
Guía metodológica para la implementación de las
Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica

CAB - 2015

ORGANIZACIÓN DEL CONVENIO ANDRÉS BELLO

Mónica López Castro

Secretaría Ejecutiva

Diana Rey Vásquez, Ph.D.

Directora de Programas de Cultura

Lina Rodríguez Martínez

Asistente Área de Cultura

Olga Lucía Turbay Marulanda

Asesora de Relaciones Externas y Cooperación
Internacional

Convenio Andrés Bello

Calle 93B No. 17-49 Oficina 402

Teléfono: +571 6449292

Fax: +571 6449292 Ext. 102

www.convenioandresbello.org

Segunda edición: 2015

© 2015, Convenio Andrés Bello

Derechos reservados.

Se permite la reproducción parcial de esta obra siempre y cuando se cite la fuente.

Investigación y textos de la primera edición, Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su Implementación en Latinoamérica:
Marion Pinot de Libreros.

Comité de actualización del Manual Metodológico:

Liliana Ortiz Ospino, Francisco Carrillo Castillo
y Diana Rey Vásquez.

Textos de la Guía:

Marion Pinot de Libreros, Liliana Ortiz Ospino
y Diana Rey Vásquez

Revisión técnica de la Guía:

Marion Pinot de Libreros.

Coordinación general y editorial:

Diana Rey Vásquez.

Corrección de estilo:

Viviana Gamboa

Diseño gráfico:

Mauricio Salcedo

ISBN: 978-958-698-263-4

*Guía metodológica para la implementación de
las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica.
Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2015.*

Con el apoyo del DANE
Comité de Actualización



ÍNDICE



A. PRESENTACIÓN	14
B. AGRADECIMIENTOS	18
C. NOTAS AL LECTOR	20

BLOQUE I.

Aspectos conceptuales y metodológicos de las Cuentas Satélite de Cultura	24
CAPÍTULO 1. Relaciones dinámicas entre la cultura y la economía.	25
A. La evolución de la relación cultura y economía	25
a. ¿Cómo se inició la medición de la cultura?	27
CAPÍTULO 2. Conceptos, alcance y marco de medición de las Cuentas Satélite de Cultura	34
A. Introducción general a las CSC: conceptos básicos	34
a. Las Cuentas Satélite funcionales.	37
B. Alcance de la cultura para su estudio en este marco.	41
a. Aplicación del marco de Cuentas Satélite al análisis de la cultura	41
C. La batería de indicadores sintéticos.	44
a. El valor agregado cultural (de cada sector)	45
b. Empleo Equivalente de Tiempo Completo en las actividades culturales	45
c. Gasto nacional total en cultura	45

BLOQUE II.

Herramientas para la caracterización y el cálculo de las cuentas de los sectores culturales.	48
CAPÍTULO 3. Delimitación y segmentación del campo de medición.	49
A. Delimitación del campo cultural para las Cuentas Satélite de Cultura	49
Creación cultural	50
Producción	52
Difusión	53
Exhibición-recepción-transmisión	54
Consumo y apropiación.	54
B. Segmentación del campo cultural para las Cuentas Satélite de Cultura	55

C. Nomenclaturas y clasificaciones utilizadas para la identificación de productos y actividades culturales	57
D. Definición y caracterización de los sectores culturales	58
CAPÍTULO 4. Las cuentas de producción y de generación del ingreso de las actividades características de la cultura	108
A. Las Cuentas de Producción	109
a. Conceptos básicos	109
b. Cuadros de presentación de la Cuenta de producción	112
B. La Cuenta de generación del ingreso	114
a. Conceptos básicos	114
b. Cuadros de salida de la Cuenta de generación del ingreso	116
CAPÍTULO 5. Equilibrios oferta-utilización de los productos culturales.	119
A. Los equilibrios oferta-utilización de los productos culturales.	120
a. Conceptos básicos	120
b. Cuadros de salida	121
c. Métodos de estimación de los equilibrios de productos	122
B. Los cuadros de oferta-utilización	123
a. Descripción detallada de los cuadros de oferta-utilización	124
CAPÍTULO 6. Análisis del gasto cultural y su financiación	134
A. Conceptos y definiciones asociadas con el gasto Nacional en Cultura y su financiación	135
a. Gasto Nacional en Cultura	135
B. Eliminación de las duplicaciones	136
a. Duplicaciones por las relaciones de producción dentro de los sectores culturales y entre sectores	136
b. Otras posibles duplicaciones	137
C. Beneficiarios y financiadores	138
D. Categorías del gasto en cultura	141
a. Gasto neto en la adquisición de bienes y servicios específicos, de origen nacional o importado	141
E. Valoración del gasto en cultura en la cuenta de gasto - principios generales - determinación del financiador (el pagador)	144
F. Los cuadros de la cuenta de gastos	146
G. Externalidades	153
CAPÍTULO 7. Análisis del trabajo y el empleo cultural	155
A. Conceptos básicos del empleo	156
a. Trabajo	156
b. Empleo	157
c. Formas de trabajo	157
d. Empleo medido sobre la base de tiempo completo equivalente	159
B. Particularidades del empleo en el campo cultural	160
C. Ocupaciones culturales	164
D. Cálculo y registro del trabajo y del empleo	165
a. Indicadores monetarios	165
b. Indicadores no monetarios.	166

E. Cuadros de salida del análisis del empleo	167
a. Cuadro de salida de empleo en los sectores culturales por tipo de vinculación	167
b. Cuadro de salida del empleo desde la oferta por sector cultural, número de empleos y ramas de actividad	170
c. Cuadro de salida del empleo desde la oferta por ocupaciones y número de empleo	172
d. Cuadro de salida de establecimientos culturales por tamaño y número de puestos de trabajo permanentes	173
F. Matriz de empleo/trabajo cultural	174
G. Metodología para la construcción de una matriz de trabajo/empleo cultural	174
CAPÍTULO 8. Indicadores complementarios de las Cuentas Satélite de Cultura	180
A. Particularidades de los Indicadores Complementarios del campo cultural.	180
B. Indicadores complementarios por sector	182
CAPÍTULO 9. Fuentes de información y preparación de datos para el cálculo de las Cuentas Satélite de Cultura	211
A. Las variables Principales.	211
B. Las fuentes de información	213
C. Preparación de los datos y recomendaciones prácticas para el cálculo de variables e indicadores de las Cuentas Satélite de Cultura	216
a. Métodos de estimación y cálculo de las variables de la Cuenta de producción	217
b. Cálculo de las variables de los balances oferta-utilización o equilibrios de productos	220
c. Cálculo de las variables del cuadro de gasto y la financiación del gasto	223
d. Fuentes de información para la elaboración de la matriz de empleo	224

BLOQUE III.

Instrumentos para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura. 228

1. Condiciones mínimas y acciones recomendadas para el diseño de las Cuentas Satélite de Cultura	229
A. Condiciones mínimas	229
B. Acciones recomendadas previas a la ejecución de las Cuentas Satélite de Cultura	232
2. Hoja de ruta para la ejecución de las Cuentas Satélite de Cultura	235

ANEXOS	244
GLOSARIO	246
BIBLIOGRAFÍA	258

LISTA DE TABLAS, CUADROS, RECUADROS, CUADROS DE SALIDA Y ESQUEMAS

TABLAS

Tabla 3.1	56
Sectoros y subsectoros que conforman el campo cultural	
Tabla 3.2	64
Productos específicos del sector de creación y actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.3	68
Productos específicos del diseño y actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.4	73
Productos específicos de los juegos y juguetería, y actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.5	76
Productos específicos de las artes escénicas y espectáculos artísticos y actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.6	79
Productos específicos de las artes plásticas y visuales, y actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.7	83
Productos específicos de la música y actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.8	88
Productos específicos del audiovisual y la radio, y las actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.9	97
Productos específicos del sector editorial y actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.10	101
Productos específicos de la educación cultural y actividades productivas características asociadas	
Tabla 3.11	105
Productos específicos del patrimonio material y actividades productivas características asociadas	
Tabla 7.1	162
Relación entre los productores, los productos obtenidos y la inclusión del trabajo voluntario en la producción según el SCN	
Tabla 7.2	164
Ocupaciones culturales según la CIIUO 2008	

CUADROS

Cuadro 4.1	113
Cuenta de producción por sector cultural	
Cuadro 4.2	114
Cuentas de producción de las actividades culturales características, total y por sectores	
Cuadro 4.3	116
Formato general de una cuenta de generación del ingreso	

Cuadro 4.4	117
Cuentas de producción y de generación del ingreso de las actividades culturales, total y por sectores	
Cuadro 5.1	122
Equilibrios oferta-utilización	
Cuadro 5.2	125
Submatriz o cuenta de oferta	
Cuadro 5.3	126
Ejemplo ilustrativo del tratamiento de los márgenes comerciales en un cuadro oferta-utilización	
Cuadro 5.4	127
Submatriz o cuenta de utilización	
Cuadro 5.5	128
Oferta-utilización de la cultura	
Cuadro 5.6	131
Importaciones de productos relacionados con la cultura	
Cuadro 5.7	132
Exportaciones de productos relacionados con la cultura	
Cuadro 6.1	148
Los productos específicos en la cuenta de gasto	
Cuadro 6.2	149
La formación de capital de las actividades características en la cuenta de gasto	
Cuadro 6.3	150
El consumo asociado con las actividades culturales	
Cuadro 6.4	150
Gasto asociado con la gestión cultural (excepto transferencias a los sectores)	
Cuadro 6.5	151
Transferencias corrientes y de capital (no contrapartidas de cuentas anteriores)	
Cuadro 6.6	152
Cuadro de gasto en cultura y su financiación	
Cuadro 7.1	169
Empleo en los sectores culturales según el tipo de vinculación	
Cuadro 7.2	171
Empleo en la cultura desde la perspectiva de la oferta: número de empleos, como empleo único o en situación de multiempleo por ramas de actividad	
Cuadro 7.3	172
Empleo en la cultura desde la perspectiva de la oferta: número de empleos, como empleo único o en situación de multiempleo por ocupaciones	
Cuadro 7.4	173
Establecimientos culturales por tamaño: número, producción bruta y valor agregado bruto	
Cuadro 7.5	177
Cuadro de salida de oferta laboral: número de personas ocupadas primer y segundo empleo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional	

Cuadro 7.6	177
Cuadro de salida de demanda laboral: número de puestos primer y segundo empleo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional	
Cuadro 7.7	178
Cuadro de salida de coeficientes de ajuste a tiempo completo de primer y segundo empleo por actividad económica cultural	
Cuadro 7.8	178
Cuadro de salida de balance oferta-demanda laboral por actividad económica cultural y categoría ocupacional	

RECUADROS

Recuadro 3.1	60
Valoración de la formación de capital en activo intangible asociada con la creación literaria, musical y teatral	
Recuadro 3.2	65
Referencias del SCN 2008 a la titularidad por derechos de autor	
Recuadro 3.3.	103
Recuadro 6.1	139
Consumo de servicios televisivos, de radio, de prensa, financiados por la publicidad	
Recuadro 6.2	145
Descripción de las diferentes formas de financiación del gasto en cultura	

CUADROS DE SALIDA

Cuadro de salida No. 1	183
Indicadores complementarios - Sector Creación	
Cuadro de salida No. 2	184
Indicadores complementarios - Sector Diseño	
Cuadro de salida No. 3	186
Frecuencia de acceso a las artes escénicas y espectáculos artísticos	
Cuadro de salida No. 4	186
Motivos de no asistencia a las artes escénicas y espectáculos artísticos	
Cuadro de salida No. 5.	188
Frecuencia de acceso a las artes visuales	
Cuadro de salida No. 6	188
Motivos de no asistencia a las artes visuales	
Cuadro de salida No. 7	190
Frecuencia de la práctica de juego	
Cuadro de salida No. 8	192
Frecuencia de acceso a la música en vivo	
Cuadro de salida No. 9	192
Frecuencia de acceso a la música grabada	
Cuadro de salida No. 10.	193
Lugares de compra o adquisición de música en el último año	

Cuadro de salida No. 11.	193
Soporte de acceso a la música	
Cuadro de salida No. 12.	194
Géneros musicales de preferencia	
Cuadro de salida No. 13.	194
Motivos de no asistencia a espectáculos de música en vivo	
Cuadro de salida No. 14.	196
Frecuencia de asistencia a salas de cine	
Cuadro de salida No. 15.	196
Frecuencia de acceso a la televisión	
Cuadro de salida No. 16.	197
Frecuencia de escucha de radio	
Cuadro de salida No. 17.	197
Motivos de no asistencia a salas de cine	
Cuadro de salida No. 18.	198
Preferencia de acceso por géneros del cine	
Cuadro de salida No. 19.	198
Formatos de adquisición de los contenidos audiovisuales, en el último mes	
Cuadro de salida No. 20.	199
Preferencia de acceso por género de televisión, el último mes	
Cuadro de salida No. 21.	200
Preferencia de tipo de emisora, en el último mes	
Cuadro de salida No. 22.	202
Lectura según categoría de textos, en los últimos tres meses	
Cuadro de salida No. 23.	202
Frecuencia de lectura de la población lectora según categoría de texto	
Cuadro de salida No. 24.	203
Lectura de textos según soporte, en los últimos tres meses	
Cuadro de salida No. 25.	203
Lectura de textos por género literario	
Cuadro de salida No. 26.	204
Uso, acceso a internet y dispositivos digitales en la lectura, en los últimos tres meses	
Cuadro de salida No. 27.	205
Indicadores – Sector Educación Cultural	
Cuadro de salida No. 28.	207
Frecuencia de asistencia a sitios patrimoniales	
Cuadro de salida No. 29.	207
Motivos de no asistencia a sitios patrimoniales	
Cuadro de salida No. 30.	209
Frecuencia de asistencia a fiestas patrimoniales y patrias	
Cuadro de salida No. 31.	209
Motivos de no asistencia a fiestas patrimoniales y patrias	

ESQUEMAS

Matriz 4.1	110
-----------------------------	------------

A. PRESENTACIÓN



El diseño y la puesta en marcha de un marco común para la medición económica de la cultura fue uno de los principales retos identificados por investigadores, técnicos de los ministerios de cultura y oficinas nacionales de estadística de Iberoamérica que se encontraron a comienzos del siglo XXI, en los múltiples espacios de reflexión y análisis convocados por la Organización del Convenio Andrés Bello.

El Seminario Internacional “La Tercera Cara de la Moneda” del año 2001, el I Encuentro Internacional “La Cultura como Factor de Desarrollo e Integración Regional” del año 2002, y la producción de investigaciones en economía de la cultura que publicó el CAB bajo el proyecto Cultura y Economía, sirvieron para dar cuenta de los múltiples esfuerzos que venían emprendiendo instituciones públicas, asociaciones de autores y entes privados para construir indicadores culturales y desarrollar ejercicios de medición que permitieran corroborar por qué desde América Latina los bienes y servicios culturales son activos significativos para un desarrollo entendido más allá de los bordes tradicionales de la economía clásica.

Se trató, sin lugar a dudas, de un nuevo siglo muy fructífero para la economía de la cultura en Latinoamérica no solo por el impulso dado a investigaciones económicas que por primera vez incluyeron sectores culturales tradicionalmente rezagados de las agendas políticas: las artes escénicas, visuales o plásticas, por ejemplo; sino además porque emergieron diversas propuestas metodológicas para visibilizar los aportes de las manifestaciones culturales al desarrollo económico.

Las experiencias de cartografías culturales, diseño y consolidación de sistemas de información, elaboración de mapas y atlas de infraestructura cultural son muestra del despliegue que cobró la investigación cultural en esa primera década. En medio de estos debates y a partir de la experiencia adquirida por el grupo de expertos iberoamericanos que participaron de los estudios efectuados en el Programa Cultura y Economía, el Convenio Andrés Bello sirvió de espacio de encuentro para que instituciones, académicos y artistas de los países miembros se propusieran dos desafíos concretos: (i) a corto plazo, la región debía avanzar en la formulación de una metodología común para la medición económica de la cultura, que acorde con las particularidades y necesidades propias del contexto latinoamericano, permitiera establecer líneas de base, series históricas y puntos de referencia para el diseño, la ejecución y la evaluación de políticas culturales, bajo los mismos estándares de medición

de otros sectores económicos tradicionales; (ii) a mediano plazo, la valoración de la naturaleza simbólica de la cultura desde un escenario como el iberoamericano debía trascender los indicadores macroeconómicos, para dar cuenta de los aportes sociales y culturales de nuestras manifestaciones culturales a un desarrollo entendido en su sentido más amplio.

Con estos objetivos claros y sin perder de vista que el primer gran paso implicaba ofrecer los indicadores macroeconómicos referidos al empleo, la balanza de pagos, las tributaciones, el gasto en cultura y su financiación y los aportes al producto interno bruto (PIB), el Convenio Andrés Bello emprendió a comienzos del año 2005 una estrategia regional para la construcción de una propuesta de medición plasmada en el documento Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su Implementación en Latinoamérica, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Agencia Española de Cooperación al Desarrollo (AECID).

Durante esta primera fase, representantes de los países, expertos en sociología de la cultura, economía de la cultura y cuentas nacionales plantearon las bases del documento; posteriormente el Convenio realizó tres encuentros regionales que sirvieron para retroalimentar la propuesta. No en vano, el manual publicado en el año 2009 fue producto del debate y la experiencia de innumerables técnicos que aportaron a su construcción y, en poco tiempo, tuvo una amplia acogida porque precisamente respondió a los grandes retos que para ese momento se planteaban los diferentes agentes del sector.

Cinco años después de ser publicados, los lineamientos planteados desde el CAB fueron acogidos en los procesos de medición de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, México, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay; también han orientado la generación de información base en Bolivia, Honduras, Guatemala, Cuba, Panamá y Venezuela, países en los que posteriormente se podrá aplicar la metodología.

América Latina se posiciona hoy como la región líder en el desarrollo de las Cuentas Satélite de Cultura (CSC) gracias a los múltiples esfuerzos articulados entre los países y organismos de cooperación regional para consolidarlas en sus sistemas de información cultural, destinar recursos económicos y humanos significativos para alimentar el sistema con información estadística, y trabajar por su reconocimiento como iniciativas que trasciendan en el tiempo.

Como pocos temas del sector cultural, las Cuentas han logrado un protagonismo sin precedentes en la agenda regional. Su promoción fue incentivada en la XV Conferencia Iberoamericana de Cultura, celebrada en Salamanca en 2012; se hizo evidente en la Decisión 782 del 2013 de la Comunidad Andina de Naciones que diseñó el Programa de "Armonización Estadística y Cuentas Satélite de Cultura"; fue reiterada en la XLI Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de los Países del Sistema de la Integración Centroamericana, realizada en Costa Rica en el 2013, y; se consolidó durante el año 2014 como una prioridad de las políticas de Estado, cuando atendiendo a las recomendaciones de la XVII Conferencia Iberoamericana de Cultura de México, los jefes de Estado y de Gobierno de 22 países de la región decidieron aunar esfuerzos para promover su implementación, en el marco de la XXIV Cumbre Iberoamericana en Veracruz en diciembre del año 2014.

Este respaldo político ha estado acompañado de avales técnicos que han recomendado la adopción de la metodología del CAB como el instrumento más adecuado para evidenciar los aportes económicos de las manifestaciones culturales al desarrollo nacional. Muestra de ello se evidencia en el informe Impacto económico de las industrias creativas en las Américas, publicado en 2013 por el BID, la Organización de los Estados Americanos (OEA) y el Consejo Británico; el estudio de la CEPAL, Avanzar en la construcción de un espacio cultural compartido: la cultura y su contribución al desarrollo económico en Iberoamérica y el libro La Economía Naranja, una oportunidad infinita del BID.

En reconocimiento a este amplio interés y a la multiplicidad de reuniones internacionales que se han convocado alrededor del tema, el Convenio retomó su liderazgo y en el año 2013 presentó a los países una estrategia de actualización de la metodología que permitiera responder a las necesidades que surgieron en los países tras los primeros años de su aplicación, y preparar el manual de implementación –reto planteado desde su versión del 2009 como un ejercicio a futuro–, en el que se retomarían las experiencias de los países para trascender la descripción y relación de conceptos e incluir recomendaciones puntuales sobre los procesos de medición por sectores.

La Guía para la implementación de las cuentas satélite de cultura que hoy presentamos es el resultado de un esfuerzo por ofrecer una propuesta metodológica renovada, acompañada de una serie de lineamientos técnicos que facilitarán el diseño y la ejecución de los planes de trabajo para su puesta en marcha. Se trata de una herramienta que responde a las necesidades de quienes actualmente, desde las instituciones de cultura y los centros nacionales de estadística, trabajan por la sostenibilidad del ejercicio, y que a lo largo de los dos últimos años nos acompañaron en la formulación de esta Guía a través de su activa participación.

A los técnicos de las CSC de los países de la región, organismos internacionales como el BID, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Instituto de Estadísticas de la Unesco (UIS), la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y la Organización de Estados Americanos (OEA), queremos agradecerles por haber compartido sus aprendizajes y necesidades alrededor de la Metodología. Su activa participación en la Mesa de Trabajo Virtual de las Cuentas Satélite en Iberoamérica nos permitió identificar los problemas técnicos que se han presentado en el proceso de implementación de las CSC; elaborar el documento Consolidación de experiencias de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica y lograr que durante la Reunión Internacional para la Actualización de la Metodología de CSC, realizada en febrero de 2014 en Costa Rica con el apoyo del Ministerio de Cultura y Juventud de ese país, se identificaran diez recomendaciones clave para la ejecución de las Cuentas.

Este documento denominado Hoja de ruta para la ejecución de las Cuentas Satélite de Cultura define acciones y pasos puntuales para garantizar los recursos humanos, financieros y técnicos a mediano y largo plazo y, en ese sentido, estamos seguros que se convertirá en una herramienta fundamental de las políticas públicas. Su elaboración y validación por parte de 15 países de la región es una de las principales novedades del Bloque III, Instrumentos para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura, de esta Guía. Adicionalmente, se fortalece con el texto Condiciones mínimas y acciones recomendadas para el diseño de las Cuentas Satélite de Cultura, producto de un trabajo articulado con la CEPAL y el

Instituto de Estadísticas de la Unesco en un esfuerzo por orientar a las autoridades de cultura y de las instituciones responsables de los Sistemas de Cuentas Nacionales sobre tres Condiciones Mínimas y cuatro Acciones Recomendadas antes de iniciar los procesos de ejecución de las CSC.

Al Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE) queremos agradecerle su asesoría técnica en el comité de actualización que se conformó desde el CAB para la redacción de la Guía. Igualmente, extendemos nuestro agradecimiento al UIS y a la CEPAL por efectuar la revisión técnica y ofrecernos una retroalimentación de este texto.

Con esta Guía, el Convenio Andrés Bello da pasos significativos para que efectivamente el reto de establecer líneas de base, series históricas y puntos de referencia para medir la dimensión macroeconómica de las actividades culturales sea hoy una realidad. Ahora nuestra tarea es promover de la mano de los países y organismos internacionales, análisis que visibilicen los aportes de las manifestaciones artísticas y de nuestro patrimonio cultural a la dimensión social y cultural de un desarrollo centrado en los ciudadanos latinoamericanos.

Secretaría Ejecutiva
Organización del Convenio Andrés Bello

B. AGRADECIMIENTOS



Esta publicación es una muestra de la riqueza de los procesos de creación cultural que se desarrollan en la cotidianidad. Como obra retoma los lineamientos de la primera edición de Marion Pinot y se fundamenta en los aportes de los técnicos de las Cuentas Satélite de Cultura que participaron a lo largo de estos dos años en los espacios de consulta promovidos por el CAB. Fue trabajada por Marion Pinot, Liliana Ortiz Ospino y Diana Marcela Rey, con el apoyo de Francisco Carrillo Castillo del DANE.

A cada uno de estos agentes queremos extenderles nuestro más sincero agradecimiento por participar de esta iniciativa. Esperamos que esta Guía responda a las múltiples necesidades y se convierta en una herramienta útil para los agentes técnicos y políticos que promueven la visibilización de los aportes de nuestra cultura. De manera especial, deseamos hacer un reconocimiento a las personas que participaron de la Mesa Virtual de Actualización de la Metodología, en la Reunión Internacional llevada a cabo en Costa Rica y nos apoyaron en este proceso. Ellos son:

PAÍS	NOMBRE	INSTITUCIÓN
Argentina	Juan Manuel Zanabria	Ministerio de Cultura
	Gerardo Sánchez	Ministerio de Cultura
Bolivia	Sigrid Álvarez	Unidad de Relaciones Internacionales, Ministerio de Culturas y Turismo - Estado Plurinacional de Bolivia
Brasil	Luiz Antonio Gouveia de Oliveira	Ministerio de Cultura
Chile	María Alejandra Aspillaga Fariña	Sección de Estadísticas Culturales, Unidad de Estadísticas del Departamento de Estudios del CNCA
Colombia	Raúl Ernesto Casas Valencia	Asesor, Grupo de Emprendimiento Cultural, Ministerio de Cultura
	Eduardo Saravia Díaz	Asesor, Grupo de Emprendimiento Cultural, Ministerio de Cultura

Costa Rica	Anahí Moyano Larrea	Jefa de la Unidad de Cultura y Economía, Ministerio de Cultura y Juventud
	Karina Castro Bolaños	Ministerio de Cultura y Juventud
Ecuador	Silvana Ivette Lucero Romero	Ministerio de Patrimonio de Ecuador
Paraguay	Vladimir Velázquez	Director General de Gabinete, Secretaría Nacional de Cultura de Paraguay
España	Maria Ángeles Pérez Corrales	Asesora, Subdirección General de Estadística y Estudios, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
República Dominicana	Carlos Santos Durán	Viceministerio de Desarrollo Institucional, Ministerio de Cultura de la República Dominicana
	Marcia Read Martínez	Proyecto Cuenta Satélite de Cultura
Uruguay	Diego Traverso Cabara	Departamento de Industrias Creativas, Dirección Nacional de la Cultura
Organización Internacional	Marconi Salvador	CEPAL
	Ernesto Espíndola Advis	CEPAL
	Felipe Buitrago	BID
	Delfina Iervolino	OEA
	Leonor Esguerra Portocarrero	División de Asuntos Culturales, SEGIB
	José Pessoa	Instituto de Estadísticas, UNESCO
	Lydia Deloumeaux	
Convenio Andrés Bello	Diana Cifuentes	Observatorio de Cultura y Economía, Ministerio de Cultura de Colombia - CAB
	Catalina Bateman	Coordinación Somos Patrimonio
	Lina Rodríguez	Asistente del Área de Cultura

Esperamos que el documento sea un aporte significativo al reconocimiento de nuestros bienes y servicios culturales como activos económicos, y los invitamos a iniciar una reflexión más amplia para diseñar desde América Latina metodologías inspiradas en un diálogo interdisciplinario que corroboren los aportes de la cultura al desarrollo, en su sentido más amplio.

C. NOTAS AL LECTOR



Esta Guía fue redactada para actualizar la Metodología de las Cuentas Satélite de Cultura, propuesta en el año 2009 por Marion Pinot, a partir de las experiencias de los países de Iberoamérica que la han implementado. Esta versión ofrece adicionalmente dos instrumentos de política pública que buscan facilitar su implementación y son producto del trabajo articulado con varios países y organismos de cooperación.

Antes de iniciar la lectura, identifique en este aparte los objetivos y alcances de este enfoque de medición económica de la cultura y conozca varias orientaciones prácticas que le permitirán hacer su consulta constante de manera más fácil.

Objetivos de las Cuentas Satélite de Cultura

Los objetivos para los cuales se elaboran Cuentas Satélite de Cultura son:

1. Caracterizar el campo cultural, desde el punto de vista económico, estableciendo sus fronteras, límites y taxonomía.
2. Identificar los productos culturales, las actividades que los generan, determinando sus usos económicos, y los mecanismos de producción, intercambio y consumo.
3. Definir el gasto en cultura y analizarlo según su objetivo, naturaleza y beneficiarios.
4. Brindar la información sobre la oferta y la demanda de los productos culturales, incorporando información monetaria y no monetaria.
5. Determinar los flujos de comercio exterior de los productos culturales.
6. Identificar indicadores monetarios y no monetarios (complementarios) relevantes para la explicación de las variables económicas establecidas en la medición del campo cultural.
7. Promover la generación de estadística básica para el fortalecimiento de las mediciones del sector cultural desde el punto de vista económico.
8. Propiciar la integración de los cálculos económicos relacionados con la cultura dentro del marco central de las Cuentas Nacionales.
9. Servir como fuente de información para la formulación, seguimiento y evaluación de las políticas públicas en materia cultural desde el punto de vista económico.

Alcances de la metodología

Al enmarcarse dentro del Sistema de Cuentas Nacionales, las Cuentas Satélite de Cultura tienen como objeto de estudio los efectos económicos, consecuencia de la creación, producción, difusión, recepción, transmisión, consumo-participación, preservación, gestión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos referidos a las artes y al patrimonio cultural.

El enfoque de las CSC permite analizar las relaciones entre la economía y la cultura utilizando los conceptos e instrumentos de las cuentas nacionales. Por consiguiente, los análisis que de estas se desprendan deben tener en cuenta que los datos arrojados solo se refieren a la dimensión económica de las actividades relacionadas con la cultura. Por lo tanto, no se puede extrapolar el análisis de la información derivada de las CSC como estudio directo sobre la relación cultura y desarrollo ya que no toma en cuenta las dimensiones sociales.

La propuesta de medición de la cultura presentada en esta Guía toma también como punto de partida el Marco de Estadísticas de la Unesco, publicado en el año 2009 (MEC 2009), y se refiere al mismo enfoque del ciclo cultural a partir del cual se generan los bienes y servicios culturales. Específicamente, la metodología de CSC aporta un procedimiento para analizar la dimensión económica a la que se refiere el Marco de la Unesco.

Qué información no ofrece esta metodología

- ⊙ Esta metodología no ofrece mecanismos para valorar el capital cultural y sus cambios como consecuencia de las prácticas o los consumos de los productos culturales.
- ⊙ Este enfoque no hace ninguna diferenciación entre cultura de masas y cultura de élite, ni ofrece distinción en cuanto a la calidad cultural de un bien o servicio.
- ⊙ Se puede señalar que el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales incluye la medición económica de la producción informal e ilegal ya que ambas generan producción, valor agregado y consumo. Dentro del campo cultural, la informalidad y la ilegalidad son fenómenos que generan una cantidad significativa de flujos económicos que es preciso incluir dentro de los cuadros de las CSC. La información necesaria para elaborar los cuadros de las CSC se podrá obtener bien sea de investigaciones específicas o de estimaciones puntuales, a partir de las encuestas a los hogares, los flujos de importación, los flujos de insumos y otras herramientas.

Tres razones de por qué las CSC son un catalizador de investigaciones sobre economía y cultura

1.

Las CSC son un marco estadístico que parte inicialmente de datos provenientes de fuentes parciales y variadas existentes, que permite identificar las debilidades y deficiencias de los sistemas de información existentes. Por lo tanto su elaboración se convierte en una estrategia para promover el desarrollo de ejercicios de medición económica complementarios sobre fenómenos o sectores culturales específicos.

2.

Se espera que el presente marco metodológico sea útil para la implementación del marco central de las Cuentas Nacionales, toda vez que estas mejoran la representación económica de los fenómenos culturales gracias al estudio de fuentes alternativas y complementarias, e influyen positivamente en la atención que se preste a la cultura como partícipe del mejoramiento del bienestar económico de la población.

3.

Adicionalmente, las CSC promueven la utilización de conceptos, definiciones y categorías normalizadas y marcos de representación a partir de diversas fuentes estadísticas en ejercicios de medición de las actividades culturales y por consiguiente, hacen posible la comparación entre sectores culturales, del sector cultural general con otros sectores económicos, y entre países.



No pierda de vista

Varios de los términos utilizados en esta Guía tienen connotaciones diferentes desde la perspectiva de la economía y desde el punto de vista de la cultura. Para conocer bajo qué enfoque se utilizan, consulte el glosario de términos que encontrará al final de la publicación.

El proceso de implementación de las CSC, como ya se destacó, puede ser un catalizador para el desarrollo de marcos nacionales de estadísticas culturales y la generación de investigaciones económicas sobre los sectores culturales. Sin embargo, es importante considerar la disponibilidad de la información, la solidez de los sistemas nacionales de estadística, entre otros aspectos que facilitan y consolidan estos ejercicios. En ese sentido, el aparte “Condiciones mínimas y acciones recomendadas para el diseño de las CSC” indica los elementos de partida que se deberían considerar antes de avanzar en los cálculos puntuales de las Cuentas.

Adicionalmente, las Cuentas Satélite de Cultura son ejercicios que requieren de una constante articulación interinstitucional de equipos técnicos y recursos para garantizar su aplicación en el largo plazo. En la *Hoja de ruta para la ejecución de las CSC* encontrará diez recomendaciones derivadas de la experiencia de los países de la región que le facilitarán la identificación de las acciones clave que debe incluir el diseño de un plan de trabajo para la implementación de la metodología.

La consistencia de los datos generados por las CSC y la posibilidad de analizar la dimensión económica de lo cultural se facilita cuando no se reduce el cálculo a un solo año sino que se generan cálculos de series, por ejemplo de cuatro a cinco años.

Los datos que alimentan las CSC provienen de diversas fuentes de información. Por lo tanto, para relacionarlas y compatibilizarlas se requiere un trabajo estadístico minucioso de evaluación de su calidad y de reconciliación de sus resultados.

