. (2011). *Diccionario Enciclopédico Mundial sobre Prospectiva*. The Millennium Project.
- Gobierno de México (2022) *Sistema de Información Cultural*. https://sic.gob.mx/lista.php?table=marco_juridico&estado_id=0&municipio_id=-1
- Gobierno de México (2023) *Data México*. <https://datamexico.org/>
- Godet, M. (s. f.). De la anticipación a la acción. *Manual de prospectiva y estrategia*. 1993: Marcombo Boixareu Editores.
- Henchey, N. (1978). Making Sense of Future Studies. *Alternatives: Perspectives on Society, Technology and Environment*, 24-27.
- Hordjick, A., y Glad, T. (2021). *Ecología Social: La práctica del desarrollo de ecosistemas*. Impact Hub.
- Hines, A., y Bishop, P. (2020) Framework Foresight: Exploring Futures The Houston Way. *The Knowledge Base of Futures Studies*. 196-214.
- Hughes, O. (2023) Generative AI defined: How it works, benefits and dangers. *tech Republic*. <https://www.techrepublic.com/article/what-is-generative-ai/>
- Humphrey, A. (2005). SWOT Analysis for Management Consulting. SRI Alumni Newsletter, NA.

- Instituto Mexicano para la Competitividad (2022) Índice de competitividad estatal 2022.
<https://imco.org.mx/indice-de-competitividad-estatal-2022/>
- Inayatullah, S. (2008), "Six pillars: futures thinking for transforming", *Foresight*, Vol. 10 No. 1, pp. 4-21.
10.1108/14636680810855991
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2019). *Censos económicos*.
<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2021). *Cuenta satélite de la cultura en México*.
<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/cultura/CSCultura2020.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2022). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2020). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH)*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2022) Principales resultados Nuevo León. *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares*.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/endireh/2021/doc/19_nuevo_leon.pdf
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2018) *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2018*. <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>
- Instituto Nacional de las Mujeres (2007) *Glosario de género*.
http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100904.pdf
- Kaplan, R., y Norton, D., (2004) *Strategic Maps*. Harvard Business School Publishing Corporation.
- Iarossi, G. (2006) *The power of survey design: a user's guide for managing surveys, interpreting results, and influencing respondents*. The World Bank, 2006.
- México ¿cómo vamos? (2023) Indicadores por estado, pobreza laboral. <https://mexicocomovamos.mx/semaforos-estatales/indicador-por-estado/pobreza-laboral-hombre/NLE/>
- Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022) *Plataforma de seguimiento de políticas*
https://es.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform?f%5B0%5D=field_tr_area_of_monitoring%3A1512
- Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022) *Ciudades Creativas en México*.
<https://es.unesco.org/ciudadescreativasmx>
- Ortegón, E.; Pacheco, J.; Prieto, A., (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. CEPAL.
- Paniagua, K. (2002) *Habilidades para el futuro presente. Ruta maestra*. Santillana.
<https://rutamaestra.santillana.com.co/habilidades-para-el-futuro-presente/>
- Potts, J., Cunningham, D., Stuart D., Hartley, J, y Ormerod, P. (2008) Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*, 32(3). 166-185.
- ProMéxico (2013) *Mapa de ruta de industrias creativas*.
- Secretaría de Cultura (2018) *Mapa de ruta de industrias creativas digitales*.
<https://agendadigital.cultura.gob.mx/documentos/mapaderutaicd.pdf>
- Secretaría de Cultura (2021) Sondeo 2021. Percepción del impacto del COVID-19 en la economía cultural y creativa en México.
<https://mexicocreativo.cultura.gob.mx/wp-content/uploads/2022/05/Sondeo-021-Reporte-1.pdf>
- Secretaría de Cultura (2022) *México creativo* <https://mexicocreativo.cultura.gob.mx/>

- Secretaría de Educación de Nuevo León (2023) Estadísticas de educación. <https://www.nl.gob.mx/>
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (2023) *Trabajadores asegurados en el IMSS total*.
<http://siel.stps.gob.mx:304/ReportesPowerBi/Home/EmbedReport?reportObjectId=a62a7ada-1a48-420e-90e6-406e89a068d6&groupObjectId=b0eb40ac-94f7-4624-a38a-64d8575712c4>
- Schmidt, T. (2021) *Strategic Project Management Made Simple*. Wiley.
- Stapenhurst, T., (2009) *The Benchmarking Book: A how-to guide to best practice for managers and practitioners*. Butterworth-Heinemann
- Textor, R., (1980) *A handbook on ethnographic futures research*. Cultural and Futures Research Project, School of Education and Dept. of Anthropology, Stanford University.
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*. 17. 147-164.
- UNESCO (2023) Institute for Statistics. Glossary.
<https://uis.unesco.org/en/glossary-term/cultural-industries>
- United Nations (2008) *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities*.
- United Nations (2023) Objetivos de Desarrollo Sostenible.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- United Nations Conference on Trade and Development (2023) *Creative economy product groups*.
https://unctadstat.unctad.org/en/Classifications/DimCreativeProducts_Creatives_Hierarchy.pdf
- Voros, J. (2003). A generic foresight process framework. *Foresight*. 5. 10-21.
 10.1108/14636680310698379
- Walia, C. (2019). A Dynamic Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*.
 10.1080/10400419.2019.1641787
- Webb, A., (2016) *The Signals Are Talking*. Public Affairs.
- Wilson, C. (2014) *Interview Techniques for UX Practitioners. A User-Centered Design Method*. Elsevier.
- World Intellectual Property Organization (2023). <https://www.wipo.int/>
- World Futures Studies Federation (2023) About Futures Studies. <https://wfsf.org/about-futures-studies/>

Anexos

Anexo 1.

Pauta de entrevista

1. Presentación (quién eres, qué haces, ocupación, vida cotidiana, medios de subsistencia).
Cuáles son sus insumos de trabajo (base de conocimiento, tecnología, redes de apoyo) para operar, bienes creativos que produce.
2. Exploración de trayectoria profesional (cómo llegó a las industrias creativas, formación, experiencia, factores, años en el sector).
3. Exploración de trayectoria educativa hasta la actualidad
4. ¿Cuál es su proyecto actual más significativo?
5. ¿Cuáles son sus principales medios de subsistencia? (incluir financiamiento público, si existe, ej. becas, apoyos, etc.), ¿realiza o no actividades pro bono?
6. ¿Conoce instrumentos sectoriales para impulsar la economía creativa en su estado y/o país? (Ej. México Creativo, Ciudades Creativas Digitales, becas para jóvenes creadores, etc.)
En caso afirmativo, ¿cuáles? ¿ha sido beneficiario/a de alguno/s de ellos?
7. ¿Quiénes son los actores clave de su sector? (gobierno, civil, privado, académico) ¿colabora con alguno/s de ellos? En caso afirmativo, ¿con cuáles? ¿Quiénes son sus competidores?
8. Durante la crisis por el COVID-19, ¿su trabajo sufrió algún impacto (positivo o negativo)?
En caso de impacto negativo, ¿recibió algún tipo de apoyo financiero, en especie o en conocimiento como respuesta a esto?
9. ¿Qué problemas enfrenta cotidianamente para realizar su trabajo? (financiación, representatividad, corrupción, falta de infraestructura, falta de capital social, u otros).
10. Imagine el ecosistema en el que usted se desempeñará dentro de unos años (10-15 años aprox). ¿Qué es lo peor que podría pasar?, ¿qué es lo mejor que podría pasar? Imagínese en ese contexto, ¿qué ha sucedido con usted?
11. Cotejar la visión. ¿Qué habría que hacer para que esta visión de largo plazo se asemeje lo más posible al escenario que ha imaginado? ¿Qué le falta a este borrador? ¿Cómo podría mejorarse?, ¿usted qué podría hacer para contribuir a esta visión?

Anexo 2.

Instrumento encuesta

Anexo 3.

Análisis comparativo de casos

Anexo 4.

Escaleta del taller de futuros

Objetivos

1. Incrementar las habilidades de pensamiento de largo plazo, pensamiento sistémico y pensamiento estratégico de los/as participantes
2. Crear una estrategia para la implementación de políticas públicas para la economía creativa en Nuevo León

Taller de escenarios futuros para la economía creativa en Nuevo León al 2040

Día 1

Hora	Actividad	Requerimientos
9:00-10:30	Palabras de bienvenida de: Carmen Junco - Presidenta de la Comisión Carmen Junco - Presidenta de la Comisión de Cultura de CONL Melissa Segura - Secretaria de Cultura de Nuevo León Introducción al lenguaje de los futuros. Juego de McGonigall. Juego Polak. Leyes del futuro. Saltos temporales. Señales, tendencias, grandes fuerzas. Modelo genérico prospectivo. Modelos de economía creativa. Acomodo de equipos	Deck Etiquetas Cuadernillo individual Lata blanca con plumones y lápices Sacapuntas Reloj Internet Acomodo tipo casino Pintarrón Plumones pintarrón Pizarrón Servicio de café Calcomanías redondas de 4 colores diferentes (público, privado, civil, académico) Ojo: se requerirá computadora por equipo. Puede ser que de los participantes uno aporte la computadora. NO COMPUTADORAS INDIVIDUALES. Conexión a Internet Cable HDMI 2 computadoras para el crew (una para proyectar, otra para relatoría) Tarjetas de tendencias WIRE y KJAER
10:30-13:00	Unificación de señales y tendencias de las industrias creativas. Análisis de actores y actantes. Preguntas clave del proceso prospectivo.	Banco de señales Manual thinking mapas
10:30-13:00	The Thing from the Future. Elaboración de escenarios para la economía creativa en NL al 2040 (<i>Working lunch</i>)	Cartas The Thing from the Future 50 páginas blancas (o de cualquier otro color) Kits <i>Manual Thinking Lunch</i>
15:30-17:00	Ruedas de futuros	
17:00-18:00	Síntesis de resultados y cierre	

