

EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO MIGRANTE EN LAS ICC

Miguel Osorio García de Oteyza
M. Cristina Fuentes-Lara
Universidad Francisco de Vitoria

Resumen

El Emprendimiento Femenino Migrante (en adelante EFM), ha sido ampliamente estudiado a nivel nacional e internacional. Sin embargo, se ha enfocado al EFM en sectores muy específicos como hogar, cuidados y otros relacionados con los servicios a migrantes (locutorios, envío de dinero etc.), obviando otros sectores del EFM. Concretamente, esta investigación se centra en el EFM dentro de las Industrias Culturales y Creativas (ICC), en sectores como son la moda, el diseño, el periodismo etc. En primer lugar, el interés en las ICC se basa en ser considerado por la Unión Europea como un sector estratégico clave dentro del marco de la estrategia Horizonte 2020 (COM-2011 808) y estar presente dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Y en segundo lugar, porque en base a la revisión bibliográfica y las investigaciones previas del equipo investigación se cree que las ICC son un nicho laboral para las mujeres migrantes en España.

Además de conocer el emprendimiento femenino migrante (EFM) dentro de las ICC, con esta investigación se quiere dar un paso más, e indagar sobre las trayectorias socioeconómicas y laborales de las mujeres migrantes antes de iniciar el proceso de emprendimiento en las ICC.

También, resulta de especial interés estudiar si el emprendimiento en ICC favorece el éxito en la integración de las mujeres migrantes en España. Así como si esta iniciativa de emprendimiento económico es producto de un proceso previo de empoderamiento político y/o social -asociaciones, sindicatos, comunidad vecinal, etc.- en origen o destino; o si, por el contrario, el emprendimiento en las ICC deriva en procesos de empoderamiento en otros niveles.

Por ende, se considera que la innovación científica de este proyecto radica en el análisis de estos objetivos. La metodología que se va a seguir en la investigación es

mixta, es decir, cuantitativa y cualitativa, con una mayor predominancia de esta última. La etapa de trabajo de campo se divide en dos fases. En la primera, que es la parte cuantitativa, se implementará un cuestionario que se distribuirá por los círculos empresariales, donde se recogerán las iniciativas empresariales de las mujeres migrantes, datos sociodemográficos de ellas y de su actividad emprendedora. Y en la segunda fase, una vez se ha realizado el análisis de los cuestionarios, se contactará con las mujeres migrantes emprendedoras que más se ajusten a los criterios de priorización de esta investigación, para realizarles una entrevista en profundidad. La técnica de análisis de datos cualitativos será el análisis de discurso para lo que se empleará el software Atlas.ti.

Palabras clave: inmigración, integración, ICC, emprendimiento, mujeres.

1. Introducción

En esta comunicación no se presentan resultados de un proyecto o de una investigación, sino que, por el contrario, se expone el diseño de una futura investigación. El presente proyecto se centra en dar un paso en la investigación del emprendimiento femenino migrante dentro de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en España. En los últimos años ha aumentado el interés científico e investigador por las ICC tanto es así que es considerado por la Unión Europea como un sector estratégico clave, y es recogido así en el marco de la estrategia Horizonte 2020, y lo seguirá siendo en el siguiente programa marco Horizon Europe que ahora comienza a prepararse.

La relevancia del proyecto o el matiz innovador se orienta en conocer qué iniciativas empresariales promovidas por mujeres migrantes se están generando dentro de las ICC. Si bien existe una amplia bibliografía sobre la empleabilidad de las mujeres migrantes en España, no se ha abordado -al menos hasta ahora- el emprendimiento dentro de las ICC, lo que se considera dentro de esta investigación como un nicho laboral para las mujeres migrantes y como un factor para la integración. Con este proyecto, se pretende avanzar en el concepto o la idea de emprendimiento femenino migrante (EFM) más allá de los sectores prototípicos como cuidados, tareas del hogar y autoempleo no dentro de las ICC. Se considera importante para la investigación reflexionar sobre cómo salen las mujeres migrantes de este círculo de trabajos para emprender en ICC o si, directamente, son otro grupo de mujeres migrantes quienes emprenden en ICC.