La no existencia de información para diligenciar los cuadros propuestos por esta metodología o la inconsistencia en la misma, debe considerarse como información relevante para promover la generación de información primaria de calidad, así como su sistematización y registro.

Los primeros resultados de las CSC responden a mediciones iniciales que deben considerarse como experiencias piloto, a partir de las cuales los ejercicios posteriores se retroalimentan, se complementan y logran desarrollarse con sistemas de información más amplios.

A quiénes está dirigida la Guía

Esta Guía tiene dos públicos objetivos. El primero comprende gestores y actores culturales tanto de la sociedad civil como del Estado, interesados en analizar las interrelaciones de sus políticas y acciones con los agregados culturales y el ámbito económico general. El segundo lo conforman analistas macroeconómicos e investigadores responsables por las dimensiones económicas de la cultura, en particular aquellos que construyen y utilizan las Cuentas Nacionales.

Contenido

Esta Guía tiene una estructura organizada en tres bloques temáticos.

Bloque I. Aspectos conceptuales y metodológicos de las Cuentas Satélite de Cultura

El capítulo uno ofrece conceptos básicos para entender cómo se ha abordado la investigación de la relación entre cultura y economía, brinda información sobre los principales enfoques de medición económica de la cultura que se han utilizado en los últimos 15 años y, sitúa al lector sobre las particularidades y alcances de las Cuentas Satélite de Cultura, en función de otras propuestas metodológicas de medición. A continuación, el segundo capítulo presenta los conceptos básicos de las CSC, sus objetivos, su delimitación y su segmentación.

Bloque II. Herramientas para la caracterización y el cálculo de las Cuentas de los sectores culturales

Como novedad, esta edición de la Metodología ofrece en el capítulo 3 información específica para la medición y el análisis de los diferentes sectores culturales identificados en el campo cultural. Se encontrará aquí la caracterización, la taxonomía y las herramientas para el cálculo de las cuentas correspondientes.

Bloque III. Instrumentos para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura

El tercer bloque temático brinda recomendaciones útiles para iniciar los procesos de medición mediante los apartes "Acciones mínimas recomendadas para el diseño de las CSC" y "Hoja de ruta para el establecimiento y el cálculo de las CSC". En ese sentido, identifica los pasos políticos, técnicos y administrativos para la puesta en marcha de estos ejercicios de medición.



BLOQUE I.

Aspectos conceptuales y metodológicos de las Cuentas Satélite de Cultura

1. Relaciones dinámicas entre la cultura y la economía



Pensar la relación entre la economía y la cultura es un reto reciente en las ciencias sociales. Desde los años setenta, cuando el debate se abrió paso en Europa y Estados Unidos, la discusión se centró en definir cómo se puede caracterizar la cultura desde el terreno de la economía y por qué es importante efectuar un acercamiento a los productos y actividades culturales a partir de la economía.

Cada una de estas inquietudes despertó el interés de diferentes ramas del conocimiento y condujo a una discusión de fondo mucho más intensa: la definición del vocablo *cultura*. En ese sentido, plantear la correlación cultura- economía implica reconocer la multiplicidad de enfoques conceptuales que han existido para referirse a lo cultural y, por esta vía, definir qué entendemos por cultura cuando ésta es objeto de medición económica.

El objetivo de este primer capítulo es describir la evolución de la relación cultura y economía e identificar cuáles han sido los principales esfuerzos que se han realizado para efectuar la medición económica de la cultura. Al final del capítulo se presentan tres recuadros que permiten ahondar más sobre la polisemia del concepto cultura, las particularidades del campo cultural y el origen de la metodología de las cuentas satélites.

A. La evolución de la relación cultura y economía

Uno de los primeros enfoques conceptuales significativos de la relación cultura y economía se desarrolló en la Escuela de Frankfurt con la noción de *industria cultural*. Esta fue concebida para cuestionar la influencia del capitalismo en los esquemas de creación, producción y distribución de la televisión, el cine, la fotografía y la música.

Los economistas Baumol y Bowen introdujeron en 1966 el término en plural (industrias culturales) como la designación más apropiada para impulsar análisis centrados en la naturaleza y las características de los bienes y servicios culturales, y de esta manera identificar los flujos de producción (actividades) relacionados con las manifestaciones literarias, musicales, artísticas o patrimoniales, y su financiación.

Esta aproximación dejó claro que la intención de los economistas de la cultura era diferenciar la cultura en su sentido antropológico, de la cultura entendida en función de las expresiones culturales sujetas al análisis económico, para centrar sus esfuerzos en los análisis sobre la identificación de las formas de organización de las empresas culturales; la descripción del funcionamiento de los mercados del arte y de los modelos de consumo de los bienes culturales; así como la definición de la llamada enfermedad de los costos o dilema de Baumol.

Correlación Cultura y Desarrollo

En la sociedad contemporánea, las conferencias de la Unesco de Venecia (1970) y México (1982) afirmaron el valor de la cultura como componente estratégico para el logro de un desarrollo integral en el que las diferencias culturales dejan de ser consideradas como obstáculos para ser apreciadas como oportunidades.

En este contexto, durante el llamado Decenio Mundial para la Cultura y el Desarrollo 1988-1997, se presentó el informe *Nuestra Diversidad Creativa* en el que se reafirmó la cultura como componente estratégico del desarrollo.

En medio de estos debates, surgió la antropología del desarrollo, que ha permitido situar la discusión en otros espacios epistemológicos.

Así, por ejemplo, en los últimos años ha surgido en las ciencias sociales uno de los debates más candentes de la correlación cultura y desarrollo con la noción de 'postdesarrollo'. Arturo Escobar, uno de sus principales exponentes, ha involucrado en el seno de este concepto la noción de cultura. A partir de allí ha propuesto reaprender a ver la realidad en comunidades de Asia, África y América Latina para dar cabida a la interpretación de un desarrollo más acorde a la complejidad de las relaciones culturales y sociales de estas zonas.

Lo interesante es que dichos aportes permitieron describir los efectos, los cuellos de botella, las dificultades y los retos de las expresiones creativas en una sociedad que, como nunca antes, es consciente del potencial de los activos culturales para la consecución de su desarrollo. Se propició así un debate más amplio sobre el rol de las actividades y los productos culturales en las economías nacionales.

El debate generó una amplia proliferación de conceptos desde los años noventa con los que se procuró describir mejor el conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares, industriales, productoras y distribuidoras de productos culturales.

En los años noventa, por ejemplo, el informe Nación Creativa de Australia, y el Departamento de Cultura, Multimedia y Deportes del Reino Unido incorporaron al debate de la economía de la cultura el término *industrias creativas*¹ con el objetivo de incluir otros nichos que comenzaban a cobrar relevancia en la economía de estos países, como la moda, el diseño o la arquitectura.

A la fecha, este enfoque es ampliamente utilizado por varios países y organismos de cooperación, como la Unctad, a la hora de definir y describir la importancia económica del sector.

Posteriormente otros acercamientos han aportado a la delimitación de las actividades y productos culturales al incorporar aspectos relacionados con el imperio de las tecnologías de la información (redes, medios, interactividad), la segmentación de las audiencias, la urgencia de adaptar las técnicas de creación a los nuevos entornos de la sociedad de la cibercultura, o al incluir alusiones directas a la creatividad.

Es así como han surgido nociones como las de *industrias de contenido*², industrias del entretenimiento, industrias de contenido y de la información, industrias protegidas por el derecho de autor o la denominada Economía Naranja.

Pero más allá de una u otra denominación, para los economistas de la cultura está claro que entre sus campos de investigación existen inquietudes por las actividades y productos culturales que llegan al mercado, las actividades de no mercado, así como las prácticas culturales que no son del orden de la producción económica y que, no obstante tienen efectos económicos, como se verá más adelante.

En ese sentido, pensar la cultura como objeto de investigación de la economía no es desconocer la riqueza y la multiplicidad de

1. Específicamente se trató de una postura que defendió a la legislación jurídica de los derechos de autor y conexos como uno de los cuatro subsectores de actuación de un listado más amplio de bienes y servicios culturales, entre los que además se encontraban los subsectores de las patentes, trademarks y el diseño estructural del producto final.

2. Bernard Miège ha sido uno de los principales defensores de esta idea, al considerar en *Les industries de contenu face à l'ordre informationnel* que la revolución cultural a la que estamos sometidos, dada la transnacionalización, ha favorecido la multiplicación de las redes y los accesos en línea. Se trata de un nuevo marco de interpretación de los bienes y servicios protegidos por el derecho de autor que termina por darle preponderancia a los soportes digitales sobre los analógicos e introducir de forma central los elementos de la ciencia de la comunicación para hablarnos de un nuevo campo que conduce a nuevos límites y a otro tipo de manifestaciones cognoscitivas. Ver: Presses Universitaires de Grenoble, Francia, 2000.

debates entorno a las costumbres, valores y principios que nos distinguen como sociedades, u omitir los múltiples acercamientos teóricos que se dan desde otras disciplinas. Al contrario, es reconocer que la economía de la cultura describe solo una dimensión de la categoría analítica de la cultura en sí misma y al mismo tiempo, es asumir que a la relación cultura y economía solo le compete interpretar los flujos económicos asociados a los procesos de creación, producción, distribución y disfrute de las actividades y productos culturales; mientras que desde otras ciencias sociales se pueden emprender análisis más amplios o específicos sobre la cultura en un sentido holístico.

Por lo tanto, la definición de un campo cultural o la delimitación de las actividades y productos que deben incorporarse en los estudios económicos, no es una acción reduccionista del debate, o si se quiere, una instrumentalización de la cultura; es un ejercicio que permite delimitar el objeto de estudio y en esa medida, precisar que los análisis derivados de este enfoque solo dan cuenta de los fenómenos económicos relacionados con la cultura, por ende, las interpretaciones que de allí se derivan no pueden abordar aspectos que se salgan de ese campo de interpretación.

No obstante, diferentes corrientes teóricas e incluso planteamientos políticos se han propuesto medir los aportes de las actividades y productos al crecimiento de la economía. Para ello se han valido de diferentes acercamientos teóricos y denominaciones de las expresiones culturales, con los que se procura superar la visión de las industrias culturales y responder a contextos específicos. A continuación se presentan algunos de estos enfoques de la economía de la cultura, como paso previo para entender las particularidades de la noción de campo cultural que se presentan en el segundo capítulo.

a. ¿Cómo se inició la medición de la cultura?

Las primeras experiencias de medición económica de la cultura se centraron en los análisis del consumo y por esta vía, en el gasto efectivo que hacían los hogares. En 1972, cuando la Unesco llamó por primera vez a una reflexión internacional sobre la medición de la cultura durante la Reunión de Expertos sobre Estadísticas de Desarrollo Cultural, la preocupación se enfocó en la identificación de los problemas de acceso o desarrollo de diagnósticos ligados al tiempo, lugares y frecuencias de disfrute de las manifestaciones creativas.

En el documento clave que sirvió de memoria de esta reunión, *Los instrumentos de análisis del Desarrollo Cultural*³, doce países⁴ analizaron sus apuestas de medición y lograron, a partir de un

Tres definiciones clave

La **Unctad** caracteriza a las **industrias creativas** como el conjunto de actividades basadas en el conocimiento, capaces de generar ingresos en relación con el comercio y los derechos de propiedad intelectual, cuya base fundamental consta de la creatividad y el capital intelectual. Según esta definición, las industrias culturales abarcan los productos tangibles e intangibles o los servicios artísticos con contenido creativo.

Las **Industrias Protegidas por el Derecho de Autor (IPDA)**, según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, son aquellas que se relacionan directa e indirectamente con la creación, la producción, la representación, la exhibición, la comunicación, la distribución o venta de materiales protegidos por el derecho de autor.

La **Economía Naranja** es el conjunto de actividades que de manera encadenada permite que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Incluye la economía cultural y las industrias creativas, así como las áreas de soporte para la creatividad (BID, 2013).

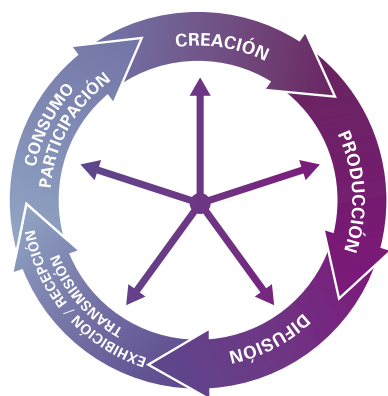
3. Referenciados en la Unesco con el código SHC/Eurocult/9 y SHC/Eurocult/9b/INF.

4. Los países que participaron activamente fueron Francia, Italia, Turquía, Suecia, Países Bajos, Yugoslavia, Alemania y República Checa, con el objetivo de dar a conocer un panorama general de las estadísticas que desarrollaban en sus países. En ese momento se planteó la necesidad de proyectar indicadores de resultados, de objetivos y de medios.

¿Qué es el Marco de Estadísticas de la Unesco?

El MEC es un instrumento de clasificación que:

1. Define una taxonomía de los bienes y servicios culturales, a partir de la noción de siete dominios culturales: patrimonio cultural y natural, presentaciones artísticas y celebraciones; artes visuales y artesanías; libros y prensa; medios audiovisuales e interactivos; diseño y servicios creativos, y; el dominio transversal del Patrimonio Cultural Inmaterial.
2. Hace uso de clasificaciones internacionales reconocidas: la Clasificación Central de Productos; el Sistema Armonizado para la Descripción y Codificación de Mercancías, y la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones.
3. Plantea un modelo conceptual para entender el proceso por el que los bienes culturales, servicios y actividades son creados, producidos o realizados, distribuidos y conservados, que se denomina Ciclo Cultural.



La metodología de las CSC que esta Guía propone asume esta noción de ciclo cultural para entender las actividades culturales que deben ser objeto de medición económica.

análisis de los datos mínimos con los que debería contar la gestión cultural, proponer a los países miembros de la Unesco la adopción de una batería básica de indicadores cuantitativos⁵.

La prioridad de los estados con estos primeros ejercicios era corroborar ante sus pares cómo diversas capas de la población destinaban una parte de su tiempo y accedían a un sector supuestamente reservado solo a quienes poseían recursos financieros.

En el año 1978, ese mismo organismo presentó el *Estudio preliminar del alcance y la cobertura del Marco de Estadísticas Culturales*, y los países⁶ proyectaron una serie de indicadores en función de cuatro momentos de la cadena de valor: creación-producción, transmisión-diseminación, recepción-consumo, preservación-registro y participación, de acuerdo a diez categorías: patrimonio cultural, industria editorial y literatura, música, artes escénicas, pintura y artes plásticas, cine y fotografía, emisiones, actividades socioculturales, juegos y deportes, naturaleza y medio ambiente.

De esta manera, al iniciar los años ochenta no solo se amplió el abanico de subcategorías a considerar en el sector cultural y se analizó por primera vez cada uno de los eslabones de la cadena de valor de los bienes y servicios culturales como objeto de medición económica, sino que además se motivó a los países para que adoptaran la Recomendación de Estandarización Internacional de las Estadísticas sobre la financiación pública de las actividades culturales.

Esta situación respondió, entre otros aspectos, a un momento fructífero para la agenda política de la cultura puesto que estaba en curso la década dedicada al desarrollo cultural. Allí fueron clave dos escenarios: la Conferencia Internacional en Comunicación de 1980 en Acapulco, México, y el Simposio de Indicadores Culturales para el Estudio Comparativo de la Cultura, que tuvo lugar en 1982 en Austria. Ambos tuvieron la finalidad de conocer propuestas académicas sobre qué medir y cómo hacerlo, pero sobre todo abrieron camino para que la Unesco emprendiera el proyecto Framework for Culture Statistics, Marco de Estadísticas Culturales, que ha sido fundamental para el desarrollo de las estadísticas en la materia.

A partir de este enfoque, esta agencia emprendió varios esfuerzos por dar a conocer el aporte de la cultura a las economías nacionales. En el año 2005 publicó el *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003*, que incluyó en

5. Se trataba de variables que permitieron describir algunas prácticas culturales de los países participantes al resaltar, por ejemplo, el "número de libros por habitante en las bibliotecas", "número de entradas por habitante en cines, teatros y conciertos", "presupuesto cultural por habitante en dólares" y "presupuesto cultural expresado en porcentaje del PIB". Para ese momento, existía un amplio interés por definir herramientas que más allá de los apuntes descriptivos permitieran reflejar la situación económica y social del artista, y la actitud de la población frente a ciertos problemas de tipo cultural. Además de estos indicadores, el documento proponía: equipos e instalaciones de radio de que disponen los hogares, tiempo de escucha de radio y televisión, número de títulos editados, de películas, de estrenos de obras de teatro, de estudiantes de bellas artes, música y ballet, y el presupuesto cultural expresado como proporción de los gastos totales en cultura.

6. La primera reunión de los grupos de trabajo se realizó del 8 al 11 de diciembre de 1981; la segunda tuvo lugar del 7 al 10 de diciembre de 1982; la tercera fue del 16 al 19 de abril de 1984, y; la última efectuada en París, como las anteriores, fue del 22 al 25 de abril de 1985.

su medición a los sectores del patrimonio cultural, la literatura y la edición, la música y las artes escénicas, las artes visuales, los audiovisuales, el cine y la fotografía, la radio y la televisión, las sociedades socioculturales, los deportes y los juegos.

En el año 2009, la Unesco a través de su Instituto de Estadísticas presentó el *Marco de Estadísticas Culturales (MEC)* como una herramienta clave para organizar estadísticas culturales a nivel nacional e internacional.

En adición a esta propuesta, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual impulsó en el año 2003 la *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor*, con el objetivo de incentivar la regulación de los intercambios de bienes y servicios, y ejecutar acciones antipiratería a favor de las llamadas industrias protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos.

A la fecha, Argentina, Colombia, México, Panamá y Perú⁷, y otros diez países de Asia y Europa han aplicado esta metodología que fundamenta su cadena de valor en cuatro estadios: la fase creativa, la fase de inversión, la fase de producción y la fase de comunicación pública.

Más allá de estos esfuerzos, en los organismos regionales también se ha despertado la inquietud de medir los aportes de las industrias culturales a las economías nacionales.

Hacia mediados de los años noventa la Comisión Europea les recomendó a sus países miembros adoptar las estadísticas culturales para medir el crecimiento económico del sector y creó el Grupo Líder en Estadísticas de Cultura (LEG)⁸ que se encargó de proponer un modelo de medición único para revisar constantemente las mediciones de los bienes y servicios culturales. En el año 2007, este Grupo presentó uno de sus resultados más significativos al respecto, el informe *Cultural Statistics*, un documento exhaustivo sobre los aportes de las artes visuales, las artes escénicas, las actividades editoriales, el patrimonio y los audiovisuales (multimedia) a la economía, que identificaba momentos como la conservación, la creación, la producción, la divulgación, la comercialización y la formación.

Además de estas experiencias regionales, cada Estado miembro de la Unión Europea ha desarrollado sus propias mediciones de acuerdo a su respectivo enfoque de políticas públicas y, por supuesto, de las potencialidades comerciales de sus empresas

Metodología de valoración de las IPDA

Bajo el enfoque de medición propuesto por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, las actividades se clasifican en cuatro tipos:

(i) Industrias básicas que se dedican íntegramente a la creación, la producción, la representación, la exhibición, la distribución y venta de material protegido por el derecho de autor, entre las que están la música, las producciones de teatro, las óperas; etc.

(ii) Industrias relacionadas que contribuyen a la fabricación, la producción y venta de equipos

(iii) Industrias parcialmente cubiertas que se vinculan con material protegido por el derecho de autor

(iv) Industrias de soporte con relación indirecta y marginal con el material protegido por el derecho de autor.

7. Antes de la publicación de la Guía, estos países midieron los aportes del derecho de autor a sus economías nacionales. Los resultados se encuentran publicados en el texto *Estudio sobre la importancia económica de las industrias protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile*. Universidade Estadual de Campinas, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), 2001.

8. En el año 1997 la Comisión Europea creó este grupo de trabajo a partir de los resultados de la experiencia del Reino Unido y sentó un precedente, o más bien un distanciamiento del enfoque inglés centrado en las industrias creativas. Entre los múltiples objetivos del LEG se destacaba el de determinar un núcleo común de dominios culturales unánimemente acordado; sugerir cambios en las clasificaciones nacionales e internacionales que reflejaran la naturaleza particular de las actividades culturales; revisar y hacer un inventario de los datos existentes, y producir variables y conjuntos de indicadores que permitieran comparar los diferentes panoramas nacionales en lo relativo a empleo, financiamiento y participación en el campo cultural. El informe final de este grupo de trabajo fue presentado en el año 2000.

culturales. Por ejemplo, el Reino Unido se ha concentrado en el empleo que genera el sector y, al respecto, ha publicado los informes *Employment in the arts and cultural industries: an analysis of the 1991 Census*⁹; *Culture as Commodity?*, de Casey, Dunlop y Selwood en 1995, y; *The cultural industries sector: its definition and character from secondary sources on employment and trade*, Gran Bretaña 1984-1991¹⁰.

Con el fin de identificar los aportes de la cultura más allá de los indicadores clásicos, el Departamento para la Cultura, la Prensa y los Deportes del Reino Unido (DCMD, por sus siglas en inglés) efectuó una serie de cartografías sobre la contribución de las industrias creativas para plasmar las tendencias del sector desde el punto de vista de la investigación económica y social. Con estas cartografías se pudieron dar a conocer los aportes a la producción y al empleo, conjugando recientemente estas investigaciones con el análisis de la Cuenta Satélite de Turismo, los mapeos de la oferta en ciudades y regiones específicas, y las indagaciones sobre los problemas estructurales de las actividades de distribución y comercialización de los productos culturales.

Canadá ha sido uno de los países precursores en la organización de las estadísticas de su sector cultural. Desde el año 1984, está vigente el programa de estadísticas de cultura y el Comité Asesor Nacional para las Estadísticas Culturales (NACCS, por sus siglas en inglés), con lo que se corrobora el interés del Estado por identificar su accionar en el terreno de la cultura.

Se destaca la preocupación de ese país por emprender estudios sobre la protección, valorización y regulación de los creadores; las lógicas del mercado del circo; el comercio electrónico de los productos culturales; la participación femenina en la fuerza de trabajo de la cultura y, sobre todo, el análisis de cómo generar series de tiempo con información por sectores¹¹.

Por su parte, Francia se ha concentrado en crear series de indicadores sobre las prácticas culturales de sus ciudadanos. El Département des études de la prospective et des statistiques (DEPS) produce información sobre las tendencias para acceder y apropiarse de las manifestaciones culturales, y propicia por esta vía un debate intenso acerca de los niveles de concentración de las fuentes de producción de las industrias, especialmente las vinculadas al cine, el video, la radio, la televisión, e incluso de la información suministrada por las agencias de prensa y publicidad. Toda vez que Francia se ha propuesto integrar en los últimos años la noción de industrias culturales con la de industrias de la comunicación, y esta se ha llevado al terreno de las mediciones.

En América Latina se realizaron las primeras investigaciones sectoriales a finales de los años noventa, en las que cobraron una especial importancia los estudios efectuados a través del proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello. Se trató de una serie de investigaciones pioneras en la región sobre el análisis de los efectos de las industrias culturales en las economías de los países de la región.

Las cartografías también han sido de especial interés en la región. En los años noventa, Chile a través del Consejo Nacional de Cultura y Artes, identificó las prácticas culturales de su población a partir de una metodología propia de cartografía cultural. Este fue un esfuerzo sin precedentes en América Latina, del que se obtuvieron insumos interesantes para la discusión posterior sobre cómo medir la cultura en el contexto latinoamericano. Poco después, el British Council replicó la experiencia del Reino Unido por medio de programas de cooperación técnica, e implementó cartografías culturales en Colombia¹² durante el año 2002 y en varios países de Asia.

A la par, Iberoamérica avanza en el desarrollo de diagnósticos alrededor de sectores que cobran

9. Para conocer un poco más acerca de las investigaciones adelantadas en el Reino Unido sobre la medición empírica de la cultura, se recomienda el texto *Measuring the economic and social impact of the arts: a review*, de Michelle Reeves.

10. A partir de estas investigaciones y otras evaluaciones locales, el investigador inglés Matarasso, publicó en 1997 *The social impact of participation in the arts program*, que sin duda es hasta el día de hoy uno de los estudios más exhaustivos sobre el impacto de la cultura.

11. Para ahondar en los análisis y estudios hechos por Canadá, ver Statistics Canada, *Canadian Framework for Culture Statistics*, Catalogue No. 81-595-MIE – No. 021 www.statcan.ca/english/research/81-595-MIE/81-595-MIE2004021.pdf

12. En el 2002, la oficina del British Council Colombia inició un programa especial de análisis de la economía creativa. Efectuó el mapeo del sector de la economía creativa en Bogotá y Soacha con la Universidad de los Andes, el Instituto Distrital de Cultura y Turismo y la Cámara de Comercio de Bogotá. En el 2006, presentó el Manual para el emprendimiento en artes e industrias creativas, en esta ocasión con el apoyo del Ministerio de Cultura y la Cámara de Comercio.

interés para sus economías nacionales. Sobre todo se ha enfocado en desarrollar sistemas de información que se alimenten de cartografías culturales, atlas de información o encuestas nacionales periódicas. Se resalta en ese sentido la consolidación de varios sistemas de información cultural a finales de la primera década del siglo XXI, como los de Argentina, México y Colombia; así como la puesta en marcha de una serie de observatorios que buscan dar cuenta de los avances de los sectores creativos. Entre estos, el Observatorio de Industrias Culturales de Buenos Aires, el Observatorio Itaú Cultural de Brasil, el Observatorio de Industrias Creativas de la Universidad de Barcelona, el Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor, el Observatorio de Cultura y Economía –iniciativa del Ministerio de Cultura de Colombia, al cual se incorporó el Convenio Andrés Bello en el año 2012-, así como el Observatorio Iberoamericano de Cultura de la Organización de Estados Iberoamericanos y la Ceval, creado en el 2013.

La proliferación de observatorios y diagnósticos regionales sobre los aportes de las actividades y productos culturales a la economía, refleja el creciente interés en América Latina por medir el comportamiento económico del sector cultural y por identificar las estrategias de política pública que generan mejores resultados en términos de retorno económico de la inversión en cultura. Se favorecen gracias a esta proliferación, las comparaciones entre países.

Existen otras investigaciones de medición económica de las actividades y productos culturales específicos que han marcado un hito en la región, como las emprendidas para la valoración del aporte económico del tango a Buenos Aires, o las series elaboradas por el Centro Regional para el

Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc) sobre la producción del libro.

Fue precisamente en este contexto regional, marcado por la inquietud de los Ministerios de Cultura de dar a conocer cifras que corroboraran la importancia de su sector en relación con otros sectores tradicionales como el de transporte o agricultura, que en el año 2007 se dio inicio al proyecto de formulación de una metodología de Cuentas Satélite de Cultura desde el Convenio Andrés Bello. En el año 2009 se publicó el [Manual metodológico para la implementación de las CSC en América Latina](#), de acuerdo al Sistema de Cuentas Nacionales. Este ofreció las herramientas técnicas para que con el lenguaje y los estándares específicos de este campo, se puedan medir los aportes de las actividades y los productos culturales a las economías nacionales.

Además de exigir una revisión de las experiencias paralelas –en especial de países como Finlandia y Australia que ya contaban con CSC–, esta propuesta implicó definir el campo de medición de la cultura que sería objeto de estudio, tarea que además de efectuarse a partir de la herramienta de clasificación de las actividades y productos (bienes y servicios) culturales según el sistema de Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU), la Clasificación Central de Productos (CPC) y la Clasificación Internacional Normalizada de Ocupaciones (CIUO), supuso dos retos: el primero, entender las particularidades de la evolución del Sistema de Cuentas Nacionales para desarrollar una propuesta para las Cuentas Satélites; el segundo, avanzar en la definición y delimitación de los sectores culturales a considerar por parte de las CSC, en otras palabras, precisar una definición funcional del ámbito de medición económica del campo cultural.



Evolución del término cultura

En la Antigua Grecia, varios autores procuraron llegar a una definición que describiera la forma de vida de las gentes y las artes de la época. Hacia mediados del siglo XVIII, de la mano de autores como Rousseau y Kant se dieron las condiciones necesarias para que a través de críticas, aportes y rechazos al término, la cultura cobrara un lugar relevante en los estudios sociales al ser considerada como el elemento diferenciador de la naturaleza humana.

Sin embargo, fue en la segunda mitad del siglo XIX, desde la antropología Edward B. Tylor hizo uno de los aportes más significativos para la definición del término, al considerarla como “la representación del conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre.”

En la Europa de los años cuarenta surgieron dos corrientes teóricas que replantearon sustancialmente la noción de cultura. Las dos, la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt y los estudios culturales de la Escuela de Birmingham, orientaron la discusión hacia la industria cultural, propuesta que comenzó a diferenciar la cultura en términos antropológicos de una cultura que se concreta en las expresiones artísticas, pero que al ser planteada desde las teorías críticas cuestiona la influencia del capitalismo en los esquemas de creación, producción y distribución de la televisión, el cine, la fotografía y la música.

En este contexto, la teoría de la comunicación le ofreció un nuevo enfoque a la interpretación de los alcances del término industria cultural, cuando de forma similar a los procesos de mediación de la comunicación, introdujo la pregunta por la función simbólica de las expresiones artísticas. Fue así como se llegó a increpar y a pedir una precisión sobre la capacidad de quien disfruta de la cultura para ser receptor de los mensajes e interpretar el contenido simbólico de los bienes y servicios culturales, según sus experiencias previas, su formación y su procedencia cultural.

Bajo esta nueva mirada, se replantearon las posiciones negativas que asumían la industria cultural como producto directo de los sistemas de producción capitalista y la atención se dirigió hacia la capacidad de las expresiones artísticas y el patrimonio cultural para transmitir contenidos simbólicos que representan a una sociedad.

El campo cultural según la sociología de Pierre Bourdieu

En el momento en que las ciencias sociales discuten los roles específicos de las instituciones, las relaciones entre las clases sociales y el conflicto entre ellas, Bourdieu construye su teoría de los campos para reconocer la particularidad de los modos de diferenciación y desigualdad cultural. Para él, el campo es un espacio social de acción y de influencia en el que convergen relaciones sociales específicas.

Estas relaciones se definen por la posesión o producción de una forma particular de capital, propia del campo en cuestión. Cada campo es autónomo, y la posición hegemónica o subalterna de los participantes en el interior del campo depende de las normas específicas del mismo. El conjunto estructurado de los campos, además de sus influencias recíprocas y de las relaciones de dominación entre ellos, define la estructura social.

En su texto “Campo intelectual y proyecto creador”, Bourdieu sostiene que para sustentar el objeto de estudio de la sociología de la creación intelectual, se requiere ubicar al artista y a su obra en el sistema de relaciones constituido por los agentes sociales y económicos directamente vinculados con la producción y la comunicación de la obra. Como lo interpretó García Canclini al leer a Bourdieu, este sistema de relaciones –incluye a artistas, editores, marchantes, críticos y público– que determina las condiciones específicas de producción y circulación de sus productos, es el campo cultural.

Por lo tanto, para efectos de la metodología y al reconocer que en sus descripciones del campo intelectual Bourdieu también lo denomina campo intelectual y artístico, se asumirá la definición de este autor según la cual el campo cultural se circunscribe al sistema de relaciones constituido por los agentes sociales que están directamente vinculados con la producción, la circulación, el consumo y la apropiación de las obras artísticas.



La contabilidad nacional y las cuentas satélite

Los primeros lenguajes contables surgen en Inglaterra a fines del siglo XVII con las estimaciones sobre el ingreso nacional que efectuaron William Petty y Gregory King, y fueron fundamentales en la Aritmética Política: el origen más antiguo de la contabilidad nacional. En 1934, las primeras estadísticas oficiales de renta nacional fueron publicadas en los Estados Unidos por Simon Kuznets y en el Reino Unido por Richard Stone.

En 1952, bajo el título *A Standardized System of National Accounts*, se presenta la primera propuesta de cuentas nacionales ante la Organización para la Cooperación Económica Europea (OCEE, que posteriormente se convertiría en la OCDE). Un año después, con base en dicha propuesta, las Naciones Unidas publican una versión revisada de este documento con el nombre de *A System of National Accounts and Supporting Tables*, conocido como el SCN 1953.

A principios de los años sesenta se produjo un cambio en la utilización de las cuentas nacionales, puesto que de ser concebidas como un instrumento para comprender lo ocurrido en el pasado reciente, pasaron a ser un insumo vital para diseñar estrategias activas de planificación económica por parte de quienes tomaban las decisiones políticas.

Años más tarde, el SCN 1968 introdujo innovaciones como la clasificación de todas las unidades que intervienen en operaciones monetarias en sectores institucionales. Así mismo, planteó que las sociedades fueran divididas en dos sectores, el de las sociedades no financieras y el de las sociedades financieras; las instituciones sin fines de lucro se identificaron como un sector separado. Fue entonces cuando las cuentas de estos sectores se ampliaron para incluir la cuenta de producción, la cuenta de ingreso y gasto, la cuenta de capital, y la cuenta financiera.

