





**Industrias creativas: innovación y emprendimiento  
de mujeres en América Latina**



# **Industrias creativas: innovación y emprendimiento de mujeres en América Latina**

---

SANDRA SÁNCHEZ LÓPEZ

JOSÉ CARLOS VÁZQUEZ PARRA

JIMENA ZULUAGA TRUJILLO

*(compilación)*

Primera edición: abril del 2022

- © Sandra Beatriz Sánchez López, José Carlos Vázquez Parra y Jimena Zuluaga Trujillo,  
autores compiladores  
© Universidad de los Andes, Facultad de  
Artes y Humanidades, Centro de Estudios  
en Periodismo - Ceper

Ediciones Uniandes  
Carrera 1.<sup>a</sup> n.<sup>o</sup> 18A-12, bloque Tm  
Bogotá, D. C., Colombia  
Teléfono: (601) 3394949, ext. 2133  
<http://ediciones.uniandes.edu.co>  
<http://ebooks.uniandes.edu.co>  
[infeduni@uniandes.edu.co](http://infeduni@uniandes.edu.co)

© Instituto Tecnológico y de Estudios  
Superiores de Monterrey  
Avenida Eugenio Garza Sada 2501 Sur  
Colonia Tecnológico, C. P. 64849  
Monterrey, Nuevo León, México  
  
ISBN: 978-958-798-196-4  
ISBN e-book: 978-958-798-197-1  
ISBN e-pub: 978-958-798-198-8  
DOI: <http://dx.doi.org/10.51566/triada2201>

Corrección de estilo: Myriam Azeneth  
Benavides Gómez  
Diagramación interna: Leonardo Cuéllar  
Diagramación de cubierta: Neftali Vanegas  
Preparación de archivos e-pub: Gustavo  
Arteaga Mondragón y María Isabel  
Zendejas Morales

Impresión  
DGP Editores S.A.S.  
Calle 63 Bis n.<sup>o</sup> 70-49  
Teléfono: (601) 4307050  
Bogotá, D. C., Colombia

Impreso en Colombia – *Printed in Colombia*

Todos los derechos reservados. Esta  
publicación no puede ser reproducida ni en  
su todo ni en sus partes, ni registrada en o  
transmitida por un sistema de recuperación  
de información, en ninguna forma ni por  
ningún medio, sea mecánico, fotoquímico,  
electrónico, magnético, electro-óptico, por  
fotocopia o cualquier otro, sin el permiso  
previo por escrito de la editorial.

Universidad de los Andes | Vigilada  
Mineducación. Reconocimiento como  
universidad: Decreto 1297 del 30 de mayo de  
1964. Reconocimiento de personería jurídica:  
Resolución 28 del 23 de febrero de 1949.  
Minjusticia. Acreditación institucional de  
alta calidad, 10 años: Resolución 582 del 9 de  
enero del 2015, Mineducación.

Nombre: Sánchez López, Sandra Beatriz, compilador, autor de introducción. | Vázquez Parra, José Carlos, compilador, autor de introducción. | Zuluaga Trujillo, Jimena, compilador, autor de introducción. | Zalamea Fajardo, Patricia, escritor de prólogo. | Meza Lueza, Jesús, escritor de prólogo. | Huez-Ponce, Delia Lizette, autor. | García Caballero, Lorena, autor. | Salinas Bravo, Natalia Alejandra, autor. | Navarrete-Báez, Francisco Ernesto, autor. | Regil Sánchez, Irma Livier de, autor. | Tiscareño-García, Elizabeth, autor. | Arredondo-Trapero, Florina Guadalupe, autor. | Cárdenas Pacheco, Rocío, autor. | Solano Roa, Juanita, autor. | Bañuelos Capistrán, Jacob Israel, autor. | Fajardo González, Manuela, autor. | Sanchez, Irma, autor. | Rincón Rodríguez, Omar Gerardo, escritor de epílogo.

Título: Industrias creativas : innovación y emprendimiento de mujeres en América Latina / Sandra Sánchez López, José Carlos Vázquez Parra, Jimena Zuluaga Trujillo (compilación).