2. Marco teórico

2.1. La importancia de las industrias culturales y creativas en la sociedad global

Se entiende por Industrias Culturales y Creativas (ICC) “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2013: 24). Si bien desde este proyecto se ha optado por esta definición de las ICC, no existe un consenso en la comunidad académica e investigadora sobre el término. Al igual que ocurre con los sectores que forman parte de las ICC. Siguiendo a la UNESCO (2015) serían, desde el plano cultural, las industrias que abarcan la edición de libros, publicaciones y partituras musicales, la producción cinematográfica y audiovisual, y la elaboración de productos multimedia. A nivel creativo incluyen la arquitectura y diversas actividades artísticas como las artes plásticas, artes escénicas, etc. En el Libro Verde de la Unión Europea (2010), introducen también como ICC los sectores de la publicidad, el diseño gráfico y de moda, los juegos y juguetes (convencionales y videojuegos), la arquitectura y el software de ordenadores. En 2010 la UNESCO realizó una clasificación de sectores que se consideran parte de las ICC, que será la que se va a seguir en esta investigación -ver figura 1-. Aunque al considerarse un sector muy dinámico (Libro Verde, 2010: 7), desde la investigación se tendrán una posición abierta respecto a la inclusión de nuevos sectores de las ICC.

El foco en las ICC por parte de las instituciones ha alcanzado un punto álgido en la elaboración de planes de desarrollo económico y empresarial. Tanto es así que la Unión Europea lo subraya como un sector estratégico clave, en el marco de la estrategia Horizonte 2020. En lo que atañe al ámbito nacional se viene publicando desde 2011 el Plan de Fomento de las Industrial Culturales y Creativas. Esta línea también la han seguido las Comunidades Autónomas creando sus propios planes del desarrollo y fomento de las ICC; así como se han celebrado jornadas para emprendedores y empresarios en ICC.

El foco en las ICC por parte de las instituciones ha alcanzado un punto álgido en la elaboración de planes de desarrollo económico y empresarial. Tanto es así que la Unión Europea lo subraya como un sector estratégico clave, en el marco de la estrategia Horizonte 2020. En lo que atañe al ámbito nacional se viene publicando

desde 2011 el Plan de Fomento de las Industrial Culturales y Creativas. Esta línea también la han seguido las Comunidades Autónomas creando sus propios planes del desarrollo y fomento de las ICC; así como se han celebrado jornadas para emprendedores y empresarios en ICC.

Figura 1. Sectores que se consideran ICC



Fuente: Lebrún-Aspillaga (2014) a partir de los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2010).

El foco en las ICC por parte de las instituciones ha alcanzado un punto álgido en la elaboración de planes de desarrollo económico y empresarial. Tanto es así que la Unión Europea lo subraya como un sector estratégico clave, en el marco de la estrategia Horizonte 2020. En lo que atañe al ámbito nacional se viene publicando desde 2011 el Plan de Fomento de las Industrial Culturales y Creativas. Esta línea también la han seguido las Comunidades Autónomas creando sus propios planes del desarrollo y fomento de las ICC; así como se han celebrado jornadas para emprendedores y empresarios en ICC.

Sin embargo, el desarrollo de las ICC no es novedoso. La Escuela de Fráncfort acuñó por primera vez el concepto de industria cultural en el libro “Dialektik der Aufklärung” (1947) de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer. En esta obra los filósofos alemanes criticaban la mercantilización de la cultura y pensaban que la industria cultural tenía que versar hacia una cultura más popular y accesible (O’Connor, 2011). En la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Interculturales en Europa (1972), la UNESCO barajó la posibilidad de reconocer a las industrias culturales como medio de creación, de expresión y de acceso universal a la cultura, que terminó materializando en el Plan de Acción de Estocolmo (1998), sobre Políticas Culturales al Servicio del Desarrollo (Osorio García-Oteyza y Jiménez-Sosa, 2018). Fomentándose con la llegada del siglo XXI cuando la UNESCO firmó los tres grandes instrumentos internacionales que reconocen a la cultura como un pilar para el desarrollo humano sostenible. Para Laguna-Sánchez et al., (2014) estos instrumentos generaron nueva vía para la comprensión de las ICC que anteriormente habían sido consideradas de forma “más asistencialista y desvinculada, en materia de desarrollo, a aspectos económicos” (2014: 686).