Otro de los aportes significativos del SCN 1968 fue la distinción que propuso entre productores de mercado y productores de no mercado. Los primeros se discriminan por ramas de actividad y venden bienes y servicios de los que obtienen beneficios, mientras que los segundos están constituidos por las administraciones públicas y las instituciones sin fines de lucro, prestan servicios y, eventualmente, proveen bienes gratuitos o a un precio que no es económicamente significativo desde el punto de vista tanto de la oferta como de la demanda.

En la última década del siglo XX, el SCN 1993 incorporó la noción de las Cuentas Satélite, con lo que dio un gran paso hacia la flexibilidad. El uso de las cuentas satélite como instrumento para ampliar la relevancia de las cuentas nacionales, sin que se afecte la comparabilidad del marco central empleado para la formulación de políticas, se ha convertido en un medio muy utilizado para desarrollar nuevas formas de análisis de un dominio específico dentro de un marco de análisis macroeconómico.

La última actualización de este sistema de representación de las economías se dio en el año 2008 con un diseño pensado para ofrecer información sobre el comportamiento de las unidades institucionales y las actividades de producción, consumo e inversión. Con ese propósito registra los intercambios de bienes, servicios y activos que se realizan entre los agentes económicos en forma de transacciones. Pero además, el SCN 2008 introduce un nuevo tratamiento de la Investigación y el Desarrollo (I+D) como gastos de inversión (formación bruta de capital) y no como gastos de consumo intermedio. Al tener en cuenta las dificultades que implica este cambio, recomienda a los países elaborar cuentas satélite sobre el tema para asegurar la calidad de las estimaciones.

2. Conceptos, alcance y marco de medición de las Cuentas Satélite de Cultura



Contenido

- » Descripción del marco general de una Cuenta Satélite
- » Alcance de la cultura para poder estudiarla en este marco
- » Implicaciones
- » Conclusión: introducción general a los cuadros que se van a generar

Introducción

2.1. Las Cuentas Satélite representan un marco metodológico que permite organizar los aspectos económicos de un campo de estudio al seguir esquemas que se apoyan en los lineamientos del marco central de las Cuentas Nacionales. En el caso de la cultura, este marco también puede recoger el marco de análisis de las estadísticas culturales elaborado por la Unesco, así como los desarrollos conceptuales de la economía de la cultura derivados de otros marcos.

2.2. En este capítulo se presentan los aspectos conceptuales básicos, el alcance y el marco contable de las Cuentas Satélite en general, y su aplicación en el caso de la cultura. Se introducirán los conceptos básicos que se deben utilizar, como son los de producto, actividad productiva, práctica cultural (no productiva), gasto nacional en cultura, entre otros. De esta forma se podrá aplicar el marco contable

y delimitar los agregados sintéticos de interés que se derivan de esta aproximación. La primera parte es bastante abstracta ya que es una introducción general a las Cuentas Satélite; sin embargo, es un insumo necesario para poder entender la estructura de las Cuentas Satélite de Cultura y situar las mediciones dentro de este contexto. Poco a poco, con el avance del capítulo y su ilustración en el caso de la cultura, esperamos se aclaren las dudas.

A. Introducción general a las CSC: conceptos básicos

2.3. "El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) es el conjunto normalizado y aceptado internacionalmente de recomendaciones relativas a la elaboración de mediciones de la actividad económica de acuerdo con convenciones

contables estrictas, basadas en principios económicos. Las recomendaciones se expresan mediante un conjunto de conceptos, definiciones, clasificaciones y reglas contables que incluyen las normas aceptadas internacionalmente para la medición de partidas como el producto interno bruto (PIB), el indicador de los resultados económicos utilizado con mayor frecuencia”¹³.

- 2.4. “La descripción parte de la producción como generador principal de ingreso en una economía. Describe cómo este ingreso se distribuye y se redistribuye entre los diferentes agentes económicos previamente clasificados, de tal manera que pueden financiar su consumo y su formación de capital, así como las transacciones financieras que soportan estas operaciones entre agentes. El análisis se completa con la descripción de la aparición y la circulación de los bienes y servicios en la economía en los procesos de producción, consumo y acumulación de estos mismos bienes y servicios”¹⁴.
- 2.5. Las Cuentas Satélite son sistemas de representación derivados de las Cuentas Nacionales, pero restringidos a un dominio particular. Pretenden desarrollar mediciones económicas similares y comparten la mayoría de principios con el marco central.
- 2.6. En el caso de la cultura, su adopción responde a las siguientes justificaciones:
- Es un marco contable, amplio, exhaustivo y consistente, que ofrece conceptos, definiciones y clasificaciones que pueden adaptarse con relativa facilidad para la medición económica de las actividades y productos culturales.
 - Ha mostrado ser eficiente, ya que sus conceptos han sido aplicados con éxito en muchos países y su uso requiere menos inversiones que si se fuera a crear un referencial distinto, pues existe un marco central que ya cumple esta función.
 - Conduce a un sistema con un nivel de consenso y tradición propios, y permite comparaciones con otros sectores y entre países.
- Es de carácter universal, pues el SCN es un sistema de referencia cuya adopción se ha recomendado a todos los países para la medición de sus economías.
- 2.7. El punto de partida de las Cuentas Nacionales es el concepto de producción. Su discusión y su presentación son el objeto principal de la sección B del capítulo 6 del SCN 2008. Es necesario estudiarlo con cuidado para tener claridad sobre su delimitación y definición, ya que éstas son básicas para la medición de las Cuentas Nacionales y las Cuentas Satélite.
- 2.8. El SCN 2008 (para 6.2) define la producción así: “La producción es una actividad realizada bajo la responsabilidad, el control y la gestión de una unidad institucional, en la que se utilizan insumos de mano de obra, capital y bienes y servicios para obtener otros bienes y servicios”.
- 2.9. La producción como actividad económica, objeto de medición de las Cuentas Nacionales, conduce a productos (bienes o servicios) susceptibles de ser intercambiados con otros agentes económicos o de ser realizados (servicios) en beneficio de otros.
- 2.10. La producción de bienes se considera una actividad económica productiva en tanto todos los bienes son potencialmente susceptibles de ser intercambiados, aún aquellos producidos por cuenta propia (para el consumo directo de su productor, usualmente un hogar). Este no es el caso de la producción de servicios, como se discute en seguida.
- 2.11. Por consiguiente, es importante saber cuándo se trata de la producción de un bien y cuándo se está frente a la producción de un servicio.
- 2.12. Según el SCN, “**Los bienes** son objetos físicos producidos para los que existe una demanda, sobre los que se pueden establecer derechos de propiedad y que pueden transferirse de una unidad institucional a otra mediante transacciones realizadas en los mercados... La producción y el intercambio de

13. SCN 2008 para 1.1.

14. En términos del SCN 2008 para 1.6, “El SCN mide lo que ocurre en la economía, entre qué agentes y para qué fines. Su núcleo está constituido por la producción de bienes y servicios, los cuales pueden utilizarse para el consumo durante el período al que se refieren las cuentas o bien acumularse para su utilización en un período posterior”.

bienes son actividades totalmente separadas. Algunos bienes nunca se pueden intercambiar, mientras que otros pueden comprarse y venderse muchas veces. La producción de un bien siempre se puede separar de su posterior venta o reventa” (SCN 2008: 6.15).

2.13. En cuanto a la producción de servicios, el SCN la define así: “La producción de servicios ha de limitarse a las actividades susceptibles de ser realizadas por una unidad en beneficio de otra. En otro caso, las industrias de los servicios no podrían desarrollarse y en consecuencia no existirían mercados de servicios. Asimismo, es posible que una unidad produzca un servicio para su propio consumo, siempre que el tipo de actividad sea tal que pueda ser efectuado por otra unidad”. Y los **servicios** se definen para “... el resultado de una actividad productiva que cambia las condiciones de las unidades que los consumen o que facilita el intercambio de productos o de activos financieros” (SCN 2008: 6.16).

2.14. En cuanto a los **productos de captura del conocimiento**, que son particularmente importantes en el caso de la cultura, son “...aquellos productos relacionados con el suministro, el almacenamiento, la comunicación y la difusión de la información, el asesoramiento y el entretenimiento proporcionados de forma tal que las unidades que los consumen pueden tener acceso a ellos repetidamente. Las industrias que producen estos servicios son las relacionadas con el suministro, el almacenamiento, la comunicación y la difusión de la información, el asesoramiento y el entretenimiento en el sentido más amplio de esos términos, incluso la producción de información general o especializada, las noticias, los informes de consultorías, los programas de computación, el cine, la música, etc. Las producciones de estas industrias, sobre las que se pueden establecer derechos de propiedad, se almacenan frecuentemente en objetos físicos (ya sea en papel o en medios electrónicos) que pueden comercializarse como los bienes ordinarios. Tienen muchas características que comparten con los bienes, se pueden establecer derechos de propiedad y pueden ser usados repetidamente. Esas

producciones, se caracterizan como bienes o como servicios” (SCN 2008: 6.22).

2.15. Es decir que, en términos generales, la producción abarca la producción de todos los bienes y servicios, incluyendo los productos de captura del conocimiento.

2.16. Sin embargo, las Cuentas Nacionales utilizan en su medición una definición más restringida de la producción: excluyen la producción de servicios domésticos y personales dentro del mismo hogar, con excepción de aquellos asociados al empleo de personal de servicio remunerado y los servicios prestados en la vivienda por cuenta propia; es decir, que excluye los servicios prestados en el hogar por el ama de casa en la preparación de comidas, el arreglo de la casa, el cuidado de los niños o de los enfermos, etc.

2.17. Esta exclusión del marco central se justifica por varias razones, entre ellas el hecho de que los servicios dentro de los hogares tienen poca repercusión sobre el resto de la economía, pues es difícil adjudicarles un valor económico. Adicionalmente, responde a la necesaria coherencia entre los diferentes sistemas estadísticos, particularmente de las estadísticas de producción con las estadísticas de empleo. En efecto, considerar estas actividades dentro de la frontera de la producción implicaría calificar de ocupada a una población que no lo está en el sentido estricto y, por consiguiente, habría una discrepancia entre las estadísticas de empleo y las estadísticas de producción¹⁵.

2.18. En consecuencia, hay que subrayar de nuevo que la definición de la producción que se usa en las Cuentas Nacionales es una **definición restringida** en el caso de los servicios (y de los productos de contenido de conocimiento) en la que se excluyen aquellas actividades desarrolladas dentro del marco familiar o dentro de un marco restringido en el que los que producen estos servicios o productos de contenido de conocimiento no se reconocen como ocupando un empleo.

15. En unas extensiones del marco central, como por ejemplo las cuentas satélites del uso del tiempo, estas actividades se consideran como productivas y se les asigna un valor.

- 2.19. Esta necesaria coherencia entre la definición de la producción como actividad económica y las estadísticas de empleo será fundamental en la clasificación de las actividades humanas consideradas como culturales dentro del ámbito de la producción en el sentido económico.
- 2.20. Se debe señalar que esta definición no toma en consideración si la actividad se desarrolla de manera formal o informal, legalmente o ilegalmente. Esto significa que actividades informales y actividades ilegales de producción están incluidas dentro de la frontera de la producción de las Cuentas Nacionales y, por consiguiente, de las Cuentas Satélite y deberán medirse tan pronto cumplan con las condiciones antes mencionadas.
- a. Las Cuentas Satélite funcionales**
- 2.21. De la misma manera que las Cuentas Nacionales son un conjunto de cuentas, es decir de presentación de datos económicos dentro de marcos equilibrados en los que usualmente se coteja la oferta con la demanda y los usos con los recursos, este es también el caso de las Cuentas Satélite.
- 2.22. Las Cuentas Satélite de Cultura que se proponen no pretenden presentar conceptos alternativos, como sería el caso de las cuentas del medio ambiente o las de la medición del uso del tiempo, en las que si bien se utiliza la lógica de las Cuentas Nacionales, se presentan conceptos que no figuran en el marco central y mediciones que pueden reñir con la medición del marco central. En el caso de la cultura, el objetivo es más bien poner en mayor relieve lo que ya está inmerso (en teoría) en el sistema existente de las Cuentas Nacionales, presentar algunas agrupaciones de ciertas transacciones significativas para el análisis de la cultura y destinar recursos a mejorar la medición correspondiente.
- 2.23. El punto de partida de las Cuentas Satélite de Cultura es la producción, al igual que las Cuentas Nacionales. Para las cuentas referidas a un dominio particular, el SCN recomienda determinar primero y con claridad el alcance del dominio, lo que va a incluirse y lo que va a quedar por fuera de la medición (SCN 2008: capítulo 29).
- 2.24. Para este propósito, recomienda empezar por definir en primer lugar los **productos específicos** del dominio de estudio y dividirlos en dos categorías: **productos característicos**, y **productos conexos**. Usualmente, los productos se identificarán a partir de la clasificación de productos CPC (Clasificación Central de Productos), con una desagregación específica para cada dominio de estudio¹⁶ de acuerdo con las necesidades.
- 2.25. Los **productos característicos** son los típicos del dominio, sobre los que existe un interés por estudiar su proceso de producción y para los que es posible identificar este proceso de forma separada; las actividades dedicadas principalmente a la generación de estos productos específicos y para los que estos productos específicos representan una parte importante de su producción se considerarán como *actividades productivas características*.
- 2.26. Las actividades productivas características se establecerán usualmente en términos de la clasificación CIU (Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Económicas).¹⁷
- 2.27. La producción de las **actividades productivas características** de un dominio particular incluirá la producción de sus productos típicos (producción principal), que por definición de las actividades productivas características serán necesariamente los productos característicos del dominio de estudio. No obstante podrá incluir producciones secundarias de productos, de este mismo dominio, o de otros dominios, o cualquier otro producto (caso por ejemplo de las ventas de dulcería por los exhibidores de películas cinematográficas). Será necesario detallar estas producciones secundarias.
- 2.28. La segunda categoría, de productos específicos, los **bienes y servicios conexos**, incluye productos que son sin duda alguna típicos del

16. Las clasificaciones detalladas de productos recomendadas para las CSC se definirán en el capítulo 3.

17. Ver también la propuesta detallada en el capítulo 3.

dominio de estudio, pero para los cuales, o no existe el interés de estudiar su proceso de producción, o no existe una actividad identificable estadísticamente para la que representa una parte significativa de su producción.

- 2.29. "En el caso de los productos **característicos**, la cuenta satélite debe mostrar el modo en que se producen estos bienes y servicios, qué tipos de productores participan, qué tipos de trabajo y capital fijo emplean y la eficiencia del proceso de producción y, por ende, la asignación de los recursos"¹⁸.
- 2.30. Por el contrario, en el caso de los **productos conexos**, no se le asociarán actividades productivas características y por consiguiente, no se incluirán en las cuentas de producción de actividades específicamente asociadas con un dominio cultural.
- 2.31. En el capítulo tercero se darán ejemplos de productos característicos, productos conexos y actividades productivas características de la cultura.
- 2.32. Un concepto que es necesario aclarar porque tendrá incidencia en la medición económica de la cultura, tiene que ver con la definición de la producción de no mercado y de la producción de mercado con subvención.
- 2.33. **La producción de mercado** corresponde a la producción de bienes y servicios por los agentes económicos destinada a la venta en el mercado a precios económicamente significativos, es decir a precios que cubren sus costos corrientes de producción. Los precios son económicamente significativos si son precios que influyen significativamente en las cantidades que los productores están dispuestos a ofrecer y en las cantidades que los compradores desean comprar.
- 2.34. **La producción de no mercado** consiste en bienes y servicios individuales o colectivos, producidos por las instituciones sin fin de lucro que sirven a los hogares (ISFLSH) o por el gobierno, que se suministran gratuitamente o a precios que no son económicamente significativos a otras unidades institucionales (caso de los servicios individuales, por ejemplo los museos públicos) o a la comunidad en conjunto (caso de los servicios colectivos como los servicios de administración de la cultura provistos por los ministerios de cultura).
- 2.35. Un gobierno puede decidir apoyar la producción de mercado de los productores otorgando subvenciones (o subsidios), es decir pagos corrientes sin contrapartida que las unidades gubernamentales, incluidas las no residentes, a los productores en función de los niveles de su actividad productiva o de las cantidades o valores de los bienes o servicios que producen, venden o importan. Por medio de los subsidios, los gobiernos influyen sobre los precios que los consumidores efectivamente pagan por los productos adquiridos. Los subsidios pueden recaer sobre la actividad productiva en general (por ejemplo, vía una exención de impuestos), o sobre el valor de la venta de productos específicos (un valor fijo por unidad vendida). Ejemplo de estos subsidios a la producción es con frecuencia el caso de los transportes urbanos en que las empresas que prestan el servicio reciben un aporte adicional, por persona transportada, por ejemplo, con el fin de influir sobre los precios practicados.
- 2.36. Una vez definidos los productos específicos y las actividades productivas características, es posible establecer diferentes tipos de cuadros de análisis. En el caso de la cultura, se recomiendan los cuadros siguientes:
- Cuentas de producción de las actividades productivas características.
 - Equilibrios oferta-utilización de los productos específicos (característicos y conexos).
 - Estructura del sector productivo y empleo en las actividades productivas características.
 - Gasto nacional en cultura clasificado de una parte según quien paga por los bienes y servicios (el financiador) y de otra parte, según quien se beneficia de este gasto (el que lo disfruta: el beneficiario).
- 2.37. **Cuentas de producción de las actividades productivas características de la cultura:** para estas, las Cuentas Satélite incluirán las

18. SCN 2008: 29.62.

cuentas detalladas de producción (producción por productos, consumo intermedio, valor agregado), la descomposición de sus insumos identificando en particular si se trata de otros productos específicos de la cultura, y los ingresos primarios generados en el proceso de producción.

- 2.38. **Equilibrios oferta-utilización:** para los productos específicos de un dominio, el SCN 2008 recomienda elaborar los equilibrios oferta-utilización. Estos son cuadros en los que se

representan de manera sintética la oferta en la economía y los usos económicos de los productos en un período de tiempo dado (mensual, trimestral, anual). Si los métodos de valoración son coherentes, el valor de la oferta en la economía (producción nacional más importaciones) debe ser igual al valor de la demanda (utilización por agentes residentes, variación de inventarios y exportaciones).

- 2.39. Se debe tener:

$$\begin{aligned} \text{Producción + Importaciones} = & \text{Consumo Intermedio} \\ & + \text{Consumo Final} \\ & + \text{Formación Bruta de Capital Fijo} \\ & + \text{(adquisición – disposición) de objetos valiosos} \\ & + \Delta \text{Existencias} \\ & + \text{Exportaciones} \end{aligned}$$

En donde:

Consumo Intermedio representa los bienes y servicios utilizados como insumos en cualquier proceso de producción.

Consumo Final¹⁹ representa la adquisición de bienes y servicios por los hogares para satisfacer sus necesidades; así como las adquisiciones por el gobierno general y las Instituciones Privadas sin Fines de Lucro que sirven a los hogares (IPSFLSH) para la satisfacción de sus necesidades colectivas o aquellas de las poblaciones que atienden.

Formación Bruta de Capital Fijo consiste en el valor de las adquisiciones de activos nuevos y existentes de ese tipo por parte de los productores, menos el valor de la disposición de activos fijos del mismo tipo.

Adquisiciones menos disposiciones de objetos valiosos donde los objetos valiosos son activos que se adquieren como depósitos de valor sin involucrarlos en procesos productivos.

ΔExistencias representa la diferencia entre la entrada de los bienes a las existencias (valorada a los precios de entrada) y la salida de los bienes de existencias (a los precios de salida); este uso solo se refiere a los bienes ya que los servicios se consumen en el momento en que se producen.

Importaciones/exportaciones representan los bienes y servicios provistos/adquiridos por/de no residentes.

19. La definición de consumo final utilizada aquí es económica y se basa en la adquisición. Más adelante (para 2.72) se explicará su diferencia con lo que las estadísticas de la cultura suelen llamar *consumo cultural*.

- 2.40. En estos cuadros en los que el objeto de estudio es el producto, la producción se refiere no solo a la del producto por las actividades para las que este producto es típico. También se refiere a la producción por todas las actividades para las que este producto es considerado parte de la producción secundaria.
- 2.41. Otros cuadros de interés recomendados por el SCN 2008 propios de las Cuentas Satélite, corresponden a una reorganización de datos ya presentes implícitamente en las Cuentas Nacionales, sea en algunos cuadros de resultados, sea que son datos necesarios para su elaboración pero que en muchos casos no aparecen de forma explícita en los cuadros recomendados para el marco central. Son los siguientes:
- 2.42. **Estructura del sector productivo y empleo:** estos cuadros ahondan en la descripción del sector productivo correspondiente a cada actividad productiva característica: los establecimientos que se incluyen se caracterizan por su tamaño en términos de empleo, su pertenencia a los sectores formales o informales de la economía, y si su producción es de mercado o no es de mercado; para estas unidades se presentan sus cuentas de producción y de generación de ingreso primario, es decir su producción total (sin desagregación), el consumo intermedio global, el valor agregado, así como su descomposición en remuneración a los asalariados, los impuestos netos a la producción, el ingreso mixto (bruto) y el excedente bruto de explotación. Adicionalmente, se agregan otros cuadros relacionados con los usos desde el punto de vista de la oferta, tanto principales como secundarios, las ocupaciones principales y las posiciones ocupacionales de las personas empleadas en el sector de la cultura o que desarrollan ocupaciones consideradas como ocupaciones culturales.
- 2.43. **Gasto nacional clasificado por financiador y beneficiario:** la noción de gasto nacional no se presenta explícitamente en las Cuentas Nacionales, pero es de particular interés cuando el estudio se restringe a un dominio específico. Trata de ampliar la noción de gasto asociado con un dominio más allá de los equilibrios oferta-utilización de los productos específicos, primero ampliando el alcance para incluir los bienes de capital requeridos para desarrollar las actividades de producción, y luego con el fin de incluir también transacciones (transferencias corrientes y de capital) que no son del ámbito de la producción pero que están estrechamente relacionadas con el dominio, pues apoyan el acceso a la cultura y permiten el desarrollo del sector.
- 2.44. Según el SCN 2008 para 29.64, el gasto nacional en un dominio específico incluye los siguientes conceptos:
1. Consumo intermedio y final de bienes y servicios específicos
 2. Formación de capital en bienes y servicios específicos
 3. Formación de capital fijo de actividades productivas características en productos no específicos
 4. Transferencias corrientes específicas
 5. Transferencias de capital específicas
- 2.45. Se tratará de partir de este concepto, pero adaptándole a la situación particular de la cultura; esta adaptación tendrá que ver tanto con el alcance del consumo, en términos de los bienes y servicios que se tienen que considerar, y de las circunstancias en las que se registra este consumo. Es decir que se tratará de incluir otros elementos reconocidos como parte del gasto en cultura, por ejemplo el gasto público y privado en gestión cultural, así como los gastos asociados a las prácticas culturales (actividades consideradas como no productivas en el sentido del SCN).
- 2.46. En este proceso habrá que evitar la doble contabilización que puede ocurrir cuando un bien o servicio específico del dominio sirve de insumo para producir otro bien o servicio que también pertenece a este dominio o sirve para producir otro bien o servicio considerado como cultural pero que pertenece a otro dominio (cuando se hace la cuenta para la cultura en general).
- 2.47. La formación de capital que se incluye es de dos tipos: la formación de capital como

uso de todos los bienes y servicios específicos, una información que se deriva de los equilibrios oferta-utilización de estos productos específicos establecidos en los cuadros anteriores (rubro 2); y la formación de capital como adquisición (neta de disposición) de factores de producción por parte de las actividades productivas características, en productos que no han sido identificados como específicos (rubro 3).

2.48. Finalmente, se deben excluir del gasto las exportaciones, pues representan compras de bienes y servicios por no residentes, con el fin de llegar al gasto nacional.

2.49. El estudio por beneficiario permite identificar al agente que efectivamente se beneficia del gasto, pues no siempre el agente económico que realiza el gasto es el que se beneficia de los bienes y servicios adquiridos. Esto es particularmente interesante en el ámbito de la cultura. Por ejemplo, en el caso de la publicidad, las agencias adquieren espacios de televisión y los usan para presentar programas de los que los hogares disfrutan; por lo tanto, el comprador es el negocio y los beneficiarios son los televidentes; o en el caso de espectáculos ofrecidos gratuitamente por la autoridad pública a toda la población (por ejemplo juegos pirotécnicos, u otros espectáculos de animación en las calles) en que el gobierno paga un precio de mercado a los productores del espectáculo pero los que lo miran (lo disfrutan) no pagan.

B. Alcance de la cultura para su estudio en este marco

2.50. Como se vio en el capítulo 1, hay varias definiciones de *cultura*, pero no todas son adecuadas para hacer posible su medición económica.

2.51. Para el caso de las Cuentas Satélite de Cultura se optó por definir el objeto de estudio a partir de la noción de campo determinado por Bourdieu (1988), para entenderlo como “aquellas actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio.

2.52. Por consiguiente, los **productos específicos de la cultura**, como manifestación de la cultura, corresponden a los bienes y servicios con una finalidad estética o comunicativa, por medio de los cuales se expresan ideas o emociones por medio de diversos recursos, como los plásticos, lingüísticos, sonoros o mixtos. Su razón de ser es la creación, la interpretación, la transmisión, la conservación, la preservación, la gestión, el consumo o la apropiación de contenidos simbólicos referidos a las artes y al patrimonio.

2.53. Es gracias a estos contenidos simbólicos que la música, la literatura o las artes visuales logran representar la identidad y la diversidad cultural de quienes las crean.

2.54. Es importante subrayar que para efectos de esta metodología no interesa hacer una distinción entre “alta” o “baja” cultura puesto que la definición adoptada se aparta de cualquier valoración estética o de la calidad de las artes y el patrimonio, y se ciñe exclusivamente a la estimación de la dimensión económica de los bienes y servicios. Es decir, en este sistema tendrán más peso los bienes y servicios cuyo valor económico es más alto.

a. Aplicación del marco de Cuentas Satélite al análisis de la cultura

2.55. Es indispensable hacer una descripción detallada del marco de las Cuentas Satélite al análisis de la cultura, para así justificar los diferentes tratamientos que se propondrán.

2.56. Puesto que el punto de partida de las Cuentas Satélite como el de las Cuentas Nacionales se refiere a los productos y a la producción, estos serán los primeros elementos que deben aclararse.

Las actividades productivas relacionadas con la cultura

2.57. Al cotejar la definición de la producción presentada con anterioridad (para 2.8) y ponerla en paralelo con la del campo cultural, se observa lo siguiente:

La producción es una actividad realizada bajo la responsabilidad, el control y la gestión de una unidad institucional, en la que se utilizan insumos de mano de obra, capital y bienes y servicios para obtener otros bienes y servicios (SCN 2008 para 6.2).

...“aquellas actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio” (CAB, 2015).

- 2.58. En ambos casos se habla de actividades, humanas en el caso de la cultura, que suponen un intercambio en el caso de la producción. Este intercambio sería solamente potencial si se contempla la producción por cuenta propia.
- 2.59. A partir del contexto expuesto, se debe observar que algunas “actividades culturales” no se ubican dentro del campo de la producción económica determinado por el SCN 2008. Entre ellas se encuentran las llamadas *actividades personales*, que son las que no se pueden delegar a otros. Por ejemplo, el hecho de cantar por placer, de bailar para el propio disfrute, aún de pintar para el propio desarrollo personal.
- 2.60. Otras actividades culturales que también están fuera del marco de la producción de las Cuentas Nacionales son todas aquellas desarrolladas por individuos o por grupos de personas cuyos productos no están disponibles para el intercambio en el mercado. Si son ofrecidos a otros, se hace dentro de un ámbito restringido de personas conocidas o de allegados. Un criterio importante para afirmar que no se está dentro del campo de la producción se basa en que las personas involucradas en estas actividades no se consideran empleadas, es decir que el hecho de estar involucradas en esta actividad (que llamaremos de aquí en adelante *práctica*) no hace de ellas personas ocupadas según los criterios de la OIT.
- 2.61. Así, leer libros a los hijos, hacer las veces de cuenteros, montar una obra de teatro entre amigos por el placer de hacerlo juntos pero no dentro de una perspectiva de empleo o de generar un ingreso (potencial) de tipo laboral, no son actividades productivas en el sentido del SCN. Por consiguiente, si se da algún tipo de pago por el servicio rendido, no se trata de una compra de servicio sino solamente de una transferencia entre hogares (tanto el que paga como el que recibe son hogares).
- 2.62. Sin embargo, algunos individuos que intervienen en estas prácticas pueden desempeñar un oficio remunerado. Por ejemplo, el profesor de un grupo de teatro aficionado o de colegio, el director de un coro en el que los que cantan no reciben pago, pero él sí está remunerado (por los participantes o por otra unidad institucional), o un profesor de música o de arte que le enseña a una persona o a un grupo de personas. Estos individuos sí producen y venden un servicio, casi siempre como profesionales independientes, y su producción se tomará en cuenta en el marco de análisis de los procesos productivos y de los productos obtenidos.
- 2.63. El empleo es un criterio importante para determinar si una actividad es una actividad productiva económica, o simplemente una *práctica*. Por ejemplo, los *performances* en la calle, en el transporte público o en otros espacios públicos por cuenta propia deberían tratarse estrictamente como mendicidad ya que no existe libertad de *adquirir* el producto por parte del transeúnte, y el dinero entregado debería considerarse como transferencia entre hogares. Pero es muy probable que en las encuestas de hogares de empleo, estas personas se describan a sí mismas como trabajadoras que desempeñan una actividad artística informal, razón por la que se debería sin embargo considerar su quehacer como una actividad productiva.
- 2.64. Aun cuando no necesariamente resulta en una operación de mercado inmediata, el trabajo de los creadores, en particular el de las artes visuales desarrollado con vista a una exposición o a una oferta potencial en el mercado, debe considerarse como producción. Ahora bien, una de las mayores dificultades para los *productos* obtenidos que no se venden, es decir cuyo potencial comercial no se ha realizado, es su valoración, un tema que se explorará más adelante. Lo mismo sucede en el caso de la producción cinematográfica, dado que las expectativas sobre el valor de la creación pueden estar muy lejos del valor que el mercado finalmente le asigna.
- 2.65. Lo anterior lleva a concluir que varias de las actividades humanas consideradas

como culturales están dentro del límite de la producción, y se llamarán **actividades productivas** (se utilizará frecuentemente el término actividades). Las demás se consideran como no productivas, y se llamarán **prácticas**.

2.66. En consecuencia, para efectos de esta metodología y sin desconocer que desde la sociología de la cultura todas las actividades desarrolladas en el campo de la cultura corresponden a prácticas culturales, se entenderá por prácticas culturales aquellas actividades humanas desarrolladas para la satisfacción de las necesidades estéticas y culturales de los productores, que no se consideran productivas dentro del marco de las Cuentas Satélite.

2.67. Es importante señalar que las *prácticas* tienen un efecto económico y que las Cuentas Satélite de Cultura proponen incluir todas las adquisiciones de bienes y servicios asociadas con las prácticas culturales a la noción de *gasto nacional cultural*, tanto aquellas que correspondan a productos culturales específicos (en cuyo caso ya están incluidas en el consumo de productos específicos) como aquellas de cualquier otro tipo de bien o servicio. Por ejemplo, presentar una obra de teatro, incluso en un círculo restringido, puede requerir la compra de disfraces y de utilería; pintar en amateur implica conseguir lienzos y colores; tocar un instrumento musical requiere de la adquisición del instrumento, todas éstas erogaciones que es legítimo considerar como componentes del gasto cultural.

Las actividades productivas características de la cultura

2.68. Al seguir la metodología establecida para las Cuentas Satélite, se determinarán las actividades productivas características de la cultura a partir de los productos del campo cultural identificados como característicos. Su lista se establecerá en los capítulos siguientes.

2.69. Para estas actividades productivas características se establecerán las cuentas de producción para las que se detallarán sus productos típicos y las producciones secundarias, que a su vez pueden corresponder a productos considerados como culturales o a otros productos.

2.70. Para estas actividades también se establecerán los cuadros en los que se caracterizan las unidades de producción (tamaño en términos de número de empleos permanentes, formal/informal; productor de mercado/productor de no mercado), así como las características del empleo que generan.

Productos específicos

2.71. Para los productos específicos de un dominio de estudio, es decir, tanto aquellos característicos como aquellos conexos, el SCN recomienda establecer equilibrios oferta-utilización, e integrar su análisis en cuadros oferta-utilización, cuya ecuación general se ha presentado en el parágrafo 2.35.

El consumo en las CSC

2.72. Es importante subrayar aquí la definición del término *consumo* utilizado en las Cuentas Nacionales (y en las Cuentas Satélite) y contrastarla con su significado cuando se utiliza en un contexto de cultura, y así evitar ambigüedades.

2.73. En economía en general (y en las Cuentas Nacionales en particular), el consumo final de los hogares (de las personas como consumidoras) se refiere a la adquisición de bienes y servicios para la satisfacción directa de necesidades o deseos humanos. Se trata de la **adquisición** (en el caso de los bienes corresponde a la transferencia del derecho de propiedad; en el caso de los servicios al disfrute inmediato) que puede hacerse directamente por compra, o mediante transferencias en especie recibidas del gobierno o de las Instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares (ISFLSH) (se llama en este caso el consumo efectivo). Por ejemplo, tan pronto una persona compra un libro, se considera que lo ha consumido, independientemente de si la persona lo ha leído o no. Lo mismo sucede con todas las compras que hacen las personas, incluyendo los bienes duraderos, a excepción de los bienes adquiridos por su valor intrínseco que se tratan como objetos valiosos y se incluyen en la formación de capital (por ejemplo, la compra de obras de arte o de joyas).