Descripción: Bogotá : Universidad de los Andes, Ediciones Uniandes ; Monterrey, Nuevo León, México : Tecnológico de Monterrey, 2022. | xxii, 233 páginas : ilustraciones ; 14 x 21 cm.

Identificadores: ISBN 9789587981964 (rústica) | 9789587981971 (electrónico) |  
ISBN 9789587981988 (e-pub)

Materias: Industrias culturales – América Latina | Emprendimiento | Innovación social | Mujeres

Clasificación: CDD 305.43-dc23

SBUA

# Contenido

## LISTA DE RECURSOS GRÁFICOS · [ix]

### PRÓLOGO · [xi]

*Patricia Zalamea Fajardo*

*Jesús Meza Lueza*

### INTRODUCCIÓN. LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN LA VOZ

#### DE LAS MUJERES · [xvii]

*José Carlos Vázquez Parra*

*Jimena Zuluaga Trujillo*

### CAPÍTULO 1. LAURA ESPINOSA: TRANSFORMACIÓN DIGITAL

#### EN LA INDUSTRIA DE LA MODA EN MÉXICO · [1]

*Delia Lizette Huezo-Ponce*

*Lorena García Caballero*

### CAPÍTULO 2. MUJERES ARTESANAS EMPRENDEDORAS EN

#### LA PIEDAD, MICHOACÁN: CASO DE ÉXITO DE

#### FORTALECIMIENTO COMUNITARIO REGIONAL · [19]

*Natalia Alejandra Salinas Bravo*

*Francisco Ernesto Navarrete-Báez*

*Irma Livier de Regil Sánchez*

**CAPÍTULO 3. EL ROL DE LA MUJER EN LAS INDUSTRIAS  
CREATIVAS: AMPARO VÁZQUEZ Y EL DOCUMENTAL  
MUCHACHA • [41]**

*Elizabeth Tiscareño-García*

*Florina Guadalupe Arredondo-Trapero*

**CAPÍTULO 4. CALCO: PLATAFORMAS, REDES E  
INTERMEDIACIONES. IMPULSO, DIFUSIÓN E INTERCAMBIO  
DESDE LAS PRÁCTICAS ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS • [63]**

*Rocío Cárdenas Pacheco*

**CAPÍTULO 5. FOTÓGRAFAS MÁS ALLÁ DE LA LENTE:  
EMPRENDIMIENTO Y FOTOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA EN  
COLOMBIA • [91]**

*Juanita Solano Roa*

**CAPÍTULO 6. ANA CASAS BRODA E HYDRA: FOTOGRAFÍA,  
EDUCACIÓN Y EMPRENDIMIENTO CULTURAL EN MÉXICO • [125]**

*Jacob Israel Bañuelos Capistrán*

**CAPÍTULO 7. EDICIÓN E INDEPENDENCIA:  
EL TRABAJO DE DOS EDITORAS COLOMBIANAS • [169]**

*Manuela Fajardo González*

**CAPÍTULO 8. HISTORIAS QUE LATEN: UN ESPACIO PARA LA  
ESCRITURA, INNOVACIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA CRÓNICA  
VENEZOLANA • [195]**

