

Capacidades de emprendimiento cultural y deportivo como determinantes de la iniciativa emprendedora

Resumen

Promover el emprendimiento es fundamental para cualquier sistema económico, especialmente en jóvenes universitarios, que sean capaces de fomentar el autoempleo y crear nuevas unidades económicas en el entorno en el que viven. El emprendimiento cultural y deportivo representa oportunidades de desarrollo económico, sin embargo en algunas regiones aún se sigue sin aprovechar este tipo de emprendimiento a pesar de contar con el capital humano capacitado y la infraestructura necesaria. Puerto Vallarta, México cuenta con diversas aptitudes de producir y promover emprendimientos tanto culturales como deportivos de calidad que favorezcan a la economía, diversifiquen la oferta del destino y originen fuentes de empleo. La presente investigación explora las capacidades de los potenciales emprendedores culturales y deportivos y su intención para realizar emprendimientos innovadores.

Palabras clave: Capacidades, emprendimiento, cultural y deportivo

Introducción

La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2013), afirma que es necesario promover el espíritu emprendedor, la creatividad y la innovación en el ámbito cultural, como una competencia fundamental, ya que de esta manera se contribuye positivamente a la actividad creadora y por lo tanto genera prosperidad económica en las regiones. (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2013)

De acuerdo con el Foro Económico Mundial (2013), México ocupa la posición 21 en recursos culturales, en un rango de 140 países participantes, con una puntuación de 5.1, en una escala

de 1 al 7, donde 7 es el número deseable. En estadios deportivos se sitúa en el nivel 86 de 140, así mismo cuenta con una aportación de 0.9% a nivel mundial en exportaciones de industrias creativas, encontrándose en el lugar 27 de 140 (World Economic Forum, 2013). Las cifras muestran que México a pesar de que no posee las primeras posiciones, tiene potencial para generar industrias culturales, deportivas y creativas, sin embargo, la OCDE señala que México es el país que menos invierte en materia cultural, aportando el gasto de los hogares en recreación y cultura al Producto Interno Bruto (PIB), apenas el 2% (Gobierno de Jalisco, 2013). En el segundo trimestre del año 2014, los servicios de esparcimiento, culturales y deportivos aportaron 66,881 millones de pesos de acuerdo con cifras dadas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2014). El Gobierno de Jalisco (2013), afirma que: “lo cultural” es un elemento clave de los procesos de desarrollo económico, por lo tanto, la riqueza cultural debe ser valorada, aprovechada y atendida en su correcta dimensión, siendo incalculable su valor estético y artístico.

La cultura de Jalisco es cuna de emblemas nacionales que dan identidad al país y sus expresiones son referentes internacionales, a nivel nacional se considera un polo de desarrollo cultural. Entre el 2007 y 2011, los eventos culturales y artísticos realizados en Jalisco, tuvieron un incremento de 45.5%, con un aumento anual de 11.4% aproximadamente. No obstante, el estado sufre de grandes rezagos culturales y creativos, con el limitado apoyo a creadores y a la industria cultural, así mismo la reducida oferta de programación dirigida al sector infantil y juvenil, sumándose a todo esto la limitante en recursos y la deficiencia de programas de impulso a la creación de este tipo de proyectos. De igual manera, las condiciones de consumo de la cultura y las estructuras de apoyo institucional no benefician al desarrollo de artistas ni a su duración en la región, a partir del año 2009, el número de asistentes a las presentaciones realizadas en las distintas disciplinas artísticas ha registrado una disminución constante, con un promedio de asistencia de 24.4% a espectáculos teatrales,

muy por debajo de estados como el Distrito Federal y Nuevo León, lo que propicia que artistas de la región emigren a otros lugares en busca de nuevas oportunidades.

En materia de infraestructura cultural, el estado tiene una gran capacidad para impulsar el desarrollo cultural y creativo, sin embargo existen carencias que impiden que dichas áreas se encuentren vinculadas con sus comunidades. En el interior de Jalisco al igual que en la zona metropolitana, la infraestructura destinada a la cultura requiere de reparaciones y equipamiento para su uso adecuado, que permita ofrecer servicios de alta calidad a sus usuarios y público asistente. Siendo uno de los principales retos del estado, el óptimo aprovechamiento de los espacios ya existentes.