Progresivamente la importancia de las ICC ha ido incrementándose, como señalan Ruiz-González et al. (2015) en este momento estamos presenciando la gestación de la revolución de los intangibles generada por la sociedad del conocimiento. Una revolución como las que ya acontecieron con la agraria, la industrial y la de los servicios; lo significativo es que para la revolución de los intangibles se requiere del talento creativo y de la innovación social (Osorio García-Oteyza y Jiménez-Sosa, 2018). La Unión Europea en el Libro Verde (2010), ya señalaba que en un mundo de transformación global, “el valor inmaterial determina cada vez más el valor material” y que para que la Unión siguiese siendo competitiva en la nueva economía tendría que apostar por la creatividad y la innovación (2010: 2). En el contexto español, Aguiar-Losada afirma que las ICC “son más innovadoras que el resto de los sectores en España” (2014: 3).

La importancia de las ICC viene avalada por cifras económicas (Boix y Lazzeretti, 2011). En datos del Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas (2018), la contribución de las ICC al PIB de 2015 español es del 3,2%. El empleo en ICC representa el 3,1% del empleo global en 2017, lo que supone un incremento del 7,2% respecto a las cifras del 2015. Pese al crecimiento, España se encuentra por debajo de la media de empleo en ICC de la Unión Europea (Eurostat, 2016). El 3,5% del total de las empresas españolas son de ICC, aumentando un 1,8%

respecto a los datos del 2015. Este dinamismo empresarial en auge se manifiesta con el saldo comercial positivo en las ICC en España con 122,4 M €.

2.2. Emprendimiento migrante femenino en las ICC

Las empresas que forman parte de las ICC son principalmente pymes. De hecho, el 63,9% de las empresas ICC son sin asalariados y el 29,4% tiene entre 1 y 5 empleados (Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas, 2018). Este no es un fenómeno meramente nacional, sino que la Unión Europea señala este aspecto y lo relaciona con el emprendimiento, “empresas formadas por una o dos personas representan la gran mayoría de las empresas del sector e incluyen este nuevo tipo de «individuos emprendedores» o de «trabajadores culturales emprendedores», que ya no encajan en los anteriores modelos típicos de profesiones” (Libro Verde, 2010: 13).

Para esta investigación se va a seguir el término de emprendimiento cultural que se ajusta a la capacidad de iniciar y operar nuevas empresas que tengan una marcada base cultural (Brook, 1968; Bennis y Nanus, 1985 y Mintzberg et al., 1999).

Las ICC y el emprendimiento son conceptos muy relacionados. En la Comunidad de Madrid el emprendimiento en las ICC se incrementó incluso en los años recesión económica (Rodríguez-Gómez et al., 2017b: 7). El programa “Madrid Emprende” cuenta con iniciativas concretas para reforzar el tejido creativo de la capital como Medialab Prado y los Talleres AVAM (Rodríguez-Gómez et al., 2017a: 301). En el I Plan de Promoción de las Industrias Culturales y Creativas de la Comunidad de Castilla y León (2013) uno de los objetivos específicos recoge esta relación entre en las ICC y emprendimiento “apoyar a la persona emprendedora a través de medidas de fomento del autoempleo y de consolidación de los proyectos empresariales” (2013: 106). A nivel nacional, dentro del programa “Todo Emprende” en su primer principio “la promoción del espíritu empresarial” incorpora como dos líneas el fomento y la financiación de las industrias culturales y creativas.