*Irma Sanchez*

**EPÍLOGO. LO QUE DIOS NO PERMITE,  
LAS MUJERES LO HACEN • [217]**

*Omar Rincón*

**DIRECTORIO DE AUTORES Y AUTORAS • [231]**

## **Lista de recursos gráficos**

**Gráfica 1.1.** Planteamiento de vida y trayectoria de Laura Espinosa • [4]

**Gráfica 3.1.** Películas realizadas por productoras y productores  
en México • [50]

**Tabla 1.1.** Preguntas clave para detectar procesos de innovación • [8]

**Fotografía 4.1.** Fuentes Rojas, 2011 • [81]

**Fotografía 4.2.** No Copyright • [82]

**Fotografía 4.3.** Dos Maletas Nada que Declarar, 2009 • [82]

**Fotografía 4.4.** Foto al parque, 2014 • [83]

**Fotografía 4.5.** Presentación de postales de Antonio Caro, 2014 • [85]

**Fotografía 4.6.** Proyecto “Las mujeres mejoran”, 2010 • [86]

**Fotografía 4.7.** Proyecto de intervención efímera con niños, 2009 • [87]

**Fotografía 5.1.** Daniella Benedetti y Victoria Holguín, 2016 • [94]

**Fotografía 5.2.** Juanita Carrasco, 2017 • [95]

**Fotografía 5.3.** Gilma Suárez, 2004 • [96]

**Fotografía 5.4.** FanLab, 2020 • [102]

**Fotografía 5.5.** FanLab, 2020 • [102]

**Fotografía 5.6.** Captura de pantalla de la página principal  
de Fotomeraki, 2020 • [105]

**Fotografía 5.7.** Captura de pantalla de la página principal de Río, 2020 • [107]

**Fotografía 5.8.** Exposición de FotoMuseo en la plaza de Lourdes  
en Bogotá, 2017 • [112]

**Fotografía 5.9.** Exposición de las mejores fotografías  
de la fotomaratón, 2006 • [112]

**Fotografía 6.1.** Fachada de Hydra, 2020 • [142]

**Fotografía 6.2.** Librería Hydra, 2020 • [142]

**Fotografía 6.3.** Horacio Fernández en Incubadora  
de Fotolibros, 2016 • [143]

**Fotografía 6.4.** Pez en Incubadora de Fotolibros, 2019 • [145]

**Fotografía 6.5.** Ana Casas en Incubadora de Fotolibros, 2019 • [145]

**Fotografía 6.6.** Lucas Birk en Incubadora de Fotolibros, 2018 • [147]

**Fotografía 6.7.** RVB en Incubadora de Fotolibros, 2016 • [147]

**Fotografía 6.8.** Kessels en Incubadora de Fotolibros, 2019 • [148]

## Prólogo

**Patricia Zalamea Fajardo**

Universidad de los Andes

**Jesús Meza Lueza**

Tecnológico de Monterrey

**L**as industrias creativas en América Latina están viviendo uno de sus momentos más intensos en creatividad, inventiva, ideas nuevas, producción y creación de valor. En algunos países como México y Colombia, las industrias creativas son un motor poderoso para el producto interno bruto, al aportar más del 7 % y constituir uno de los cinco principales sectores de lo que se ha dado en llamar la economía naranja.

Cuando hablamos de las industrias creativas, nos referimos a todas las expresiones y términos relacionados: industrias del entretenimiento, industrias culturales, economía naranja, economía cultural o economía creativa. En esta industria se encuentran los siguientes sectores: moda, patrimonio inmaterial, patrimonio material, artes visuales, artes escénicas, artes plásticas, artesanía, cine, televisión, música, videojuegos, producción editorial, periodismo, publicidad, fotografía, diseño, arquitectura, pintura, producción audiovisual, gastronomía e, incluso, turismo, entre otras.

Ernesto Piedras, investigador reconocido en el área, dice que “la economía basada en la creatividad no solo genera empleo y riqueza, sino que además incrementa el bienestar de la población en general ya que promueve la expresión y participación de los ciudadanos en la vida política, favorece un sentido de identidad y seguridad social y expande la percepción de las personas” (CNDH y Unesco 2018, pp. 96-97).

Por otro lado, es interesante contrastar, en un imaginario simbólico entre lo femenino y lo masculino, cómo las diversas industrias parecen haber sido designadas en términos de un género, en donde uno de ellos domina más que el otro en la mayoría de los casos.

Al pensar en ciertas industrias, como la aeroespacial, la automotriz o la agrícola, ese imaginario les estaría asignando un valor más masculino, mientras que, en una industria creativa o cultural, el valor femenino tendría una mayor generalidad. Incluso, aún dentro de las mismas industrias creativas, ese imaginario simbólico estaría marcando un dominio más femenino al área de la creatividad, del diseño y del arte, mientras que lo “mayormente masculino” estaría más presente en la producción, dirección y ejecución de la parte técnica. No obstante, quedan los siguientes interrogantes: ¿qué tan apegado a la realidad está este imaginario simbólico?, ¿podría simplemente quedar en el terreno de los mitos? Veamos, por otro lado, algunos hechos y datos de esta industria en América Latina.