Día 2

Hora	Actividad	Requerimientos
9:00-10:00	Recapitulación de resultados y aprendizajes día previo	Deck Etiquetas Cuadernillo individual Frasco con plumones y lápices Sacapuntas Reloj Internet Acomodo tipo casino Pintarrón Plumones pintarrón Pizarrón Servicio de café Calcomanías redondas de 4 colores diferentes (público, privado, civil, académico)
10:00-11:00	Votación de escenario más deseable, recogida de lecciones útiles	Calcomanías redondas de 1 color (que no sea como los 4 colores de las otras calcomanías) Mapas de <i>Manual Thinking</i> de la sesión previa
11:00-12:00	Conversión de escenario en visión	
12:00-13:00	Diseño de objetivos estratégicos	Kits de <i>Manual Thinking</i>
13:00-15:00	Desagregado de actividades por objetivo. asignación de actores y actantes (<i>working lunch</i>)	Kits de <i>Manual Thinking</i>
15:00-16:00	Síntesis de hallazgos y acuerdos	
16:00-18:00	<i>Networking</i>	Directorio de asistentes

Materialles totales

5 latas (prestadas del CIEC)
40 sharpies negros
10 sharpies rojos
100 etiquetas para poner el nombre de la persona
40 lápices
5 sacapuntas (CIEC)
1 paquete de **etiquetas adhesivas circulares multicolor**
1 paquete de **etiquetas redondas rojo neón**
1 juego de plumones para pizarrón y borrador (KP)
100 páginas blancas (o de cualquier color)
50 cuadernillos impresos
20 mapas grandes
15 planillas de etiquetas grandes (redondas)
60 planillas de etiquetas medidas (ovaladas) de diferentes colores
12 planillas de etiquetas metódicas

Anexo 5.



Cuadernillo de apoyo del taller de futuros

Anexo 6.

Participantes del taller de futuros y equipo estratégico

Participantes del taller

Michelle Andonie	Roy Lavcevic	Melissa Segura
Emanuel Anguiano	Ana Lucía Macías	Carmen Junco
Marcela Beltrán	Leo Marz	Cordelia Portilla
Alejandro Blanco	Jessica Ochoa	Meng Ping Hsu
Magdalena Cárdenas	Gerado Ortiz	
Samuel Cepeda	José Quintanilla	
David Dávila	Alejandro Rodríguez	
Jorge Diego Etienne	José Luis Solís	
Jessica Rojas	César D. Tapia	
Rafael García	Ricardo Tatevari	
David Gómez	Raúl Verduzco	
Miguel González	Ximena Viades	
Clelia Hernández	Miguel González Virgen	

Anexo 7.

 **Árbol de problemas, árbol de objetivos**

Anexo 8.

 **Hitos del sector creativo en Nuevo León**

Anexo 9.

 **Transcripciones de entrevistas**

Anexo 10.

 **Resultados mapeo sector creativo**

Anexo 11.

 **Matriz de marco lógico, mapa de ruta, acciones propuestas en el taller, indicadores**

Anexo 12.

Bases de datos económicas

Unidades económicas creatividad y cultura NL

Censo Económico Cultura 2019 (NL y Nal, SCIAN seleccionados))

Gasto en economía creativa de los hogares por estados, 2018 (Entrega)

Anexo 13.

Integrantes del comité estratégico para la elaboración del mapa a de ruta

Equipo estratégico

Alejandro Blanco

Gerardo Ortiz

Jorge Diego Etienne

América Yadira Palacios

Marcela Flores Méndez

Taiyana Pimentel

Clelia Hernández

Meng Ping Hsu

Ana Fernanda Hierro

Cordelia Portilla

Carmen Junco

Melissa Segura

Nubia Macías

José Luis Solís

Leonardo Martínez

Ricardo Tatevari

Anexo 14.

Formato para la planeación del presupuesto

Anexo 15.

Formato para la planeación del presupuesto



Tierra incógnita

Economía Creativa en Nuevo León

PARTE II



centro.

Índice

Parte II. Desarrollo de política pública

Introducción

1. Identificación, análisis y diagnóstico sobre las brechas para el desarrollo y el encadenamiento del sector de industrias creativas, con perspectiva de género	112
2. Propuesta para el desarrollo de la economía creativa en el estado de Nuevo León	118
a. Construcción de una visión compartida con los actores clave	
3. Propuesta de organización de los servicios y productos brindados por las industrias creativas	122
4. Propiedad intelectual	123
5. Planificación y presupuestación para incentivar el crecimiento en Nuevo León	124
6. Mejora de la calidad en la prestación de servicios	124
7. Mejora en la promoción y acceso a los servicios y productos de este sector	125
8. Sistemas de información	125
9. Recursos humanos y capacitación	125
10. Recomendaciones especiales en función de la atención a los grupos objetivo identificados como grupos prioritarios (vulnerables), como pequeños grupos de artesanos	126
11. Investigación y evaluación de la política y los servicios	127
12. Vincular los indicadores del Plan Estratégico con las propuestas de este proyecto	127
13. Trazar el mapa de ruta para la creación y consolidación de un red local de industrias creativas	127
14. Indicadores clave de seguimiento	128
15. Glosario	129
16. Referencias	131
Anexos	135

1. Identificación, análisis y diagnóstico sobre las brechas para el desarrollo y el encadenamiento del sector de industrias creativas, con perspectiva de género

De acuerdo con el reporte *Brechas de Género: trabajo femenino en sectores culturales y creativos* (BID, 2023), la participación de las mujeres en el mercado laboral, con énfasis en el sector creativo, debe leerse a la luz de ciertas condiciones estructurales que influyen en la vida tanto de los varones como de las mujeres. Las disparidades deben entenderse de manera interseccional, como parte de un mapa más amplio en el que se combinan las decisiones personales (la vocación, la vida en pareja, la maternidad, la crianza, etc.), el estrato social, la raza, la edad, la orientación sexual y el territorio, entre otras variables significativas.

Por su parte, el estudio *Towards Gender Equality in the Cultural and Creative Sector* (European Union, 2021), señala que la brecha de género se exacerbó durante la pandemia, por lo que las acciones para su disminución resultan urgentes.

¿Qué sucede antes de la vida laboral en Nuevo León? Al respecto de las disparidades de género en Nuevo León, de acuerdo con la Secretaría de Educación del estado (2023), **en el ciclo escolar, en el ciclo escolar 2020-2021, de los 88,051 estudiantes que atendieron programas de educación superior, 46,328 (equivalente al 51.6%), fueron mujeres. Para el mismo ciclo, de 10,771 estudiantes inscritos en posgrado, 5,966 (equivalente al 55.3%) fueron mujeres.**

Dichas cifras pueden ser alentadoras considerando que la brecha de género se expresa y reproduce, entre otras variables, en el acceso a la educación; sin embargo un vistazo a las cifras de ocupación por género nos revela que, para el tercer trimestre del 2023, la fuerza laboral del estado estaba conformada por 1.78 millones de varones y 1.1 millón de mujeres (Data México, 2023): **esto significa que la tendencia registrada en la educación no guarda una relación directa con la ocupación y más aún, con la remuneración, en el entendido de que el trabajo doméstico de las mujeres no suele pagarse.**

¿Qué pasa después de acudir a la universidad, en el supuesto de que esto suceda? De acuerdo con Data México (2023) del tercer al cuarto trimestre del 2022 se registró una tasa de ocupación del 38.5% para las mujeres y del 61.5% para los varones. Más aún, según datos del semáforo económico de pobreza laboral de Nuevo León (México ¿Cómo vamos?, 2023), **en el periodo del primer trimestre del 2021 al primer trimestre del 2022, se registró un incremento en la pobreza laboral de las mujeres de 24.4% a 25.8%, mientras que para los varones en el mismo periodo, la pobreza laboral aumentó de 21.2 a 21.9%.**

En lo que refiere a las diferencias de género en la educación superior y el trabajo, se visualiza lo siguiente en la figura 34 (Data México, 2023).