2.74. En contraste, la noción de *consumo cultural* utilizada corrientemente en las estadísticas

de la cultura es muy diferente; el consumo de contenidos simbólicos está asociado con el disfrute de los bienes y servicios culturales. “El consumo es la relación que se establece entre un conjunto de bienes o servicios creados para satisfacer un paquete de necesidades, como una relación estímulo-respuesta. No existe correspondencia mecánica o natural entre necesidades y productos supuestamente diseñados y producidos para satisfacerlas”. De esta manera García-Canclini argumenta que el consumo está asociado a los procesos socio-culturales en los que se realizan los usos y apropiaciones de los productos. Esto permite registrar los repertorios de gustos y actitudes frente a los productos culturales (García-Canclini 2006: 80).

2.75. Así las cosas, de ahora en adelante el término *consumo* se referirá únicamente a la noción económica relacionada con la adquisición de bienes y servicios.

El gasto nacional cultural

2.76. En línea con lo sugerido por el marco general propuesto por las Cuentas Satélite, el gasto nacional en un dominio se refiere inicialmente a la suma de:

- Consumo (intermedio y final) de productos específicos.
- Formación de capital en productos específicos de todas las actividades productivas características culturales y no culturales.
- Formación de capital de las actividades productivas características en productos no específicos.
- Transferencias corrientes y de capital.

2.77. Se propone **ampliar** el ámbito del consumo cultural, con el objetivo de reconocer que hay prácticas culturales importantes que no son del orden de la producción, pero que pueden dar lugar a gastos de consumo de una cierta importancia (que para las Cuentas Nacionales, se incluirían en el consumo final de estos productos, pues son adquiridos por los hogares). Por ejemplo, para hacer una representación teatral (como práctica), puede ser necesario adquirir elementos de vestuario, cuyo uso no es necesariamente exclusivo de esta clase de actividad, o incluso alquilar los servicios de luminotecnía

o de una sala para hacer la presentación. Al hacer este gasto en este contexto, es legítimo incluirlo en el concepto de gasto cultural. Pero es obvio que no tendría sentido incluir toda adquisición de vestuario como gasto cultural.

2.78. Es decir que el gasto cultural debe también incluir el gasto en que incurren los individuos en toda clase de bienes y servicios (otros, diferentes a los productos culturales específicos ya incluidos en la categoría anterior) con el fin de desarrollar sus prácticas culturales. Por ejemplo, aquí se incluirán los televisores y los receptores de todo tipo, necesarios para llevar a cabo la recepción de los posibles productos culturales, los instrumentos musicales adquiridos en el marco de las prácticas culturales, los materiales indispensables para dedicarse a la pintura en amateur, entre otros.

2.79. Adicionalmente, es legítimo incluir también los gastos asociados con la gestión cultural. Existen dos tipos principales de gastos asociados: los prestados por los estamentos del Estado que regulan, orientan y financian las actividades culturales en un país, y; los prestados por entidades privadas –agentes de productores de las artes escénicas, intermediarios y distribuidores de cine, así como asociaciones gremiales–. Principalmente son servicios de soporte y los agentes que los producen suelen asumir la responsabilidad de organizar, gestionar y financiar manifestaciones culturales diversas. Se refieren también a los servicios ofrecidos por las asociaciones que protegen grupos especiales, tales como los grupos étnicos y minoritarios, los servicios prestados por organizaciones internacionales que apoyan y promocionan actividades culturales, los servicios de organizaciones gremiales del sector, y las sociedades de gestión de derechos de autor. De nuevo, en este caso solo se incluirían los gastos de los que no se haya dado cuenta en otra parte, en otras palabras, se excluyen los aportes bajo la forma de transferencias, corrientes o de capital, que se presentan separadamente en la cuenta del gasto nacional.

C. La batería de indicadores sintéticos

2.80. En el marco contable de las CSC se propone desarrollar una batería de indicadores que

sintetizan las variables de interés asociadas a los procesos culturales. Los indicadores que se proponen en esta Guía son los siguientes:

- El valor agregado cultural de cada sector cultural es decir, el generado por las actividades productivas características que pertenecen al sector.
- Su peso en el PIB.
- El empleo en las actividades productivas características que pertenecen a cada sector cultural, expresado en términos de empleo equivalente de tiempo completo.
- Su peso en el empleo total.
- El gasto nacional cultural de cada sector y de la cultura en general.
- Su peso en el PIB.

a. El valor agregado cultural (de cada sector)

2.81. El valor agregado representa el valor aportado por cada productor, o por cada agrupación de productores, por ramas de actividad en la cadena de conformación del valor de los bienes y servicios producidos. Es un valor global que se refiere al proceso productivo total desarrollado por estos productores, y por consiguiente se refiere al mismo tiempo a la producción de los productos típicos y de los productos no típicos que pueden ser o no ser culturales. No se incluye aquí el valor agregado generado por procesos de producción de bienes y servicios culturales cuando estos no constituyen la producción principal de los procesos, es decir que solamente se refiere al valor agregado generado por las actividades productivas características de cada uno de los sectores culturales.

2.82. El valor agregado de una actividad económica es la diferencia entre el valor total de la producción bruta y el valor de los insumos utilizados para su realización (consumo intermedio) correspondiente a los establecimientos que pertenecen a esta actividad.

$$VA = P - CI$$

2.83. Según los métodos de valoración utilizados, este valor agregado será a precios básicos o a precios de productor.

2.84. Al sumar el valor agregado de todas las actividades productivas características de un

sector cultural, se obtiene el valor agregado de este sector. Éste se puede comparar con el agregado general, el PIB de la economía (suma de todos los valores agregados corregida por la suma de los impuestos netos a la producción), lo que permite establecer el peso económico relativo de cada uno de los sectores culturales, un indicador ampliamente utilizado, que sin embargo no logra dar cuenta de la importancia de la cultura en un país, puesto que se limita a medir el aporte de las actividades productivas características de cada uno de los sectores y deja por fuera el valor agregado generado por las actividades que producen productos culturales que no son características de la cultura. Por otro lado, también incluye de manera implícita la parte del valor agregado de las actividades productivas características que corresponde a la producción de sus productos secundarios, un valor que no se puede excluir en tanto el valor agregado se refiere a un proceso productivo en su globalidad.

b. Empleo Equivalente de Tiempo Completo en las actividades culturales

2.85. El Empleo Equivalente a Tiempo Completo (EETC) es el número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo. Se define como el total de horas efectivamente trabajadas por todas las personas empleadas dividido por el promedio de horas efectivamente trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo (SCN 2008: 19.43). Las horas trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo son establecidas por la legislación de cada país.

c. Gasto nacional total en cultura

2.86. El gasto nacional total en cultura da una visión más amplia de lo que representa el gasto en cultura, ya que no solo integra los usos nacionales finales y por otras actividades productivas no culturales de los bienes y servicios considerados como específicos de la cultura, sino también las adquisiciones de bienes de capital en productos no específicos por las actividades productivas características. Adicionalmente, se suman a estos los gastos asociados a las prácticas culturales de las personas (excepto lo que ya se ha incluido en la adquisición de bienes y servicios espe-

cíficos). Se sumarán las transferencias entre hogares asociadas a los pagos eventuales realizados por los consumidores derivados de los resultados de las prácticas culturales no productivas, así como los aportes de los otros agentes económicos para facilitar el acceso

a la cultura y su desarrollo (gasto en gestión cultural más transferencias corrientes y de capital de apoyo a la cultura). Esta aproximación se acerca un poco más a lo que el común de las personas tiende a llamar *gasto cultural*.



Claves para recordar

- El objetivo de las Cuentas Satélite de Cultura consiste en poner en mayor relieve lo que ya está inmerso en el sistema existente de las Cuentas Nacionales, asignar a la cultura lo que se dispersa en el sistema, y destinar recursos a mejorar la medición correspondiente.
- Para el caso de las Cuentas Satélite de Cultura, se definió el objeto de estudio a partir de la noción de campo de Bourdieu (1988), entendiéndolo como “aquellas actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio”.
- Los cuadros de análisis en el caso de las CSC son:
 - » Cuentas de producción de las actividades productivas características.
 - » Equilibrios oferta-utilización de los productos específicos (característicos y conexos).
 - » Estructura del sector productivo y empleo en las actividades productivas características.
 - » Gasto nacional en cultura (visión ampliada, más allá de los usos de los bienes y servicios específicos) clasificado por financiador/beneficiario.
- Esta metodología propone una batería de indicadores sintéticos que permiten comparar los resultados entre los países:
 - » El valor agregado cultural de cada sector cultural.
 - » Su peso en el PIB.
 - » El empleo en cada sector cultural expresado en términos de empleo equivalente de tiempo completo.
 - » Su peso en el empleo total.
 - » El gasto nacional cultural de cada sector y de la cultura en general.
 - » Su peso en el PIB.



BLOQUE II.

Herramientas para la caracterización y el cálculo de las cuentas de los sectores culturales

3. Delimitación y segmentación del campo de medición



Contenido

- » Delimitación del campo de medición para las CSC
- » Fronteras de producción y del consumo
- » Segmentación: sectores y subsectores

Introducción

3.1. Las Cuentas Satélite de Cultura tienen como marco de referencia el Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas (SCN 2008) y el Marco de Estadísticas Culturales-MEC de la Unesco del año 2009 (MEC 2009). Partiendo de los conceptos centrales de las Cuentas Nacionales definidos en el capítulo anterior, este capítulo presenta la delimitación del campo cultural de acuerdo con los momentos-eslabones del ciclo cultural descritos en el MEC 2009, con el objetivo de entender mejor cuáles son las actividades productivas características del campo cultural que deben ser objeto de análisis.

3.2. Posteriormente se establecen las fronteras de producción y de consumo; se abordan las nomenclaturas y las clasificaciones y finalmente, se presenta la segmentación del campo cultural en sectores y subsectores, identificando

para cada uno los productos específicos y las actividades productivas características que se podrían identificar, dependiendo de la organización de la producción en los diferentes países.

A. Delimitación del campo cultural para las Cuentas Satélite de Cultura

3.3. Considerando que las CSC son un sistema de información económica que tiene en cuenta el análisis de la circulación de los bienes y servicios pertenecientes a los sectores culturales desde una perspectiva económica, así como el estudio de los procesos por los cuales estos productos aparecen, esta Guía adopta el modelo del ciclo cultural del MEC 2009 para definir con precisión qué actividades del quehacer cultural se deberán considerar por cada sector del campo cultural.

Algunas definiciones clave sobre la creación

Según el MEC 2009, la creación se entiende como “el punto de origen de las nuevas ideas y contenidos, y la manufactura de productos originales” (MEC 2009: 19).

El proceso de creación artística incluye la imaginación, la capacidad de generar ideas originales y las nuevas formas de interpretar el mundo, expresado en textos, sonidos o imágenes (Throsby 2010: 15).

En términos económicos los derechos de autor pretenden remunerar la creatividad mediante la provisión de un incentivo a la creación y difusión de originales u obras de arte. Dicha financiación se da a través del mercado (Towse 2011: 134-1).

- 3.4. A continuación se enuncian y describen las cinco etapas del ciclo cultural, entendiendo que estas permiten visualizar cómo medir económicamente el quehacer cultural en cada uno de los once sectores culturales (dominios en el lenguaje del MEC) que propone esta Metodología. En otras palabras, el ejercicio de definición de las etapas del ciclo cultural que a continuación se presenta, y la posterior segmentación por sectores del campo cultural, es una interpretación del enfoque del MEC para efectos de medición económica de los productos y las acciones del quehacer cultural.
- 3.5. Por lo tanto, al efectuar la descripción de las etapas de creación, producción, difusión, exhibición-recepción-transmisión y consumo/participación de contenidos simbólicos relacionados con las artes y el patrimonio, esta Guía considerará que las actividades humanas que se encuentran dentro de las fronteras de producción (acciones del quehacer cultural) son las que permiten entender las primeras cuatro etapas del ciclo cultural, en cuanto, en la última etapa correspondiente al consumo – apropiación se visibilizan las prácticas culturales efectuadas por quienes acceden a los productos culturales característicos y conexos que son generados a través del ciclo de producción cultural.
- 3.6. Teniendo en cuenta dicha particularidad conviene recordar que las prácticas culturales están fuera de la frontera de producción, (tocar un instrumento, cantar frente un grupo de amigos o pintar), por lo cual no generan un ciclo de producción.

Creación cultural

- 3.7. La creación es una actividad cultural a través del cual escritores, pintores, escultores, autores, arquitectos, periodistas, guionistas, coreógrafos, productores de cine, entre otros artistas, logran plasmar en un soporte físico o digital sus ideas y expresiones simbólicas para generar una obra prima o enriquecer una manifestación existente relativa a las artes y el patrimonio. Por lo tanto, como acción del quehacer cultural, la creación no se ciñe a un momento puntual del ciclo cultural, sino que está presente tanto en el momento de activación inicial del ciclo para generar la obra prima, como a lo largo de todo el ciclo para enriquecer dicha obra prima y convertirla en obras derivadas, en otras palabras, en obras, piezas, representaciones y textos originales protegidos por el derecho de autor.
- 3.8. Sin embargo, para efectos prácticos se tiende a ubicar gráficamente la creación como la etapa inicial del ciclo cultural (véase el caso de la representación gráfica del ciclo efectuada por el MEC 2009) al considerar que es allí cuando la creación tiene un rol fundamental para activar todos los demás procesos productivos consecuentes del ciclo cultural. Esta representación gráfica no desconoce que la creación

como quehacer cultural es de carácter transversal y por ende, está presente en todas las etapas del ciclo: producción, difusión,

exhibición, recepción, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos.

e

Cuando el músico cubano José Fernández Díaz compuso la famosa canción “Guajira Guatanamera”, inspirado en los poemas de José Martí, creó una obra prima y activó todo un ciclo cultural. Posteriormente, dicha composición se ha enriquecido con los aportes creativos de sus intérpretes, ya sea por la incorporación de otros instrumentos para su musicalización –como lo hicieron para su disco Celia Cruz y el puertorriqueño José Feliciano–, su interpretación en un género musical diferente –como lo efectuó en vivo Luciano Pavarotti–, o su adaptación al francés e inglés por innumerables artistas. En cada uno de estos momentos de producción musical, difusión en medios físicos y digitales, así como transmisión en espectáculos en vivo, se dieron otros procesos creativos que les generaron derechos de autor conexos a quienes convirtieron esa canción de la música tradicional del oriente de Cuba en un éxito.

3.9. Al reconocer dicha particularidad, esta Metodología estipula dos esquemas para identificar los aportes de las actividades del quehacer creativo a lo largo del ciclo cultural, en términos del derecho de autor. El primero define el primer sector del campo cultural como creación literaria, musical y teatral, para visibilizar los ingresos registrados por derechos de autor a través de contratos de cesión de derechos

patrimoniales de obras primas de la literatura, la composición y el lenguaje lírico. El segundo calcula algunos de los efectos económicos de los procesos creativos que se efectúan a lo largo del ciclo a través de la estimación de los derechos patrimoniales de autor derivados de las actividades de producción, difusión, exhibición, recepción y transmisión de las obras derivadas.

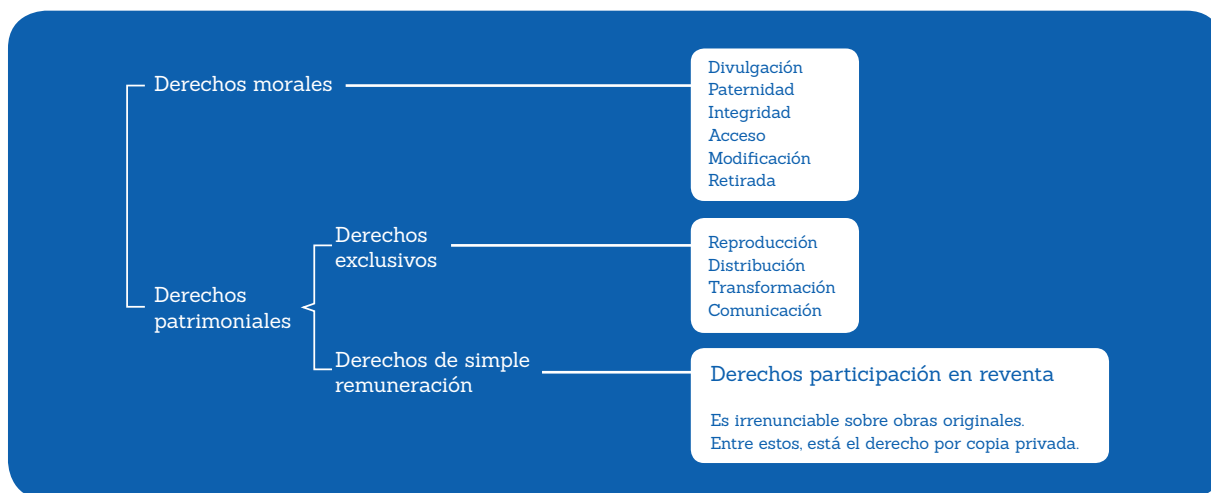
i

Derechos de Autor

De acuerdo a los principios establecidos en la primera ley de derecho de autor, denominada el Estatuto de la Reina Ana en el año 1710, son titulares de derechos morales y patrimoniales los creadores, intérpretes y ejecutantes de obras literarias, artísticas y musicales, desde el momento de su creación. Los derechos morales son intransferibles e irrenunciables y se refieren a la paternidad de las obras, y a la potestad de decidir sobre su divulgación, integridad, modificación y retiro. En cuanto a los derechos patrimoniales, se pueden ceder a terceros por un tiempo y lugar determinados, según los medios de transmisión que las partes determinen en contratos que regulan los usos de reproducción, distribución, comunicación y transformación.

De acuerdo a estos principios, los países de la región se adhirieron al Convenio vigente de Berna y cada país determina las particularidades del tema en su derecho interno.

Las instancias encargadas de promover la gestión de los derechos patrimoniales y de garantizar el cumplimiento de los derechos morales son las sociedades de gestión colectiva creadas por los titulares correspondientes. Los sistemas de información de dichas sociedades se convierten en fuentes de información importantes sobre los montos generados por cada tipo de derecho, tanto en el país de acción como en los países con los que esta entidad tenga convenios bilaterales de representación.



Producción

- 3.10. Esta segunda etapa del ciclo cultural corresponde a acciones del quehacer cultural a través de las cuales las obras primas se transforman en productos, bajo la forma de bienes o servicio, que se pueden poner o no a disposición del mercado. En palabras del MEC 2009, durante esta etapa se identifican las formas culturales reproducibles (por ejemplo los programas de televisión), las herramientas especializadas y la infraestructura. Sin embargo, para efectos de esta mirada pragmática del MEC con fines de medición económica, quedan por fuera aquellas actividades de producción cuya razón de ser no sea la creación, la producción, la difusión, la transmisión, el consumo y la apropiación de contenidos simbólicos referidos a las artes y al patrimonio, es decir, no se considerarán acciones que no sean del quehacer cultural.
- 3.11. Por ejemplo, la fabricación de productos finales que pueden ser considerados bienes de capital cultural o bienes destinados exclusivamente a una práctica cultural, están por fuera de la frontera de producción. Entre estos, la producción de pianos o flautas. Al respecto, es fundamental precisar que cuando la producción de instrumentos musicales corresponde a un quehacer cultural de un artesano, esta actividad de creación cultural es una transmisión de contenidos simbólicos referidos al patrimonio inmaterial, por lo que dicha actividad económica se considerará dentro de la frontera de producción cultural del sector patrimonial.
- 3.12. Los productos derivados de esta etapa del ciclo cultural pueden ser servicios o productos culturales característicos o conexos. En el caso de los servicios, estos corresponden a las actividades económicas relacionadas a los procesos de interpretación de contenidos simbólicos relativos a las expresiones artísticas, tales como las artes escénicas y las artes visuales, pero también a los comportamientos y las expresiones rituales y tradicionales.
- 3.13. En el caso de los productos culturales característicos o conexos, esta etapa se relaciona con las actividades del quehacer cultural que generan bienes en soporte físico o digital para que sus contenidos se distribuyan en la siguiente etapa del ciclo cultural a partir de múltiples plataformas de difusión.
- 3.14. Las características generales de los productos culturales de cada sector del campo cultural serán presentadas en el subtítulo C de este capítulo, sobre la Definición y descripción de los sectores. Sin embargo, es fundamental subrayar que como lo demuestran los resultados disponibles de las Cuentas de Producción en los países de la región que disponen de Cuentas Satélite de Cultura, existe una fuerte tendencia al aumento de la producción de contenidos digitales en los sectores de la música, editorial y juegos y juguetería, por encima del crecimiento en la producción de bienes de contenido de conocimiento en formato físico.

Difusión

- 3.15. La etapa de difusión del ciclo cultural se refiere a la divulgación de los productos culturales característicos y conexos que se encuentran en soportes físicos o virtuales, para ponerlos al alcance de los consumidores y exhibidores a través de diversas plataformas de comunicación y divulgación.
- 3.16. Algunas actividades del quehacer cultural relativas a esta etapa del ciclo cultural corresponden a los servicios de agencias de noticias para periódicos y revistas (84410, CPC rev 2), entre otros. Dichos servicios se pueden realizar a través de medios de comunicación tradicionales (radio, revistas y televisión, por ejemplo) y mediante múltiples canales de distribución en línea que surgen constantemente ante el auge de las tecnologías de la información y la comunicación.
- 3.17. Ante esta particularidad, debe tenerse en cuenta que para un mismo producto cultural pueden existir diversos esquemas de difusión. Dada la especialización de los públicos, en el ámbito cultural se tiende a promover la divulgación de las obras protegidas por el derecho de autor por medio de los canales de difusión tradicionales (televisión, radio, periódicos, revistas, etc.) y, cada vez más, por los canales digitales que cobran más preponderancia en el entorno creativo, se diversifican, se especializan y están en constante proceso de reinención, transformación e innovación.
- 3.18. Este es el caso de la mayoría de los productos de los sectores musical, editorial, audiovisual, y juegos y juguetería. Por ejemplo, durante el lanzamiento de una canción, la difusión se puede efectuar en emisoras de radio analógicas o digitales, en comerciales de televisión, pauta en revistas o periódicos, así como a través de redes sociales, plataformas de distribución de contenidos como YouTube, Deezer o Spotify, portales web y aplicaciones especializadas para dispositivos móviles (celulares, computadores, Ipads, etc.) como iTunes.



Recuerde que:

Los procesos de difusión en plataformas digitales son cada vez más recurrentes no solo en el sector de la música y audiovisual, en las artes escénicas se multiplican cada vez más estrategias de divulgación que permiten en espacios no convencionales difundir los contenidos simbólicos. Así mismo, los museos y las instituciones culturales están haciendo esfuerzos significativos para poner a disposición del público piezas de su patrimonio mueble e inmueble. Algunos casos significativos son:

En el año 2013, el Centro Cultural del BID lanzó su Museo Virtual a través de una aplicación que permite visualizar la colección de arte latinoamericano que alberga el Organismo, integrada por más de 300 piezas provenientes de 37 países de la región.

Durante la temporada 2015-2016 del Metropolitan Opera de Nueva York y el ballet Bolshoi, la compañía de CineColombia retransmitió dichas representaciones en vivo en sus salas de cine. En ese mismo año y país, la empresa Cinemark presentó simultáneamente las funciones del Royal Opera House de Londres.

A la fecha, el Museo de Arte de Lima - MALI difunde en su portal de internet seis de sus colecciones que contemplan más de 7.000 obras, que corresponden a piezas del período prehispánico hasta adquisiciones recientes del museo.

Por su parte, el Instituto Nacional de Antropología e Historia de México desarrolló de la mano de Google el proyecto Special Collection para ofrecer 31 recorridos virtuales por distintas zonas arqueológicas del país, a través del uso de las plataformas Google Earth y Google Maps.

Algunas definiciones clave:

El consumo hace referencia a las actividades de las audiencias y consumidores en los procesos de experiencia cultural. El término consumo se relaciona con la actividad que conlleva un pago o una adquisición por parte del consumidor, mientras que la participación alude a tomar parte de una actividad de aficionados o que no implique remuneración (MEC 2009: 44).

Los indicadores de consumo pueden aproximarse al proceso de apropiación, ya que una persona con la costumbre de consumir o participar en actividades culturales, genera un hábito y una apropiación, lo que conlleva a un crecimiento de su capital simbólico que puede verse reflejado en la ampliación de sus capacidades humanas y en la producción de bienestar para sí mismo y para la sociedad (Sen 2000: 29-31).

La apropiación corresponde a un eslabón de la cadena de producción que no se puede medir contablemente, pero que es fundamental para entender cómo tras el consumo propiamente dicho, quien disfruta del bien o servicio se puede apropiar de estos contenidos simbólicos, bien sea para recrear otros contenidos culturales o adoptarlos como parte de su capital cultural. (Rey 2012: 47).

Exhibición – recepción - transmisión

- 3.19. En esta etapa del ciclo cultural ocurren diversas acciones del quehacer cultural relativas a la transferencia de los contenidos simbólicos para que puedan ser disfrutados por el público en un lugar determinado. Por esta razón, el MEC 2009 precisa que durante esta fase se da la provisión de experiencias culturales en vivo y/o no mediadas a audiencias a través del acceso restringido con fines de consumo o participación en actividades culturales puntuales (organización y producción de festivales, teatros, cines o museos).
- 3.20. Hacen parte de dichas acciones del quehacer cultural relativas a la transmisión de contenidos de audio (84322, CPC rev 2), la transmisión de contenidos de video (84332, CPC rev 2), los servicios de proyección de películas cinematográficas, entre otros. Es importante tener en cuenta que esta etapa es particularmente importante en los sectores de las artes plásticas y visuales, el audiovisual y la radio, el sector de la música, las artes escénicas y el patrimonio inmaterial.
- 3.21. Entre las particularidades de esta etapa del ciclo cultural se destaca un creciente incremento de la utilización de espacios no convencionales para la exhibición y transmisión al público de los contenidos simbólicos. Es el caso, por ejemplo, de la exhibición de películas en parques, la realización de conciertos en sitios patrimoniales abiertos, o la creación de instalaciones artísticas en espacios públicos de las ciudades, lo que implica que no se consideren exclusivamente los espacios institucionales tales como los teatros, las salas de concierto y los cines, entre los espacios para la realización de estas acciones del quehacer cultural.

Consumo y apropiación

- 3.22. Esta última etapa del ciclo cultural, al contrario de las etapas anteriores, no está asociada a las acciones del quehacer cultural sino a las prácticas culturales propiamente dichas. Es decir, a las actividades culturales de quienes acceden a los contenidos simbólicos (consumidores) para que estos puedan ser disfrutados y apropiados de forma gratuita o mediante el pago que garantiza su acceso.
- 3.23. Las prácticas culturales relativas al consumo y la apropiación, para efectos de las Cuentas Satélite de Cultura y como se destacó en el numeral 3.6., son importantes a la hora de calcular el gasto, por lo que la estimación de los ingresos generados por el consumo y la apropiación de los contenidos simbólicos de cada uno de los sectores se calcula en el capítulo 6, correspondiente al gasto. Los aspectos más descriptivos sobre estos procesos culturales de disfrute se analizan en el capítulo 9, referente a los indicadores complementarios. Es a través de la interpretación

de aspectos relativos a los hábitos culturales, puntualmente sobre los lugares para el acceso, los formatos preferidos para el consumo, los géneros de preferencia y las frecuencias de las prácticas de disfrute de los contenidos simbólicos relativos a las artes y al patrimonio, se puede retroalimentar y enriquecer el análisis de los resultados del cálculo de las cuentas de producción, gasto, empleo, y los balances de oferta y utilización.

- 3.24. En concordancia con esta precisión, en el subtítulo C del presente capítulo, sobre la *Descripción y caracterización de los sectores*, no se tendrán en cuenta los efectos económicos derivados de la realización de las prácticas culturales para cada sector, ni se abordarán aclaraciones sobre el tema.

B. Segmentación del campo cultural para las Cuentas Satélite de Cultura

- 3.25. La segmentación del campo cultural para la medición económica que propone esta Guía se efectúa asumiendo que, si bien los diferentes contenidos simbólicos de las artes y al patrimonio cuentan con estructuras de producción, circuitos de difusión y esquemas de transmisión que varían ampliamente dependiendo del lenguaje y el tipo de expresión artística a la que se refieran, para efectos prácticos de esta Metodología se agregan en sectores culturales que comparten características culturales y económicas comunes.

- 3.26. Tales características corresponden a las formas de expresión que dan origen a las obras derivadas, por ejemplo, el lenguaje creativo

en el que se expresan (teatral, literario o musical), el tipo de agentes culturales que intervienen (cantantes, diseñadores o escultores), y la principal finalidad cultural de dichos contenidos simbólicos (transmisión de saberes tradicionales, formación cultural o lúdica).

- 3.27. Al considerar dichas características culturales y económicas, la segmentación del campo cultural estipula once sectores culturales, que a su vez se dividen a partir de los mismos criterios de segmentación de los sectores, en subconjuntos denominados subsectores. Es decir, cada subsector en el interior de los once sectores, corresponde a una agregación mucho más puntual a partir de las características culturales y económicas comunes.

- 3.28. Vale destacar que la propuesta de segmentación que se presenta a continuación fue trabajada a lo largo de los años 2013 a 2015, a través de un proceso de consultas realizadas a los técnicos de las Cuentas Satélite de Cultura de los países de la región Iberoamericana y el análisis del Comité de Actualización de esta Metodología.

- 3.29. A diferencia de la propuesta de segmentación del campo cultural presentada en el año 2009, esta no considera el patrimonio natural como sector específico, sino será contemplado globalmente a la hora de analizar el patrimonio material e inmaterial.

- 3.30. La segmentación revisada para esta edición de la Guía de implementación de las CSC contempla los siguientes sectores

Tabla 3.1 Sectores y subsectores que conforman el campo cultural

Sector	Subsector
Creación- derechos de autor	Literario
	Musical
	Teatral
Diseño	Arquitectónico
	Industrial o de productos
	Gráfico
	Textil
	Moda
	Joyas
	Publicitario
Web	
Juegos y juguetería	Juegos y juguetería
Artes escénicas y espectáculos artísticos	Teatro
	Danza
	Otras formas de artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
Artes visuales	Artes plásticas (incluye representaciones de origen mixto)
	Fotografía
	Artes gráficas e ilustración
Música	Presentaciones musicales en vivo
	Edición de música
	Producción fonográfica
Audiovisual y radio	Cine y video (incluye animación)
	Radio
	Televisión
	Juegos on-line
	Videojuegos
Libros y publicaciones	Libros
	Publicaciones periódicas
	Bibliotecas
Educación cultural	Educación cultural no formal (orientada a la lúdica)
	Educación cultural formal (incluye la educación superior, formación en bellas artes, diseño y otros)
Patrimonio material	Entidades museales
	Archivos históricos culturales
	Otro patrimonio inmueble (centros históricos, monumentos históricos, patrimonio arqueológico)
	Otro patrimonio mueble (antigüedades, cuadros históricos, etc.)
Patrimonio inmaterial	Fiestas tradicionales y patrias
	Cocinas tradicionales
	Artesanías
	Lenguas

Fuente: propuesta desarrollada por el CAB, a partir de las recomendaciones de la Reunión Internacional de Costa Rica, febrero de 2014

3.31. Cada país puede crear distintos escenarios a partir de sus propias necesidades y de la disponibilidad de información. Podrían agregarse algunos sectores, por ejemplo el deporte o algunas prácticas y manifestaciones culturales relacionadas con el campo religioso que para ciertos países hace parte de la afirmación de la identidad cultural. Sin embargo, para poder

identificar un escenario común que permita una comparación tanto internacional como nacional (en el caso de los países que repliquen las cuentas a nivel territorial), esta propuesta de segmentación del campo cultural debería tomarse como una plataforma para la comparación. Cada país que implemente las CSC deberá especificar claramente cuál ha sido el

ámbito adoptado y señalar los sectores que ha incluido para presentar separadamente las áreas que le son propias.

- 3.32. Es igualmente importante subrayar que si bien se reconoce que en el contexto cultural actual hay una fuerte tendencia a la interrelación de diversos lenguajes, formatos y agentes creativos en las etapas de creación y transmisión del ciclo cultural, se debe identificar en dichos procesos de transversalidad creativa la preponderancia de alguno de los lenguajes o formatos identificados entre los once sectores del campo cultural. Por ejemplo, cuando se ponen en escena manifestaciones creativas que incluyen representaciones de danza, música y teatro, pero a su vez tienen como espacio de intervención instalaciones o sitios patrimoniales y una ambientación con artes digitales.
- 3.33. Finalmente, al respecto es importante aclarar que la segmentación del campo cultural en sectores implica identificar para cada uno cuáles son los productos y acciones del quehacer cultural que involucran. Esta identificación se presenta en el subtítulo C, de acuerdo a las precisiones que a continuación se realizan sobre las nomenclaturas y clasificaciones.