La industria creativa de México y Colombia se ha insertado exitosamente en la economía global. La producción de contenidos audiovisuales de televisión y cine de estas dos naciones se traduce a más de treinta idiomas diferentes, se exporta a más de cien países y tiene un impacto en más de mil millones de personas en el mundo. Según el informe 2018 del Instituto Mexicano de Cinematografía, “el PIB del cine creció 7,4, comportamiento económico casi cuatro veces más dinámico que el conjunto de la economía nacional” (Secretaría de Cultura 2018, p. 11). Si contabilizamos la producción audiovisual total, incluyendo, además de la televisión y el cine, al internet y a los videojuegos, el impacto económico es aún mayor.

En la industria de los videojuegos, América Latina solamente representa el 4 % del negocio global, aunque ha sido una de las regiones del mundo con mayor crecimiento, principalmente en los dispositivos móviles, las consolas y las computadoras, en ese orden. Mientras que en el mundo esta industria tuvo un crecimiento anualizado ligeramente arriba del 7 %, en América Latina fue del 8,9 %, lo cual demuestra un interesante mayor dinamismo. Y, en cuanto al género de las personas usuarias, el negocio de los videojuegos demuestra una tendencia al balance, contabilizando globalmente un uso de hombres en el 54 %, mientras que el de mujeres corresponde al 46 % (Peres, 2019, párr. 7).

La industria de la música constituye un gran reto para las mujeres no solo en América Latina, sino en el mundo entero. Basta con observar los cargos gerenciales en la industria de la música en el mundo para darnos cuenta de que menos del 10 % de esos puestos son ocupados por mujeres. En general, en la música las mujeres han sido relegadas. En un estudio sobre la inclusión en la producción musical, se expone que las mujeres productoras de canciones en Estados Unidos solamente representan el 2,6%; como autoras de canciones, llegan a 12,5%; y como artistas la cifra llega al 21,7 % (Smith *et al.*, 2020). En América Latina, la inclusión de mujeres es aún más baja, desafortunadamente. Y el mismo panorama se puede ver en cualquiera de las diversas áreas de las industrias creativas que se analicen.

No obstante, las industrias creativas van más allá de esos sectores que acaparan los reflectores de un mundo globalizado. Incluso, tienen una presencia especial en la gestión cultural comunitaria en América Latina, en donde han surgido proyectos que buscan la integración de oportunidades para el acceso a la cultura, además del desarrollo, el empoderamiento y la independencia económica no solo de mujeres, sino también de comunidades indígenas y grupos tradicionalmente excluidos, como la comunidad LGBTQ+.

En general, el porcentaje de representación de las mujeres en las industrias creativas sigue siendo un gran reto, no solamente en América Latina, sino en el mundo entero. Es muy evidente la

subrepresentación de la mujer en las diversas industrias creativas. A lo largo del tiempo, ha sido muy lento el avance de un equilibrio de género, fenómeno acentuado en América Latina debido a la fuerza que la cultura patriarcal aún detenta.

Dado este panorama, ¿cuál ha sido el rol de las mujeres en la innovación y el emprendimiento de las industrias creativas en América Latina? ¿Existen ciertas áreas o industrias creativas con preeminencia de algún género? ¿Cómo es que un área tecnológica afecta o no a la innovación o al emprendimiento de las mujeres, dentro de las industrias creativas? ¿Cómo es que la mentalidad o el contexto cultural en América Latina puede constituir un freno o un impulsor del cambio en la incursión de las mujeres en las industrias creativas? ¿Cómo influyen la educación y el entorno familiar latinoamericano en el desarrollo del espíritu emprendedor en las mujeres dentro del ámbito creativo y de la economía naranja? ¿Cuáles son los factores principales del empoderamiento de las mujeres de América Latina dentro de las industrias creativas? ¿Condiciona el machismo latinoamericano las competencias emprendedoras de las mujeres en las industrias creativas? ¿Existe alguna evidencia que vincule a las mujeres, como grupo, en actividades artesanales mediante el uso de la tecnología, el emprendimiento, la innovación y la creatividad? ¿Están las mujeres aprovechando las ventajas del internet y el comercio electrónico para el emprendimiento en la economía naranja? ¿Cómo se entrelazan los valores de inclusión, equidad social, sustentabilidad medioambiental con las oportunidades de emprendimiento para las mujeres latinoamericanas?