Las condiciones requeridas para el crecimiento de iniciativas culturales privadas de Jalisco son inciertas, debido a la falta de conocimiento sobre el comportamiento del sector cultural, ya que la información del consumo y de la producción es limitada, por lo que se dificulta establecer políticas que estimulen la promoción e inversión en el sector artístico y cultural. Por lo que Jalisco destina para el desarrollo del sector cultural, menos de la mitad de lo que recomiendan organismos internacionales.

Siendo evidente la necesidad de hacer ajustes presupuestales e institucionales en los organismos encargados de la política cultural, que propicien las condiciones necesarias para impulsar el desarrollo empresarial, comunitario y cultural en sus diversas manifestaciones, que favorezcan el emprendimiento cultural y creativo.

En el tema de deporte, en los últimos años (2000 – 2012), Jalisco ha ocupado el primer lugar en la Olimpiada Nacional Juvenil, así mismo ha sido campeón de la Paralimpiada Nacional desde el año 2004 a la fecha. Sin embargo a pesar de los logros alcanzados en este rubro, una parte considerable de la población del estado se encuentra rezagada de los beneficios del deporte y de la actividad física, con grandes carencias en infraestructura deportiva, mínimas

alternativas para la recreación y la activación física y sin consejos municipales del deporte, ya que solo en algunas regiones se cuenta con capacidad instalada para apoyar talentos deportivos. De acuerdo a reportes oficiales emitidos por el estado de Jalisco, la infraestructura deportiva de los municipios es insuficiente o inadecuada para la práctica deportiva, inclusive para la etapa de iniciación, aunado a ello la carencia de promover un cambio en el enfoque de la actividad física y el deporte, limitando el deseo de realizar este tipo de actividades no solo con el objeto de competición deportiva, sino con la finalidad de preservar la salud. (Gobierno de Jalisco, 2013)

Puerto Vallarta es el segundo municipio más significativo en cuestión económica del estado de Jalisco y el tercer puerto más importante del país. Con una población de 255, 681 habitantes, de acuerdo al último censo de población 2010, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Con una población económicamente activa del 62.5%. El municipio cuenta con gran vocación artística, en el que se ha convertido en un importante centro de creación, exhibición y promoción de arte, con dos teatros; uno de ellos al aire libre, ocho galerías localizadas en el centro de la ciudad, dos bibliotecas públicas, un centro cultural en el que se realizan actividades artísticas como danza, jazz, teatro, pintura, música, en el centro histórico se pueden encontrar diez esculturas realizadas por artistas de gran prestigio nacional e internacional y a lo largo del año se llevan a cabo eventos culturales; el festival Cultural de Mayo, Festival de Jazz Vallarta y eventos culinarios; Winefest, Restaurant Week y el Festival Gourmet, así mismo cuenta con un centro ceremonial declarado patrimonio arqueológico del municipio y un grupo exponente del folclor mexicano reconocido a nivel internacional “Grupo Folclórico Municipal Xiutla”. De igual manera existen unidades deportivas en el que los residentes pueden practicar varios deportes; fútbol, basquetbol, voleibol, tenis, entre otros. También se cuenta con escuelas privadas de natación, artes marciales, campos de golf y clubes deportivos. Su particular ubicación que tiene como fondo

la Sierra Madre Occidental que se encuentra con la Bahía de Banderas frente al océano pacífico posibilita actividades deportivas diversas como; vela, ski acuático, natación en mar abierto, kitesurf, kayak, voleibol y fútbol de playa y deportes de aventura como trekking, rapel, montañismo, entre otros. El potencial cultural y deportivo de la región es amplio.

Del total de su población, el 29.2% se encuentra entre los 15 a 29 años de edad, de los cuales 1,718 personas egresaron del bachillerato con la intención de incorporarse al nivel de educación superior de acuerdo al último censo de población realizado por el INEGI en el año 2010. (H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2012), Puerto Vallarta cuenta con una variada oferta académica de nivel superior con escuelas tanto públicas como privadas, siendo el Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara una de las instituciones públicas con alta demanda y con diversos programas educativos, entre los cuales se ofrecen licenciaturas que propician expresiones culturales y deportivas como: Cultura Física y Deportes, Artes Visuales y Diseño para la Comunicación Gráfica, con 447 alumnos matriculados en dichas carreras actualmente, que al egresar buscarán insertarse al mercado laboral. (CUCosta, 2013)