C. Nomenclaturas y clasificaciones utilizadas para la identificación de productos y actividades culturales

- 3.34. La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU rev 4) y la Clasificación Central de Productos (CPC ver 2) son los clasificadores internacionales de referencia que se utilizan para la identificación de las actividades económicas y de los productos en la mayoría de los marcos conceptuales de medición económica y en particular en el marco del SCN. Son las que se utilizarán para estas recomendaciones.
- 3.35. Cuando se trata de aplicar estos clasificadores al universo de la cultura, se encuentra que en algunos casos no son suficientemente detalladas como para poder lograr la identificación de productos o actividades productivas características del campo cultural (acciones del quehacer cultural). De darse este caso, en la recomendación, se identificarán estos productos y actividades productivas con una (p) (parcial). Una misma actividad o un mismo producto de las nomenclaturas internacionales

pueden referirse a varias acciones del quehacer cultural o productos que pertenecen a varios sectores culturales, o pueden corresponder a varios sectores culturales y también al ámbito no cultural.

- 3.36. Algunos países de la región han generado adaptaciones nacionales de estas clasificaciones, que pueden resolver parcialmente estos inconvenientes, al proponer mayores desagregaciones precisamente para estos productos y actividades o solamente para algunos de estos. En los casos que todavía no se ha efectuado la adaptación nacional a las clasificaciones CPC y CIIU es importante que los encargados de las estadísticas de cultura avancen en este sentido para lograr a corto, mediano o largo plazo mejorar los procesos de medición económica de la cultura con la identificación de los productos específicos y de las actividades productivas características culturales.
- 3.37. En los casos en que las desagregaciones son insuficientes, las soluciones que se pueden proponer y que deben aplicarse a nivel país, para cada producto o actividad clasificados como (P) (parcial) en la clasificación internacional, son las siguientes:

- Imposibilidad de identificar el producto "cultural" incluido dentro de un producto CPC demasiado general. Por ejemplo, el producto CPC 32550 correspondiente a "Planos y dibujos de arquitectura, ingeniería, industrial, comercial y topográficos o con fines similares, originales trazados a mano; textos manuscritos; reproducciones fotográficas y copias carbónicas de dichos artículos" podría corresponder al sector de "diseño" cuando incorpora elementos que no son solamente técnicos, sino también estéticos; mientras el resto del producto no es cultural. Para este caso, hay dos soluciones posibles: o se considera que su componente cultural es predominante, y se clasificará el producto en su totalidad como cultural; o se considerará que su componente cultural no es el predominante, y se excluirá este producto de la medición de la cultura. En ambos casos, la opción que se tome por parte de quien aplique la Metodología debe efectuarse haciendo una mención en la clasificación de productos;

- Imposibilidad de abrir un producto, identificado principalmente como cultural, pero cuyos componentes pertenecen a diferentes subsectores; en este caso, se debería optar por clasificar el producto en uno solo de los sectores culturales. Por lo cual, una mención debe figurar en la clasificación de productos (caso por ejemplo del producto CPC 96320 “Servicios prestados por autores, bailarines, compositores, escultores y otros artistas, excepto servicios de interpretación”) parte del cual pertenece al sector de la creación, otra al sector de artes plásticas y visuales;
 - Imposibilidad de “abrir” una actividad productivas considerada como el origen típico de uno o varios productos considerados como culturales, sea porque no existe información que permita hacerlo, sea porque en la práctica, no existen establecimientos (empresas o partes de empresas con la información suficiente para establecer una cuenta de producción) que tengan esta acción del quehacer cultural típica. Este es el caso de la educación artística que se provee en los establecimientos escolares: si bien en ciertos casos, principalmente en el nivel de la educación secundaria, existen profesores que dictan las materias de educación artística (música, artes visuales, etc.) de manera exclusiva, no hay cuentas completas, que permitan establecer un establecimiento productivo que produzca este producto de manera típica y principal. Por lo tanto, si se considera adecuado se podrá identificar el producto, pero será necesariamente un producto conexo.
- 3.38. De ninguna manera, se deben crear categorías artificiales de acciones del quehacer cultural, en las cuales no existen realmente establecimientos, es decir empresas o partes de empresas para los cuales existen cuentas detalladas de producción e identificación separada de los costos de producción. Las acciones del quehacer cultural que se identifican en las cuentas deben corresponder a verdaderos establecimientos y no a construcciones conceptuales, recordando sin embargo, que los productores independientes o informales son verdaderas unidades de producción, a pesar de no ser disponible su información.
- 3.39. Los productos culturales para los cuales no ha sido posible identificar una actividad del quehacer cultural para la cual su producción representa una porción importante de su producción, se considerarán como conexos.
- 3.40. Téngase en cuenta que en aquellos casos donde no sea posible identificar una acción del quehacer cultural para la producción significativa de ciertos productos culturales, estos productos se considerarán como conexos. No se podrá asociar una actividad del quehacer cultural característica, es decir que no se incluirá en el cálculo del PIB cultural pero si se deberá establecer un equilibrio oferta-utilización para estos productos conexos e incluirlos en el cálculo del gasto.
- 3.41. En algunos países es posible que no existan o no es posible identificar estadísticamente actividades definidas en el marco internacional como características y por consiguiente, será necesario anexar una justificación metodológica.

D. Definición y caracterización de los sectores culturales

- 3.42. La descripción de los once sectores del campo cultural se efectúa para identificar: (i) los productos específicos de cada uno; (ii) las actividades productivas características que implica la producción de dichos productos; (iii) el tipo de agentes culturales que intervienen; (iv) las particularidades relativas al empleo que generan, y; (v) algunas características generales de sus etapas de producción, difusión y exhibición – recepción – transmisión.



Sector Creación literaria, musical y teatral

- 3.43. Según se precisó en el numeral 3.10., la creación está presente a lo largo del ciclo cultural de manera transversal, desde el momento de concepción de la idea (obra prima) hasta la puesta a disposición del producto característico o conexo al público. Sin embargo, con la intención de visibilizar los efectos económicos generados por aquellas obras literarias, musicales y teatrales que son capaces de activar los procesos de producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación cultural de productos del sector editorial, musical, audiovisual, escénico y patrimonial, principalmente, este primer sector del campo cultural deberá valorar la titularidad de las obras primas en dos casos.
- 3.44. Primero, por los ingresos económicos generados para el autor a través de licencias de uso o cesiones de derechos patrimoniales a terceros para la producción, difusión y transmisión de las creaciones, para lugares, formatos y tiempos determinados. Segundo, por los activos económicos que representa para el autor la titularidad de sus derechos patrimoniales, en términos de stock de capital. Valoración de las obras primas como activos fijos intangibles
- Valoración de las obras primas como activos fijos intangibles**
- 3.45. Durante la primera etapa del ciclo cultural los productos generados corresponden a manuscritos o un documento digital de un libro, una partitura o guión de una pieza teatral o audiovisual. La valoración de estas obras primas, al ser un activo fijo intangible que pertenece al autor de dicho contenido simbólico, debe efectuarse según el párrafo I 6.208 del SCN 2008, considerando el flujo total actualizado de los ingresos efectivos o esperados provenientes de la venta o uso de sus copias, que han de cubrir los costos del original (obra prima), y los ingresos en que se incurre al producir las copias.
- 3.46. El cálculo de los ingresos efectivos o esperados de la venta o uso de las copias de una obra prima no es un procedimiento fácil. Desde la óptica estadística, el autor es siempre una persona natural que trabaja de manera independiente y por cuenta propia hasta obtener un producto, por lo cual para él la obra será un activo intangible producido por cuenta propia, a partir del cual podrá empezar a generar ingresos vía el cobro de derechos asociados con la propiedad intelectual.
- 3.47. Como símil, y para entender la medición, se puede pensar en un individuo que construye una casa por su propia cuenta, comprando materiales, mano de obra de tercero, y poniendo su propio trabajo, capital propio o recursos obtenidos en el mercado. En este caso se registra económicamente una producción de una vivienda, construida por cuenta propia. Este propietario puede poner en arriendo esta casa, y las cuentas económicas registrarán un flujo de ingreso (un arriendo) generado a partir de este activo. Por lo tanto, en las Cuentas Nacionales se registrarán los dos procesos de producción: el de la casa, y luego la producción de servicios de arrendamientos de vivienda.
- 3.48. En el caso de la valoración de los activos intangibles de las obras primas la situación es similar: el creador produce (usualmente por su propia cuenta) su obra original. Para estos efectos, los insumos que utilizará para la creación van desde la adquisición de bibliografía, la realización de viajes con fines específicos para la creación e inclusive la destinación de recursos significativos para la formación cultural que le permiten a partir de dicho capital cultural tener más insumos creativos para su quehacer cultural. La remuneración del productor por su trabajo realizado (producción característica cultural) corresponderá, por lo tanto, a la diferencia entre estos insumos para la creación literaria, musical y teatral y, el valor monetario de este activo que es un ingreso mixto. En cuanto, de la misma manera que para el caso de la casa, de una parte, se debe registrar la producción del activo intangible de la obra original, y de otra, el flujo de ingresos generados a partir de este medio de producción.

3.49. La identificación de los flujos de ingresos generados como se verificó en el subtítulo anterior, se efectúa a través de los recursos generados por las acciones del quehacer cultural estipuladas por los derechos de autor.

3.50. La dificultad, para el caso de las Cuentas Satélite de Cultura, es la valoración del activo. En el caso de la vivienda, este valor de los flujos está dado por el mercado y es igual al valor de mercado de viviendas similares vendidas ya que este valor de mercado debe en teoría ser igual a este valor presente. Mientras que para el caso de las obras originales, se está en el caso de un activo producido por cuenta propia que debe estimarse de acuerdo al valor presente de los flujos de ingresos futuros estimados. La estimación de su valor depende estrechamente del éxito de las obras derivadas. Adicionalmente, es difícil asignar en el tiempo el valor de la creación pues el proceso productivo de obras derivadas puede extenderse varios años, y solamente se revelan dichos

valores en el momento que se declaran porque existen transacciones para negociar los derechos de explotación.

3.51. La intención detrás de estas precisiones sobre la valoración de las obras primas literarias, musicales y teatrales como activos fijos intangibles es aclarar que los efectos económicos generados por este primer sector del campo cultural son mucho más importantes que los que se logran registrar actualmente a través de la información económica disponible. Igualmente, se trata de un primer acercamiento teórico sobre cómo abordar la medición económica de este sector, para que a futuro efectivamente se pueda avanzar en la materia y dar cuenta de todo el valor económico generado por las obras primas.

Para avanzar en la determinación de métodos que permitan efectuar la valoración de las obras primas como activos intangibles, se presenta en el Recuadro 3.1 ciertas precisiones.

Recuadro 3.1 Valoración de la formación de capital en activo intangible asociada con la creación literaria, musical y teatral

La teoría determina que el activo intangible debe estimarse como el valor presente de los flujos esperados de ingresos futuros. Matemáticamente, este valor toma la forma siguiente:

$$\text{Valor activo} = \sum_n \frac{IP_n}{(1+i)^n}$$

En donde:

IP_n representa el flujo de ingresos generados por la propiedad intelectual en el período n a precios del año 0;

i representa la tasa de actualización para llevar los valores de cada año n al año 0.

Si se estima dicha fórmula con un ejemplo ficticio, se deben ilustrar dos situaciones diferentes:

Una primera situación donde el "producto" tiene éxito en el tiempo; es decir, genera un flujo de ingresos no solamente en el año inicial, sino en el tiempo. Por ejemplo, un libro con varias reediciones que adicionalmente se adapta luego para una película.

Una segunda situación en la cual el producto que genera un impacto económico significativo en el primer año, pero luego los efectos económicos generados en el año siguiente son reducidos y en el tercero no se genera ninguno.

Suponiendo que la tasa de actualización corresponde a un 4%, se tendría la siguiente representación:

	Caso 1		Caso 2	
	Flujo ingreso		Flujo ingreso	
Año 0	100	100	100	100
Año 1	40	$=40/(1,04) = 38,6$	5	$=5/(1,04) = 4,8$
Año 2	20	$=20/(1,04)^2 = 18,5$	0	
Año 3	10	$=10/(1,04)^3 = 8,9$	0	
Total		166		104,8

En el primer caso, el flujo esperado de ingresos genera un valor presente de 166; mientras en el segundo, se establece un valor presente de solamente 104,8. En ambos casos, el ingreso generado en el primer año, año en que la creación es recibida en el mercado, es 100.

Al respecto, debe observarse dos hechos:

- De una parte, es difícil, sino imposible, desde el momento en que el resultado de la creación es aceptado por el mercado, conocer el flujo esperado de ingresos que va a generar: un autor siempre tendrá tendencia a sobrevalorar el éxito que pueda tener su producto, y sobre valorar entonces su valor patrimonial:

Por otro lado, daría la impresión que se tiene una doble contabilización en particular en el año de “comercialización” del resultado de la creación, ya que se tendría, de una parte el valor del “activo intangible” (166 en el primer caso y 104,8 en el segundo) y al mismo tiempo, el valor del flujo de derechos de propiedad intelectual de 100, que es el único “ingreso” efectivo que recibe el creador. Al respecto surge la inquietud sobre qué estaría pasando en este contexto.

- En la realidad, efectivamente, hay dos procesos de producción que se “encadenan”: el primero, la producción del activo intangible, cuyo valor bruto de producción es el dado por el cálculo anterior (166 o 104,8). Para realizar esta producción el autor puede haber tenido gastos (costos intermedios) que estimemos en 10. Es decir que el valor agregado bruto generado en este proceso de producción es (166-10 = 156; o 104,8-10 = 94,8); el segundo proceso corresponde a la generación de un flujo de ingresos en el año 0 a partir de este activo, es decir 100. Supóngase que no ha habido gastos adicionales, y que por consiguiente, se ha generado un valor agregado bruto de 100. Sumando los dos valores agregados generados en la suma de estos procesos, se tiene un valor agregado correspondiente a la unidad productivo (el autor) de (156+100 = 256 (caso 1) o 94,8 + 100 = 194,8 (caso 2)) lo que parece indicar intuitivamente que hay una doble contabilización pues el flujo de ingresos generado en el año 0 (100) aparece contabilizado, tanto en formación de capital como en flujo de ingreso (venta a terceros). En el caso de la construcción de la vivienda, esta “doble contabilización” (que también existe) no es tan visible y no pone problemas.
- Sin embargo, debe entenderse que si, en lugar de utilizar el indicador de valor agregado bruto, en que no se descuenta el efecto de la pérdida de valor de los activos, consecuencia del proceso de producción, se utilizará el indicador de valor agregado neto en que se toma en cuenta esta situación, se observa que ya no hay duplicación pues la pérdida de valor del activo intangible en el período inicial es precisamente igual al valor del flujo de ingresos por derechos de autor, es decir, que el valor agregado neto del proceso de producción está igual a 0¹.

Valoración de los ingresos por derechos de autor

3.52. La titularidad de las obras primas literarias, musicales y teatrales, de acuerdo a la normatividad del Derecho de Autor concede –según se referenció en la página 51– dos tipos de derechos, los morales y los patrimoniales. Los ingresos económicos generados por las licencias de uso y los contratos de cesión de derechos realizados directamente por el autor de las obras primas con terceros se incluyen en el sector de la creación literaria, musical y teatral.

3.53. Las licencias de uso autorizan a una persona (natural o jurídica) la *utilización* de la obra, estableciendo las condiciones de tiempo, modo y lugar, sin desprenderse de ninguno de sus derechos. Los contratos de cesión de derechos *transfiere* uno o varios derechos patrimoniales a otra persona (natural o jurídica) con unas condiciones, por un tiempo y en un lugar determinado o determinable, lo que convierte a quien los adquiere en titular derivado (Cerlalc, 2011).

3.54. Estas condiciones implican que los autores permiten el uso o ceden los derechos de explotación de sus obras por tiempos, lugares y formatos determinados, pero no renuncian a la posesión de la obra, por lo que independientemente de que la obra se encuentre o no sujeta a una licencia de uso o contrato de

cesión de derechos, como bien de capital le representa a su creador un activo sujeto a valoración económica, durante los tiempos que estime la ley de cada país antes que dichas obras pasen a ser de dominio público, como se verá en el siguiente subtítulo.



Recuerde:

Autor de una obra sólo puede ser un individuo, porque el ser humano es el único capaz de expresar emociones, plasmarlas en diversas formas y lenguajes y divulgarlas a terceros. Las empresas, sociedades, instituciones u otras personas jurídicas sólo se les conceden el carácter de cesionarios.

Las obras, por lo tanto los productos para efectos de las CSC, están protegidos de manera automática por los derechos de autor desde el momento en que la idea original es exteriorizada en un formato físico o digital que pueda ser reproducido, representado, ejecutado, etc, según el género al cual pertenezca.

Los derechos morales son perpetuos, inalienables, imprescriptibles, irrenunciables e inembargables. Sólo se transmiten por mortis causa en beneficio de los herederos. Por lo tanto no generan recursos económicos. Mientras los derechos patrimoniales tienen una temporalidad específica que está definida por las leyes de derecho de autor de cada país, dependiendo del tipo de obra, son renunciables y transmisibles a terceros a través de licencias de uso y explotación.

Conozca:

[Sociedades de gestión colectiva en Iberoamérica – listado disponible en el Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor \(ODAI- Cerlalc\)](#)

[Biblioteca especializada del Instituto de Autor con la normatividad vigente de todos los países de la región.](#)

[Biblioteca especializada de la OMPI – Convenciones, Tratados e iniciativas internacionales.](#)

3.55. Esta Metodología se enmarca en la normatividad de derechos de autor para estimar los ingresos en este primer sector del campo cultural por dos razones. La primera, todos los países de la región iberoamericana ratificaron y adoptaron en su Derecho interno el Convenio de Berna y a la vez, son Estados miembros de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI. Segundo, el Sistema de Cuentas Nacionales del 2008, en su capítulo 10, párrafos 10.100 y 10.101, proporciona pautas sobre el tratamiento, como productos distintos, de los originales y de las copias de los productos regidos por regímenes de propiedad intelectual. Ver el recuadro 3.2.

3.56. Esta consideración implica que solo se contemplarán en este sector del campo cultural los montos recibidos por escritores, compositores, guionistas y libretistas a través de licencias de uso y contratos de cesión de derechos. En cuanto a los ingresos por derechos de autor de cantantes, ilustradores, actrices, traductores, productores o arreglistas, quienes a su vez realizan actividades del quehacer cultural con componentes de creación para enriquecer la obra prima y convertirla en una obra derivada, adquiriendo derechos patrimoniales sobre los productos culturales, se calcularán en el sector del campo cultural en el que se concentren sus actividades.

- 3.57. En ese sentido, para este sector se deben considerar los montos generados por licencias de uso y contratos de cesión de derechos de explotación económica que efectúan titulares de derechos de autor con intérpretes y ejecutantes, para la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de sus obras primas. En términos de la CPC, revisión 2, se expresan como los siguientes cuatro productos: 73320 (servicios de concesión de licencias para el derecho de uso de obras originales literarias, artísticas y de entretenimiento), 73390 (servicios de concesión de licencias para el derecho de uso de otros productos de propiedad intelectual), 96320 (P) (servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes), y 96330 (servicios de autores, compositores y otros artistas de obras originales, excepto artistas intérpretes, pintores y escultores). Ver la Tabla 3.2.
- 3.58. Entre las principales fuentes de información para identificar estos recursos están las compañías de fijación de la obra en formato físico o digital y las sociedades de gestión colectiva.
- 3.59. Las empresas, sean editoriales, disqueras, compañías de teatro, museos o galerías, tienen la información sobre sus gastos en contratos para la creación de obras específicas por encargo y/o la adquisición de licencias de uso directamente con el escritor, compositor o guionista.
- 3.60. Las sociedades de gestión colectiva, entendidas como las instituciones creadas por los autores para gestionar sus derechos patrimoniales, cuentan con complejos sistemas de información que les permiten identificar los montos que deben recaudar por concepto de derechos de comunicación al público y distribución. Por ejemplo, las sociedades de gestión colectiva del sector de la música se encargan de recaudar los montos generados por dichos derechos, a nombre de los compositores, a través de sistemas de cobro que están estipulados en la normatividad de derechos de autor de cada país. De esta manera, se evita que los autores deban cobrar individualmente a cada particular o persona jurídica que hace uso de sus obras para el disfrute colectivo.
- 3.61. En los casos en los que no se cuente con información generada por las sociedades de gestión colectiva o las unidades que adquieren las licencias de uso de obras literarias, musicales y teatrales, se puede optar por efectuar encuestas directas a los creadores con el fin de conocer los montos por adquisición de derechos patrimoniales, según el tiempo, el lugar y el formato determinado.
- A continuación se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

Tabla 3.2 Productos específicos del sector de creación y actividades productivas características asociadas

Código CPC Rev 2	PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS				
	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
73320	Servicios de concesión de derecho de uso de obras originales literarias, artísticas y de entretenimiento	Servicios de licencia para reproducir, distribuir o incorporar obras del entretenimiento, literatura, musicales o artísticas tales como la difusión y la exhibición de películas originales, grabaciones de sonido, programas de radio y televisión, grabaciones de cintas y videos, la reproducción original de obras de arte, reimpresión y copia de manuscritos, libros, revistas y publicaciones periódicas.					Se incluyen las siguientes actividades: producción de obras de teatro, conciertos, espectáculos; operísticos o de danza y otras producciones escénicas: actividades de grupos, circos o compañías, orquestas o bandas; actividades de artistas individuales, como escritores, directores, músicos, conferenciantes, escenógrafos y constructores de decorados, etcétera; gestión de salas de conciertos, teatros y otras instalaciones similares; actividades de escultores, pintores, dibujantes, grabadores, etcétera; actividades de escritores de todo tipo; por ejemplo, de obras de ficción, de obras técnicas, etcétera; actividades de periodistas independientes; restauración de obras de arte, como cuadros, etcétera. Se incluyen también las siguientes actividades: actividades de productores o empresarios de espectáculos artísticos en vivo, aporten o no ellos mismos las instalaciones correspondientes		Se excluyen las siguientes actividades: producción de obras de teatro, conciertos, espectáculos; operísticos o de danza y otras producciones escénicas: actividades de grupos, circos o compañías, orquestas o bandas; actividades de artistas individuales como escenógrafos y constructores de decorados, etcétera; gestión de salas de conciertos, teatros y otras instalaciones similares; actividades de escultores, pintores, dibujantes, grabadores, etcétera; restauración de obras de arte, como cuadros, etcétera. Se excluyen también las siguientes actividades: actividades de productores o empresarios de espectáculos artísticos en vivo, aporten o no ellos mismos las instalaciones correspondientes
73390	Servicios de concesión de licencias para el derecho de uso de otros productos de propiedad intelectual	Esta subclase incluye servicios de concesión de licencias para el derecho de uso de otros tipos de productos de propiedad intelectual, tales como planos de arquitectura e ingeniería, diseños industriales, etc.			9000 (P)	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento			
96330	Servicios de autores, compositores y otros artistas de obras originales, excepto artistas intérpretes, pintores y escultores	Esta subclase incluye obras originales de: - autores, es decir libros manuscritos, - compositores, es decir, la partitura original de la música. La creación de estas obras originales se realiza por cuenta propia, es decir, de su producción se destina a la venta sin un contrato o comprador conocido.	Esta subclase no incluye obras originales de pintores y escultores, cf. 38961						

Nota: *Tengase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.*

Recuadro 3.2 Referencias del SCN 2008 a la titularidad por derechos de autor

La producción de libros, grabaciones, películas, programas de informática, cintas, discos, etc. es un proceso en dos fases, la primera de las cuales es la producción del original y la segunda la producción y uso de copias del original. La producción de la primera fase es el original mismo, sobre el cual puede establecerse la propiedad jurídica o de hecho, mediante el derecho de autor, la patente o el secreto. (SCN 2008, 6.208)

Los originales para esparcimiento, literarios o artísticos consisten en los originales de películas, grabaciones sonoras, manuscritos, cintas, modelos, etc., que llevan grabados o incorporados representaciones teatrales, programas de radio y televisión, interpretaciones musicales, acontecimientos deportivos, producciones literarias y artísticas, etc. Tales trabajos se desarrollan frecuentemente por cuenta propia, en consecuencia pueden venderse totalmente o por medio de licencias. Se aplican las condiciones estándar cuando los originales y copias se reconocen como activos fijos. Si un original es producido como objeto valioso, su producción no se considera como producción por cuenta propia de un activo fijo sino que puede clasificarse como trabajos en curso. (SCN 2008, 10.115)

Si el original se vende una vez producido, el valor de la producción del productor original viene dado por el precio pagado por el mismo. Si no se vende, su valor puede estimarse por sus costos de producción más un margen de beneficio. Sin embargo, el monto de cualquier margen de beneficio depende del valor descontado de los ingresos futuros esperados por el uso del original en la producción, y es efectivamente ese valor descontado, por incierto que sea, el que determina su valor. (SCN 2008, 6.209)

El propietario del activo puede utilizarlo directamente para producir copias en períodos posteriores. El valor de las copias realizadas se registra también como producción distinta a la producción de la realización del original. El consumo de capital fijo derivado del uso del activo en la elaboración de las copias se registra de la misma manera que el de cualquier otro activo fijo utilizado en la producción. (SCN 2008, 6.210)

El propietario puede conceder licencia a otros productores para emplear el original en sus procesos productivos. Estos últimos pueden producir y vender copias, o emplearlas de otra manera; por ejemplo, en representaciones cinematográficas o musicales. El que copia también conlleva una producción al hacer las copias. Parte del costo de realización de las copias es la tasa pagada al propietario por la licencia. Esta comisión representa tanto el consumo intermedio del que posee la licencia como la producción del propietario que es registrada como un servicio de venta. Los pagos efectuados por las licencias pueden ser descritos de varias maneras, tales como honorarios, comisiones o regalías, pero de cualquier forma que se describan son tratados como pagos por servicios prestados por el propietario. (SCN 2008, 6.211)

Si una copia con licencia de uso es pagada con cuotas regulares de contrato plurianual y el concesionario es consciente de haber adquirido la propiedad económica de la copia, debería considerarse como la adquisición de un activo. Si se realizan pagos regulares para el uso de la licencia sin un contrato a largo plazo, éstos deberían tratarse como pagos por el servicio de uso de la copia. (SCN, A3.64)

En el caso de un importante pago inicial seguido de una serie de pagos anuales de menor valor, el pago inicial debe registrarse como formación bruta de capital fijo y los pagos siguientes como pagos por un servicio. (SCN, A3.65)

Una copia vendida completamente se puede tratar como un activo fijo si ésta reúne las condiciones necesarias, es decir que se utilizará en la producción durante un periodo superior a un año. Una copia disponible bajo una licencia de uso también puede tratarse como un activo fijo si ésta reúne las condiciones necesarias, es decir se espera que sea utilizada en la producción durante más de un año y el concesionario asume todos los riesgos y beneficios de la propiedad. (SCN, 10.100)

Una buena, pero no necesaria, indicación es que la licencia de uso se compre mediante un pago único para el uso durante un periodo de varios años. Si la adquisición de una copia con una licencia de uso se adquiere mediante pagos regulares en un contrato de varios años y el concesionario considera que ha adquirido la propiedad económica de la copia, entonces se considera como la adquisición de un activo. Si se realizan pagos regulares por una licencia de uso sin un contrato de largo plazo, entonces los pagos se tratan como pagos por un servicio. Si hay un gran pago inicial seguido de una serie de pequeños pagos en los años sucesivos, el pago inicial se registra como formación bruta de capital fijo y los pagos sucesivos se tratan

como pagos por un servicio. Si la licencia permite al concesionario reproducir el original y, posteriormente, asumir la responsabilidad de la distribución, el soporte y el mantenimiento de esas copias, entonces ésta recibe el nombre de licencia para reproducir y debe considerarse como la venta de una parte o la totalidad del original al tenedor de la licencia para reproducir. (SCN, 10.100)

Cuando el propietario distribuye copias gratuitas no se registran flujos en el SCN entre el propietario y los beneficiarios. Si a pesar de producir copias disponibles en forma gratuita, el propietario todavía espera obtener beneficios, entonces el valor corriente de estos beneficios debe registrarse en el balance. Puede ser que al momento de distribuir la información en forma gratuita ésta estuviera incompleta y luego el propietario pretenda producir información más detallada cobrando un precio. Pueden citarse como ejemplo los programas de informática distribuidos gratuitamente en la fase de prueba beta. Alternativamente, el propietario justifica los gastos sobre la base de los beneficios esperados de su producción propia y puede realizar copias para la venta para crear un fondo de comercio o porque lo considere conveniente. (SCN, 10.101)

e

Ejemplo 1. Titulares de derechos del sector de la música en la legislación internacional

Según el Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) sobre derecho de autor (WCT) y el Tratado OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas de 1996, se contemplan los siguientes derechos por titular para el sector de la música:

Compositor: adquieren derechos morales a la paternidad de la obra, velar por su integridad, modificación, retiro y derechos patrimoniales, para autorizar su difusión, comunicación al público y transformación.

Para el caso del sector de la creación, se calculan exclusivamente estos derechos patrimoniales. En cuanto, los recursos generados por los derechos patrimoniales de los siguientes agentes se calculan en el sector de la música fonográfica.

Cantante principal (interprete) y músicos (artistas ejecutantes): adquieren derechos morales a la paternidad de sus interpretaciones y oponerse a cualquier deformación, mutilación u otra modificación; y derechos patrimoniales para autorizar la radiodifusión, la comunicación al público, la fijación de sus ejecuciones o interpretaciones no fijadas en diversos formatos, la reproducción directa o indirecta de sus interpretaciones o ejecuciones fijadas en fonogramas, la puesta a disposición del público del original y de los ejemplares y el derecho de autorizar el alquiler comercial de sus obras.

Productores de fonogramas (empresas que garantizan por primera vez la fijación de la interpretación en un soporte físico o digital): adquieren derechos patrimoniales de autorizar la reproducción directa o indirecta, poner a disposición al público y alquilar los fonogramas.

Organismos de radiodifusión (compañías de radio y televisión): adquieren derechos patrimoniales sobre la retransmisión y reproducción de sus emisiones, así como sobre la fijación de sus emisiones en un formato físico.

Arreglistas: agentes culturales encargados de transformar la obra original, por ejemplo, con otros ritmos y sobre las obras derivadas, adquieren derechos de explotación.



Sector de Diseño

- 3.62. El diseño es un sector particular del campo cultural en la medida en la que las acciones relativas al quehacer del diseño pueden generar dos tipos de productos: insumos para otros sectores del campo cultural, o insumos para la generación de productos no culturales.
- 3.63. El primer caso se refiere, por ejemplo, a las actividades de ilustración de un libro infantil, en las que el producto final es característico de la cultura, al tener como finalidad principal la transmisión de contenidos simbólicos de las artes y el patrimonio. El segundo caso se da cuando, por ejemplo, durante su quehacer creativo una diseñadora de modas produce una pieza de vestir. En este caso, dicha obra tiene un componente cultural significativo en el momento de la concepción del modelo, pero el producto final no es característico del campo cultural.
- 3.64. Al considerar esta precisión, esta Guía Metodológica identifica los productos y las acciones del quehacer cultural del sector del diseño, a los subsectores del diseño arquitectónico, industrial, gráfico, textil, de moda, joyas, publicitario o web, como insumo de otras actividades no culturales. La lista completa tanto de los productos característicos como de las actividades características (acciones del quehacer cultural) de este sector del campo cultural se encuentra disponible en la Tabla 3.3.
- 3.65. Al respecto, hay que señalar que se excluyen los productos del componente de diseño funcional de las maquinarias, por estar solamente orientado a propiciar su adecuado y eficiente funcionamiento sin contemplar categorías estéticas. Sin embargo, se incluyen los servicios de las distintas clases de diseño (de objetos, de muebles, de automóviles, de inmuebles, etc.). Igualmente, se excluyen los servicios de diseño que se incorporan como insumos para la producción o renovación de otros bienes de capital cultural y del patrimonio material cultural; por ejemplo, el diseño de publicaciones, que se incluye en el sector editorial²⁰.
- 3.66. Con relación a los agentes culturales que intervienen en este sector, es importante destacar que en la mayoría de los países de la región iberoamericana, las dependencias encargadas del diseño se encuentran integradas en los departamentos o áreas de las empresas del sector textil, comunicación, multimedia o de construcción, con una amplia multiplicidad de agentes que intervienen, entre los que se destacan directores de arte, redactores, diseñadores y arquitectos.
- 3.67. Esta particularidad, y sobre todo la alta informalidad que existe en las unidades de producción, especialmente en términos de los esquemas de contratación laboral, supone un reto a la hora de calcular las Cuentas Satélite de Cultura. Es fundamental seleccionar correctamente las unidades estadísticas, las fuentes de información y los datos para el cálculo de las diferentes Cuentas.
- 3.68. En el caso de las agencias de publicidad y las denominadas agencias o centrales de medios, solo se considerarán los diseños generados por los servicios de publicidad (producto 83611- parcial) cuando se puedan diferenciar claramente los aportes económicos derivados de los procesos de concepción realizados por los centros, unidades, áreas o departamentos de diseño creativo y gráfico. Caso contrario, no se deben efectuar estimaciones al respecto, para evitar la inclusión de servicios de publicidad que no están en estricto sentido relacionados a los procesos creativos del diseño.
- A continuación se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

20. Es decir, no es un consumo intermedio terminal, pero sí es un consumo intermedio que debe incluirse en el equilibrio del producto "diseño".