Sin duda, los capítulos de este libro darán algo de luz sobre las huellas que las mujeres han dejado en algunas de las industrias creativas de América Latina de los últimos años. Es una necesaria exploración al área. De igual manera, esta publicación también podría alumbrar los pasos hacia el futuro que las nuevas generaciones de mujeres tendrían que dar, de manera firme, en el sentido de abrir mayores oportunidades y asegurar mejores condiciones en cualquiera de las industrias creativas. Más aún, esta publicación podría tener el destino de convertirse en un referente testimonial en cualquier

curso y asignatura que toque el tema de las mujeres y su empoderamiento en las industrias creativas de América Latina. El futuro de esta región y de la mayor parte del mundo igualmente será delineado por las mujeres y, más, en este sector.

## Bibliografía

- Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) y Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). (2018). *Derechos culturales y derechos humanos*. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/13/6037/27.pdf>
- Peres, I. (2019). El valor de la industria de los videojuegos en 2019. *Forbes*. <https://www.forbes.com.mx/el-valor-de-la-industria-de-los-videojuegos-en-2019/>
- Rodríguez, O. y Lázaro, I. (2018). *Economía creativa en América Latina y el Caribe*. Mediciones y desafíos. Banco Interamericano de Desarrollo. Nota Técnica n.º IDB-TN-01488. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Econom%C3%ADA-creativa-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Mediciones-y-desaf%C3%ADos.pdf>
- Secretaría de Cultura. (2018). *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2018*. Instituto Mexicano de Cinematografía de la Secretaría de Cultura. <http://www.imcine.gob.mx/wp-content/uploads/2019/06/Anuario-2018.pdf>
- Smith, S., Pieper, K., Clark, H., Case, A., y Choueiti, M. (2020). *Inclusion in the Recording Studio? Gender and Race/Ethnicity of Artists, Songwriters & Producers across 800 Popular Songs from 2012-2019*. USC Annenberg: inclusion initiative. <http://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-recording-studio-20200117.pdf>



## Introducción

# Las industrias creativas en la voz de las mujeres

**José Carlos Vázquez Parra**  
Tecnológico de Monterrey

**Jimena Zuluaga Trujillo**  
Universidad de los Andes

**M**éjico y Colombia tienen muchos temas en común. Un pasado histórico semejante, un imaginario cultural muy parecido y claros temas pendientes en cuanto a la necesidad de igualdad entre sus hombres y sus mujeres. Aunque ambos países han alcanzado importantes logros en relación con la equidad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres, apegándonos a lo solicitado por el quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible de la ONU, aún existe una considerable brecha por reducir.

Ambos países han firmado y ratificado todos los tratados internacionales vigentes sobre derechos humanos y derechos de las mujeres, por lo que se puede decir que cuentan con un marco legal sólido y consistente para alcanzar la igualdad; sin embargo, la realidad es otra. Culturalmente, las mujeres mexicanas y colombianas siguen destinadas a un desarrollo limitado por el ámbito privado, lo que hace que su participación pública sea poco significativa.

Por ejemplo, en temas de participación política, las mujeres representan menos de una cuarta parte de los escaños o espacios de gobierno en comparación con sus pares masculinos. Y en terrenos económicos, las mujeres suelen ser quienes se ven más afectadas por situaciones como el desempleo, la pobreza y la desigualdad de ingresos.

Tal vez se podría pensar que este es un tema relacionado con las oportunidades de arranque, haciendo relación con el fenómeno del *piso pegajoso*; sin embargo, en el caso de México y Colombia, la situación no es así. En temas de educación, que resulta ser un elemento fundamental para el desarrollo, las mujeres de ambos países se encuentran en índices semejantes que los hombres; es decir, hombres y mujeres entran a las escuelas por igual y reciben el mismo tipo de formación.

Sin embargo, hay un cambio en el momento de la inclusión económica. El desarrollo de la mujer de estos países latinoamericanos se ve claramente afectado por las llamadas *escaleras rotas* por las que suben, dejando claro que, al momento de ser incluidas en la pirámide económica, las cosas son diferentes. Las mujeres suelen ser excluidas de trabajos informales, así como por labores que limitan su ámbito de actuación a empleos relacionados con el servicio, la atención y el cuidado. Las direcciones de las organizaciones y los puestos de toma de decisión siguen teniendo una presencia mayoritaria masculina, y la presencia de mujeres en ciertas industrias, como la tecnología y la construcción, sigue siendo prácticamente nula. Esto viene acompañado de remuneraciones que usualmente son inferiores a las de los hombres, minimizando su aportación a los hogares y cuarteando así su oportunidad de ser autónomas e independientes de sus familias o sus parejas.