Atendiendo al sujeto de esta investigación, las mujeres migrantes que emprenden, es necesario reflexionar sobre el proceso por el cual una mujer migrante decide emprender. La fuerte estratificación étnica del mercado laboral español ha condicionado que la inserción de las mujeres migrantes al trabajo se produzca en los puestos de más baja cualificación de las empresas y en sectores precarios (limpieza, servicio doméstico y servicio de comidas), lo cuales se caracterizan por sus bajos

salarios e inestabilidad (Sallé et al., 2009). En gran parte, por esta razón el emprendimiento se ha convertido con mayor frecuencia una opción atractiva para las mujeres migrantes como estrategia de supervivencia, a causa del empeoramiento de las condiciones en el mercado laboral (Del Río y Alonso-Villar, 2012; Aldaz y Eguía, 2015).

El emprendimiento femenino migrante en las ICC es invisibilizado dentro del mundo empresarial y/o económico por varios factores. En primer lugar, y como señalan Laguna-Sánchez et al. (2014) el sector cultural al no estar organizado en un entorno económico sólido casi no ha desarrollado políticas de buenas prácticas de género y se encuentra ampliamente masculinizado, especialmente en lo que respecta a la creativa artística. En segundo lugar, el emprendimiento femenino migrante se ha visibilizado en los sectores predominante asistencialistas del sector de los cuidados y del hogar, obviando el resto de las iniciativas empresariales emprendedoras (Pérez-Orozco, 2014; O'Neil et al., 2016). Otras veces, el emprendimiento femenino migrante se ha dirigido al sector servicios, cuyos potenciales usuarios son personas migrantes (Cebrián et al., 2016) en servicios de mensajería, locutorios, envío de dinero etc. (Osorio García-Oteyza, Pérez y Jiménez-Sosa, 2018).

Sin embargo, la invisibilización de estas iniciativas no indica su inexistencia. Las investigaciones de la asociación Mujeres en las Artes Visuales (MAV) señalan el incremento de iniciativas culturales provenientes de mujeres migrantes (Laguna-Sánchez et al., 2014), lo cual, unido a la consideración de las ICC como un sector estratégico, se prevé como un nicho laboral de emprendimiento femenino migrante. En esta misma línea la periodista colombiana residente en Madrid, Verónica Durán creó la revista *Fusión Latina* y el proyecto "100 latinos" con la finalidad dar visibilidad a los aportes culturales, sociales y económicos de Latinoamérica en el mundo.

También es reseñable estudiar si el emprendimiento a nivel empresarial es un proceso aislado de otras formas de emprendimiento y/o empoderamiento político y social (Moreno, 2013; Acebedo-Afanador y Velasco-Abril, 2017), o si por el contrario son procesos relacionados y/o simultáneos.

3. Objetivos

La hipótesis de partida de la investigación emana de la premisa de que el emprendimiento femenino en las Industrias Culturales y Creativas (ICC) genera un mayor bienestar socioeconómico y favorece la integración de las mujeres migrantes.

Basándose en esta hipótesis, el objetivo general de la investigación es “analizar el emprendimiento femenino migrante (EFM) en las Industrias Culturales y Creativas (ICC) españolas”.

Los objetivos específicos son:

1. Estudiar el emprendimiento femenino migrante en las ICC como estrategia de integración de las mujeres migrantes y como ejemplo en los procesos de integración.
2. Indagar sobre el perfil de la mujer migrante que emprende en las ICC
3. Profundizar sobre las trayectorias laborales de las emprendedoras migrantes en las ICC y sus diferencias respecto a las migrantes mujeres que no emprenden.
4. Visibilizar el emprendimiento como vía para la integración alternativa a los nichos laborales.
5. Analizar si el emprendimiento femenino migrante en las ICC emana o deriva en procesos de emprendimiento político o social.