Tabla 3.3 Productos específicos del diseño y actividades productivas características asociadas

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
32550 (P)	Planos y dibujos de arquitectura, ingeniería, industrial, comercial y topográficos o fines similares, originales trazados a mano; textos manuscritos; reproducciones fotográficas y copias carbónicas de dichos artículos	Esta subclase se define por medio de los siguientes encabezados/sub encabezados de la HS 2007: 4906 (Planos y dibujos de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares, originales hechos a mano; textos escritos a mano; reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias de carbono de los anteriores.)	Excluye los textos escritos a mano y las reproducciones fotográficas sobre papel sensibilizado y copias de carbono de los anteriores	Se excluyen los servicios relativos a los estudios de viabilidad, estudios de impacto ambiental y valoración económica de los planes de desarrollo urbano. Servicios de asesoría en planificación urbana tales como testigo experto, políticas y programa de evaluación			Se incluyen las siguientes actividades: actividades de consultoría de arquitectura; diseño de edificios y dibujo de planos de construcción; planificación urbana y arquitectura paisajista; diseño de ingeniería (es decir, aplicación de las leyes físicas y de los principios de ingeniería al diseño de máquinas, materiales, instrumentos, estructuras, procesos y sistemas) y actividades de consultoría relativas a: maquinaria, procesos y plantas industriales; proyectos de ingeniería civil, hidráulica y de tráfico; proyectos de ordenación hídrica; elaboración y realización de proyectos de ingeniería eléctrica y electrónica, ingeniería química, mecánica, ingeniería de minas, ingeniería especializada en sistemas de seguridad; actividades de gestión de proyectos relacionadas con la construcción; elaboración de proyectos de ingeniería especializada en sistemas de acondicionamiento de aire, refrigeración, saneamiento, control de la contaminación, acondicionamiento acústico, etcétera; estudios geofísicos, geológicos y sismográficos. Servicios geodésicos: actividades de agrimensura, estudios hidrográficos, estudios de subsuelo; actividades cartográficas y de información espacial		
83221 (P)	Servicios de planificación urbana	Esta subclase incluye: - El desarrollo de planos relacionados con el uso del suelo, selección del sitio, control y utilización, sistema de vías y servicio de tierra con vistas a crear y mantener un desarrollo urbano sistemático y coordinado, tales como: * Planos urbanos completos * Planos urbanos para servicios u objetivos específicos como transporte, servicios, etc. - Estudios de impacto ambiental y valoración económica de los planes de desarrollo urbano. - Servicios de asesoría en planificación urbana tales como: Testigo experto, políticas y programa de evaluación	Esta subclase no incluye la asesoría, estudios y reportes sobre asuntos de arquitectura paisajista hechos en conjunto con otros servicios de arquitectura paisajista para un proyecto específico, cf. 83232	Se excluyen los servicios de testigos expertos en el área de la arquitectura paisajista que consisten en atender frente a un corte o cuerpo administrativo por parte de un testigo quien en virtud de su experiencia, entrenamiento, destreza o conocimiento de la arquitectura paisajista, se reconoce como calificado para rendir una opinión informada en asuntos relacionados al campo o materia	7110 (P)	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de consultoría técnica	Se excluyen las siguientes actividades: actividades de consultoría de arquitectura; diseño de edificios y dibujo de planos de construcción; planificación urbana y arquitectura paisajista; diseño de ingeniería (es decir, aplicación de las leyes físicas y de los principios de ingeniería al diseño de máquinas, materiales, instrumentos, estructuras, procesos y sistemas) y actividades de consultoría relativas a: maquinaria, procesos y plantas industriales; proyectos de ingeniería civil, hidráulica y de tráfico; proyectos de ordenación hídrica; elaboración y realización de proyectos de ingeniería eléctrica y electrónica, ingeniería química, mecánica, ingeniería de minas, ingeniería especializada en sistemas de seguridad; actividades de gestión de proyectos relacionadas con la construcción; elaboración de proyectos de ingeniería especializada en sistemas de acondicionamiento de aire, refrigeración, saneamiento, control de la contaminación, acondicionamiento acústico, etcétera; estudios geofísicos, geológicos y sismográficos. Servicios geodésicos: actividades de agrimensura, estudios hidrográficos, estudios de subsuelo; actividades cartográficas y de información espacial		
83232	Servicios de arquitectura paisajista	Esta subclase incluye: * Servicios de arquitectura paisajista para: - Proyectos de edificios residenciales: Proyectos de edificios de una sola familia Proyectos de edificios multi-familiares Proyectos de subdivisión residencial * Proyectos de edificios no residenciales: Proyectos de edificios corporativos Hoteles, centros de convenciones, estadios y arenas Proyectos de edificios para centros educativos Instituciones penales, centros de salud Otros Proyectos de edificios no residenciales * Proyectos recreacionales y de espacios abiertos: Centros de la ciudad y plazas públicas Instalaciones recreacionales sin edificaciones, parques y áreas naturales Corredores de transporte Resorts Proyectos de otros centros recreacionales y espacios abiertos Esta subclase también incluye: - Servicios de arquitectura paisajista relacionados con: Preparación y modificación de terrenos tales como limpieza del área, planos de clasificación, diseños de drenaje, erosión y diseños de control de sedimentos, diseños de muros de contención, planos para sistemas de rociado en exteriores. Facilitadores de acceso a la obra tales como planos de iluminación, planos de señalización, planos de rutas y senderos, diseños de accesibilidad	Esta subclase no incluye la asesoría, estudios y reportes sobre asuntos de arquitectura paisajista hechos en conjunto con otros servicios de arquitectura paisajista para un proyecto específico, cf. 83232	Se excluyen los servicios de testigos expertos en el área de la arquitectura paisajista que consisten en atender frente a un corte o cuerpo administrativo por parte de un testigo quien en virtud de su experiencia, entrenamiento, destreza o conocimiento de la arquitectura paisajista, se reconoce como calificado para rendir una opinión informada en asuntos relacionados al campo o materia					

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
83611(P)	Servicios completos de publicidad	<p>"Esta subclase incluye: - planificación, desarrollo del concepto y ejecución de toda la gama de servicios para una campaña de publicidad, entre las que se incluyen: creación de la idea básica de un anuncio</p> <p>- Escritura de las palabras y escenarios para los anuncios</p> <p>selección de material que se va a utilizar</p> <p>diseño de anuncios, ilustraciones, carteles, etc.</p> <p>- Escritura de escenarios para publicidad en películas colocación de anuncios en los medios"</p>	<p>Esta subclase excluye: públicas.</p> <p>- El marketing directo, v/o publicidad directa por correo, o también el marketing diferente al directo. Se incluye en la subclase 83612 Marketing directo y servicios de correo directo.</p> <p>- La colocación de anuncios en distintos medios de comunicación, cuando se realiza de manera independiente. Se incluye en la subclase 83620 Servicios de venta o arrendamiento de espacio o tiempo publicitario a comisión.</p> <p>- Los servicios de investigación de mercado independientes. Se incluyen en la subclase 83700</p> <p>Servicios de investigación de mercados y de encuestas de opinión pública.</p> <p>- Los servicios de fotografía en relación con la publicidad, cuando se realiza de manera independiente. Se incluyen en la subclase 83812 Servicios de fotografía publicitaria y servicios conexos.</p> <p>- Los servicios de diseño gráfico para publicidad, cuando se realiza de manera independiente. Se incluyen en la subclase 83919 Otros servicios especializados de diseño.</p> <p>- La producción de películas para publicidad por separado. Se incluye en la subclase 96121 Servicios de producción de programas de televisión, video y actividades cinematográficas.</p>			Publicidad	<p>Esta clase comprende el suministro de toda una gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluidos servicios de asesoramiento, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.</p> <p>Se incluyen las siguientes actividades: creación y realización de campañas publicitarias; creación e inserción de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio y de televisión, Internet y otros medios de difusión creación y colocación de anuncios de publicidad al aire libre; por ejemplo, mediante carteles, tableros, boletines y carteleras; decoración de escaparates, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, etcétera representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios publicidad aérea distribución y entrega de materiales o muestras de publicidad alquiler de espacios de publicidad en vallas publicitarias, etcétera creación de puestes y otras estructuras y lugares de exhibición</p>		<p>Se excluye la representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios publicidad aérea distribución y entrega de materiales o muestras de publicidad alquiler de espacios de publicidad en vallas publicitarias, etcétera creación de puestes y otras estructuras y lugares de exhibición</p> <p>* realización de campañas de comercialización y otros servicios de publicidad dirigidos a atraer y retener clientes; promoción de productos, comercialización en el punto de venta, publicidad directa por correo, consultoría de comercialización</p>

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
83911	Servicios de diseño de interiores	Esta subclase incluye: - Planos y diseños de espacios interiores que satisfagan las necesidades físicas, estéticas, y funcionales de las personas - Dibujo de diseños para decoración de interiores - Decoración de interiores, que incluye decoración de ventanas y compartimentos	Esta subclase no incluye: - Servicios de arquitectura de interiores; ej. que tengan que ver con la alteración fundamental de las habitaciones, además del color, materiales o funcionalidad. Ver, cf. 83212, 83213, 83214.				Esta clase comprende las siguientes actividades: diseño de telas, prendas de vestir, calzado, joyas, muebles y otros artículos de decoración interior y de moda, así como de otros efectos personales y enseres domésticos; diseño industrial, es decir, creación y desarrollo de diseños y especificaciones que optimizan la utilización, el valor y la apariencia de productos, incluidos la determinación de los materiales, la construcción, el mecanismo, la forma, el color y el acabado del producto, teniendo en cuenta las características y necesidades humanas y consideraciones relacionadas con la seguridad, el atractivo en el mercado, la eficiencia en la producción, la distribución y la utilización, y la facilidad de mantenimiento; actividades de diseñadores gráficos; actividades de decoradores de interiores		
83912	Servicios de diseño industrial	Esta subclase incluye: - Servicios de diseño para productos industriales, ej: crear y desarrollar diseños y especificaciones que optimicen el uso, valor y apariencia de productos, incluyendo la determinación de los materiales, construcción, mecanismo, forma, color y acabados del mismo; teniendo en cuenta características y necesidades humanas, seguridad, interés del mercado, y eficiencia en la producción, distribución, uso y mantenimiento.	Esta subclase no incluye: - Servicios de ingeniería para el diseño de productos industriales; cf. 83322		7410 (P)	Actividades especializadas de diseño			
83919	Otros servicios de diseño especial	Esta subclase incluye: - Creación de diseños y preparación de patrones para una variedad de productos por medio de la armonización de las consideraciones estéticas con técnica y otros requisitos tales como: Diseños de armobios; Diseño estético para otros varios productos para clientes - Servicios de diseño de empaque - Producción de modelos tridimensionales - Servicios de diseño gráfico incluyendo diseño gráfico para propósitos publicitarios	Esta subclase no incluye: - Diseño como componente integral de un servicio publicitario completo, cf. 836						
83920	Diseño de originales	Esta subclase incluye: - Conceptos de diseño original producidos a cuenta propia: Diseños de productos industriales; Diseños estéticos; Diseños gráficos. Este producto de propiedad intelectual habitualmente se produce con la intención de vender o dar la licencia de la información a otros.							
83141 (P)	Servicios de diseño y desarrollo de TI para aplicaciones	Esta subclase incluye: - Servicios de diseño de la estructura y / o escribir el código informático necesario para crear y / o implementar una aplicación de software, tales como: * Diseño de la estructura y el contenido de una página web y / o escribir el código del equipo necesario para crear y poner en marcha una página web; * Diseño de la estructura y el contenido de una base de datos y / o escribir el código del equipo necesario para crear e implementar una base de datos; * Diseño de la estructura y la escritura del código según sea necesario computadora para diseñar y desarrollar un aplicación de software personalizada; Personalización e integración, adaptación (modificación, configuración, etc.) y la instalación de un aplicación existente para que sea funcional dentro de entorno de información de los clientes	Se excluye: - Diseño de la estructura y el contenido de una base de datos y / o escribir el código del equipo necesario para crear e implementar una base de datos; - Diseño de la estructura y la escritura del código según sea necesario computadora para diseñar y desarrollar un aplicación de software personalizada; - Personalización e integración, adaptación (modificación, etc.) y la instalación de un aplicación existente dentro de entorno de sistema de información de los clientes.		6201 (P)	Actividades de programación informática	Esta clase comprende la escritura, la modificación y el ensayo de programas informáticos y el suministro de asistencia en relación con esos programas. Se incluyen las siguientes actividades: diseño de la estructura y el contenido de los elementos siguientes (y/o escritura del código informático necesario para su creación y aplicación): -Programas de sistemas operativos (incluidas actualizaciones y parches de corrección); -Aplicaciones informáticas (incluidas actualizaciones y parches de corrección); -Bases de datos; -Páginas web; -Adaptación de programas informáticos a las necesidades de los clientes, es decir, modificación y configuración de una aplicación existente para que pueda funcionar adecuadamente con los sistemas de información de que dispone el cliente -adaptación de programas informáticos a las necesidades de los clientes, es decir, modificación y configuración de una aplicación existente para que pueda funcionar adecuadamente con los sistemas de información de que dispone el cliente.	Actividades para la construcción de bases de datos. Igualmente excluye: -Adaptación de programas informáticos a las necesidades de los clientes, es decir, modificación y configuración de una aplicación existente para que pueda funcionar adecuadamente con los sistemas de información de que dispone el cliente; -Adaptación de programas informáticos a las necesidades de los clientes, es decir, modificación y configuración de una aplicación existente para que pueda funcionar adecuadamente con los sistemas de información de que dispone el cliente.	

Nota: Tengase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.



Recuerde:

En los procesos de concepción del diseño intervienen no sólo los profesionales de este sector, sino además dependiendo del tipo de producto que se requiere, participan profesionales de diferentes áreas, por ejemplo, sociólogos, antropólogos, ingenieros y diversos especialistas que pueden ofrecer información útil para el desarrollo de la idea original.

Conozca las publicaciones:

La demanda de diseño y el comercio exterior en PyME industriales del área metropolitana de Buenos Aires de sectores con uso intensivo de diseño. Ciudad de Buenos Aires: Centro Metropolitano de Diseño. Arias, F.; Belacín, M.; Cejas, C. et ál. (2012). PyME + Diseño (segunda encuesta).

Un estudio sobre la demanda de diseño por parte de las PyME industriales del área metropolitana de Buenos Aires. Ciudad de Buenos Aires: Centro Metropolitano de Diseño. Arias, F.; Bruera, I.; Mastrocello, L.; Offenhenden, C. et ál. (2011). PyME + Diseño.

No pierda de vista:

Centro Metropolitano de Diseño de la Ciudad de Buenos Aires



Sector de Juegos y Juguetería

- 3.69. El juego como categoría de análisis tiene una multiplicidad de enfoques con los que se intenta explicar en función de las prácticas lúdicas que realizan los seres humanos a la hora de relacionarse en los ámbitos familiar, social y cultural.
- 3.70. Para efectos de esta Guía, se optó por considerar que el juego como cualquier otra realidad sociocultural, es imposible de definir en términos absolutos. No obstante, en aras de delimitar los productos y las actividades (quehacer cultural) que se tendrán en cuenta en la medición económica de este sector, solo se considerarán aquellos juegos y juguetes cuya razón de ser es recrear, formar, desarrollar o estimular aspectos intelectuales, psicológicos, sensorio-motrices y de convivencia social, de niños y adultos, pues a través de sus usos se efectúan prácticas culturales de procesamiento simbólico y se establecen relaciones de creatividad.
- 3.71. Se incluyen por lo tanto, los juegos de casino y las apuestas en línea, tal como se puede observar en la Tabla 3.4, y únicamente se hará referencia a la actividad (3240) relativa a la fabricación de muñecos, rompecabezas, instrumentos musicales de juguete, artículos relacionados a los juegos de ferias y mesas, y los juegos en línea.
- 3.72. Con relación al ciclo de producción cultural de este sector, se destaca la importancia de procesos de investigación e innovación tecnológica durante las etapas de creación y producción de juegos en línea y la fabricación de juguetes en formato físico. Dependen cada vez más de los constantes avances en los componentes técnicos y tecnológicos

de herramientas y materias primas que han tenido que incorporarse en su producción.

3.73. Es igualmente relevante considerar que durante la fabricación de juegos y juguetes intervienen diferentes agentes, entre los que se destacan las compañías propietarias de las licencias y marcas de personajes famosos y dibujos animados (en los casos que aplique), los agentes encargados de los procesos de investigación e innovación cuando estas actividades las realiza una unidad diferente a los propietarios de las licencias y marcas, así como las manufacturas que se encargan de la fabricación propiamente dicha, sea este producto en formato físico o digital.

3.74. Nótese que al contrario de otros sectores culturales, para el caso de los juegos y la

juguetería no se estipula la medición económica de actividades relativas a las etapas de difusión, ni de exhibición-recepción y transmisión ya que por su materialidad, se difunden a partir de los canales de comercialización “clásicos” (establecimientos de comercio al por mayor y por menor, especializados o no especializados y también por Internet). En cuanto al análisis de las actividades (prácticas culturales) relacionadas a la etapa de consumo y apropiación, éste se puede efectuar a partir de los indicadores complementarios referentes a este sector que se plantean en el capítulo 8.

A continuación se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

Tabla 3.4 Productos específicos de los juegos y juguetería, y actividades productivas características asociadas

PRODUCTOS ESPECÍFICOS			ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS						
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
38510	Coches de muñecas; juguetes con ruedas diseñados para ser montados por los niños	<p>Esta subclase incluye coches para muñecas, incluyendo los del tipo plegable juguetes de niños:</p> <ul style="list-style-type: none"> • triciclos y similares; • motos; • pedal o juguetes de ruedas autopropulsada en forma de animal; • coches de pedal, frecuentemente en forma de miniatura de coches deportivos, jeeps, camiones, etc. • juguetes con ruedas, impulsado por palancas de mano; • otros juguetes con ruedas (sin sistema de transmisión mecánica) que están diseñados para ser arrastrados o empujados y son lo suficientemente grandes para que los niños utilicen; • los coches propulsados por un motor. 	No incluye bicicletas		CPC 2 - CIU 4	Fabricación de juguetes y juguetes	Esta clase comprende la fabricación de muñecas, juguetes y juegos (incluidos los juegos electrónicos), modelos a escala y vehículos para niños (excepto bicicletas y triciclos de metal). Se incluyen las siguientes actividades: fabricación de muñecas y de ropa, piezas y accesorios para muñecas; fabricación de muñecos que representen personajes; fabricación de animales de juguete; musicales de juguete; fabricación de naipes; fabricación de juegos de tablero y similares; fabricación de juegos electrónicos; ajedrez, etcétera; fabricación de modelos a escala reducida y modelos recreativos similares, trenes eléctricos, juegos de construcción, etcétera; fabricación de juegos accionados con monedas, billares, mesas especiales para juegos de casino, etcétera; fabricación de artículos para ferias de atracciones, juegos de mesa o juegos de salón; fabricación de juguetes con ruedas utilizables como vehículos, incluidos bicicletas y triciclos de plástico; fabricación de rompecabezas y artículos similares.		
38520	Muñecas que representan seres humanos; juguetes que representan animales o criaturas no humanas	<p>Esta subclase incluye muñecas representan a seres humanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • muñecas diseñadas para la diversión de los niños y niñas; muñecas destinadas a fines decorativos (p. ej., muñecas boudoir, la mascota muñecas); muñecas para uso en Punch y Judy o marioneta muestra; • muñecos de una caricatura tipo; • juguetes que representan animales o seres no humanos incluso si poseen predominantemente características físicas humanas (p. ej., los ángeles, robots, demonios, monstruos), incluidos los de uso en shows de marioneta, si están rellenos o no. Las muñecas y los juguetes pueden ser de cualquier material, puede contener mecanismos para permitir los movimientos o reproducción de voz y puede ser para vestir. 			3240		No se incluyen las siguientes actividades: fabricación de consolas de videojuegos; véase la clase 2640; fabricación de bicicletas; véase la clase 3092; creación y edición de programas informáticos para consolas de videojuegos; véase las clases 5820 y 6201	Se excluye la fabricación de bicicletas y triciclos de plásticos.	
38530	Partes y accesorios de muñecas que representan seres humanos	<p>Esta subclase incluye partes y accesorios de muñecas, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • canezas, cuernos, las extremidades; • los ojos (excepto los de vidrio) y mecanismos de movimiento de los ojos; • productores de voz u otros mecanismos; pelucas; • muñecos de ropa zapatos y sombreros 	No incluyen ojos de vidrios para muñecas, ni rellenos para muñecos.						
38540	Trenes eléctricos de juguete y vías, señales y otros accesorios para estos; maquetas de tamaño reducido para montar y otros juguetes de construcción y juguetes para armar	<p>Esta subclase incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vehículos de juguete, sean o no eléctricos, tales como: trenes, aviones, barcos, etc. • accesorios para vehículos de juguete, tales como: • las vías del ferrocarril, señales, etc. • juguetes no eléctricos, juguete a motor, juguetes con motores a vapor etc. • tamaño reducido ("escala") modelos y modelos similares, para entretenimiento, tales como: trabajo o modelos a escala de los barcos, aviones; trenes, vehículos, etc. • kits de materiales y piezas para hacer este tipo de modelos • de tamaño real o ampliada reproducciones de artículos, siempre que sean para fines recreativos construcción juguetes juegos de construcción, es decir, bloques de construcción, etc. 	No incluyen juguetes de motores eléctricos.						

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
38550	Rompecabezas	Esta subclase incluye rompecabezas de todos los tipos							
38570	Naipes	Esta subclase se define a través de los siguientes títulos y subtítulos de la HS 2007:9504. (Juego de naipes).							
84391	Juegos en línea (on-line)	Esta subclase incluye juegos que están destinados a ser jugado a través de Internet, tales como: <ul style="list-style-type: none"> • juegos de rol (RPG) • juegos de estrategia • juegos de acción • juegos de cartas • juegos de niños El pago puede ser mediante suscripción o pago por juego.	No incluye juegos de apuestas en línea.					No se incluyen las siguientes actividades: fabricación de consolas de videojuegos; fabricación de muñecas y accesorios para muñecas; fabricación de juguetes que representan personajes; fabricación de animales de juguete; fabricación de instrumentos musicales de juguete; fabricación de naipes; fabricación de juegos de tablero y similares; fabricación de juegos electrónicos; ajedrez, etcétera; fabricación de modelos a escala reducida y modelos recreativos similares, trenes eléctricos, juegos de construcciones, etcétera; fabricación de juegos accionados con monedas, billares, mesas especiales para juegos de casino, etcétera; fabricación de artículos para ferias de atracciones, juegos de mesa o juegos de salón; fabricación de juguetes con ruedas utilizables como vehículos, incluidos bicicletas y triciclos de plástico; fabricación de rompecabezas y artículos similares.	
38590	Otros artículos para juegos de feria, juegos de mesa o de salón (incluido juegos de billar, mesas de juego con mecanismos especiales para juegos de casino y equipos automáticos para juegos de bolos), excepto del tipo utilizado con receptor de televisión	Esta subclase se define a través de los siguientes títulos y subtítulos de la HS 2007:9504.1.30..90. (Los demás juegos activados con monedas, billetes, tarjetas, fichas o cualquier otro medio de pago, excepto los juegos de bolos)			3240	Fabricación de juegos y juguetes			Se excluye la fabricación de bicicletas y triciclos de plásticos.

Nota: Tengase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIUU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.



Sector de Artes Escénicas y Espectáculos Artísticos

- 3.75. Las artes escénicas hacen referencia a las actividades de interpretación de manifestaciones socioculturales y artísticas en vivo, en un espacio y escenario a través del cual la danza, el teatro, la música o el circo son disfrutados por un público específico.
- 3.76. El ciclo cultural correspondiente inicia con la selección de una obra prima que se encuentra en el dominio público, o se adquieren los derechos para su representación y comunicación al público a través de una licencia de uso o contrato de cesión de derechos, lo que genera recursos económicos para el creador de la obra, un producto que pertenece al sector de creación literaria, musical y teatral.
- 3.77. Como se puede observar en la Tabla 3.5, este sector del campo cultural incluye los servicios de producción y presentación de eventos de artes escénicas (96220, CPC rev 2) de forma parcial, los servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes (también de forma parcial) y referidos a los servicios de diseñadores de teatro, diseñadores de escena (escenógrafos), diseñadores de iluminación, y diseñadores de vestuario (96320, rev 2) que corresponden a la etapa de producción del ciclo cultural; así como de los servicios de los artistas intérpretes (96310, CPC rev 2) que se efectúan durante la etapa de exhibición, recepción y transmisión.
- 3.78. Con relación a la etapa de producción, es importante destacar que las acciones del quehacer cultural vinculan a múltiples agentes culturales encargados del diseño de la escenografía, el montaje de la iluminación, la adaptación de las salas de concierto y de teatro, y otros locales. Igualmente, durante la exhibición de las obras se requiere de equipos de profesionales especializados para el manejo de la escenografía, los telones de fondo, el equipo de iluminación y de sonido, además del grupo de artistas que efectúan la interpretación de las obras.
- 3.79. Dichas actividades características de la cultura elevan significativamente los costos de producción, por lo que para garantizar la producción, difusión y la ejecución de las obras, en ocasiones se requiere además de la venta de entradas al público en general, la venta de otros servicios asociados a las interpretaciones o el apoyo mediante subvenciones del sector público y privado para recuperar los costos de producción.
- 3.80. Las subvenciones del sector público se dan la mayoría de las veces a través de programas de las instituciones nacionales de cultura, encargadas de financiar directamente los costos de producción, facilitar espacios escénicos para la exhibición, o generar estrategias de comunicación para divulgar las obras. Una de las maneras de comprobar esta información es verificar en los gastos por municipio o región, el rubro de gasto en eventos culturales, que se refiere a todas aquellas llamadas inversiones (subsídios, en términos económicos) realizadas por las entidades en eventos, y cuyo beneficiario último es el consumidor final.
- 3.81. Los aportes del sector privado se dan bajo la figura de donaciones y patrocinios, y es importante en esa medida que se consideren los montos que cada uno de estos tipos de aportes representan para las artes escénicas. Esto se medirá en la cuenta del gasto.
- 3.82. Estas particularidades económicas del sector llevan a que en la mayoría de los casos, los artistas y el personal que participan, sean contratados por un periodo concreto para efectuar las representaciones esperadas, que puede incrementarse o disminuirse dependiendo del éxito que pueda encontrar la obra con el público. Por lo tanto, se trata de un sector con alta volatilidad, informalidad e inestabilidad para los agentes culturales, convirtiéndose este aspecto en un factor determinante a la hora de estimar el empleo en el sector de las artes escénicas, ya que frecuentemente los actores que trabajan en este sector lo efectúan bajo la modalidad de un segundo empleo.
- En el cuadro que sigue se presentan los productos específicos y las actividades productivas características de este sector:

Tabla 3.5 Productos específicos de las artes escénicas y espectáculos artísticos y actividades productivas características asociadas

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS			
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones
96220 (P)	Servicios de producción y presentación de eventos de artes escénicas	Esta subclase incluye producción y presentación de servicios: • teatro, ópera, ballet, musicales y conciertos; • espectáculos de marionetas; • espectáculos de circo	Esta subclase excluye: Los servicios de producción y presentación de "luz y sonido" para actuaciones o fuegos artificiales. Se incluye en la subclase 96990 Otros servicios de diversión y entretenimiento n.c.p			Esta clase comprende la explotación de instalaciones y la prestación de servicios para atender a los intereses culturales y de entretenimiento de los clientes. Abarca la producción y promoción de espectáculos, actos o exposiciones destinados al público, y la participación en ellos; y la aportación de conocimientos y aptitudes artísticas, creativos o técnicos para la creación de productos artísticos y espectáculos. Se incluyen las siguientes actividades: producción de obras de teatro, conciertos, espectáculos, operísticos o de danza y otras producciones escénicas; actividades de grupos, circo o compañías orquestas o bandas; actividades de artistas individuales, como escritores, directores, músicos, conferenciantes, escenógrafos, etcétera; gestión de salas de conciertos, teatros y otras instalaciones similares; actividades de escultores, pintores, dibujantes, grabadores, etcétera; actividades de escritores de todo tipo; por ejemplo, de obras de ficción, de obras técnicas, etcétera; actividades de periodistas independientes; restauración de obras de arte, como cuadros, etcétera. Se incluyen también las siguientes actividades: 7990; gestión de museos de todo tipo; véase la clase 9102; actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas; véase la división 93; restauración de muebles (excepto la del tipo realizado en museos); véase la clase 9524	No se incluyen las siguientes actividades: restauración de vidrieras de colores; véase la clase 2310; fabricación de estatuas, excepto originales artísticos; véase la clase 2396; restauración de órganos y otros instrumentos musicales; véase la clase 3319; restauración de lugares y edificios históricos; véase la clase 4100; producción de películas cinematográficas y videos; véanse las clases 5911 y 5912; explotación de cines; véase la clase 5914; actividades de agentes o agencias de actores y artistas; véase la clase 7490; actividades de selección de actores; véase la clase 7810; actividades de venta de entradas; véase la clase 7990; gestión de museos de todo tipo; véase la clase 9102; actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas; véase la división 93; restauración de muebles (excepto la del tipo realizado en museos); véase la clase 9524
96230	Servicios de funcionamiento de instalaciones para presentaciones artísticas	Esta subclase comprende la operación de salas de conciertos, teatros, óperas, salas de música, incluye servicios, funcionamiento de centros polivalentes y de instalaciones similares con un predominio cultural.	Esta subclase excluye los servicios de agencias personales teatrales o artísticos.		Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento		
96290	Otros servicios de artes escénicas y entretenimiento en vivo	Esta subclase incluye: - servicios de gestión de derechos de obras artísticas, literarias, musicales, excepto obras cinematográficas y audiovisuales; - servicios auxiliares de entretenimiento no clasificadas en otra parte, tales como manejo de la escenografía, los telones y el funcionamiento de equipo de iluminación y de sonido para las artes escénicas					
96310 (P)	Servicios de los artistas intérpretes	Esta subclase incluye: - servicios de los actores, los lectores, los cantantes, músicos, bailarines, acrobatas, personalidad de televisión/hósts/presentadores y otros artistas; - servicios de modelos independientes	Esta subclase excluye los servicios de modelos independientes	9000(p)			
96320 (P)	Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes	Esta subclase incluye: - servicios de autores, compositores, escultores, diseñadores, diseñadores de iluminación, diseñadores de vestuario; - servicios de recuperación de obras de arte.					

Nota: Téngase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.



Recuerde:

En la mayoría de las artes escénicas, la producción de una obra y su correspondiente compañía pueden verse como un monopolio natural, donde las oportunidades de sustituir el personal artístico, en especial los artistas principales, son prácticamente nulas. (Schimmelpfennig, 2003)

Generalmente las obras escénicas tienen periodos de vida cortos, los costos fijos de producción son elevados, pero los gastos en los que se incurren para representaciones adicionales son bajos.

Entre las fuentes de financiamiento de las salas de teatro y espectáculos escénicos se destacan la venta de entradas, venta de publicidad, las subvenciones y los servicios de alquiler de dichos espacios. Considérese también que varios escenarios escénicos utilizan la figura de abonos anuales o mensuales con precios diferenciales a la venta individual de entradas por espectáculo.

Conozca:

Entrevista *“Panorama de las artes escénicas en Colombia y el mundo”* a Ramiro Osorio, Director del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo y Ana Marta de Pizarro – Directora del Festival Iberoamericano de Teatro.



Sector de Artes Plásticas y Visuales

- 3.83. Las artes plásticas y visuales pueden ser definidas desde múltiples perspectivas. La economía de la cultura las caracteriza a partir del mundo del arte en el que las obras antiguas, modernas y contemporáneas son producidas, distribuidas y adquiridas.
- 3.84. Durante la etapa de creación de este sector se genera un bien que tiene una dimensión material (fotografía, cuadro, escultura, etc.), por medio del cual se realiza el proceso de transmisión de contenidos simbólicos. Desde el punto de vista económico, los cuadros, las esculturas o dibujos originales propios de este sector son objetos valiosos que no generan economías de escala, al ser únicos bienes con una característica económica interesante: se consideran frecuentemente por sus compradores como depósitos de valor y existe en ciertos casos un fuerte mercado secundario.
- 3.85. Los altos costos en los que se incurre durante las etapas de creación y producción de las pinturas, los dibujos y pasteles, los grabados, las esculturas y en general los productos considerados en el código 38961 (CPC rev 2), convierten al sector en altamente dependiente de la financiación pública o privada, vía instituciones financieras que deben prestar ayuda para disminuir la amplia incertidumbre que genera el esquema de trabajo en el que los artistas se ven obligados a dejar a las galerías sus obras en depósito mientras se da la venta.
- 3.86. Entre las particularidades de este sector se destaca que la determinación de los precios de las obras se efectúa a través de un complejo esquema de flujos de intercambio donde el artista, el vendedor, el coleccionista, el crítico y el experto actúan mediante un sistema de

certificaciones y evaluaciones cruzadas (Tri-marchi, 2005, 42).

3.87. Se trata de un sector en que el empleo se caracteriza por altos niveles de informalidad, donde el pluriempleo, el bajo acceso a garantías sociales y asistenciales y la subestimación e invisibilidad del trabajo relacionado con los procesos de creación de las obras, caracterizan en la mayoría de los casos el empleo en este sector.

3.88. Entre los espacios para la difusión de las artes plásticas y visuales, se consideran de especial interés las acciones de las instituciones públicas y privadas, así como los museos y centros de arte donde se realizan exposiciones especiales para la exhibición y puesta

a disposición de los productos específicos de este sector identificados en la Tabla 3.6.