En este sentido, Puerto Vallarta tiene potencial de promover prácticas culturales y deportivas, contando con amplia gama de oportunidades y capital humano para propiciar dichas actividades que generen desarrollo económico en la región, generen nuevas fuentes de empleo, se diversifique la oferta del destino, con la producción y promoción de espectáculos y eventos de calidad que atraigan turismo no solo de sol y playa, sino aquel que está en busca de dichas expresiones, tanto nacional como extranjero. El objetivo de la presente investigación pretende identificar las capacidades de emprendimiento con las cuales cuentan los actores potenciales de la escena artística, cultural y deportiva de la región a fin de identificar las acciones que resulten convenientes promover por parte de los actores involucrados en la generación y promoción de capital humano capacitado en la búsqueda de

la mejora de condiciones productivas y emprendimientos de carácter deportivo y cultural a fin de aprovechar de mejor forma los recursos disponibles en el entorno y así contribuir con ofertas innovadoras que incentiven el desarrollo de la región.

Revisión Literaria

Origen y aportaciones al emprendimiento

En los últimos años el término emprendedor ha surgido con mayor auge en diferentes contextos, siendo estudiado por múltiples disciplinas (economía, administración, psicología, mercadotecnia, entre otras) y por diversos autores. Proviene del francés “entrepreneur”, que aparece a principios del siglo XVI, para referirse a los hombres que realizaban expediciones militares. En el siglo XVIII se le da un significado más amplio, añadiendo a los hombres que realizaban actividades con incertidumbre y riesgo; como constructores y arquitectos. Los primeros estudios acerca de los emprendedores aparecen a finales del siglo XIX y a principios del siglo XX. (Tarapuez Chamorro & Botero Villa, 2007)

Nace en apreciaciones realizadas por Menger (1983), donde lo sitúa como un profesional que se une con otros emprendedores a través de la división del trabajo fundamentado en el intercambio, Richard Cantillon (1730) de la escuela preclásica, introduce el término entrepreneur, siendo el primero en tener en cuenta la figura del emprendedor dentro de la economía, refiriéndose como aquellas personas que crean una empresa en un ambiente de incertidumbre, haciendo que el mercado funcione. Posteriormente, John Stuart Mill (1851), destacó la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico de las regiones, siendo este realmente el primero que introdujo el concepto de entrepreneur al uso general de los economistas ingleses. Johann Heinrich Von Thünen (1826), fue uno de los primeros en afirmar que la figura del emprendedor consiste en asumir riesgos, Mangoldt incluyó en la ecuación de la toma de riesgos que asume el emprendedor, la variable del tiempo, afirmando que el tiempo que transcurra en el proceso productivo es considerado como la mayor

incertidumbre y riesgo, por tanto es lo que afecta la función del emprendedor. De acuerdo con Formaini (2001), citado por Tarapuez Chamorro y Botero Villa (2007), años más tarde surge la teoría de Jonh Bates Clark, describe al emprendedor como la persona que coordina la actividad económica, negando que los beneficios obtenidos por el emprendedor se deban a la capacidad de tomar riesgos. Por su parte, Alfred Marshall bajo el punto de vista de Rodríguez y Jiménez (2005), citados por Tarapuez Chamorro y Botero Villa (2007), estableció que las personas que son consideradas como emprendedores son líderes innatos y funcionan bajo contextos de incertidumbre, poseen habilidades especiales y a pocas personas se les puede definir de esta manera, consideró que las habilidades son adquiribles al igual que el aprendizaje. En el año de 1921, Frank Knight, en su obra *Riesgo, incertidumbre y beneficios*, ve al emprendedor como la persona que afronta los riesgos que no son asegurables del negocio. Cree que los emprendedores no se hacen, sino que nacen. (Tarapuez Chamorro & Botero Villa, 2007)

La teoría del emprendimiento de Schumpeter

Una de las teorías que surgen al estudio del emprendimiento, es la de Schumpeter (1976), se le atribuye el concepto moderno de lo que hoy se conoce como emprendedor; “aquella persona que funda empresas, es innovador, rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con dotes de liderazgo y con un talento especial, añade que ellos tienen la habilidad de ver las cosas como otros no las ven y con sus actividades generan inestabilidad en los mercados”. (Carrasco & Castaño, 2008) Le otorgó al emprendedor un papel clave, considerándolo como un motor en el desarrollo económico por medio de la innovación y el cambio tecnológico. (Crespo, 2009)