4. Metodología

La metodología para alcanzar los objetivos propuestos es mixta. De tal forma que cuenta con una parte cuantitativa y otra cualitativa, con un mayor peso del método cualitativo en el conjunto de la investigación. Para ello, se utilizará la integración de métodos, Bericat (1998) identifica tres estrategias básicas de integración: complementación, combinación y triangulación, en esta investigación se optará por el segundo. La combinación de métodos integra subsidiariamente un método dentro de otro con la finalidad de fortalecer la validez de los datos.

Los sujetos objeto de esta investigación serán las mujeres migrantes que tengan consolidado, al menos tres años de vigencia (Neugovsen, 2011: 249), un proyecto de emprendimiento dentro de las Industrias Culturales y Creativas (ICC). El ámbito territorial de la investigación será España.

El diseño de la investigación consta de tres etapas. En la primera etapa, se hará una minuciosa revisión bibliográfica sobre temáticas afines o similares a la que es objeto de esta investigación. En la segunda etapa se plantea un breve cuestionario a difundir por los centros de iniciativas y desarrollo empresarial (C.I.E.), viveros de

empresas, fundaciones y asociaciones de personas emprendedoras para captar y detectar los perfiles de las mujeres migrantes emprendedoras.

Una vez realizado el cuestionario, se seleccionarán los perfiles que más se ajusten al objetivo de la investigación y se comenzarán a realizar las entrevistas en profundidad. En esta segunda etapa, se realizarán grupos focales a las personas responsables de los centros de iniciativas y desarrollo empresarial (C.I.E.), viveros de empresas, fundaciones y asociaciones de personas emprendedoras. Algunos de los centros de emprendimiento que se han preseleccionado por la actividad que realizan y la trayectoria de emprendimiento son: la Fundación Tomillo, el Centro de Emprendiendo de la Universidad Francisco y la Red de Viveros de empresas de la Ciudad de Madrid.

Se distinguen dos técnicas de análisis de datos en función del método de investigación. Los cuestionarios se tabularán en procesador de números de Excel, creando una base de datos que posteriormente se pasará al software informático SPSS en su versión 23. El análisis de los cuestionarios será univariante -distribución de frecuencias- y bivariante -tabla de contingencia y correlación-. El análisis de los cuestionarios nos facilitará la orientación de la segunda fase de la investigación, es decir, las entrevistas en profundidad. Pese a lo anteriormente descrito, la distribución de frecuencia y el cruce de variables, se realizará para apoyar resultados que arroje el análisis cualitativo.

La técnica de análisis de datos predominante en esta investigación será el análisis de discurso. La elección de esta técnica se debe a que permite una descripción de las estructuras de los discursos escritos o hablados. Para Van Dijk (1981) la importancia del análisis del discurso recalca en que es “un suceso de comunicación (...), las personas utilizan el lenguaje para comunicar ideas o creencias y lo hacen como sucesos sociales más complejos” (1981: 46), lo cual es la finalidad de este proyecto de investigación.

Para el análisis de los datos se empleará el software informático Atlas.ti en su versión 8. Este software es de gran utilidad en el tratamiento y en la sistematización de los datos cualitativos (Muñoz, 2005).

Bibliografía

ACEBEDO-AFANADOR, M. y VELASCO-ABRIL, M. (2017). "Emprendimiento social femenino: prolegómenos conceptuales y estudio de casos" en *Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales*, 27, 102-116.

AGUIAR-LOSADA, E. (2014). "Las Industrias Culturales y Creativas en España" en *Working Paper # 2014/13*. Universidad Autónoma de Madrid y Accenture, 1-20.

ALDAZ, L. y EGUÍA, B. (2015). "Inmigración y mercado de trabajo: nichos laborales por género y nacionalidad en España" en *Revista de Estudios Sociales*, 54, 68-80.

BOIX, R. y LAZZERETTI, L. (2011). "Las industrias creativas en España: una panorámica" en *Investigaciones Regionales*, 22, 181-206.