3.89. La adquisición neta de objetos valiosos que debe estar presente en los balances oferta-utilización o equilibrios de productos, se refiere a la adquisición de obras de arte, antigüedades, entre otros, por los agentes económicos. Los objetos valiosos pueden provenir de la producción del ejercicio (obras pictóricas o esculturas de artistas contemporáneos) o de un intercambio de obras existentes.

El cuadro que sigue presenta los productos específicos y actividades productivas características del sector:

Tabla 3.6 Productos específicos de las artes plásticas y visuales, y actividades productivas características asociadas

Código CPC Rev 2	PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS				
	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
83811 (P)	Servicios fotográficos	Esta subclase incluye: - servicios que consistan en fotografiar personas u otros temas en los estudios o en otros lugares, tales como las oficinas de los clientes o en sus casas. Por lo general se incluyen en estos servicios es el desarrollo y la impresión de las fotografías de acuerdo a las especificaciones del cliente: • pasaporte o fotografías de identificaciones; • retratos familiares o militares; • foto estudios de modas; • imágenes corporativas		Esta subclase excluye el desarrollo y la impresión de las fotografías de acuerdo a las especificaciones del cliente: para pasaportes o fotografías de identificaciones					
83812	Servicios de fotografía publicitaria y servicios conexos	Esta subclase incluye servicios de fotografía; mercaderías, productos industriales, ropa de moda y otras prendas, maquinaria, edificios, personas y otros temas para el uso en el sector de las relaciones públicas; servicios fotográficos para: carteles publicitarios, folletos, anuncios en periódicos, catálogos							
83813 (P)	Fotografía de eventos y servicios de videografía de eventos	Servicios de fotografiar o filmar eventos en vivo, tales como bodas, graduaciones, convenciones, recepciones, desfiles de moda, deportes y noticias sobre eventos o cualquier otro tipo de evento de interés actual	Esta subclase excluye los servicios de producción de programas de TV.		7420 (P)	Actividades de fotografía		No se incluyen las siguientes actividades: procesamiento de películas para las industrias cinematográfica y de televisión; véase la clase 5912; actividades cartográficas y de información espacial; véase la clase 7110	Se excluye la microfilmación de documentos
83814 (P)	Servicios de fotografía especializada	Esta subclase incluye: - servicios que consistan en fotografiar paisajes, estructuras y otras superficies de aviones o helicópteros; - servicios de fotografiar personas, objetos o escenarios usando aparatos especiales y técnicas. Ejemplos de estos servicios son: • fotografía submarina; • fotografía médica y biológica; • microfotografía	Esta subclase excluye: • Las grabaciones fotogramétricas y recogida de datos a base de satélites. Se incluyen en la subclase 83421 Servicios de topografía de superficie; • Los servicios de reporteros gráficos. Se incluyen en el grupo 844 Servicios de agencias de noticias. • Los rayos X, escáneres y otros servicios de imágenes médicas. Se incluyen en la subclase 93196 Servicios de diagnóstico de imágenes.						
83815	Servicios de restauración, copia y retoque de fotografías								

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS				
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
32540	Ilustraciones, diseños y fotografías impresas	Esta subclase se define a través de los siguientes títulos y subtítulos de la HS 2007:4911 (fotografías, dibujos, fotografías)		5819 (P)	Otras publicaciones/ Otras actividades de edición	Esta clase comprende las siguientes actividades: edición (incluso en línea) de: catálogos; fotos, grabados y tarjetas postales; tarjetas de felicitación; impresos; carteles, reproducciones de obras de arte; materiales publicitarios; otros materiales impresos; edición en línea (hospedaje de información)	No se incluyen las siguientes actividades: venta al por menor de programas informáticos; véase la clase 4741; edición de periódicos publicitarios; véase la clase 5813; suministro de programas informáticos en línea (hospedaje de aplicaciones y servicio de aplicaciones); véase la clase 6311	
38961	Pinturas, dibujos y pasteles; grabados, estampas y litografías originales; esculturas y estatuas originales, de cualquier material	Esta subclase se define a través de los siguientes títulos y subtítulos de la HS 2007:9701 - 9703. (Pinturas, dibujos y pasteles, hechos totalmente a mano, excepto los dibujos de la partida 49.06 y otros que estaban pintados o decorados, artículos manufacturados, collages y similares placas decorativas. Pinturas, dibujos y pasteles. Grabados, estampas y litografías originales. Obras originales de escultura o escultura, de cualquier materia).		9000 (P)	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad	Esta clase comprende la explotación de instalaciones y la prestación de servicios para atender a los intereses culturales y de entretenimiento de los clientes. Abarca la producción y promoción de espectáculos, actos o exposiciones destinados al público, y la participación en ellos; y la aportación de conocimientos y aptitudes artísticas, creativos o técnicos para la creación de productos artísticos y espectáculos. Se incluyen las siguientes actividades: producción de obras de teatro, conciertos, espectáculos operísticos o de danza y otras producciones escénicas; actividades de grupos, circos o compañías, orquestas o bandas actividades de artistas individuales, como escritores, directores, músicos, conferenciantes, escenógrafos y constructores de decorados, etcétera; gestión de salas de conciertos, teatros y otras instalaciones similares; actividades de escultores, pintores, dibujantes, grabadores, etcétera; actividades de escritores de todo tipo; por ejemplo, de obras de ficción, de obras técnicas, etcétera; actividades de periodistas independientes; restauración de obras de arte, como cuadros, etcétera. Se incluyen también las siguientes actividades: actividades de productores o empresarios de espectáculos artísticos en vivo, aporten o no ellos mismos las instalaciones correspondientes	No se incluyen las siguientes actividades: restauración de vidrieras de colores; véase la clase 2310; fabricación de estatuas, excepto originales artísticos; véase la clase 2396; restauración de órganos y otros instrumentos musicales históricos; véase la clase 3319; restauración de lugares y edificios históricos; véase la clase 4100 producción de películas cinematográficas y videos; véase las clases 5911 y 5912; explotación de cines; véase la clase 5914; actividades de agentes actividades de actores y artistas; véase la clase 7490; actividades de selección de actores; véase la clase 7810; actividades de venta de entradas; véase la clase 7990; gestión de museos de todo tipo; véase la clase 9102; actividades deportivas, recreativas; véase la división 93; restauración de muebles (excepto la del tipo realizado en museos); véase la clase 9524.	
32540	Ilustraciones, diseños y fotografías impresas	Esta subclase se define a través de los siguientes títulos y subtítulos de la HS 2007:4911. (Los demás impresos, incluidas las estampas, grabados y fotografías. Material publicitario, catálogos comerciales y similares Otros: Otras estampas, grabados y fotografías)		5819 (P)	Otras publicaciones/ Otras actividades de edición	Esta clase comprende las siguientes actividades: edición (incluso en línea) de: catálogos; fotos, grabados y tarjetas postales; tarjetas de felicitación; impresos; carteles, reproducciones de obras de arte; materiales publicitarios; otros materiales impresos; edición en línea (hospedaje de información)	No se incluyen las siguientes actividades: venta al por menor de programas informáticos; véase la clase 4741; edición de periódicos publicitarios; véase la clase 5813; suministro de programas informáticos en línea (hospedaje de aplicaciones y servicio de aplicaciones); véase la clase 6311	

Nota: *Tengase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIUU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.*



Recuerde:

El intercambio económico entre los artistas y las galerías puede adoptar tres formas: empleo, adquisiciones directas y depósitos. En estos últimos casos las relaciones de depósito se hacen, en la mayoría de las veces, sin efectuar contratos entre las partes. (Velthuis, 2004)

Conozca:

Ferias de artes visuales y bienales en la región latinoamericana. Observatorio de Cultura y Economía.

Artículo "Políticas de las artes visuales en los países de Suramérica". Observatorio de Cultura y Economía.



Sector de la Música

- 3.90. El ciclo cultural de la música ha tenido fuertes transformaciones en los últimos años, debido a las constantes innovaciones tecnológicas y la multiplicación de dispositivos para su reproducción y de plataformas virtuales de distribución. Ante estos cambios en el modelo de negocio, la importancia relativa de la venta de soportes físicos ha disminuido cediéndole protagonismo a la música grabada en formato digital y la música al vivo.
- 3.91. Mientras los efectos económicos generados por la adquisición de los derechos de autor de las obras primas que activan el ciclo de producción pertenecen al sector de la creación literaria, musical y teatral, en el sector musical se incluyen los ingresos asociados con la venta de derechos de autor y conexos de los intérpretes, artistas ejecutantes, productores de fonogramas, organismos de radiodifusión y arreglistas que transforman la composición (obra prima) en sonidos grabados en soportes físicos: acetatos o vinilos, casetes, o soportes electrónicos: CD, CD-R, DVD, Mp3 o Mp4, streaming, etc.
- 3.92. Se incluyen, por lo tanto, como productos específicos del sector de la música los enunciados en la Tabla 3.7, correspondientes a bienes y servicios generados durante las etapas de producción. En este caso, los productos en formato físico (47610, CPC Rev 2), los servicios de grabación de sonido (96111, CPC Rev 2, de forma parcial) y la edición musical (96137, CPC Rev 2, de forma parcial). En ambos casos, los productos derivados de esta etapa del ciclo cultural conducen a la fijación de la interpretación en un formato físico o digital denominado master.
- 3.93. Posteriormente, en la etapa de difusión, el master se utiliza para la reproducción y el uso de la obra fonogramada, por lo cual hacen parte de este sector los servicios de reproducción de la música grabada (89123, CPC Rev 2) y los servicios de grabaciones en vivo (96112, CPC Rev 2). En la mayoría de los casos, el master no corresponde álbumes musicales completos, sino a canciones puntuales que pueden adquirirse a través de diversos canales de comercialización, entre los que se destacan plataformas de distribución en internet, como iTunes, Spotify, Deezer y Amazon.

3.94. Adicional a la diversificación de los canales de difusión de la música fonograbada, se generan y adaptan constantemente nuevos espacios para la interpretación de la música en vivo, por lo cual se debe considerar dicha particularidad a la hora de identificar las unidades que brindan servicios asociados a este sector.

3.95. Entre las particularidades de las condiciones laborales de los agentes de este sector, cabe señalar que en varias circunstancias los músicos deben aportar además de su interpretación, los instrumentos musicales para su participación en el quehacer cultural. En

términos económicos esta situación implica que los agentes no sólo proveen su fuerza de trabajo, sino a la vez el bien de capital que van a utilizar. Esto ocurre, por ejemplo, en el caso de orquestas constituidas ad hoc para unas pocas representaciones. Esto quiere decir que el pago que se les hace no corresponde únicamente al aporte de su fuerza de trabajo implícitamente sino también al “alquiler” del instrumento.

El cuadro que sigue presenta los productos específicos y las actividades productivas características de este sector:

Tabla 3.7 Productos específicos de la música y actividades productivas características asociadas

PRODUCTOS ESPECÍFICOS			ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS						
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
32520 (P)	Partituras impresas o manuscritas	Esta subclase incluye: - composiciones musicales en formato impreso. Esto incluye las impresiones de su propiedad y composiciones de aquellos en los que el editor/impresora ha obtenido los derechos patrimoniales sobre la composición. Composiciones impresas que son distribuidas como partituras, folios o libros en forma impresa o electrónicamente a los mayoristas y la minoristas para su consumo por parte de los consumidores.	Esta subclase excluye: • Venta al detal de música impresa producida por otros, y se incluye en la subclase 62351 (Servicios de comercio al detal ordenados por correo o por Internet de diversos bienes de consumo) • Servicios para licencia de los derechos de impresión o copia de composiciones musicales. Y se incluye en la subclase 73320 Servicios para licencia de los derechos para usos originales de entretenimiento, literarios o artísticos.)						
47610 (P)	Discos, cintas u otros medios físicos de audio musical	Esta subclase incluye: - soporte físico (CD, cintas de casete, discos de vinilo, etc.) que contengan grabaciones de sonido musical material. Se incluyen en las subclases 62142 (Servicios de venta al por menor, de equipo de radio y televisión, y aparatos para la reproducción o grabado de sonido, en establecimientos no especializados); 62242 (Servicios de venta al por menor de equipo de radio y televisión, y aparatos para la reproducción o grabado de sonido en establecimientos especializados); 62342 (Servicios de venta al por menor de equipo de radio y televisión, y aparatos para la reproducción o grabado de sonido por correo o Internet); 62442 (Otros Servicios de venta al por menor de equipo de radio y televisión, y aparatos para la reproducción o grabado de sonido no realizado en establecimientos) y 62542 (Servicios de venta al por menor de equipo de radio y televisión, y aparatos para la reproducción o grabado de sonido, prestados a comisión o por contrato). Servicios de reproducción de medios grabados.	Esta subclase excluye: • Videos de música y DVDs. Se incluyen en la subclase 47620. Películas y otros video-contenidos • Discos, cintas u otros medios físicos. • Comercialización de fonogramas (incluidos archivos de sonido electrónico) producido por otros.	Se excluyen en las subclases 62142; 62242; 62342; 62442; 62542.	5920 (P)	Actividades de grabación de sonido y edición de música de grabaciones sonoras	Esta clase comprende las siguientes actividades: producción de grabaciones de sonido, como cintas magnetofónicas, CD actividades de servicios de grabación de sonido en estudio o en otros lugares, incluida la producción de programas de radio grabados (es decir, no emitidos en directo), bandas sonoras de películas cinematográficas, grabaciones de sonido para programas de televisión, etcétera; edición de música, es decir, actividades de: adquisición y registro de los derechos de autor de composiciones musicales; promoción, autorización y utilización de esas composiciones en grabaciones, en la radio, en la televisión, en películas, en interpretaciones en vivo, en medios impresos y en otros medios; distribución de grabaciones de sonido a mayoristas o minoristas o directamente al público. Las unidades que se dedican a estas actividades pueden ser titulares de los derechos de propiedad o actuar como administradoras de los derechos de propiedad en nombre de los titulares. Se incluyen también las siguientes actividades: edición de libros de música y partituras		
84321	Descargas musicales de audio	Esta subclase incluye archivos electrónicos que contienen las grabaciones de audio musical que se puede descargar y almacenar en un dispositivo local							
89123 (P)	Servicios de reproducción de información grabada, a comisión o por contrato	Esta subclase incluye: - Servicios de reproducción de copias maestras de los discos de gramófono, discos compactos y cintas de música - Otras grabaciones sonoras: - Servicios de reproducción de copias maestras de cintas de video, discos láser, DVD u otros medios de comunicación con imágenes en movimiento y otras grabaciones de video - Servicios de reproducción de copias maestras del software y los datos en todo tipo de discos, cintas, cartuchos y otros medios	Esta subclase excluye: Los servicios de producción de audio y video. Se incluyen en la clase 9612 (Servicios de producción de programas de televisión, video, radio y actividades cinematográficas.)						
96111 (P)	Servicios de grabación de sonido	Esta subclase incluye: - servicios prestados en el proceso de convertir los sonidos, palabras y música en un formato físico permanente con el equipo técnico especializado de sonido estudio de grabación	Esta subclase excluye: - Los servicios de reproducción de grabaciones de audio, a comisión o por contrato. Se incluyen en la subclase 89123. (los servicios de grabaciones de sonido en vivo, realizadas fuera de un estudio, como en una sala de conciertos, estadio, escenario al aire libre o centro de conferencias). - Servicios de grabación en vivo. - Los servicios de alquiler de estudio de grabación de sonido o equipos de grabación de sonido, donde el cliente proporciona los técnicos y operadores principales de los equipos. Se incluyen en la subclase 73129 (Servicios de arrendamiento sin opción de compra de maquinaria y equipo sin operario n.s.p.)						

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
96112 (P)	Servicios de grabación en vivo	Esta subclase incluye: - Todas las grabaciones servicios realizados en una locación en vivo, evento público, como, por ejemplo una conferencia, seminario, reunión o ponenciero, etc. - Grabación de emisiones de radio en directo en el estudio de grabación de sonido	Esta subclase excluye: Los servicios de grabación de sonido realizado en un estudio. Se incluye en la subclase 96111 (Servicios de grabación de sonido).				Esta clase comprende las siguientes actividades: producción de grabaciones matriciales originales de sonido, como cintas magnetofónicas, CD actividades de servicios de grabación de sonido en estudio o en otros lugares, incluida la producción de programas de radio grabados (es decir, no emitidos en directo), bandas sonoras de películas cinematográficas, grabaciones de sonido para programas de televisión, etcétera; edición de música, es decir, actividades de: adquisición y registro de los derechos de autor de composiciones musicales; promoción, autorización y utilización de esas composiciones en grabaciones, en la radio, en la televisión, en películas, en interpretaciones en vivo, en medios impresos y en otros medios; distribución de grabaciones de sonido a mayoristas o minoristas o directamente al público. Las unidades que se dedican a estas actividades pueden ser titulares de los derechos de propiedad o actuar como administradoras de los derechos de propiedad en nombre de los titulares. Se incluyen también las siguientes actividades: edición de libros de música y partituras		
96113	Servicios de grabación original de sonido	Esta subclase incluye: - grabaciones originales de sonidos, palabras y música convertida a un formato digital o analógico							
96137	Servicios de edición y diseño de sonidos	Esta subclase incluye: • crear, agregar y grabar el sonido y los elementos (cuadro de diálogo, la música y los sonidos y silencios) de una obra audiovisual (producción de cine, video, medios digitales, etc.) para una banda sonora que permite sincronizar el audio con la parte visual de la obra: composición, grabación, mezcla, y en la integración y el sonido original de la música en la banda sonora de una obra audiovisual • La grabación de la música que se sincroniza con la secuencia de un trabajo audiovisual • mezclar y grabar con licencia y suministrada por el cliente para música y sonido para la integración en la banda sonora de una obra audiovisual • integración con licencia y suministrada por el cliente para música y sonido en la banda sonora de una obra audiovisual y sincronizar los elementos de sonido con elementos visuales de la obra, licencias y/o Servicios de agente para la concesión de licencias de la música y el sonido integrado en la mezcla o los servicios de integración			5920 (P)	Actividades de grabación de sonido y edición de música de grabaciones sonoras			

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS			
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones
96210 (P)	Servicios de promoción y organización de eventos de artes escénicas	Esta subclase incluye: - promoción y organización de servicios: • teatro, ópera, ballet, musicales y conciertos • "luz y sonido" las actuaciones • títeres • fuegos artificiales • espectáculos de circo		9000 (P)	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad	Esta clase comprende la explotación de instalaciones y la prestación de servicios para atender a los intereses culturales y de entretenimiento de los clientes. Abarca la producción y promoción de espectáculos, actos o exposiciones destinados al público, y la participación en ellos; y la aportación de conocimientos y aptitudes artísticas, creativos o técnicos para la creación de productos artísticos y espectáculos. Se incluyen las siguientes actividades: - producción de obras de teatro, conciertos, espectáculos operísticos o de danza y otras producciones escénicas; actividades de grupos, circos o compañías; orquestas o bandas - actividades de artistas individuales, como escritores, directores, músicos, conferenciantes, escenógrafos y constructores de decorados, etcétera; - gestión de salas de conciertos, teatros y otras instalaciones similares; actividades de escultores, pintores, dibujantes, grabadores, etcétera; actividades de escritores de todo tipo; por ejemplo, de obras de ficción, de obras técnicas, etcétera; actividades de periodistas independientes; restauración de obras de arte, como cuadros, etcétera. Se incluyen también las siguientes actividades: - actividades de productores o empresarios de espectáculos artísticos en vivo, aporriento o no ellos mismos las instalaciones correspondientes	No se incluyen las siguientes actividades: restauración de vidrieras de colores; véase la clase 2310; fabricación de estatuas, excepto originales artísticos; véase la clase 2396; restauración de órganos y otros instrumentos musicales históricos; véase la clase 3319; restauración de lugares y edificios históricos; véase la clase 4100 producción de películas cinematográficas y vídeos; véase las clases 5911 y 5912; explotación de cines; véase la clase 5914; actividades de agentes o agencias de actores y artistas; véase la clase 7490; actividades de selección de actores; véase la clase 7810; actividades de venta de entradas; véase la clase 7990; gestión de museos de todo tipo; véase la clase 9102; actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas; véase la división 93; restauración de muebles (excepto la del tipo realizado en museos); véase la clase 9524.
						Esta clase excluye actividades de escultores, pintores, dibujantes, grabadores, etcétera; actividades de escritores de todo tipo; por ejemplo, de obras de ficción, de obras técnicas, etcétera; actividades de periodistas independientes; restauración de obras de arte, como cuadros, etcétera.	

Nota: Tengase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIUU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.



Recuerde:

La ilegalidad en este sector se da a través de dos formas fundamentalmente: (i) copia ilegal de las producciones fonográficas en formato CD y venta en mercados minoristas (calle o establecimientos); (ii) descargas ilegales desde sitios en internet a formatos MP3.

Uno de los nichos de mercado que ha emergido con fuerza en los últimos años corresponde a las grabaciones de audio (canciones) para que sean utilizadas como ringtones de los teléfonos móviles o backtones, es decir, las canciones que sustituyen el tono de espera que escuchan las personas que llaman. Cultura a la medida, CSC de Colombia, 2015.

Los sellos discográficos comercializan tanto productos generados en el país, como de su repertorio nacional. En algunos casos para diversificar sus negocios además de la producción de fonogramas, organizan eventos de música al vivo.

Conozca:

[Informe anual de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, IFPI](#) (por sus siglas en inglés)

Boletín El Faro N 4. Música. Observatorio de Cultura y Economía.

Cuadernos de Trabajo: Tendencias de la industria musical en Colombia. Serie 1, junio de 2015. Observatorio de Cultura y Economía.



Sector Audiovisual y Radio

- 3.96. Los productos audiovisuales son obras que comprenden una serie de imágenes asociadas, con o sin sonidos reproducibles, que se caracterizan por el hecho de que su producción, difusión, transmisión y exhibición requieren habitualmente de un dispositivo tecnológico, independiente del tipo de soporte que los contiene.
- 3.97. Desde el punto de vista del producto, tal como se puede observar en la tabla 3.8 el sector incluye una amplia diversidad de bienes y servicios de lo cinematográfico, lo videográfico, la televisión y el multimedia. Los productos específicos de este sector son las películas y videos destinados a la venta legal e ilegal; así como los servicios de emisión de radio y televisión, y los servicios de exhibición de películas.
- 3.98. Por lo tanto, las unidades observadas en este sector son las empresas, establecimientos y personas naturales que constituyen las unidades productoras cuyas actividades son la producción y distribución de filmes y videocintas, la exhibición de filmes y videocintas, la producción de programas de radio y televisión, así como los servicios de transmisión de programas de radio y televisión.
- 3.99. La producción de contenidos audiovisuales se caracteriza por sus altos costos de producción, sean estos programas de televisión, películas o cortometrajes. De allí que en la mayoría de los países se generan esquemas de financiación diversos, entre los que se destacan los recursos por publicidad y subvenciones del gobierno u otras administraciones públicas.

- 3.100. En la producción cinematográfica, en respuesta a la dificultad de encontrar financiación para llevar a cabo los proyectos, un cierto número de participantes del proceso de producción de una película: director, actores, otras clases de técnicos, no reciben una remuneración directa (o reciben una remuneración muy baja) ni se les paga honorarios, sino que se consideran como socios del proyecto, y su trabajo se remunera como una proporción de los ingresos netos esperados generados por la taquilla u otras formas de comercialización del producto (Derechos de proyección por TV, derechos de reproducción por DVD, etc.). Es decir que comparten el riesgo del proyecto con el productor de la obra.
- 3.101. Con relación al sector de la radio, es frecuente que la producción y transmisión de las emisoras públicas tengan una financiación pública mientras los productores privados se financian por medio de la publicidad.
- 3.102. Las agencias de publicidad, por su parte, sirven como intermediarias entre las empresas que quieren publicitar sus productos y los canales de televisión, o las emisoras de radio a través de la compra de tiempo de antena (o los periódicos y revistas que venden espacio publicitario). Igualmente, adquieren (o producen por su propia cuenta) cortes publicitarios, sea para la radio, televisión o internet.
- 3.103. Durante las etapas de difusión y trasmisión de los contenidos simbólicos relacionados a los audiovisuales, se encuentran tanto canales de distribución abiertos como cerrados. En el caso de la televisión abierta, el acceso para el usuario es usualmente gratuito, aunque en algunos países puede existir una tasa asociada a la propiedad de un receptor u otro tipo de tasa que da derecho al acceso, la cual no se considera como una compra de servicio sino como un impuesto y se tomará en cuenta en el capítulo 6, referente al gasto. En el caso de los canales cerrados, los montos pagados por conexión a una red dan el derecho a recibir las transmisiones de un cierto número de canales o programas que componen la selección, por ejemplo, a través de los proveedores de televisión por suscripción o las plataformas virtuales como Netflix.
- 3.104. Al igual en el caso de la televisión abierta, en el circuito económico de la radio los agentes programadores son en su mayoría también productores de programas y pasan canciones o programas por los que pagan derechos de retransmisión. Los montos para estos usos corresponden a un consumo intermedio para los agentes programadores.
- La Tabla que sigue presenta los productos específicos y las actividades productoras características de este sector:

Tabla 3.8 Productos específicos del audiovisual y la radio, y las actividades productivas características asociadas

PRODUCTOS ESPECÍFICOS					ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS				
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIJU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
38950	Película cinematográfica, impresionada y revelada, con o sin pista de sonido o que consistan solamente en la pista de sonido	Esta subclase se define a través de los siguientes títulos y subtítulos de la HS 2007:3706. (Películas Cinematográficas, impresionadas y reveladas, con registro de sonido o sin él o con registro de sonido solamente. De una anchura de 35 mm o más).							
47620	Películas y otros contenidos de video en discos, cintas u otros medios físicos	Esta subclase incluye soporte físico (CD, cintas de cassette, discos de vinilo, etc.) que contengan grabaciones de video							No se incluyen las siguientes actividades: duplicación de películas (excepto reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines) y reproducción de cintas magnetofónicas y de video, CD o DVD a partir de copias matrices; véase la clase 1820; venta al por mayor de cintas de video, CD y DVD grabados; véase la clase 4649; comercio al por menor de cintas de video, CD y DVD; véase la clase 4762; actividades de postproducción; véase la clase 5912; reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines; véase la clase 5912; grabaciones de sonido y grabación de libros en cinta; véase la clase 5920; creación de programación completa de canales de televisión; véase la clase 6020; transmisiones de televisión; véase la clase 6020; procesamiento de películas, excepto para la industria cinematográfica; véase la clase 7420; actividades de agentes o agencias de actores o artistas; véase la clase 7490; alquiler de cintas de video y DVD al público en general; véase la clase 7722; subtítulo para sordos en tiempo real (simultáneo) de actuaciones en directo por televisión, reuniones, conferencias, etc.; véase la clase 8299; actividades por cuenta propia de actores, creadores de dibujos animados, directores, escenógrafos y especialistas técnicos; véase la clase 9000
84322	Transmisión de contenidos de audio	Esta subclase incluye flujos de datos de audio enviados a través de Internet			5911 (P)	Actividades de producción de películas	Esta clase comprende las siguientes actividades: producción de películas cinematográficas, videos, y programas o anuncios de televisión		
84331	Descargas de películas y otros videos	Esta subclase incluye los archivos electrónicos de video que pueden ser descargados y almacenados en un dispositivo local							
84332	Transmisión de contenidos de video	Esta subclase incluye flujos de datos de video enviados a través de Internet							

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
83632	Venta de tiempo publicitario en televisión y radio (excepto a comisión)	Esta subclase incluye venta de tiempo publicitario en radio y tv							
84322	Transmisión de contenidos de audio	Esta subclase incluye flujos de datos de audio enviados a través de Internet							
84611	Transmisión de programas de radio	Esta subclase incluye radio original contenido protegido como propiedad intelectual, producida para su transmisión al aire	Esta subclase excluye: Los servicios de transmisión en Internet. Se incluyen en la subclase 83159 Otros servicios de alojamiento y servicios de provisión de la infraestructura de TI. Los servicios de producción y difusión de contenidos de radio al aire, con protección a la propiedad intelectual. Se incluyen en la subclase 84611 Servicios de transmisión de programas de radio de producción y transmisión de contenidos de televisión al aire, con protección a la propiedad intelectual. Se incluyen en la subclase 84612 Servicios de transmisión de programas de televisión.		6010	Transmisiones de radio	Esta clase comprende las siguientes actividades: emisión de señales de audiodifusión a través de estudios e instalaciones de emisión de radio para la transmisión de programas sonoros al público, a entidades afiliadas o a suscriptores. Se incluyen también las siguientes actividades: actividades de cadenas de radio, es decir, la reunión de programas sonoros y su transmisión a los afiliados o suscriptores por el aire, por cable o por satélite; transmisiones de radio por Internet (estaciones de radio por Internet); transmisión de datos integrada con transmisiones de radio	No se incluyen las siguientes actividades: producción de programas de radio grabados; véase la clase 5920	
84631 (P)	Servicios de transmisión	Esta subclase comprende la selección, programación y difusión de programas de radio y televisión; programa combinado producción y servicios de radiodifusión							
84621	Programación de canales de radio	Esta subclase incluye los conjuntos de programas de radio y televisión como la línea diaria de una estación para la distribución de otros							

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC2 - CIJU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
84322	Transmisión de contenidos de audio	Esta subclase incluye flujos de datos de audio enviados a través de Internet					Esta clase comprende: producción de grabaciones matriciales originales de sonido, como cintas magnetofónicas, CD, actividades de servicios de grabación de sonido en estudio o en otros lugares, incluida la producción de programas de radio grabados (es decir, no emitidos en directo), bandas sonoras de películas cinematográficas, grabaciones de sonido para programas de televisión, etcétera edición de música, es decir, actividades de: Adquisición y registro de los derechos de autor de composiciones musicales. Promoción autorizada y utilización de esas composiciones en grabaciones, en la radio, en la televisión, en películas, en interpretaciones en vivo, en medios impresos y en otros medios. Distribución de grabaciones de sonido a mayoristas o minoristas o directamente al público Las unidades que se dedican a estas actividades pueden ser titulares de los derechos de propiedad o actuar como administradoras de los derechos de propiedad en nombre de los titulares.	No se incluyen las siguientes actividades: reproducción de copias matriciales de grabaciones de música u otras grabaciones de sonido; véase la clase 1820 venta al por mayor de cintas y discos grabados; véase la clase 4649	Excluye la adquisición y registro de los derechos de autor de composiciones musicales.
96122	Servicios de producción de programas de radio	Esta subclase incluye producción de programas de radio, en directo o grabados			5920 (P)	Actividades de grabación de sonido y edición de música	Esta clase comprende: producción propia (por ejemplo, noticias, locales, información en directo) o una combinación de ambas modalidades. Esa programación completa puede ser transmitida por la unidad productora o por terceros, como compañías de cable o de televisión por satélite. La programación puede ser de carácter general o especializada (p. ej., formatos limitados, como programas de noticias, de deportes, educativos o dirigidos a la juventud), de libre acceso para todos los usuarios o de distribución por suscripción. Se incluyen también las siguientes actividades: programación de canales de vídeo a la carta; transmisión de datos integrada con emisiones de televisión		
84612	Transmisión de programas de televisión	Esta subclase incluye contenido original de televisión protegido como propiedad intelectual, producida para la transmisión al aire					Esta clase comprende las siguientes actividades: programación completa de canales de televisión con componentes comprados (películas, documentales, etcétera), componentes de producción propia (por ejemplo, noticias, locales, información en directo) o una combinación de ambas modalidades. Esa programación completa puede ser transmitida por la unidad productora o por terceros, como compañías de cable o de televisión por satélite. La programación puede ser de carácter general o especializada (p. ej., formatos limitados, como programas de noticias, de deportes, educativos o dirigidos a la juventud), de libre acceso para todos los usuarios o de distribución por suscripción. Se incluyen también las siguientes actividades: programación de canales de vídeo a la carta; transmisión de datos integrada con emisiones de televisión		
84622	Programación de canales de televisión	Esta subclase incluye ensamblajes de programas de televisión y emisoras como la línea diaria de un canal para la distribución de otros			6020 (P)	Programación y transmisiones de televisión	Esta clase comprende las siguientes actividades: programación completa de canales de televisión con componentes comprados (películas, documentales, etcétera), componentes de producción propia (por ejemplo, noticias, locales, información en directo) o una combinación de ambas modalidades. Esa programación completa puede ser transmitida por la unidad productora o por terceros, como compañías de cable o de televisión por satélite. La programación puede ser de carácter general o especializada (p. ej., formatos limitados, como programas de noticias, de deportes, educativos o dirigidos a la juventud), de libre acceso para todos los usuarios o de distribución por suscripción. Se incluyen también las siguientes actividades: programación de canales de vídeo a la carta; transmisión de datos integrada con emisiones de televisión	No se incluyen las siguientes actividades: producción de elementos de programas de televisión (p. ej., películas, documentales, anuncios); véase la clase 5911; agrupación de paquetes de canales para su distribución a los espectadores por cable o por satélite; véase la división 61	