Schumpeter (1971), sostiene que para realizar alguna actividad con plena confianza es necesario poseer ciertas aptitudes que se dan en una sola pequeña fracción de la población, en

el cual definen al tipo y a la función del emprendedor, su actividad no consiste solamente en inventar algo o crear condiciones diferentes en la empresa, consiste en lograr que se realicen. Considera al emprendedor como una persona con un talento especial. Para él (1976), los emprendedores tienen una fuerte necesidad de logro y están orientados a los negocios, expresa que el emprendedor pierde su carácter como tal cuando se ha puesto en marcha el negocio a emprender. Sin embargo omitió en sus aportes los temas de riesgo e incertidumbre. Destacó la importancia vital del emprendedor en los negocios y su papel para estimular la inversión y la innovación como determinantes en el aumento y la disminución de la prosperidad. (Tarapuez Chamorro & Botero Villa, 2007)

Sus pensamientos centrales eran: *la destrucción creativa* como un elemento esencial del desarrollo económico del sistema capitalista; *la innovación* como clave del desarrollo; *la competencia* que se distinguen diferentes combinaciones en la que sobresale una de otras en un mercado; *el desenvolvimiento*, proceso en el que se generan cambios económicos y las ideas del *desarrollo*. (Barletta & Yoguel, 2009)

Emprendimiento en el ámbito cultural y deportivo

De acuerdo con la UNESCO, citado por el Ministerio de Cultura (2010), las industrias culturales representan sectores que combinan creación, producción y comercialización de bienes y servicios intangibles y culturales, lo que en algunos países se les denomina industrias creativas, mejor conocidas en el ámbito económico como industrias de futuro o de contenido. Este tipo de industrias se basan en la valoración y valorización de los activos culturales que poseen las localidades, catalogados como una oportunidad para alcanzar el desarrollo económico sostenible de la sociedad de cada región. La cultura convirtiéndose en una de las principales bases para superar los problemas financieros por medio de la creación de fuentes de empleo y generar bienestar económico. (Ministerio de cultura, 2010)

Por lo que se entiende como el emprendimiento cultural al conjunto de acciones que motivan nuevos modelos económicos y organizacionales que le dan valor a los productos culturales que forman parte de una sociedad. Considerado dicho emprendimiento como actividad que integra los valores intangibles de una sociedad y permite la generación de una idea de negocio cultural, con el desafío de forjar un modelo innovador y sostenible. (Tafur, y otros, 2012)

Los emprendedores culturales son agentes de cambio, con una visión que generan ingresos por medio de actividades culturales. Con soluciones innovadoras que dan nacimiento a industrias culturales, económicamente sostenibles, mejorando el nivel de vida de la sociedad y le dan valor cultural a los productos ya existentes.

Al igual que en la cultura, la iniciativa emprendedora también puede generarse en el deporte, definiendo emprendimiento deportivo como una manera de pensar y actuar centrada en las oportunidades que genera el entorno para la práctica de eventos deportivos, siendo un vehículo de cohesión social con impactos positivos en el desarrollo económico y el bienestar.

De acuerdo con Ratten (2010), citado por Alemany, Alvarez, Planellas, & Urbano (2011), el deporte no solo aporta beneficios a la salud física y emocional, sino que hoy en día muchas industrias deportivas se encuentran en el proceso de desarrollo y expansión, el cual se trata de un sector muy dinámico que crece con rapidez, siendo visto como una herramienta para el desarrollo local, que mejora la infraestructura y a su vez atrae turismo. (Alemany, Alvarez, Planellas, & Urbano, 2011)

Capacidades para la iniciativa emprendedora

Silva (2008), afirma que existen características que definen y orientan el comportamiento de los emprendedores, refiriéndose a ellos como: “personas que poseen una actitud innovadora,

determinación para asumir riesgos y capacidad de gestión”, propone la división de dos fuerzas; internas y externas, que dominan y propician las actitudes emprendedoras.

Considera que las fuerzas internas que debe poseer un emprendedor es necesidad de realización personal; es decir sentirse motivado y satisfecho al realizar un proyecto, afrontar los retos y buscar soluciones a las situaciones que se presentan, vocación innovadora; estar imaginando permanentemente formas novedosas de satisfacer deseos personales, integridad y responsabilidad social; compromiso moral, ético y legal, garantizar sus acciones y las consecuencias de cada uno de ellos, orientación al reconocimiento y recompensas; el deseo de realizar con éxito cada proyecto, visión optimista; en cualquier proyecto que se emprende generar entusiasmo y esperanza, tomar cada fracaso como aprendizaje y autonomía personal; la capacidad de pensar por cuenta propia.