BUENDÍA-MARTÍNEZ, I. y CARRASCO, I. (2013). "Women, Entrepreneurship and Rural Development in Latin America and the Caribbean" en *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10 (72), 21-45.

CEBRIÁN, J. A.; JIMÉNEZ-BLASCO, B. y RESINO, R. (2016). "Cambios recientes en los negocios de inmigrantes", conferencia pronunciada el 25 de febrero de 2016 en las VI Jornadas de Investigación en Geografía, Universidad Complutense de Madrid, en prensa.

COMISIÓN EUROPEA (2010). *Libro Verde: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*.

Id. (2011a). *Creative Europe—A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020)*.

Id. (2011b). *Horizon 2020—The Framework Programme for Research and Innovation*.

CORNER, P. y HO, M. (2010). "How opportunities develop in social entrepreneurship" en *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34 (4), 635-659.

DEL RÍO, C. y ALONSO-VILLAR, O. (2012). "Occupational Segregation of Immigrant Women in Spain" en *Feminist Economics*, 18 (2), 91-123.

GÓMEZ-ESCALONILLA, G. (2008). *Voces de la inmigración: Medios latinos en Madrid*. Madrid: Universitas.

KOURILSKY, M. y WALSTAD, W. (1998). "Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences and educational practices" en *Journal of Business Venturing*, 13(1), 77-88.

LANGOWITZ, N. y MINNITI, M. (2007). "The Entrepreneurial Propensity of Women" en *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.

LAGUNA-SÁNCHEZ, P.; VICO, A. y PALOMO, J. (2014). "Mujer, emprendimiento e industrias culturales y creativas: una combinación en auge en España en tiempos de crisis" en *Esic Market Economics and Business Journal*, 45, 679-694.

LEBRÚN-ASPÍLLAGA, A. M. (2014). "Industrias culturales, creativas y de contenidos" en *Consensus*, 19(2), 45-57.

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE (2018). Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas. Madrid: Secretaria general técnica.

MORENO, Emilia (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 21(2), 53-66.

O'NEIL, T.; FLEURY, A. y FORESTI, M. (2016). Women on the move. Migration, gender Equality and the 2030 Agenda for Sustainable Development, Briefing Paper.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU) (2015) "Agenda 2030". [Online] Disponible en: <<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-18asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>> [Acceso 20 de julio de 2018].

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO) (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Buenos Aires: UNESCO.

OSORIO GARCÍA-OTÉYZA, M. y JIMÉNEZ SOSA, M. (2018a). "La movilidad de los inmigrantes emprendedores con iniciativas culturales y creativas en la Comunidad de Madrid" en *Revista Iberoamericana de Estudios de Desarrollo*, 7, 84-107.

Id. (2018b). "The use of ethnic resources by immigrant business women in Madrid". Aceptado pendiente de publicación.

PARELLA, S. (2005). "Estrategias de los comercios étnicos en Barcelona, España" en *Política y cultura*, 23.

PORTES, A. (2000). "Social capital: Its origins and applications in modern sociology". En Lesser, Eric, *Knowledge and Social Capital* (pp. 43-67). Boston: Butterworth-Heinemann.

RODRÍGUEZ-GÓMEZ E.; REAL-RODRÍGUEZ, E. y ROSIQUE-CEDILLO, G. (2017). "Las Industrias Culturales y Creativas en la Comunidad de Madrid: contexto y desarrollo económico 2008-2014" en *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 295-320-

RUIZ-GONZÁLEZ, M.A., FONT-GRAUPERA E. y LAZCANO-HERRERA, C. (2015). "El impacto de los intangibles en la economía del conocimiento" en *Desarrollo* 155(2), 119-132.

SÁNCHEZ-FLORES, S.; ROYO, I.; LACOMBA, J.; MARÍ, E. y BENLLOCH, C. (2013). "Mujeres inmigrantes emprendedoras en el medio rural. Factor para la sostenibilidad económica y social de las áreas rurales de la Comunidad Valenciana" en *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 21, 69-109.