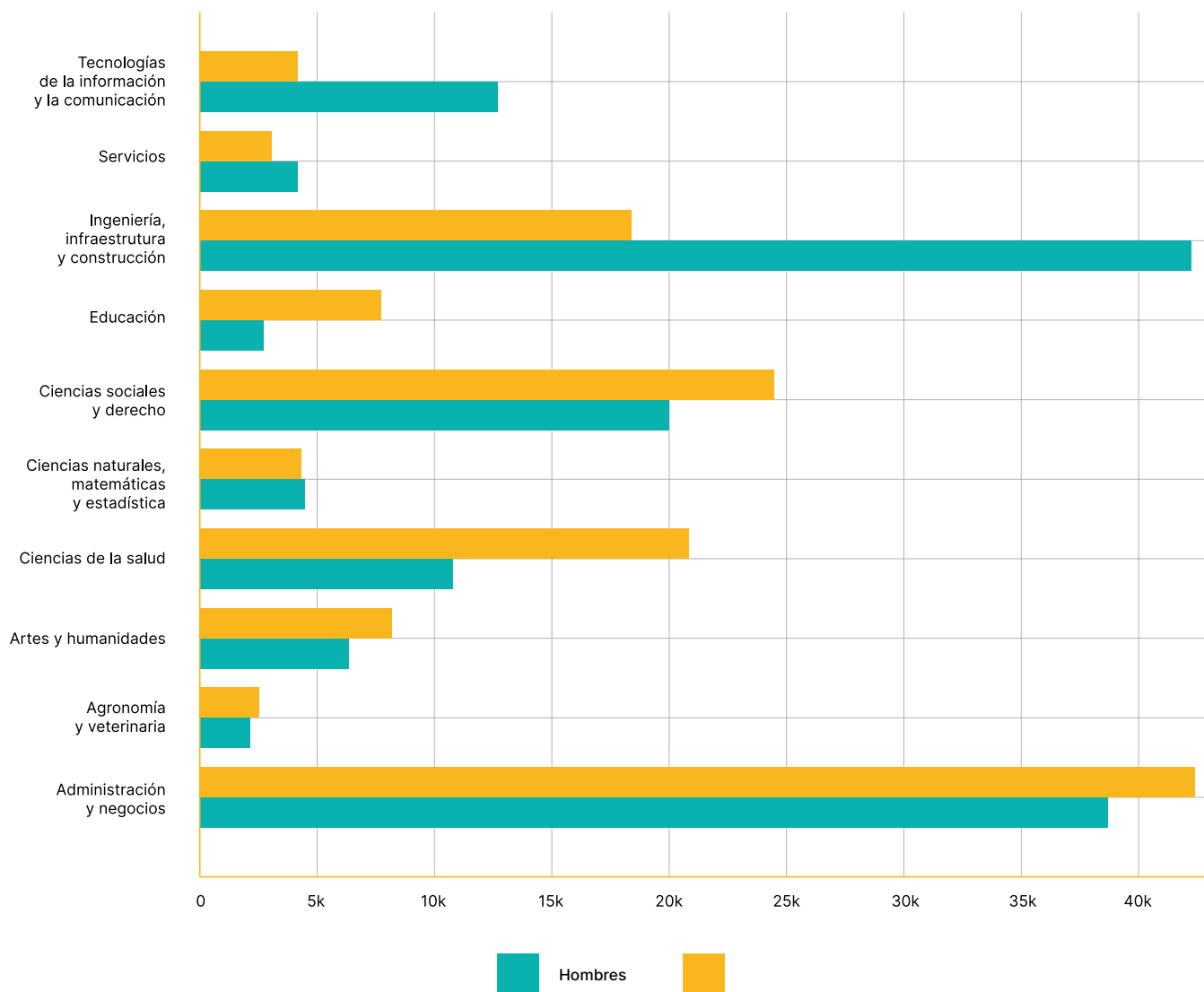


Figura 36. Estudiantes matriculados en licenciatura en Nuevo León (2021). Fuente: Data México.

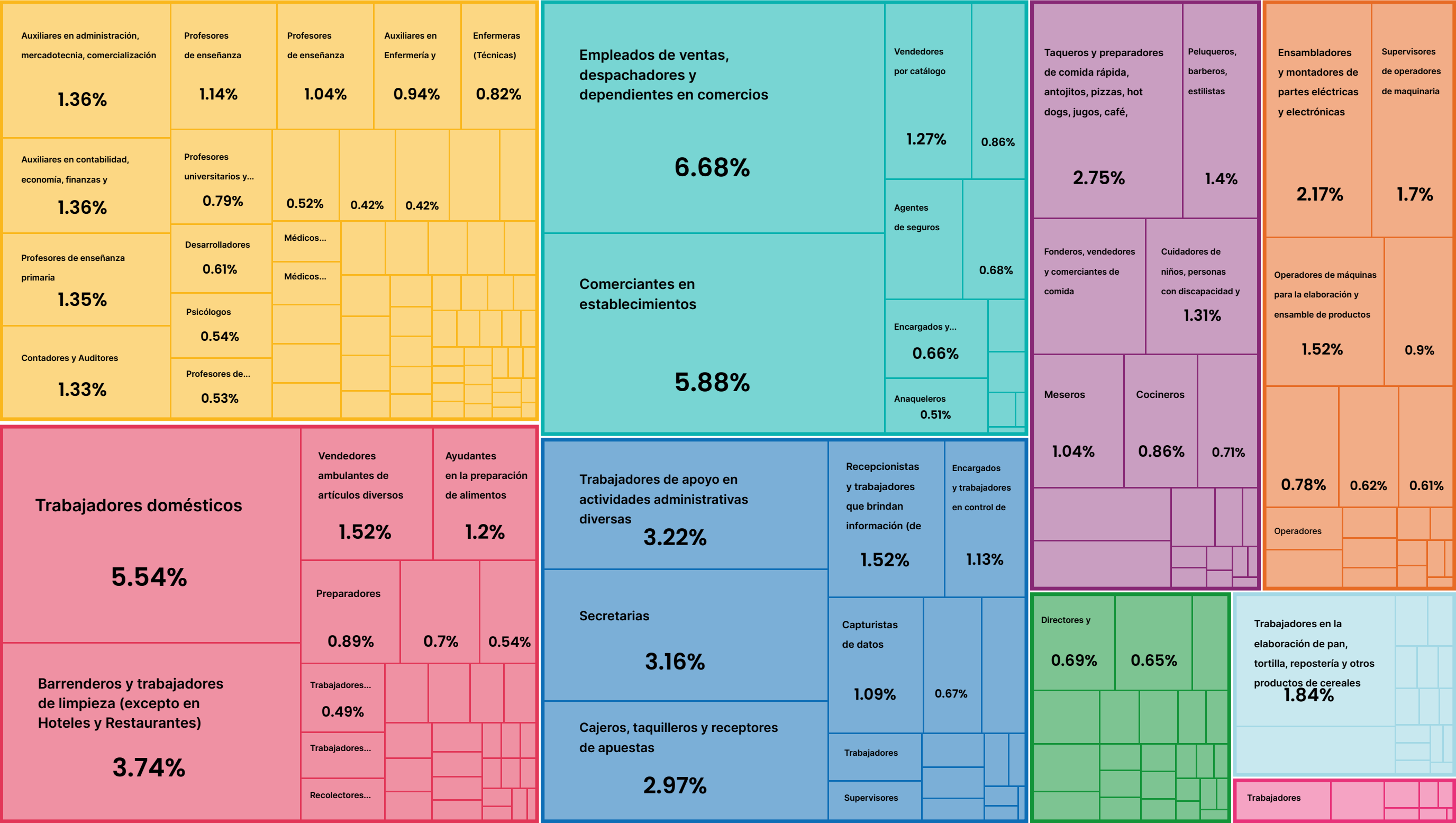


Figura 37. Distribución de la fuerza laboral femenina por ocupaciones en Nuevo León, cuarto trimestre del 2022. Fuente: Data México.

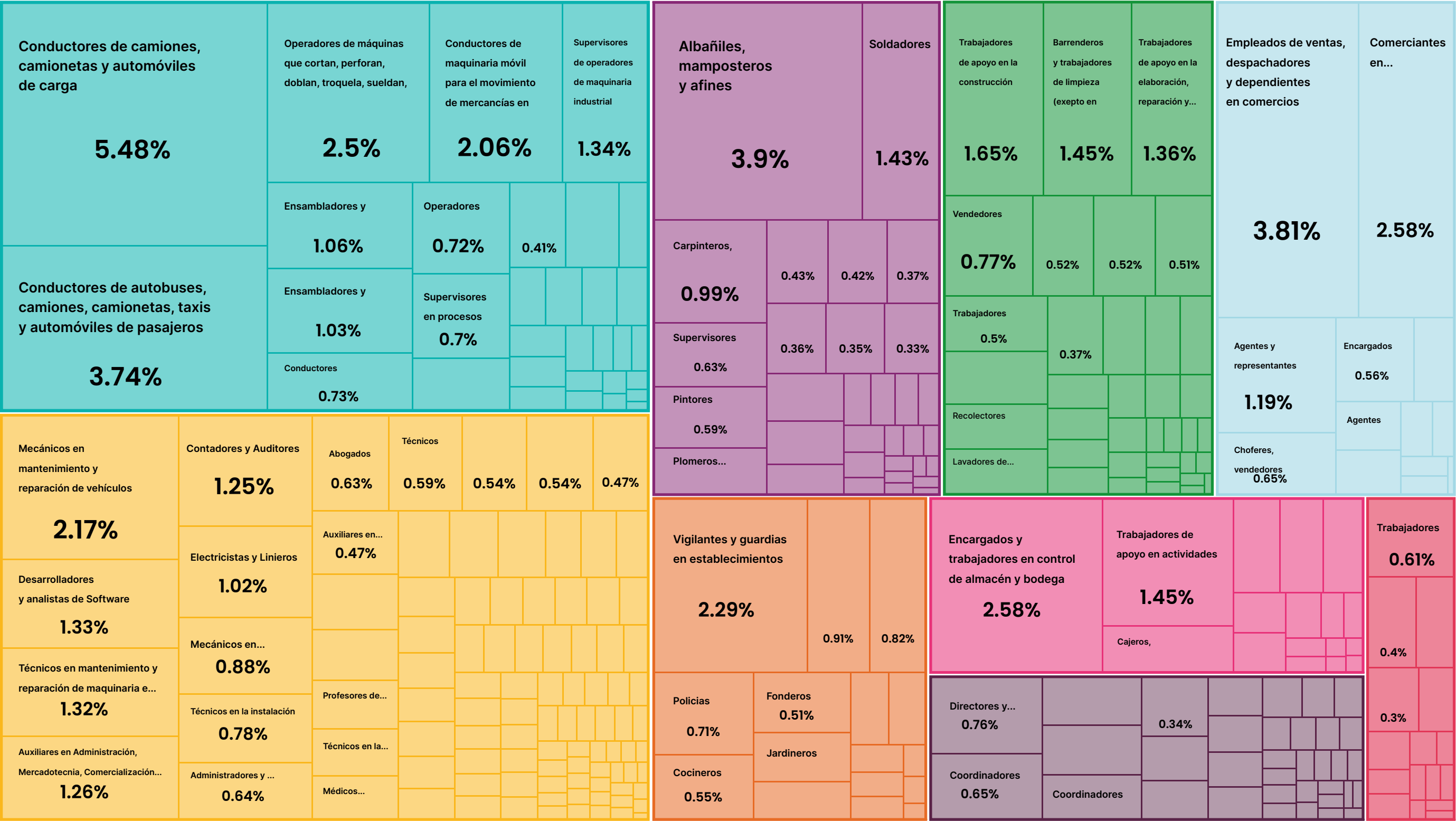


Figura 38. Distribución de la fuerza laboral masculina por ocupaciones en Nuevo León, cuarto trimestre del 2022. Fuente: Data México.