Como fuerzas externas que influyen ya sea en forma positiva o negativa en las actitudes de los emprendedores señala al entorno político y económico, el contexto sociocultural, tecnológico, organizacional, familiar, educacional y la cultura laboral. (Silva, 2008)

Objetivo

Determinar en qué medida la actitud emprendedora, autoeficacia, percepción de apoyo y formación incide en la intención emprendedora de los potenciales emprendedores egresados de carreras culturales y deportivas de Puerto Vallarta a fin de identificar las capacidades que se deben fortalecer.

Metodología

Mediante indagación documental, se explica el entorno de emprendimiento cultural y deportivo en México, Puerto Vallarta y el contexto universitario de la región, identificando las principales retos para este tipo de emprendimientos. Se realizó una revisión teórica de las

principales aportaciones en el tema del emprendimiento, identificando las habilidades que distinguen a las personas emprendedoras con base a diversas teorías y la necesidad del emprendimiento universitario. La metodología seleccionada es un enfoque cuantitativo, se recolectaron datos con medición numérica para conocer las capacidades emprendedoras medidas a través de cuatro dimensiones: actitud emprendedora, autoeficacia, percepción de apoyo y formación universitaria, que se definieron como variables independientes y se contrastaron con la dimensión dependiente denominada intención emprendedora. Cada dimensión, resultado de una escala sumada y se midió con escalas de Likert de 7 opciones de respuesta de acuerdo al nivel de acuerdo y desacuerdo con la definición del ítem por parte del sujeto de estudio. La unidad de muestreo se definió a partir de los matriculados actuales en las carreras de cultura física y deportes, artes visuales y diseño para la comunicación gráfica del Centro Universitario. Se seleccionó aleatoriamente y de manera proporcional una muestra de 117 sujetos de investigación a quienes se les aplicó el instrumento diseñado y validado para tal efecto. El alcance del estudio fue correlacional, en el cual se plantea un modelo de regresión lineal múltiple que explica las capacidades que inciden en la intención emprendedora de los potenciales egresados de carreras culturales y deportivas. La investigación fue no experimental con corte transversal.

Resultados

El modelo de regresión lineal, permite modelar la intención emprendedora de los potenciales egresados de las carreras estudiadas, a partir de la actitud emprendedora, autoeficacia emprendedora, percepción de apoyo y formación universitaria presentando el siguiente modelo general:

Intención Emprendedora

$$= \beta_0 + \beta_1 ActEmp + \beta_2 AutoEf + \beta_3 PercAp + \beta_4 FormUni + \epsilon$$

En donde:

β_0 = Constante de la recta de regresión

$\beta_1 \dots \beta_4$ = Parámetros de los coeficientes de variación parcial de cada una de las variables independientes

ϵ = Error aleatorio o residuo de la recta de regresión.

Los resultados obtenidos en la Tabla 1, muestran que la intención emprendedora sin considerar el resto de las variables explicativas o suponiendo que fuese cero el valor de las demás es de 5.338. Un incremento en la actitud emprendedora, incrementa la intención emprendedora en .168, un incremento en la auto-eficiencia incrementa la intención emprendedora en .339, un incremento en la percepción de apoyo, incrementa la actitud emprendedora en .065 y un incremento en la formación universitaria, incrementa la intención emprendedora en .008

Tabla 1. Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Error estándar	Beta		
1 (Constante)	5.338	2.904		1.838	.069
ActEmp	.168	.076	.211	2.223	.028
AutoEf	.339	.070	.477	4.815	.000
PercAp	.065	.115	.045	.564	.574
FormUni	.008	.083	.008	.102	.919

a. Variable dependiente: Intencemp

Aunque solo la actitud emprendedora de los estudiantes, cuyo valor p de significancia es .028 es estadísticamente significativo dado que es menor que 0.05, la autoeficacia con p valor de

.000 también cuenta con significancia estadística, pero la percepción de apoyo con p valor de .574 no es significativa al igual que la formación universitaria con p valor de .919.

El modelo cuenta con significación global, dado que todas las pendientes son significativas, pues al analizar la Anova, el p valor es 0.000, según la tabla 2.

Tabla 2. ANOVA^a

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	1384.633	4	346.158	21.319	.000 ^b
Residuo	1818.512	112	16.237		
Total	3203.145	116			

a. Variable dependiente: Intencemp

La prueba de calidad de ajuste del modelo, muestra que el modelo tiene un poder explicativo dada su R_2 ajustada de 41.2 por lo tanto el 58.8 restante puede deberse a factores no considerados en el modelo, según se puede observar en la tabla 3.