Las mujeres trabajadoras mexicanas y colombianas se enfrentan a la frustración de saberse con todas las herramientas para contribuir al desarrollo de sus naciones y al mismo tiempo ser excluidas por la indiferencia hacia sus aportaciones por considerarlas menos significativas. Esto no es diferente en las industrias creativas, espacio en el cual, según Unesco, las mujeres siguen estando mayoritariamente ausentes en puestos de responsabilidad en el sector creativo y cultural, lo que dificulta su desarrollo.

## **La economía naranja**

Las industrias creativas, o también denominadas *economías naranja* o *economías creativas*, hacen referencia a todas aquellas actividades que se enfocan en la creatividad y la innovación con fines comerciales por medio de la producción de bienes y servicios, que, según el British Council, contribuyen significativamente al producto interno bruto de las naciones, estimulando la innovación, fomentando el desarrollo y contribuyendo a la transferencia de conocimiento. Entre sus características se encuentra el hecho de que esta industria se sustenta en el desarrollo de la cultura, creando un vínculo entre esta y la economía, con lo que pueden detonar el valor que ambos ofrecen.

Dentro de las industrias creativas se pueden considerar aquellas actividades relacionadas con la publicidad, la arquitectura, las artes, el diseño, la moda, el cine, la música, las artes performativas, el sector editorial, la radio y la televisión. De manera adicional, la Unesco plantea seis sectores dentro de los que se desarrolla la economía creativa, divididos en cuatro grupos principales de actividades: herencia cultural (patrimonio natural y cultural), creatividad y medios (artes visuales, artesanía, editorial, medios audiovisuales, presentaciones artísticas y celebraciones), creaciones funcionales (moda, diseño gráfico e interior, paisajismo, arquitectura y publicidad) y generación de conocimiento (educación, investigación, tecnología, telecomunicaciones, entre otros).

En países como México, según INEGI, en el 2018 las industrias culturales se posicionaron entre el tercero y cuarto peldaño dentro de los sectores que más aportan al producto interno bruto, solo después de la maquila y el petróleo, y comparándose en ingresos con el turismo. El empleo relacionado con la cultura significa un 2,4 % de los correspondientes al total del país, y solo en el 2012 las exportaciones de bienes y servicios de esta industria fueron de casi 5000 millones de dólares, que incluyen aportaciones en temas de telecomunicaciones, joyería, cine, turismo y cultura.

En cuanto a Colombia, la realidad es muy semejante. Según datos de la Cámara de Comercio de Bogotá, las industrias creativas

significaron el 3,3 % del producto interno bruto nacional en el 2017, generando un poco más de un millón de empleos, lo que lo ubica por encima de otros sectores como la producción de café o la minería. De acuerdo con la ONU, esta industria en Colombia se ha duplicado tanto en aportaciones económicas como en bienes y servicios generados en los últimos diez años, lo que ha generado reconocimiento internacional a este país por su oferta cultural y artística.

## **La voz de las mujeres en las industrias creativas**

Como se ha señalado, el ser mujer trabajadora en México y en Colombia puede no siempre darse a partir de un piso parejo con los hombres, sin embargo, durante las últimas décadas, más mujeres se están abriendo paso en la escena pública latinoamericana y planteando la necesidad de garantizar los derechos culturales de otras jóvenes mujeres. Como lo señalaría Andrea Ortega, para el Banco Interamericano de Desarrollo, se puede apreciar la participación de las mujeres con cada vez mayor contundencia, comenzando por México, con sus tejedoras que resguardan el patrimonio cultural con cada hebra de sus diseños, y que pasa a Colombia, donde las cocineras se reinseritan a la sociedad potenciando los sabores de Cartagena.