Como puede apreciarse en la figura 37, la participación de las mujeres en las carreras de artes y humanidades es mayor, no así en tecnologías de la información y la comunicación, que también forman parte del ecosistema de la economía creativa y cultural y están lideradas por varones. La diferencia en relación a los varones (figura 38) también es notoria en el caso de las carreras de ciencias sociales, ciencias de la salud, agronomía y veterinaria y administración y negocios, que registran una mayor participación de mujeres.

Aunque la ruta que va de la universidad al trabajo no es transparente, en lo que hace a la ocupación también se identifican diferencias relativas al género. Estas diferencias decantan en una disparidad salarial que acrecienta la vulnerabilidad de las mujeres: aunque el salario promedio mensual de Nuevo León registra un incremento a pesar de la pandemia (ver figura 39), es un hecho que las mujeres en el estado ganan menos en relación a los varones.

► Evolución salario promedio mensual en Nuevo León (por género) ◀

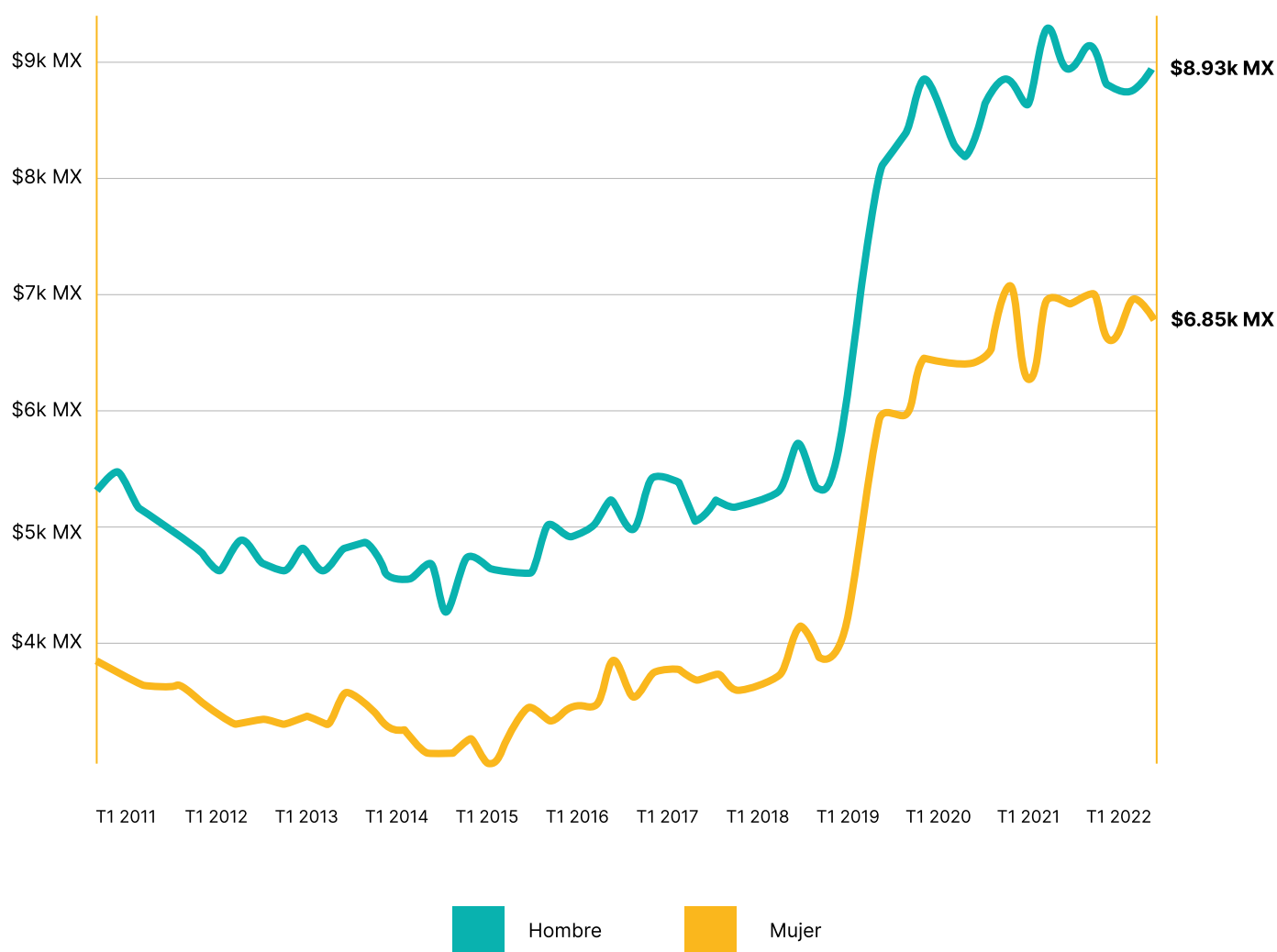


Figura 39. Evolución del salario promedio mensual en Nuevo León por género, 2021. Fuente: Data México

Los datos presentados abordan apenas tres frentes (la educación, el empleo, el salario) de los muchos que comportan la situación de las mujeres en el estado y en el país. De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares, ENDIREH, INEGI, 2022), en Nuevo León, 68.1% de las mujeres de 15 años o más experimentaron algún tipo de violencia: psicológica, física, sexual, económica o patrimonial a lo largo de la vida y 42.3% en los últimos 12 meses, siendo la violencia sexual y psicológica las más prevalecientes en el estado.

De acuerdo con la misma fuente, el 27.6% de las mujeres del estado de 15 años y más, ha vivido situaciones de violencia en el trabajo a lo largo de la vida y el 22.1% vivió este tipo de violencia en los últimos 12 meses. De este universo, el 44.3% señaló que la principal persona agresora fue un(a) compañero(a) de trabajo y el 74.6% declaró que las instalaciones del trabajo fue el lugar principal lugar en el que ocurrió la violencia.

El ámbito comunitario es el más contundente. La ENDIREH 2021 estima que, en Nuevo León, 46.8% de la población de mujeres de 15 años y más, ha experimentado situaciones de violencia en la comunidad a lo largo de la vida y el 24.1% vivió este tipo de violencia en los últimos 12 meses. De este universo, el 71.5% señaló que la principal persona agresora fue un desconocido.

En lo que refiere al entorno doméstico, la ENDIREH apunta que en Nuevo León, 33.1% de las mujeres de 15 años y más que han tenido una relación de pareja, han sido violentadas por esta a lo largo de la relación, y el 17.7% ha vivido situaciones de violencia en los últimos 12 meses.

El ámbito creativo no está exento de estas situaciones: la condición de las mujeres como un grupo vulnerable se reproduce en los diversos ecosistemas. Frente a esto, las acciones tendientes a sensibilizar a la ciudadanía y disponer de planes y programas que fomenten la participación de las mujeres en actividades culturales y creativas, pueden contribuir a mejorar la situación.

El mapa de ruta disponible en el **anexo 11** considera en el apartado 4.3 la implementación de estímulos específicos para mujeres emprendedoras en el sector creativo y cultural para contribuir a la disminución de la brecha de género. Asimismo, el apartado 5.1 considera la formación con enfoque de género como una de las acciones para el fortalecimiento de los agentes creativos y culturales.

2. Propuesta para el desarrollo de la economía creativa en el estado de Nuevo León

A continuación se presenta el mapa de ruta elaborado con base en los resultados de la investigación y en colaboración con el comité estratégico cuyos integrantes se precisan en el [anexo 13](#).

a. Construcción de una visión compartida con los actores clave

La visión contenida en el mapa de ruta al 2040 es la siguiente:

Contribuir a que a las personas y comunidades en Nuevo León tengan oportunidades que favorezcan el ejercicio efectivo y equitativo de sus derechos culturales, mediante el desarrollo de un ecosistema de economía creativa que propicie el incremento de la intensidad creativa y el desarrollo sostenible del estado.

Dicha visión tiene su antecedente en un escenario al 2040 cuya primera versión emanó del taller de actores culturales y creativos del estado convocado en febrero del 2023 y que debe considerarse un texto abierto, cuya discusión debe continuar para enriquecer la propuesta.

En el año 2040, Nuevo León es uno de los principales polos y ecosistemas de economía creativa-cultural de América del Norte. El sector creativo-cultural se entiende como parte de una industria regenerativa, alineada al desarrollo sostenible del estado y presente en cada actividad económica y sector de la vida pública de los nuevoleonenses. El estado atrae y retiene talento creativo diverso de todo el mundo y sus poblaciones y comunidades tienen un acceso efectivo y equitativo a sus derechos culturales. La colaboración, el intercambio cultural inclusivo y el emprendimiento fueron las premisas que forjaron este ecosistema.