Tabla 3. Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.657 ^a	.432	.412	4.02948

a. Predictores: (Constante), FormUni, PercAp, ActEmp, AutoEf

Conclusiones

El emprendimiento cultural y deportivo de los próximos egresados de las carreras afines, están determinados por la actitud emprendedora, que está compuesta de la disposición para asumir nuevos retos, la conciencia de que emprender implica ser capaz de crear nuevos empleos, el grado de uso de la creatividad e innovación para proponer nuevos negocios, el compromiso por generar altos ingresos económicos, la disposición de asumir riesgos, ser independiente, mejorar al mundo a través de los emprendimientos logrados y realizar sueños, con los que el propio estudiante ya cuenta, las instituciones de educación superior deberían reforzar estas actitudes a fin de lograr mejores resultados en este sentido.

La auto-eficacia, compuesta por la capacidad de los alumnos de definir la idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa, mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa, negociar y mantener relaciones favorables con inversionistas y bancos, relacionarse con personas para obtener capital para crear una nueva empresa, reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios, crear y poner en funcionamiento una nueva empresa, resulta también determinante de la intención emprendedora.

La percepción de apoyo que está relacionada con el apoyo familiar directo, de amigos y colegas, también es determinante del emprendimiento aunque no de manera significativa.

La formación de la universidad, que tiene que ver con la educación recibida en la Universidad y si esta ayudara a poner en marcha proyectos, a entender el papel de los emprendedores en la sociedad o si posibilita para iniciar un negocio en el futuro e interesa al emprendedor en asumir riesgos, aunque no resulto significativa, resulta un proceso importante que debe fortalecer transversalmente a los potenciales egresados para lograr mejores emprendimientos culturales y deportivos.

Referencias bibliograficas.

Alemany, Alvarez, Planellas, & Urbano. (2011). Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España.

Barletta, F., & Yoguel, G. (Julio - Diciembre de 2009). La actualidad del pensamiento de Schumpeter. Buenos Aires, Argentina.

Barrera, S. (2011). Investigación en emprendimiento, estudio de casos en el departamento de casanare . Bogota, Colombia.

Carrasco, I., & Castaño, S. (22 de 12 de 2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social.

- Charro, S., Martínez, J., Sánchez, M. I., & Gallardo, D. (05 de Octubre de 2012). EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO DESDE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS: EL CASO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA EXTREMEÑA.
- Crespo, R. (2009). Gurúes del Management. *Desde el campus*, 66-67.
- CUCosta. (Octubre de 2013). *www.cuc.udg.mx*. Obtenido de <http://www.cuc.udg.mx/sites/default/files/Numeralia%20Octubre%202013.pdf>
- Damm, A. (2008). Empresarialidad y destrucción creativa. *Entorno*, 38,39.
- Gobierno de Jalisco. (2013). Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2013 -2033. Jalisco, México.
- H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta. (2012). *Plan de desarrollo municipal 2012-2015*. Puerto Vallarta.
- H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta. (2012). Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta. (2012). *Plan de desarrollo municipal 2012-2015*. Puerto Vallarta.
- INEGI. (2014). Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/default.aspx>: http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/notasinformativas/pib_preocr/ni-pibocr.pdf
- Jeannot, F. (2003). Fluctuaciones cíclicas en Schumpeter. México.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2013). *Elementos de administracion, Un enfoque internacional y de innovacion*. México, D.F.: McGrawHill.
- Maraña, M. (2010). Cultura y Desarrollo, Evolución y perspectivas.
- Ministerio de cultura. (2010). Manual para la implementación de procesos de emprendimiento y creación de industrias culturales.
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2013). Madrid, España.
- Real Academia Española. (19 de Junio de 2014). <http://lema.rae.es>. Obtenido de <http://rae.es/drae/?val=empendedor>
- Silva, J. (2008). *Emprendedores "Crear su propia empresa"*. México, D.F.: Alfaomega.
- Tafur, J., Rodríguez, B., Simanca, O., García, J., Sepúlveda, M., Ramírez, J., . . . Matallana, P. (2012). CARACTERIZACIÓN DE LA FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO CULTURAL EN COLOMBIA. Bogota.
- Tarapuez Chamorro, E., & Botero Villa, J. J. (Julio - Diciembre de 2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. Bogotá, Colombia.
- World Economic Forum. (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 .