El objetivo es poder velar porque mujeres y hombres puedan acceder, trabajar, contribuir y disfrutar en igualdad de derechos a la vida económica y cultural de sus países, fortaleciendo el desarrollo de las industrias creativas de toda la región.

Así, el presente libro ha buscado hacer una contribución a las industrias creativas desde variados enfoques, los cuales van desde la moda, el sector editorial y la fotografía, pasando por la producción cinematográfica, la artesanía y la industria artística. A partir de una metodología de entrevistas con el respaldo de una fuerte argumentación teórica, los autores y autoras nos plantean no solo una historia de éxito femenino que demuestra el empoderamiento cada vez más significativo de la mujer en esta industria naranja, sino que también construyen una narrativa a partir de una investigación

previa, que permite apreciar todo el horizonte en donde la contribución de la artista se inserta. Esto es relevante ya que este no es un libro de historias de éxito, sino que más bien está basado en contribuciones artísticas y culturales de mujeres y construye un fuerte abordaje teórico del lugar que ocupa la mujer en las industrias creativas en el siglo xxi.

En el capítulo 1, Delia Lizette Huezo-Ponce y Lorena García Caballero relatan la trayectoria de la mexicana Laura Espinosa, y su influencia en la transformación digital de las empresas del sector de moda en México. El segundo capítulo aborda también el campo de lo textil y la manufactura desde una perspectiva diferente: Natalia Alejandra Salinas Bravo, Francisco Ernesto Navarrete-Báez e Irma Livier de Regil Sánchez presentan un proyecto de emprendimiento a cargo de treinta mujeres artesanas de La Piedad, Michoacán (México), impulsadas por un programa de desarrollo territorial de la Universidad del Valle de Atemajac.

En el tercer capítulo, Elizabeth Tiscareño-García y Florina Guadalupe Arredondo-Trapero se ocupa del cine, un escenario tradicionalmente masculino, para dar voz a las mujeres creadoras con el caso de la documentalista mexicana Amparo Vázquez.

El capítulo 4, a cargo de Rocío Cárdenas Pacheco, estudia el trabajo de las mujeres gestoras de CALCO, proyecto de muestra e intercambio de arte contemporáneo nacido en Colombia, y hoy de alcance regional.

En el quinto capítulo, Juanita Solano Roa traza un mapa sobre la producción, el consumo y la materialidad misma de la fotografía como industria creativa en Colombia y el papel de las mujeres en estas dinámicas. En el sexto capítulo se aborda también el campo de la fotografía en este caso, desde el acercamiento de Jacob Israel Bañuelos Capistrán al rol de las mujeres en la producción fotográfica en México desde una perspectiva histórica y a través de la lente de Ana Casas Broda, fotógrafa y creadora del proyecto Hydra.

En el séptimo capítulo, Manuela Fajardo González perfila dos editoriales colombianas independientes lideradas por mujeres, Babel

Libros y Tragaluz Editores, a la luz de lo que significa emprender y subsistir en este sector económico.

El octavo y último capítulo, a cargo de Irma Sánchez, autora invitada, abre una ventana a la industria de los medios venezolanos desde el género de la crónica y tomando como hilo conductor la trayectoria de la periodista Liza López, fundadora de la publicación independiente *Historias que laten*.

La provocadora reflexión final, a manera de epílogo, a cargo del crítico de medios e investigador colombiano Omar Rincón, ofrece otras pistas y ejemplos para seguir construyendo esta memoria. Así pues, desde voces expertas y diversas, los casos expuestos en este libro proponen en conjunto una mirada a las industrias creativas desde y hacia las mujeres.

## Capítulo 1

# Laura Espinosa: transformación digital en la industria de la moda en México

**Delia Lizette Huezo-Ponce**

Tecnológico de Monterrey

**Lorena García Caballero**

Tecnológico de Monterrey

## 1.1. Introducción

**E**n un reciente reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre la mujer en el emprendimiento se observa cómo se encuentran subrepresentadas en este ámbito. El informe establece que la creación de redes femeninas es una respuesta en la construcción de ecosistemas emprendedores. Es así como cualquier región se ve beneficiada cuando surgen iniciativas para generar estas redes. Dentro de este contexto, encontrar y conocer a mujeres exitosas en América Latina es una aportación en la construcción del ecosistema. En esta perspectiva, Laura Espinosa ha sido una

---

**Palabras clave:** emprendimiento, innovación, comunidades, moda, comercio electrónico, transformación digital, género.

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.51566/triada2202>

representante del género que contribuye a la iniciativa en negocios de América Latina y localmente a México.