Para enfrentar las limitaciones de inversión, se han fortalecido los instrumentos de apoyo sectorial; la administración de los recursos es eficiente y se ha innovado en las fuentes de financiamiento (público, privado, ciudadano, mixto).

A partir de los estragos de la pandemia, las nuevas generaciones aceleraron la resignificación del concepto del orgullo regio. El activismo social de jóvenes, familias y comunidades de Nuevo León demandaba un modelo económico sostenible capaz de generar prosperidad y bienestar general. Los profesionistas creativos y agentes culturales del estado sabían que podían ser protagonistas de este cambio aportando talento y soluciones dirigidas a construir un modelo de desarrollo económico sostenible, creativo y resiliente.

Para contribuir al propósito anterior, a partir del 2024, el sector creativo en Nuevo León empezó a reorganizarse bajo una política pública intersectorial y multidisciplinaria. La articulación y la participación entre gobierno, empresas y sociedad civil, resolvió que este modelo debía posicionar la creatividad en la agenda pública no sólo como un derecho cultural, sino también como una competencia estratégica para la sostenibilidad y diversificación de la economía regional.

Derivado de esta política pública, entre el 2025 y el 2030 surgió un modelo de economía creativa y cultural insertado en la lógica de desarrollo económico sostenible, una industria regenerativa capaz de reconstruir el tejido social de Nuevo León al proporcionar balance y equilibrio entre el crecimiento económico inercial y el diseño armónico de ciudades/comunidades, experiencias, productos y servicios de la industria.

Este modelo surgió bajo la óptica de ser un sector escalable, evolutivo, y con alcance global. Se basó, entre otras cosas, en fortalecer los instrumentos de apoyo al sector creativo, traduciéndose, entre otras cosas, en una normativa rectora, mecanismos de propiedad intelectual, profesionalización del talento creativo, sistemas de información, medición y observación, así como fuentes de financiamiento diversificadas con reglas claras de operación.

Para que este modelo fuese exitoso también se trabajó en la inclusión y reducción de barreras diferenciadas que experimentaban grupos prioritarios como mujeres, población LGBT+, indígenas, artesanos, localidades rurales y migrantes, sectores sociales que juegan un rol fundamental en la construcción del ecosistema de economía creativa a través de la diversidad de talentos, saberes culturales y habilidades que aportan a la sociedad neolonesa.

A partir del 2030, debido a su siempre pujante economía estrechamente relacionada con la revolución 4.0, Nuevo León consolida rápidamente un hub tecnológico. La entidad se convierte en un modelo a seguir como pionera en la formación de “ingenieros creativos”, profesionales que combinan las aplicaciones tecnológicas con las cadenas de valor del sector creativo. Tendencias como la inteligencia artificial, la impresión en 3D, y la realidad extendida se incrustan al modelo de economía creativa y cultural de Nuevo León, permitiendo elevar aún más su nivel de competitividad. Para llegar a este escenario, el gobierno promovió políticas y estrategias de alfabetización digital donde universidades, gobiernos locales y empresas participaron en la reducción de brechas digitales de su población a través de capacitaciones y certificados de educación continua.

En 2035, la economía creativa en Nuevo León es un componente clave que empuja la competitividad del estado. Diversos profesionistas creativos y agentes culturales asumen un rol activo en la construcción de este futuro:

- Los arquitectos y diseñadores construyen residencias adaptadas a las condiciones extremas del cambio climático. Asimismo, se diseñan sistemas urbanos regenerativos y confortables que embellecen el espacio y la vialidad pública.
- Las artes performativas y visuales producen expresiones culturales que llenan los teatros, museos, galerías y espacios públicos de la urbe metropolitana y las comunidades de Nuevo León.
- Las y los escritores locales, así como las casas editoriales del estado publican libros y novelas de alta calidad con canales y formatos de presentación diversos y adaptados al mundo virtual del metaverso.
- Los cronistas e historiadores culturales de Nuevo León construyen una nueva narrativa que combina el éxito industrial y empresarial de Nuevo León con la innovación y diversidad económica que provee el talento creativo al estado.
- El arte digital y los desarrolladores de software locales crean profesiones y trabajos que antes no existían, permitiendo a más personas y poblaciones de pequeñas comunidades acercarse al arte y medios de expresión cultural como una fuente de empleo formal con seguridad social y poder adquisitivo.
- La moda y la industria textil generan propuestas conscientes del impacto ambiental y social.

- Los artesanos locales están interconectados con cadenas de valor globales a través de plataformas de comercio electrónico donde posicionan sus bienes, servicios y expresiones creativas de forma sostenible, combinando diseños que promocionan el patrimonio cultural de Nuevo León con las tendencias globales.

Para el 2040 han ocurrido también una serie de hitos que marcan el milagro de la economía creativa y cultural de Nuevo León:

- La industria creativa de Nuevo León aporta cerca del 7% al PIB estatal y genera valor público que se reflejan en la regeneración del tejido social y urbano de las comunidades de Nuevo León.
- Se han instalado decenas de centros de investigación en economía creativa y laboratorios de innovación y existen al menos cinco parques industriales creativos que albergan empresas tecnológicas.
- Grandes empresas locales contratan y apoyan investigación creativa aplicada al uso cotidiano.
- Nuevo León añade al menos dos sitios exclusivos a la lista de Patrimonio de la Humanidad en México.
- Se inauguran los museos, galerías y parques temáticos más grandes de México en realidad virtual y realidad aumentada.
- Nuevo León es líder nacional de patentes en economía creativa.
- Desde el municipio de Doctor Arroyo hasta Anáhuac, cientos de startups disruptivas nacen cada día a lo largo y ancho de Nuevo León apoyadas por un ecosistema de economía creativa distribuido a lo largo del estado.
- Nuevo León es sede anual de conferencias de arte, diseño y tecnología que atraen comunidades globales y en donde se intercambian ideas y las últimas tendencias en economía creativa.
- Cada ayuntamiento cuenta con programas locales de economía creativa que apoyan los emprendimientos creativos locales a través de laboratorios de innovación instalados en las mismas comunidades.
- Las plazas públicas y sitios históricos de cada municipio son espacios públicos adaptados para la expresión cultural y el emprendimiento creativo local.
- La mejora de opciones de movilidad a lo largo del estado permite a las comunidades alejadas integrarse al ecosistema de economía creativa que se vive no solo en la Zona Metropolitana, sino también en ciudades medias como Santiago, Montemorelos, Linares o Allende.
- Conciertos y festivales públicos y privados llegan a pequeñas comunidades y revolucionan la experiencia musical al incorporar elementos del metaverso y presentaciones en realidad virtual que recrean artistas del pasado.
- El Barrio Antiguo, los pueblos mágicos y los centros históricos de las comunidades y ciudades medias de Nuevo León atraen a múltiples artistas y profesionistas creativos de todo el mundo que buscan integrarse a las cadenas de valor del ecosistema de economía creativa de Nuevo León.

En el 2040, la creatividad, el arte y la cultura están presentes en todos los aspectos de la vida pública y empresarial. Nuevo León es un referente internacional que combina la política cultural e industrial para generar innovación y valor público. A pesar de los retos ambientales y sociales que han golpeado a México y al mundo a través de los años, el Nuevo León del 2040 es resiliente gracias a su modelo de economía creativa que responde a los desafíos globales del futuro. Las industrias creativas de Nuevo León se han conformado como un ecosistema que promueve la transversalización de la creatividad con base en la colaboración, el intercambio cultural y el emprendimiento.

Las nuevas generaciones resignifican y trascienden el concepto del orgullo regio, concretando un modelo que retoma las mejores prácticas estatales y nacionales; articula a los diversos actores del sector; contribuye a la formalización del empleo en las actividades creativas; promueve la profesionalización del talento; consolida iniciativas I+D+i (innovación, desarrollo e investigación); integra los esfuerzos de comercialización, comunicación y posicionamiento de los bienes, servicios y experiencias creativas; y promueve alianzas con las instituciones educativas para mantener la oferta actualizada, entre otras iniciativas.

El modelo de economía creativa y cultural estatal responde ante la urgencia del cambio climático implementando acciones para el desarrollo sostenible. Asimismo, considera el impacto social como un elemento transversal.

3. Propuesta de organización de los servicios y productos brindados por las industrias creativas

El mapa de ruta disponible en el **anexo 11** considera una serie de acciones alrededor de los siguientes objetivos estratégicos:

Objetivo 1

De aquí al 2040, incrementar las condiciones normativas, interinstitucionales, infraestructurales y operativas para que mujeres, hombres y grupos prioritarios creativos participen activamente en el incremento de la intensidad creativa y el desarrollo sostenible del estado

Objetivo 2

De aquí al 2040, implementar soluciones e infraestructuras tecnológicas para mejorar la interconexión y efectividad del ecosistema creativo, así como reducir las brechas digitales que existen en mujeres, hombres y grupos prioritarios creativos en Nuevo León

Objetivo 3

De aquí al 2040, incrementar la participación y el consumo local nacional y global de bienes, servicios y experiencias creativas producidas por mujeres, hombres y grupos prioritarios creativos y culturales en Nuevo León

Objetivo 4

De aquí al 2040, optimizar y mejorar la accesibilidad financiera a mujeres, hombres y grupos prioritarios destinados a incrementar la intensidad creativa de Nuevo León

Objetivo 5

De aquí al 2040, mejorar los conocimientos y las destrezas de mujeres, hombres y grupos prioritarios creativos para el incremento y formalización de empresas creativas

Se recomienda consultar el anexo correspondiente para dar cuenta de las actividades propuestas.

4. Propiedad intelectual

La protección de la propiedad intelectual e industrial es uno de los factores clave para que los bienes creativos contribuyan a la economía creativa. La revolución 4.0 (incluyendo el reciente auge de la Inteligencia Artificial generativa) ha transformado radicalmente la manera en la que se producen, preservan y circulan obras, así como el concepto mismo de propiedad intelectual: ¿quién es la persona propietaria del bien creativo?, ¿quién puede y debe beneficiarse con los dividendos generados por la explotación comercial de la obra? Son preguntas cruciales.

A este replanteamiento de la noción de propiedad intelectual vinculado a la transformación digital, se suma el movimiento de bienes comunes creativos (*Creative Commons*), organización que ofrece licenciamientos simples y estandarizados, destinados a facilitar la divulgación de obras creativas alrededor del mundo. En este sentido, la profesionalización de los actores creativos de Nuevo León en lo que refiere a la protección de su obra, ya sea vía la Ley federal del derecho de autor, la Ley federal de protección a la propiedad industrial o bienes comunes creativos, es de vital importancia, tanto como la simplificación administrativa de los trámites para el registro de obras y patentes.

En particular el rubro de las industrias creativas tiende a disolver la distinción entre propiedad intelectual e industrial. A diferencia de los modelos tradicionales para la protección de los productos creados por los integrantes de una organización o por creadores individuales, en el ámbito creativo y cultural, el bien creado regularmente es producto de un esfuerzo colectivo que involucra la interacción de múltiples agentes económicos.

Por ejemplo, la producción de un videojuego involucra a cientos, incluso miles de colaboradores: guionistas, dibujantes, animadores, programadores, músicos, diseñadores, promotores, por mencionar solo algunos. Mientras que en las industrias tradicionales y en las artes la determinación de los derechos de propiedad intelectual se contempla desde un ángulo centrado, en los ecosistemas creativos la producción de la obra puede ocurrir en un universo descentrado que incluye a los clústers, los colectivos informales y las comunidades creativas: estos precursores permiten la circulación de los conocimientos y de una gramática que permea la producción, la circulación y el consumo de los bienes creativos, haciendo posible su viabilidad económica (Bach, L., Cohendet, P., Penin, J. & Simon, L., 2010).

Esta forma de producción de los bienes creativos supone paradojas. La primera de ellas compromete las normas tradicionales para la protección de la propiedad intelectual e industrial en los términos que suele resolverse en el ámbito corporativo, en el que el autor cede los derechos a favor de la organización que brinda la infraestructura, conservando la autoría pero cediendo la propiedad patrimonial; asimismo, reta la idea del registro a título individual, como ocurre con la autoría del libro que ha sido escrito por una sola persona.

En el caso de los productos de diseño, por ejemplo del diseño textil y de moda, el registro de la obra enfrenta dilemas. No solo el bien creativo es el resultado de un proceso que involucra a múltiples agentes, sino que muchas veces la ideación involucra la inspiración en otros productos ya existentes, comprometiendo la delgada línea entre inspiración, apropiación y plagio. Esos límites nebulosos hacen difícil la protección de la obra en tanto la noción misma de autoría se encuentra en constante transformación.

Las formas tradicionales de proteger la obra mediante el registro ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) y el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI) conviven con el modelo de los bienes creativos comunes (*Creative Commons*). Esta coexistencia de modelos requiere la profesionalización de los involucrados, la sensibilización de los profesionales que brindan asesoría y acompañamiento para el registro de los productos creativos, así como la revisión del actual marco legal para su eventual actualización.

Para ir en la dirección antes referida, el mapa de ruta contempla una serie de rubros destinados a optimizar los conocimientos y las destrezas de los actores del sector cultural y creativo de Nuevo León (ver **anexo 11**). Si bien CONARTE cuenta con cursos específicos para el sector, es indispensable que la información relativa a la oferta disponible en organizaciones públicas, privadas y académicas se concentre y difunda con el propósito de facilitar el acceso a la misma.

5. Planificación y presupuestación para incentivar el crecimiento en Nuevo León

Para diseñar un presupuesto adecuado, se recomienda combinar los **anexos 11** (mapa de ruta), **14** (formato para diseño de presupuesto) y **15** (recomendaciones técnicas para diseño de presupuesto).

Se recomienda enfáticamente:

1. Nombrar a un equipo intersecretarial responsable del control de gestión y la rendición de cuentas
2. Asignar el presupuesto por actividad y subactividad con base en el año fiscal o el año calendario
3. Considerar un porcentaje para gastos operativos
4. Considerar un porcentaje para gastos imprevistos (2%-3% de los gastos directos)

6. Mejora de la calidad en la prestación de servicios

El mapa ruta disponible en el **anexo 11** incluye indicadores destinados a medir la mejora de la calidad en la prestación de servicios para el fortalecimiento del sector creativo. A continuación, se ofrecen algunos ejemplos:

- C1.6.2 Porcentaje de beneficiarios directos e indirectos de las convocatorias públicas para el embellecimiento de ciudades y comunidades adaptadas al cambio climático que reportan una satisfacción alta tras la intervención pública
- C1.6.3 Porcentaje de la población satisfecha con sus áreas verdes
- C3.2 Porcentaje de profesionistas creativos que reportan una satisfacción alta tras haber tomado cursos y certificaciones en habilidades digitales, desglosado por género
- C3.3 Porcentaje de profesionistas creativos que reportan haber mejorado o adoptado aplicaciones tecnológicas tras haber tomado los cursos y certificaciones en habilidades digitales, desglosado por género.
- C5.11 Porcentaje de agentes creativos que reportan haber mejorado sus habilidades y destrezas después de la capacitación.
- C5.12 Porcentaje de agentes creativos que reportan una satisfacción alta con la calidad de los cursos y talleres ofrecidos.
- C5.13 Número de alianzas con instituciones educativas y organizaciones empresariales para ofrecer capacitación y entrenamiento a agentes creativos.
- C5.14 Porcentaje de agentes creativos que reportaron haberse integrado formalmente al mercado laboral después de recibir capacitación y/o apoyos

7. Mejora en la promoción y acceso a los servicios y productos de este sector

La matriz de marco lógico contenida en el **anexo 11** responde a este dominio.

8. Sistemas de información

El componente Creación y fortalecimiento de un nodo creativo interinstitucional permanente con un centro de investigación y un observatorio en economía creativa y cultural para el estado de la matriz incluída en el **anexo 11** contempla las iniciativas relativas a este aspecto.

9. Recursos humanos y capacitación

El apartado 5 de la matriz de marco lógico incluída en el **anexo 5** contempla las acciones necesarias para optimizar los conocimientos de los agentes vinculados al sector creativo y cultural. La ejecución de este dominio supone el trabajo en colaboración con CONARTE y con las personas físicas y morales que ofertan servicios de formación, con el propósito de integrar y sistematizar la información para hacer más efectivo el acceso a experiencias formativas.

10. Recomendaciones especiales en función de la atención a los grupos objetivo identificados como grupos prioritarios (vulnerables), como pequeños grupos de artesanos

La Matriz de Marco Lógico contenida en el **anexo 11** incluye un enfoque transversal a los objetivos de fin, propósito, componentes y actividades. Para ello se incluyen indicadores con perspectiva de género y actividades específicas para grupos prioritarios

De forma enunciativa más no limitativa, algunos ejemplos de actividades puntuales incluidas en la MML son:

- 3.1.8 Diseño e implementación de campaña local y nacional para el posicionamiento y visibilización del trabajo de profesionistas creativos provenientes de grupos prioritarios (mujeres, género diverso, LGBT+, comunidades étnicas, rurales y artesanales, diversidad funcional, tercera edad, etc.)
- 4.3 Diseño e implementación de una política de apoyo y estímulo financiero enfocado a grupos prioritarios
- 4.3.1 Diseño e implementación de una convocatoria de apoyo y estímulo financiero a mujeres creativas de Nuevo León
- 4.3.2 Diseño e implementación de una convocatoria de apoyo y estímulo financiero a agentes creativos de género diverso y/o comunidades LGBT
- 4.3.3 Diseño e implementación de una convocatoria de apoyo y estímulo financiero a agentes creativos provenientes de grupos étnicos, comunidades artesanas y rurales
- 4.3.4 Diseño e implementación de una convocatoria de apoyo y estímulo financiero a agentes creativos con diversidad funcional
- 4.3.5 Diseño e implementación de una convocatoria de apoyo y estímulo financiero a agentes creativos foráneos, expatriados y/o migrantes
- 4.3.6 Diseño e implementación de una convocatoria de apoyo y estímulo financiero a agentes creativos de tercera edad y/o jubilados

11. Investigación y evaluación de la política y los servicios

La investigación y evaluación de la política pública y sus servicios se atiende mediante en el **anexo 11** con base en las siguientes vertientes.

1. Indicadores de seguimiento para el fin, propósito y componentes del proyecto.
2. Inclusión de actividades para desarrollar el levantamiento de datos creativos (centro de investigación en economía creativa, observatorio de tendencias, creación de sistemas de información y medios de verificación para el cálculo de indicadores creativos).
3. Inclusión de cortes para la evaluación intermedia al 2025, 2030 y 2035, así como una evaluación final de impacto en la hoja ruta al 2040.

12. Vincular los indicadores del Plan estratégico con las propuestas de este proyecto

La incorporación de los indicadores del Plan estratégico de CONL puede consultarse en el mapa de ruta contenido en el **anexo 11**.

13. Trazar el mapa de ruta para la creación y consolidación de un red local de industrias creativas

El mapa de ruta está disponible para consulta en el **anexo 11**.