El estudio de la conducta emprendedora se caracteriza por ser un campo de investigación plural y multidisciplinario que aborda tanto las características personales como las actividades empresariales, los efectos económicos y sociales, e incluso los aspectos culturales. Desde la psicología, la investigación se ha centrado principalmente en el análisis de las diferencias individuales entre emprendedores y no emprendedores, con el objetivo de elaborar un perfil descriptivo de la personalidad típica del emprendedor. Según este perfil, se podría detectar a aquellas personas con un potencial innato para convertirse en emprendedores de éxito.

Respecto a la variable del género, la mujer ocupa un lugar substancial en el emprendimiento a nivel mundial y se han encontrado datos que sugieren la existencia de grandes huecos que ocurren en las naciones con ingresos medios en donde los hombres son 75% más propensos que las mujeres a ser emprendedores activos, comparado con el 33% en países con altos ingresos y con el 41% en países de bajos ingresos (Wilson, Kickul y Marlino, 2007). También se ha encontrado que el efecto del género en el interés emprendedor (Wang y Wong, 2004) es parcialmente mediado por la falta de conocimiento emprendedor (Yordanova y Tarazon, 2010). Además, investigaciones sobre la inclinación por ciertas carreras en los adolescentes (Kourilsky y Walstad, 1998) han revelado menor atracción por la elección de carreras emprendedoras en las mujeres que entre los varones (Marlino y Silson, 2002). Sin embargo, encontramos a Laura Espinosa<sup>1</sup>, una joven que desde etapas tempranas tuvo clara su intención de convertirse algún día en una emprendedora.

## **1.2. Laura, hija de una familia emprendedora**

El entorno en México para la mujer ha sido uno en el cual la familia desempeña un papel fundamental para el quehacer y el propio desarrollo de todos los que crecen en un contexto como este. Por lo

que, para hablar de Laura Espinosa, se deben entender la perspectiva familiar y su entorno. Los rasgos asociados a lo femenino, como el cuidado, la empatía y la expresividad emocional, son constantemente evaluados en sociedades patriarcales (Yordanova y Tarazon, 2010) y se convierten en la base para la subordinación de las mujeres (Ahl, 2002) y su opresión (Greer y Greene, 2003). La división de género en emprendimiento puede ser explicada con diferencias entre experiencias femeninas y masculinas (Greer y Greene, 2003). Por esto, es relevante comprender el contexto de Laura Espinosa como emprendedora.

Laura Espinosa viene de un entorno altamente femenino que respetaba el crecimiento profesional de las mujeres. En sus palabras: “venir de una familia de solamente hijas nunca fue limitante”<sup>2</sup>. Tanto a Laura como a sus hermanas, se les empoderó desde niñas.

Fíjate que a mí el tema de ser mujer no me ha incomodado, ni el tema del empoderamiento de la mujer y cosas tales... tal vez yo nací empoderada. La verdad es que mi papá es una persona que tuvo tres mujeres: no sé si mala o buena suerte, pero nos trató como profesionistas. Siempre nos vio echadas para adelante y así nos formaron. Mi mamá igual es una mujer que se mueve sola, es profesionista exitosa en su rubro. Entonces a mí el tema de género, como hermana mayor, lo vi siempre como quien tenía que poner el ejemplo. Tú marcas la pauta entonces, tú ves si se puede. Entonces, pues yo siempre he tenido ese chip de: yo la tengo que hacer en la vida<sup>3</sup>.

El papá de Laura Espinosa fundó un negocio de tecnologías de información (TI) en el sector salud en Jalisco, México. Por esto, Laura Espinosa desde niña tuvo la oportunidad de convivir con la experiencia de la empresa. Además, esta empresa fue la que desde muy joven le dio oportunidad de tener acceso a actores importantes que impulsan a las iniciativas en el contexto en el que se encuentra. Particularmente, el estado de Jalisco está a la vanguardia en la industria de las TI y es un motor de la economía regional.