14. Indicadores clave de seguimiento

Los indicadores considerados en el **anexo 11** para la elaboración de la matriz de marco lógico y el mapa de ruta abrevan de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible.

Explicar que en el anexo X están consideradas las siguientes dimensiones: ODS (UN, 2023), los indicadores previamente considerados por el Consejo Nuevo León y los resultados arrojados por la propia investigación.

¿Qué debe medirse? Los indicadores de fin y componentes se describen en la columna “Indicadores de la matriz”. El cómo representa un gran reto, ya que no todos los indicadores cuentan con datos actualizados (o sencillamente, datos), lo cual implica un desafío de medición y seguimiento periódico. En las pestañas “Indicadores” y “medición” de la misma matriz se especifican las fuentes de información disponibles y no disponibles. En la columna “medios de verificación” de la matriz de marco lógico se indican los datos no disponibles.

En lo que hace al punto Contribución económica de los actores e industrias identificadas en Nuevo León consignado en el apartado 7, parte I de este trabajo, se recomienda enfáticamente dar continuidad al esfuerzo de medición dependiendo de la frecuencia con la cual se actualicen las fuentes de información originarias, en este caso la ENIGH-INEGI. La misma lógica debe aplicar a la base de datos de unidades económicas del sector creativo del estado y su correspondiente visualización, que se alimenta del DENUE-INEGI.

Esta actualización periódica permitirá no solo dar cuenta del crecimiento del sector, sino que también permitirá un mapeo cada vez más exacto del ecosistema en la medida en la que se cuente con las condiciones para agregar la información relativa al sector gastronómico y se desambigüen las posibles categorías controvertidas.

15. Glosario

Actor clave. Persona física o moral que genera cambio en un sistema determinado o bien que es afectado/a por los cambios que ocurren en el sistema. (Ackermann, F. y Eden, C., 2011).

Agente creativo. Persona física o moral que participa de un ecosistema creativo.

Análisis ambiental. Identificación y sistematización de anomalías y recurrencias que en determinado sistema pueden ser fuente de oportunidades o interrupciones.

Benchmarking. Método que consiste en analizar y comparar las mejores prácticas de los competidores con el propósito de mejorar las propias.

Bienes comunes creativos. También conocidos como comunes creativos (*Creative Commons*, 2023), son modelos de licenciamiento para otorgar el derecho de uso de diversos productos creativos, su propósito es ofrecer lineamientos lo menos restrictivos posibles en favor del uso y la distribución del contenido protegido. La organización homónima fue fundada con el propósito de promover el acceso y el intercambio de productos culturales y creativos y se encarga de desarrollar instrumentos jurídicos gratuitos para ello.

Comunidades creativas. Conjunto de personas que comparten un mismo interés, en este caso en torno a las actividades creativas.

Creatividad. Proceso que surge de una percepción del entorno que reconoce un cierto desequilibrio, lo que da lugar a una actividad productiva que desafía los procesos de pensamiento y las normas establecidas, y da lugar a algo nuevo en forma de objeto físico o incluso de construcción mental o emocional. (Walian, 2019).

Clúster. Conjunto de organizaciones que colaboran entre sí en un mismo territorio.

Cultura. Patrón de significados incorporados a las formas simbólicas (incluyendo acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos) en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias. (Geertz, C., 1973)

Economía creativa. Valor de las transacciones económicas de los bienes y servicios creativos. (John Howkins, 2013).

Economía gig. Modalidad de trabajo basada en empleos temporales e independientes. Implica que la persona prestadora de servicios es pagada por honorarios y por proyecto, sin contar con las prestaciones esperables en una contratación por nómina.

Economía naranja. 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).” (Buitrago y Duque, 2013).

Ecosistema cultural y creativo. Un ecosistema social comprende los procesos y los resultados de la interacción entre diversos grupos humanos; así, un ecosistema cultural y creativo es el proceso y el producto de la interacción entre los actores (públicos, privados, civiles, etc.) y actantes (elementos no humanos) del ámbito cultural y creativo en una geografía determinada. (Hordijk y Glad, 2021).

Ecología social. Práctica del desarrollo de ecosistemas.

Equidad de género. Principio de justicia que busca la igualdad con base en el reconocimiento de las diferencias entre hombres y mujeres. Su propósito es subsanar brechas históricas por razones de género. (Instituto Nacional de las Mujeres, 2007)

Escenario. Historia que ocurre en el futuro, elaborada con base en hechos del presente. (Glenn, J., Gordon, T., Olavarrieta, C., 2011).

Estudios de futuros. Los estudios sobre el futuro son el estudio sistemático de los futuros posibles, probables y preferibles, incluidas las visiones del mundo y los mitos que subyacen a cada futuro. Son un campo de investigación científica en el que participan estudiosos e investigadores de muchas disciplinas. (World Futures Studies Federation, 2023)

Indicador. Dato que se utiliza para evaluar si la actividad alcanzó, o no, los objetivos o resultados propuestos.

Industrias creativas. Conjunto de agentes y agencias de un mercado caracterizado por la adopción de ideas novedosas dentro de redes sociales de producción y consumo

Industrias culturales. Cadenas de suministro que producen y distribuyen bienes y/o servicios culturales. (UNESCO Institute for Statistics, 2023)

Intensidad creativa. La intensidad creativa se presenta cuando, en un sistema determinado (ciudad, estado, país, región), se incrementa el número de personas dedicadas a actividades creativas y culturales, contribuyendo así a la economía. (Department for Culture, Media & Sport, 2013)

Inteligencia artificial generativa. Subcampo de la inteligencia artificial en el que se utilizan algoritmos informáticos para generar resultados que se asemejan a contenidos creados por humanos, ya sea texto, imágenes, gráficos, música, código informático u otros. (Hughes, 2023)

Matriz de marco lógico. Retícula de cuatro casillas horizontales por cuatro verticales que permite alinear la lógica del fin, el propósito del proyecto, los componentes y las actividades, versus los indicadores, los medios de verificación y los supuestos necesarios para ejecutar el proyecto.

Patente. Un derecho exclusivo que se concede sobre una invención, facultando a su titular a decidir si la invención puede ser utilizada por terceros y, en ese caso, de qué forma. (WIPO, 2023)

Pobreza laboral. La pobreza laboral es el porcentaje de habitantes de una ciudad que vive en hogares en los que el ingreso laboral real per cápita es inferior al valor real de la canasta básica de alimentos definida por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

Propiedad industrial. Es una de las vertientes de la propiedad intelectual que incluye patentes de invención, diseños industriales, marcas e indicaciones geográficas. (World Intellectual Property Organization, 2023)

Propiedad intelectual. La propiedad intelectual se refiere a las creaciones de la mente, como las invenciones; las obras literarias y artísticas; los diseños; y los símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio. (World Intellectual Property Organization, 2023)

Propiedad patrimonial. Uno de los dos tipos de derecho de autor. Hace posible la retribución económica por el uso de la obra.

Señal. Anomalía que constituye un indicador del cambio. (Ansoff, I., Kipley, D., Lewis, A., Helm-Stevens, R., Ansoff, R., 2019)

Tendencia. Descripción de la dirección que podría tomar el cambio con base en comportamientos dominantes identificados en determinado contexto (Glenn, J., Gordon, T., Olavarrieta, C., 2011)

16. Referencias

- Abdullah, N. A. (2022). Futurizing DBA Curriculum: A Class in Kazakhstan. *World Futures Review*, 14(2-4), 138-150. [10.1177/19467567221094440](https://doi.org/10.1177/19467567221094440)
- Ackermann, F. & Eden, C. (2011). Strategic Management of Stakeholders: Theory and Practice. *Long Range Planning*. 44. 179-196. [10.1016/j.lrp.2010.08.001](https://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.08.001).
- Aguilar, F. (1967). *Scanning the business environment*. Macmillan.
- Asociación Mexicana de Capital Privado, Credit Suisse, Centro de investigación en iniciativa empresarial (2019) Oficinas de familia en México. <https://www.credit-suisse.com/media/assets/private-banking/docs/mx/family-offices-mexico-es.pdf>
- Anand, G. and Kodali, R. (2008), "Benchmarking the benchmarking models", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 15 No. 3, pp. 257-291. <https://doi.org/10.1108/14635770810876593>
- Ansoff, I., Kipley, D., Lewis, A., Helm-Stevens, R., Ansoff, R., (2019). *Implanting Strategic Management*, New York: Palgrave Macmillan.
- Bach, L., Cohendet, P., Pénin, J. & Simon, L. (2010). Creative industries and the IPR dilemma between appropriation and creation: some insights from the videogame and music industries. *Management international / Gestión Internacional / International Management*, 14(3), 59-72. <https://doi.org/10.7202/044293ar>
- Bakhshi, H. (2022). How can we measure the creative economy? The Cunningham Project. *Media International Australia*, 182(1), 21-27. [10.1177/1329878X211043905](https://doi.org/10.1177/1329878X211043905)
- Banco Interamericano de Desarrollo (2023) *Brechas de Género: trabajo femenino en sectores culturales y creativos. Una aproximación con datos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay*
- Bernard, H. Russell (1940) *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches*. Rowman & Littlefield.
- Bradfield, R., Derbyshire, J., Wright, G. (2016) The critical role of history in scenario thinking: augmenting causal analysis within the intuitive logics scenario development methodology. *Futures*, 77. pp. 56-66
- Brinkley, I., (2016) *In Search of Gig Economy*. Lancaster University. [https://www.lancaster.ac.uk/media/lancaster-university/content-assets/documents/lums/work-foundation/reports/407_In-search-of-the-gig-economy_June2016_Access\(1\).pdf](https://www.lancaster.ac.uk/media/lancaster-university/content-assets/documents/lums/work-foundation/reports/407_In-search-of-the-gig-economy_June2016_Access(1).pdf)
- British Council/Cirklo (2019) *Reporte Creative Collective*. British Council.
- British Council (2021) *Innovación para la cultura*. <https://innovacioncultura.jalisco.gob.mx/recomendaciones/>
- Buendía & Márquez. *Encuesta Sobre Hábitos y Consumo Cultural de Nuevo León 2023: Reporte Descriptivo*
- Buitrago, F., y Duque, I (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita*. (BID/Aguilar)
- Centro de Cultura Digital (2019) *Mapa transmedia*. <https://centroculturadigital.mx/actividad/Mapa-Transmedia-H1K4FKdHE>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2002). *Perspectivas de la economía creativa 2022*. UNCTAD
- Consejo Nacional de Población (2022) *Indicadores demográficos de México*. http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Mapa_Ind_Dem18/index_2.html

- Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (2020). *Indicadores para la medición del sector Cultura Plan Estratégico 2030 de Nuevo León*. https://conl-mx.s3.amazonaws.com/documents/document_files/000/000/321/original/Dossier_indicadores_cultura.pdf?1648066277
- Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (2021). *Proporción del gasto de los hogares en cine, teatro, conciertos y materiales de lectura, por categoría (estatal) 2018-2020*. https://planeestrategico.conl.mx/indicadores/complementario/grafica/64/barras_verticales_con_selector_por_categoria_anio
- Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (2021) *Porcentaje de MIPYMES involucradas en actividades culturales (Estatal)*. https://planeestrategico.conl.mx/indicadores/complementario/grafica/765/barras_verticales_con_selector_por_anio
- Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León y Consejo Nuevo León para la Planeación Estratégica (2017) *Análisis del sector cultura del estado de Nuevo León*. https://conl-mx.s3.amazonaws.com/documents/document_files/000/000/042/original/publi_03_v1.pdf?1513360723
- Creative Commons (2023). <https://creativecommons.org/>
- Data México (2023) Nuevo León. <https://datamexico.org/>
- Data Nuevo León (2023). <http://datos.nl.gob.mx/>
- Department for Culture Media & Sport (2013) *Creative Industries Economic Estimates Methodology Classifying and Measuring the Creative Industries. Consultation on Proposed Changes*. <https://www.creativityculturecapital.org/blog/2021/01/09/creative-intensity-culture-and-new-pathways-to-brazilian-development/#:~:text=According%20to%20the%20creative%20intensity,total%20number%20of%20workers%20employed.>
- Department for Culture Media & Sport (2016) *Creative Industries Economic Estimates Methodology*. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf
- European Union, (2021) *Towards Gender Equality in the Cultural and Creative Sector*.
- García, N., y Piedras, E. (2008) *Las industrias culturales y el desarrollo en México*. FLACSO/Siglo XXI.
- Geertz, C. (1973) *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Glenn, J., Gordon, T., Olavarrieta, C. (2011). *Diccionario Enciclopédico Mundial sobre Prospectiva*. The Millennium Project.
- Gobierno de México (2022) *Sistema de Información Cultural*. https://sic.gob.mx/lista.php?table=marco_juridico&estado_id=0&municipio_id=-1
- Gobierno de México (2023) *Data México*. <https://datamexico.org/>
- Godet, M. (s.f.). De la anticipación a la acción. *Manual de prospectiva y estrategia*. 1993: Marcombo Boixareu Editores.
- Henchey, N. (1978). Making Sense of Future Studies. *Alternatives: Perspectives on Society, Technology and Environment*, 24-27.
- Hordjick, A., y Glad, T. (2021). *Ecología Social: La práctica del desarrollo de ecosistemas*. Impact Hub.
- Hines, A., & Bishop, P. (2020) Framework Foresight: Exploring Futures The Houston Way. *The Knowledge Base of Futures Studies*. 196-214.
- Hughes, O. (2023) Generative AI defined: How it works, benefits and dangers. *tech Republic*. <https://www.techrepublic.com/article/what-is-generative-ai/>
- Humphrey, A. (2005). SWOT Analysis for Management Consulting. SRI Alumni Newsletter, NA.

- Instituto Mexicano para la Competitividad (2022) Índice de competitividad estatal 2022.
<https://imco.org.mx/indice-de-competitividad-estatal-2022/>
- Inayatullah, S. (2008), "Six pillars: futures thinking for transforming", *Foresight*, Vol. 10 No. 1, pp. 4-21.
10.1108/14636680810855991
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2019). *Censos económicos*.
<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2021). *Cuenta satélite de la cultura en México*.
<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/cultura/CSCultura2020.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2022). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2020). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH)*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/>
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2022) Principales resultados Nuevo León. *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares*.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/endireh/2021/doc/19_nuevo_leon.pdf
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2018) *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2018*. <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>
- Instituto Nacional de las Mujeres (2007) *Glosario de género*.
http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100904.pdf
- Kaplan, R., & Norton, D., (2004) *Strategic Maps*. Harvard Business School Publishing Corporation.
- Iarossi, G. (2006) *The power of survey design: a user's guide for managing surveys, interpreting results, and influencing respondents*. The World Bank, 2006.
- México ¿cómo vamos? (2023) Indicadores por estado, pobreza laboral. <https://mexicocomovamos.mx/semaforos-estatales/indicador-por-estado/pobreza-laboral-hombre/NLE/>
- Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022) *Plataforma de seguimiento de políticas*
https://es.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform?f%5B0%5D=field_tr_area_of_monitoring%3A1512
- Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022) *Ciudades Creativas en México*.
<https://es.unesco.org/ciudadescreativasmx>
- Ortegón, E., Pacheco, J., Prieto, A., (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. CEPAL.
- Paniagua, K. (2002) *Habilidades para el futuro presente. Ruta maestra*. Santillana.
<https://rutamaestra.santillana.com.co/habilidades-para-el-futuro-presente/>
- Potts, J., Cunningham, D., Stuart D., Hartley, J, & Ormerod, P. (2008) Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*, 32(3). 166-185.
- ProMéxico (2013) *Mapa de ruta de industrias creativas*.
- Secretaría de cultura (2018) *Mapa de ruta de industrias creativas digitales*.
<https://agendadigital.cultura.gob.mx/documentos/mapaderutaicd.pdf>
- Secretaría de cultura (2021) Sondeo 2021. Percepción del impacto del COVID-19 en la economía cultural y creativa en México.
<https://mexicocreativo.cultura.gob.mx/wp-content/uploads/2022/05/Sondeo-021-Reporte-1.pdf>
- Secretaría de cultura (2022) *México creativo* <https://mexicocreativo.cultura.gob.mx/>

- Secretaría de educación de Nuevo León (2023) Estadísticas de educación. <https://www.nl.gob.mx/>
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (2023) *Trabajadores asegurados en el IMSS total*.
<http://siel.stps.gob.mx:304/ReportesPowerBi/Home/EmbedReport?reportObjectId=a62a7ada-1a48-420e-90e6-406e89a068d6&groupObjectId=b0eb40ac-94f7-4624-a38a-64d8575712c4>
- Schmidt, T. (2021) *Strategic Project Management Made Simple*. Wiley.
- Stapenhurst, T., (2009) *The Benchmarking Book: A how-to guide to best practice for managers and practitioners*. Butterworth-Heinemann
- Textor, R., (1980) *A handbook on ethnographic futures research*. Cultural and Futures Research Project, School of Education and Dept. of Anthropology, Stanford University.
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*. 17. 147-164.
- UNESCO (2023) Institute for Statistics. Glossary.
<https://uis.unesco.org/en/glossary-term/cultural-industries>
- United Nations (2008) *International Standard Industrial Classification of All Economic Activities*.
- United Nations (2023) Objetivos de Desarrollo Sostenible.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- United Nations Conference on Trade and Development (2023) *Creative economy product groups*.
https://unctadstat.unctad.org/en/Classifications/DimCreativeProducts_Creatives_Hierarchy.pdf
- Voros, J. (2003). A generic foresight process framework. *Foresight*. 5. 10-21.
 10.1108/14636680310698379
- Walia, Ch. (2019). A Dynamic Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*.
[10.1080/10400419.2019.1641787](https://doi.org/10.1080/10400419.2019.1641787)
- Webb, A., (2016) *The Signals Are Talking*. Public Affairs.
- Wilson, Ch. (2014) *Interview Techniques for UX Practitioners. A User-Centered Design Method*. Elsevier.
- World Intellectual Property Organization (2023). <https://www.wipo.int/>
- World Futures Studies Federation (2023) About Futures Studies. <https://wfsf.org/about-futures-studies/>

Anexos

Anexo 5.

Cuadernillo de apoyo del taller de futuros

Anexo 11.

Matriz de marco lógico, mapa de ruta, acciones propuestas en el taller, indicadores

Anexo 13.

Integrantes del comité estratégico para la elaboración del mapa a de ruta

Equipo estratégico

Alejandro Blanco

Jorge Diego Etienne

Marcela Flores Méndez

Clelia Hernández

Ana Fernanda Hierro

Carmen Junco

Nubia Macías

Leonardo Martínez

Gerardo Ortiz

América Yadira Palacios

Taiyana Pimentel

Meng Ping Hsu

Cordelia Portilla

Melissa Segura

José Luis Solís

Ricardo Tatevari

Anexo 14.

Formato para la planeación del presupuesto

Anexo 15.

Formato para la planeación del presupuesto