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
84632	Servicios de distribución de programas, en paquete básico de programación	Esta subclase incluye proporcionar acceso de abonado para una gama básica de servicios de programación en general, por una cuota mensual. Este paquete contiene el número mínimo de canales disponibles a los suscriptores, tal como los define cada cable, satélite o MDS operador, y debe ser comprado para obtener cualquier nivel superior, paquete de programación. Las tarifas de conexión inicial a la red, o bien para la reconexión a la red, se incluyen aquí.					Esta clase comprende las siguientes actividades: explotación, mantenimiento o facilitación del acceso a servicios de transmisión de voz, datos, texto, sonido y vídeo utilizando una infraestructura de telecomunicaciones alámbricas, como: explotación y mantenimiento de sistemas de conmutación y transmisión para suministrar servicios de punto a punto por líneas alámbricas, por microondas o por una combinación de líneas alámbricas y conexiones por satélite; explotación de sistemas de distribución por cable (p. ej., para la distribución de datos y señales de televisión); suministro de servicios de telegrafo y otros servicios de comunicaciones no vocales utilizando infraestructura propia. Las instalaciones de transmisión que realizan esas actividades pueden utilizar una única tecnología o una combinación de tecnologías. Se incluyen también las siguientes actividades: compra de derechos de acceso y de capacidad de red a los propietarios y operadores de redes y utilización de esa capacidad para suministrar servicios de telecomunicaciones a empresas y hogares; suministro de acceso a Internet por los operadores de la infraestructura de telecomunicaciones alámbricas.		
84633	Servicios de distribución de programas, en paquete controlado de programación	Esta subclase incluye servicios de programación de suscriptor además de las que se incluyen en el paquete básico de una tarifa por separado, y además de la tarifa básica mensual. Este servicio de programación pueden ser suministradas en paquetes determinados por el cable, el satélite, o MDS operador, en paquetes determinados por el suscriptor, o a la carta.							
84634	Servicios de distribución de programas, programación de películas (pago por ver)	Esta subclase incluye ofrecer a los suscriptores la posibilidad de ver un programa específico (película o evento) de su casa por una tarifa por separado, y además de la cuota mensual básica o discrecional para los paquetes de programación			6110 (P)	Actividades de telecomunicaciones por cable			No se incluyen las siguientes actividades: reventa de servicios de comunicaciones; véase la clase 6190

PRODUCTOS ESPECÍFICOS		ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS							
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
96121 (P)	Servicios de producción de programas de televisión, video y actividades cinematográficas	Esta subclase comprende: - la producción y realización de películas incluyendo dibujos animados principalmente diseñado para mostrar en las salas de cine - producción y realización de películas de todos los tipos (por ejemplo, series, televisión, incluyendo dibujos animados) diseñadas principalmente para mostrar en la televisión; - producción y realización de promocionales o publicitarios con imágenes en movimiento; - producción de programas de televisión, en directo o grabados	Esta subclase excluye: Los servicios de producción de películas de diapositiva o vista fija. Se incluye Servicios fotográficos y servicios de videografía de eventos.					No se incluyen las siguientes actividades: duplicación de películas (excepto reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines) y reproducción de cintas magnetofónicas y de video, CD o DVD a partir de copias matrices; véase la clase 1820; venta al por mayor de cintas de video, CD y DVD grabados; véase la clase 4649; comercio al por menor de cintas de video, CD y DVD; véase la clase 4762; actividades de postproducción; véase la clase 5912; reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines; véase la clase 5912; grabación de sonidos y grabación de libros en cintas; véase la clase 5920; creación de programación completa de canales de televisión; véase la clase 6020; transmisiones de televisión; véase la clase 6020; procesamiento de películas, excepto para la industria cinematográfica; véase la clase 7420; actividades de agentes o agencias de actores o artistas; véase la clase 7490; alquiler de cintas de video y DVD al público en general; véase la clase 7722; subtítulo para sordos en tiempo real (simultáneo) de actuaciones en directo por televisión, reuniones, conferencias, etc.; véase la clase 8299; actividades por cuenta propia de actores, creadores de dibujos animados, directores, escenógrafos y especialistas técnicos; véase la clase 9000	
96122	Servicios de producción de programas de radio	Esta subclase incluye producción de programas de radio, en directo o grabados							
96123 (P)	Servicios de producciones originales de programas de televisión, video, radio y actividades cinematográficas	Esta subclase incluye copyright motion picture, video, programas de radio y televisión producidos sin contrato para la venta (es decir, con todos los derechos de propiedad correspondientes). Los originales son producidos para la venta que esta implica o explícitamente protegidos por copyright.	Esta subclase excluye: Los servicios de producción de películas cinematográficas, programas de televisión y de radio por contrato. Se incluye en la subclase 96121 (Servicios de producción de programas de televisión, video y actividades cinematográficas); y 96122 (Servicios de producción de radio).		5911 (P)	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos y programas de televisión	Esta clase comprende las siguientes actividades: producción de películas cinematográficas, videos, y programas o anuncios de televisión		

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS			
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones CSC
96131	Servicios de edición audiovisual	Esta subclase incluye organizar y coordinar los aspectos visuales y de audio de una obra audiovisual (que se produce en el cine, video, medios digitales, etc.) mediante el análisis, evaluación y selección de las escenas y la continuidad de la historia dramática y valor de entretenimiento, con un equipo como los espectadores, proyectores, y edición de video digital dispositivos y técnicas, que incorpora las imágenes seleccionadas de las películas y videos en el cine o el video.				Esta clase comprende las siguientes actividades: postproducción, edición, rotulación, subtítulo para sordos; gráficos, animación y efectos especiales producidos por ordenador; transferencia de película a cinta; actividades de laboratorios cinematográficos y de laboratorios especiales para películas de animación; revelado y procesamiento de películas cinematográficas; reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines. Se incluyen también las siguientes actividades: actividades de archivos cinematográficos, etcétera	
96132	Servicios maestros de transferencia y duplicación	Esta subclase incluye: - servicios las transferencias, por ejemplo, la transferencia una obra audiovisual (producción de motion picture film, video, medios digitales, etc.) de un formato a otro con el fin de adecuar la producción a un formato seleccionado para su presentación o preservación características (por ejemplo, la creación de copia de seguridad del maestro o copias porque el original se deteriora). Los ejemplos incluyen transferencia de película a la cinta, cinta de película, los medios digitales para cine, medios digitales en cinta, diapositiva a video, fotos y video, etc. - duplicación y servicios de copiado de la obra audiovisual, salvo film, es decir, crear grandes y pequeñas de las reproducciones de las obras audiovisuales (video, medios digitales, etc.) para una amplia variedad de usos. Las reproducciones se pueden producir en una variedad de formatos, incluyendo cintas VHS, DVD, video, etc.		5912 (P)	Actividades de postproducción de películas, videocintas y programas de televisión		No se incluyen las siguientes actividades: reproducción de películas (excepto reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines) y reproducción de cintas de sonido y de video, CD o DVD a partir de copias matrices; véase la clase 1820; venta al por mayor de cintas de video, CD y DVD grabados; véase la clase 4649; comercio al por menor de cintas de video, CD y DVD grabados; véase la clase 4762; procesamiento de películas, excepto para la industria cinematográfica; véase la clase 7420; alquiler de cintas de video y DVD al público en general; véase la clase 7722; actividades por cuenta propia de actores, creadores de dibujos animados, directores, escenógrafos y especialistas técnicos; véase la clase 9000
96133	Servicios de restauración digital y corrección de color	Esta subclase incluye: - servicios corrección de color, es decir, agregar, modificar o excluir color de obras audiovisuales (producidos en cine, video, o medios digitales, etc.) por correo electrónico, mediante técnicas digitales - digital servicios de recuperación de la obra audiovisual, es decir eliminar las rayas de obras audiovisuales (producido en cine, video, o medios digitales, etc.) mediante técnicas digitales para obtener la película lista para el proceso de transferencia					
96134	Servicios de efectos visuales	Esta subclase incluye: introducir efectos visuales a las obras audiovisuales (producida el cine, el video, o medios digitales, etc.) mediante la aplicación fotográfica o tecnología digital para el trabajo después de que el rodaje o grabación principal, tales como miniaturas, ópticas y efectos digitales, pinturas mate, doble impresión, se estampa, y el vineteo					
96135	Servicios de animación	Esta subclase incluye: creación de imágenes; diseños abstractos y similares composiciones originales con diversas técnicas, entre las que se incluyen: • animación computarizada; • las secuencias de animación de dibujos; • plastilina (animación de personajes y objetos creados con arcilla)					

PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
96136	Servicios de titulación, subtítulo y traducción	<p>Esta subclase incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - servicios de capitulado de la obra audiovisual, es decir, agregar texto a una obra audiovisual (que se produce en el cine, video, o medios digitales, etc.); utilizando un generador de caracteres o un sistema de generación de datos los subtítulos, entre las que se incluyen: <ul style="list-style-type: none"> • abrir servicios de capitulado, que cree el texto siempre visibles en la pantalla; • los subtítulos servicios, que cree el texto visible en la pantalla de la opción del usuario; - titulación servicios respecto de las obras audiovisuales, es decir, agregar tipográfica y elementos gráficos que sirven para identificar y mejorar la obra audiovisual (cine, video, o medios digitales, etc.) a través de textos, incluido el comienzo los títulos, créditos, y las palabras; - servicios de subtítulo tanto obras audiovisuales, es decir insertar texto en la pantalla que traduce los diálogos y los títulos de los audiovisuales originales. Trabajo (producido en cine y video, o medios digitales, etc.) para el conocimiento del idioma del país en el que las películas o video es exhibido <p>Esta subclase incluye: -</p> <ul style="list-style-type: none"> • crear, agregar y grabar el sonido los elementos (cuadro de diálogo, la música y los sonidos y silencios) de una obra audiovisual (producción de cine, video, medios digitales, etc.) para una banda sonora que permite sincronizar el audio con el visual parte de la obra; • composición, grabación, mezcla, y en la integración y el sonido original de la música en la banda sonora de una obra audiovisual • La grabación de la música que se sincroniza con la secuencia de un trabajo audiovisual • mezclar y grabar con licencia y suministrada por el cliente para música y sonido para la integración en la banda sonora de una obra audiovisual • integración con licencia y suministrada por el cliente para música y sonido en la banda sonora de una obra audiovisual y sincronizar los elementos de sonido con elementos visuales de la obra, licencias y/o Servicios de agente para la concesión de licencias de la música y el sonido integrado en la mezcla o los servicios de integración 			5912 (P)	<p>Actividades de postproducción de películas, videocintas y programas de televisión</p> <p>Esta clase comprende las siguientes actividades: actividades de postproducción, como: edición, rotulación, subtítulo, créditos, subtítulo para sordos; gráficos, animación y efectos especiales producidos por ordenador; transferencia de película a cinta; actividades de laboratorios cinematográficos y de laboratorios especiales para películas de animación; revelado y procesamiento de películas cinematográficas; reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines. Se incluyen también las siguientes actividades: actividades de archivos cinematográficos, etcétera</p>	<p>No se incluyen las siguientes actividades: reproducción de películas (excepto reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines) y reproducción de cintas de sonido y de video, CD o DVD a partir de copias matrices; véase la clase 1820; venta al por mayor de cintas de video, CD y DVD grabados; véase la clase 4649; comercio al por mayor de cintas de video, CD y DVD grabados; véase la clase 4762; procesamiento de películas, excepto para la industria cinematográfica; véase la clase 7420; alquiler de cintas de video y DVD al público en general; véase la clase 7722; actividades por cuenta propia de actores, creadores de dibujos animados, directores, escenógrafos y especialistas técnicos; véase la clase 9000</p>		
93137 (P)	Servicios de edición y diseño de sonidos								
96139	Otros servicios de postproducción	<p>Esta subclase incluye otros servicios de postproducción de la obra audiovisual (producción de cine, video, medios digitales, etc.), incluyendo servicios de conversión formato servicios de compresión, etc.</p>							
96140 (P)	Servicios de distribución de programas de televisión, actividades cinematográficas y de video	<p>Esta subclase incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distribución de las obras audiovisuales, incluyendo la concesión permiso para exhibir, difundir y alquilar audiovisuales que implícita o explícitamente protegido por un copyright propiedad de o controlados por el licenciante, generalmente destinados a teatros, televisión, video doméstico mercado, etc.; tales como: <ul style="list-style-type: none"> • acción en directo o películas de animación • videos digitales, etc. - Servicios de gestión de derechos de imagen movimiento <p>Este producto se realizan entre el distribuidor y el exhibidor, red de televisión, televisión, tiendas de alquiler de video, etc.</p>	<p>Esta subclase excluye: Los servicios de concesión de licencias (por el titular de los derechos de autor) por el derecho a reproducir, distribuir o incorporar los audiovisuales originales. Se incluye en la subclase 73520 Derechos de uso de obras originales literarias, artísticas y de entretenimiento.</p>		5913 (P)	<p>Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos y programas de televisión</p> <p>Esta clase comprende las siguientes actividades: distribución de películas, cintas de video, DVD y productos similares a cines, cadenas y emisoras de televisión y exhibidores</p> <p>Se incluyen también las siguientes actividades: adquisición de los derechos de distribución de películas, cintas de video y DVD</p>	<p>No se incluyen las siguientes actividades: duplicación de películas (excepto reproducción de películas cinematográficas para su distribución en cines) y reproducción de cintas magnetónicas y de video, CD o DVD a partir de copias matrices; véase la clase 1820 reproducción de películas para su distribución en cines; véase la clase 5912</p>		
96150	Servicios de proyección de películas	<p>Esta subclase incluye motion picture, video y servicios de proyección similar (analógico o digital) en las salas de cine, al aire libre o en cine-clubes, en privado salas de proyección o otra proyección instalaciones</p>							

Nota: Téngase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.



Sector de Libros y Publicaciones

- 3.105. El sector cultural de los libros y publicaciones periódicas hace referencia, a producción y comercialización de contenidos literarios, que generan como producto una publicación en formato físico o digital. La producción de los contenidos literarios se incluye en el sector de la creación.
- 3.106. Los libros, como bienes culturales, corresponden a obras científicas, artísticas, literarias, técnicas, educativas, informativas, recreativas o de cualquier otra índole que conforman una publicación unitaria en uno o varios volúmenes. (CERLALC, 2008). Estos pueden distribuirse en formato impreso, con diferentes tipos de encuadernación (espiral, pasta, plástico, rústico o tapa dura) o en formato digital independientemente del soporte electrónico que se utilice para su lectura (e-book, sitio electrónico o pdf).
- 3.107. Las publicaciones periódicas, por su parte, corresponden a los contenidos publicados en fascículos sucesivos que se presentan con una periodicidad fija o variable. Algunos ejemplos de este tipo de contenidos son los periódicos, las revistas y los boletines.
- 3.108. Un "periódico" es una publicación editada normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya función principal es presentar noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. El periódico además puede presentar diversas posturas públicas y, en la mayoría de los casos, sus ingresos económicos principales derivan en la inserción de publicidad.
- 3.109. La actividad de edición de libros lleva procesos implícitos de creación y su actividad aporta el contenido simbólico del producto característico que producen. Los editores se encargan de las funciones de adquirir manuscritos, editarlos y distribuirlos, siendo la impresión un servicio que pueden subcontratar de terceros (o realizar por su cuenta propia en sus talleres).
- 3.110. La edición y la impresión son actividades centrales en el proceso productivo de los libros, las revistas y los periódicos y por ello es importante entender su tratamiento en las CSC.
- 3.111. Los servicios de "edición de publicaciones periódicas" incluyen la jerarquización de los artículos por orden de importancia y la organización en un espacio de contenidos escritos, visuales y, en ocasiones, audiovisuales (multimedia), en medios impresos y electrónicos como diarios y revistas. El diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión) y post-prensa (acabados).
- 3.112. Las unidades de producción que desarrollan este tipo de actividad asumen la responsabilidad, el control y la gestión de los procesos por los cuales el original de la obra se convierte en los ejemplares que saldrán a la venta. El resultado de esta actividad es el producto reproducido, bajo cualquier forma transable. Los agentes involucrados en la actividad de edición pueden también vender sus servicios de manera contractual.
- 3.113. Los productos y actividades de edición son característicos del campo cultural, en tanto que los servicios de impresión son consumidos por la actividad de edición y se consideran consumo intermedio de la actividad de edición pues las unidades de producción que realizan la actividad de impresión asumen la responsabilidad tan solo de las labores de reproducción que les son encargadas, mientras las que realizan actividades de edición asumen la responsabilidad sobre el producto desde el momento en que se selecciona el original hasta la puesta en el mercado de las copias. Los riesgos de la producción de los libros que son puestos en el mercado son asumidos por los editores.
- 3.114. Los libreros tienen un papel importante en la difusión de los libros, por la selección

que operan de los libros que deciden comercializar, su función de consejo y orientación, y a veces por los eventos que organizan para hacer conocer autores y publicaciones. Otras formas de difusión, sin embargo, no aportan este elemento, en particular cuando los productos culturales se venden a través de almacenes de cadena no especializados, en los cuales estos productos son tratados de la misma manera que otro tipo de producto para el consumo.

3.115. Debe reiterarse que también se consideran como actividades productivas, la producción no autorizada de copias de libros, discos, etc. para la venta. Sin embargo, la reproducción para el uso personal está por fuera del marco de la producción desde el punto de vista de las Cuentas Nacionales y se trata como una práctica.

La Tabla 3.9 que sigue presenta los productos específicos y las actividades productoras características de este sector:

Tabla 3.9 Productos específicos del sector editorial y actividades productivas características asociadas

PRODUCTOS ESPECÍFICOS			ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS						
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
32210	Libros o textos escolares, impresos	Esta subclase incluye títulos publicados que se utiliza principalmente como material educativo para estudiantes y profesores de los programas de estudio formales. Estos libros contienen por lo general conocimientos resumenes y/o preguntas prácticas con el texto. Esto incluye libros de trabajo, los maestros manuales y materiales de recursos, así como materiales interactivos.							
32220	Libros de consulta general, en forma impresa	Esta subclase incluye los títulos publicados sobre todo fines de referencia general y dirigidas al público en general, como por ejemplo: • diccionarios, • enciclopedias, • tesauros; • atlas y otros libros de mapas o planos;							
32291	Libros para profesionales, técnicos y académicos, en forma impresa	Esta subclase incluye títulos especializados que contengan investigación, conocimientos avanzados y/o información dirigida a la comunidad académica y de investigación, o puede ser utilizado por las personas en la práctica de determinadas ocupaciones o profesiones, por ejemplo, abogados, médicos, electricistas, contadores, empresas o profesionales de la informática							
32292 (P)	Libros para niños, en forma impresa	Esta subclase incluye títulos publicados para los niños, incluyendo libros de imágenes y libros no destinados a libros de referencia; libros, libros para colorear	Esta subclase excluye: • Libros adhesivos o calcomanías impresas y se incluye en la subclase 32690 Otros impresos n.c.p. • Libros de juguete y se incluye en la subclase 38560 Otro juguetes (incluyendo instrumentos musicales de juguete)						
32299 (P)	Otros libros n.c.p., en forma impresa	Esta subclase incluye libros de interés general, publicado para el consumo por parte del público en general. Esto incluye obras de ficción y no-ficción, poesía y drama, libros religiosos, biblias, himnarios, libros sobre temas tales como la historia, la política, biografías, casa y jardín; libros de como hacer, libros de cocina, guías de viajes etc	Esta subclase excluye: • Libros adhesivos o calcomanías impresas y se incluye en la subclase 32690 Otros impresos n.c.p. • Libros de juguete y se incluye en la subclase 38560 Otro juguetes (incluyendo instrumentos musicales de juguete).						
47691	Audiolibros en discos, casetes u otros medios físicos	Esta subclase incluye soporte físico (CD-ROM, cintas, etc.) que contiene libros de audio, es decir las grabaciones de audio de alguien leyendo el texto de un libro							
47692	Discos, cintas y otros medios físicos basados en textos	Esta subclase incluye soporte físico (CD-ROM, disquete, microfiches, etc.) no de grabaciones de audio de textos, tales como: de publicaciones periódicas, libros de texto, libros de referencia y otras fuentes; directorios y listas de correo							
84311	Libros en línea (on-line)	Esta subclase incluye libros on-line, incluidos los libros, mapas o planos, diccionarios y enciclopedias							
73290 (P)	Servicios de arrendamiento (leasing) o alquiler de otros bienes n.c.p.	Esta subclase incluye: - Arrendamiento o alquiler de servicios relativa a: • libros, diarios y revistas • cámaras, equipo fotográfico, binoculares y otros artículos de óptica • flores y plantas • relojes, etc. • Instrumentos musicales - Leasing, renting o servicios de alquiler relativos equipo médico (mueletas) y equipo paramédico - El alquiler de equipos para fiestas y otros eventos sociales, como bodas		Esta subclase excluye el arrendamiento o alquiler de cámaras, equipo fotográfico, binoculares y otros artículos de óptica, flores y plantas, relojes, etc., instrumentos musicales, leasing, renting o servicios de alquiler relativos equipo médico (mueletas) y equipo paramédico y de equipos para fiestas y otros eventos sociales, como bodas					
32511	Mapas y cartas hidrográficas o similares (incluyendo mapas de pared, planos topográficos y mapas para globos terráqueos), que no sean en forma de libros	Esta subclase se define a través de los siguientes títulos y subtítulos de la HS 2007:4905. (Mapas y cartas hidrográficas y similares de todo tipo, incluidos los mapas murales; planos topográficos y esferas; impresos. - Globos - Los demás, en forma de libro, Otros)							

PRODUCTOS ESPECÍFICOS						ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIJU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC		
32300	Periódicos y revistas, diarios, en forma impresa	Esta subclase incluye periódicos, revistas y publicaciones periódicas por lo menos cuatro veces a la semana									
32410	Periódicos de interés general y revistas, que no sean publicaciones diarias, en forma impresa	Esta subclase incluye periódicos, revistas y periódicos, menos de cuatro veces a la semana, cubriendo temas de interés general, tales como: <ul style="list-style-type: none"> • las artes, la cultura, el ocio y la diversión, • hogar y vida, • política, social y negocios 									
32420 (P)	Periódicos y revistas empresariales, profesionales o académicos, que no sean publicaciones diarias, en forma impresa										
32490 (P)	Otros periódicos y publicaciones, que no se publican todos los días, en forma impresa	Esta subclase incluye otros periódicos, revistas y tales como: publicaciones periódicas sobre temas específicos, incluyendo "revistas electrónicas"			5813	Publicación de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	Esta clase comprende las siguientes actividades: edición de periódicos, incluidos periódicos publicitarios; edición de revistas y otras publicaciones periódicas; incluida la edición de la programación de radio y televisión. La edición puede realizarse en forma impresa o electrónica, incluso por Internet.				
84312 (P)	Revistas y periódicos en línea (on-line)	Esta subclase incluye: <ul style="list-style-type: none"> - publicaciones aparecidas en Internet donde el contenido principal se actualiza a intervalos regulares, generalmente con una frecuencia diaria, semanal o mensual; ya sea en una sola copia o suscripción de ventas; - partes de periódicos como titulares por correo electrónico diariamente o con mayor frecuencia; - boletines periódicos 									

PRODUCTOS ESPECÍFICOS			ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS						
Código CPC Rev 2	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
62251 (P)	Servicios de comercio al por menor de libros, revistas, periódicos y artículos de papelería en tiendas especializadas	Esta subclase incluye: - servicios de comercio relativos a: • bienes del grupo 322 (libros, en imprenta); • bienes del grupo 323 (diarios y revistas, en prensa); • bienes del grupo 325 (mapas diarios, en prensa); • bienes del grupo 326 (sellos, tarjetas postales, tarjetas de felicitación, imágenes y planes); • bienes del grupo 327 (acciones, catálogos de cheques, billetes de banco, certificados de acciones, folletos, material publicitario y otro material impreso); • bienes del grupo 327 (Libros de registro, portátiles, carta de los electrodos, diarios y artículos similares, secante pastillas, aglutinantes, archivo, papel o cartón)		Esta subclase excluye servicios de comercio relativos a: (mapas impresos; música manuscrita o impresa, tarjetas postales, tarjetas de felicitación, imágenes y planes); • bienes del grupo 326 (sellos, talonarios de cheques, billetes de banco, certificados de acciones, folletos, material publicitario y otro material impreso); • bienes del grupo 327 (Libros de registro, portátiles, carta de los electrodos, diarios y artículos similares, secante pastillas, aglutinantes, archivo, impresos y otros artículos de papelería, de papel o cartón)	4761 (P)	Venta al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería en comercios especializados	Esta clase comprende las siguientes actividades: venta al por menor de todo tipo de libros; venta al por menor de periódicos y artículos de papelería. Se incluyen también las siguientes actividades: venta al por menor de material de oficina, como plumas estilográficas, bolígrafos, lápices, papel, etcétera	No se incluyen las siguientes actividades: venta al por menor de libros antiguos o de segunda mano; véase la clase 4774	Se excluyen las siguientes actividades: venta al por menor de todo tipo de artículos de papelería. Se incluyen también las siguientes actividades: venta al por menor de material de oficina, como plumas estilográficas, bolígrafos, lápices, papel, etcétera
84510 (P)	Servicios de biblioteca	Esta subclase incluye recopilación, catalogación, conservación y servicios de recuperación de los libros y similares; servicios de préstamo de libros y registros	*Esta subclase excluye: <ul style="list-style-type: none"> • Los servicios de alquiler de videocintas. Se incluye en la subclase 73220 Servicios de arrendamiento sin opción de compra de cintas de video y disco • Los servicios de alquiler de libros. Se incluye en la subclase 73290 Servicios de arrendamiento o alquiler de otros productos n.c.p." 		9101 (P)	Actividades de bibliotecas y archivos	Esta clase comprende las siguientes actividades: actividades de documentación e información realizadas por bibliotecas de todo tipo, salas de lectura, audición y proyección, archivos públicos abiertos al público en general o a determinadas categorías de personas, como estudiantes, científicos, empleados de la organización a la que pertenece la biblioteca, y gestión de archivos de la administración pública; organización de fondos bibliográficos; catalogación de los fondos; mantenimiento y préstamo de libros, mapas, revistas, películas, discos, cintas grabadas, obras de arte, etcétera; actividades de búsqueda para atender a solicitudes de información, etc.; servicios de archivos fotográficos y bancos de imágenes	Se excluyen todas las actividades prestadas directamente por las bibliotecas catalogadas como parte del patrimonio cultural del Estado, según la legislación de cada país donde se aplique la medición.	

Nota: Tengase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.



Recuerde:

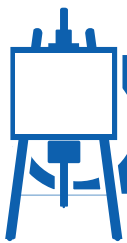
Según la definición de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, por su sigla en inglés) un libro debe tener cincuenta o más páginas (veinticinco hojas o más); si tiene entre cinco y hasta cuarenta y nueve páginas, es un folleto (desde 3 hasta 24 hojas) y desde una hasta cuatro páginas, se consideran hojas sueltas (una o dos hojas).

Los libros se identifican con el Número Normalizado Internacional (ISBN, por sus siglas en inglés). Este sistema de clasificación le otorga a cada título publicado una serie de 13 dígitos, de acuerdo con el país, área idiomática y editor. La emisión de este número de clasificación se realiza por parte de la Agencia Internacional de ISBN, con sede en cada país, y se realiza únicamente a los libros impresos, los audiolibros, los libros en cd rom, los libros publicados en internet y las publicaciones en braille. Las publicaciones periódicas por su parte se identifican con el Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas (ISSN, por sus siglas en inglés).

Conozca las publicaciones:

[El espacio iberoamericano del libro 2014, CERLALC.](#)

[Estudio prospectivo del sector editorial de Latinoamérica: el futuro del libro en el horizonte del año 2020, CAB y CERLALC.](#)



Sector de Educación Cultural

- 3.116. La Educación Artística es el campo de conocimiento, prácticas y emprendimiento que busca potenciar y desarrollar la sensibilidad, la experiencia estética, el pensamiento creativo y la expresión simbólica, a partir de manifestaciones materiales e inmateriales en contextos interculturales que se expresan desde lo sonoro, lo visual, lo corporal y lo literario.
- 3.117. La educación cultural o artística está presente en todos los niveles de la educación formal, así como en la educación no formal. Sin embargo, ante la imposibilidad de identificar claramente establecimientos cuya función principal sea la educación cultural en los niveles preescolar, primaria, secundaria y media, esta Metodología no considerará la actividad productiva característica en tales niveles. Adicionalmente, es muy posible que en muchos países, no haya profesores especializados en estas materias para los niveles de educación más bajos, de tal manera que, en la mayoría de los países, tampoco será posible ni significativo identificar un producto específico.
- 3.118. El marco de análisis de este sector será, por lo tanto, la educación artística y cultural en el nivel superior y la educación no formal cuando su objetivo sea promover la cualificación de sujetos, procesos y prácticas en las facultades de artes y academias especializadas y además, desarrollar labores de formación de artistas dedicados a la creación, investigación y docencia, que construyan procesos de evaluación y estén en diálogo permanente con la comunidad artística.

3.119. En cuanto a la educación cultural no formal, es necesario acopiar la información de los establecimientos ya sean públicos o privados (generalmente organizaciones no gubernamentales) involucrados en la prestación de servicios de enseñanza específicamente artística. Puede presentarse esta información en

forma de Estados Financieros o en relaciones de ingresos y gastos de estas entidades.

El cuadro que sigue presenta los productos específicos y las actividades productivas características del sector:

Tabla 310 Productos específicos de la educación cultural y actividades productivas características asociadas

Código CPC Rev 2	PRODUCTOS ESPECÍFICOS			ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS					
	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
92510 (P)	Servicios de primera etapa de educación terciaria	Esta subclase incluye servicios de educación enfocado a un grado universitario o equivalentes. Tales servicios educativos se ofrecen en universidades, institutos e instituciones similares de educación superior.		Solamente de los programas centrados en la educación cultural y artística	8530 (P)	Enseñanza superior	Enseñanza postsecundaria primera etapa de la enseñanza terciaria (que no conduce a un título avanzado de investigación) segunda etapa de la enseñanza terciaria (que conduce a un título avanzado de investigación) Se incluyen también las siguientes actividades: actividades de escuelas de artes interpretativas que imparten enseñanza superior	Enseñanza de adultos según se define en el grupo 854	
92520 (P)	Servicios de segunda etapa de educación terciaria	Esta subclase incluye servicios educativos para programas terciarios que conllevan directamente a una calificación de estudios avanzados tales como un doctorado.		Solamente se incluyen los programas de formación en artes y patrimonio.					
92911 (P)	Servicios de educación cultural	Esta subclase incluye: - Piano y otros tipos de educación musical - Educación artística - Educación en danza y estudios de danza - Educación artística excepto académica - Educación en fotografía	Esta subclase no incluye: - Educación formal en las áreas especificadas que permitan obtener un grado o diploma profesional, cf. 925		8542	Enseñanza Cultural	Esta clase comprende las actividades de formación artística, teatral y musical. Las unidades que imparten este tipo de formación pueden denominarse "escuelas", "estudios", "academias", "clases", etc. Ofrecen formación estructurada, principalmente para fines recreativos, de afición o de desarrollo personal, pero esa formación no conduce a la obtención de un diploma profesional ni de un título de licenciado o graduado. Se incluyen las siguientes actividades: clases de piano y otras actividades de formación musical; formación artística; escuelas y academias de baile; escuelas de teatro (excepto las académicas); escuelas de bellas artes (excepto las académicas); escuelas de artes interpretativas (excepto las académicas); escuelas de fotografía (excepto las comerciales)		

Nota: Téngase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.



Conozca las publicaciones:

Hoja de Ruta para la educación artística. Unesco 2006.

Educación artística y cultural en el contexto escolar en Europa. Agencia Ejecutiva en el ámbito Educativo, Audiovisual y Cultural, 2009.

La educación artística en Iberoamérica. Lucina Jiménez, en Educación Artística, Cultura y Ciudadanía. Metas educativas 2021. OEI.

Definición del ámbito de valoración del patrimonio material e inmaterial para las CSC

3.120. La caracterización del patrimonio cultural como un stock de capital que genera efectos económicos es una discusión compleja en las ciencias sociales. Existen amplios debates sobre las metodologías de valoración más acertadas para estimar los efectos económicos del patrimonio. Reconociendo dichas particularidades y subrayando que el interés de las Cuentas Satélite de Cultura es exclusivamente la medición económica de las actividades productivas del campo cultural, el patrimonio cultural se analizará en términos de los recursos invertidos para su restauración, conservación y salvaguardia, y los flujos asociados a su disfrute.

3.121. Para avanzar en este sentido, es importante precisar las siguientes nociones básicas para identificar el ámbito de medición económica de los sectores relacionados al patrimonio cultural:

a. El patrimonio cultural, como lo define Unesco, comprende monumentos y colecciones de objetos, tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas

vinculados a la artesanía tradicional. En ese sentido, desde un punto de vista holístico, el patrimonio es inseparable. Sin embargo, para facilitar su interpretación como activo económico, se adoptará para efectos de esta metodología la categorización que lo divide entre patrimonio material e inmaterial, de acuerdo a los términos definidos en el Recuadro 3.3 al respecto.

b. El patrimonio material, según se puede observar en el Recuadro 3.3, se divide a su vez en dos categorías: el patrimonio mueble y el inmueble.

c. En el caso del patrimonio inmaterial, al corresponder este a tradiciones, expresiones, prácticas sociales, rituales, festividades, conocimiento y prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo, entre otras expresiones artísticas que identifican a los pueblos y comunidades, las actividades culturales relacionadas con sus procesos de creación, transmisión y apropiación cultural se encuentran fuera de la frontera de producción. No obstante, teniendo en cuenta las particularidades relativas a este sector se analizarán los festivales, las artesanías y las labores desarrolladas por los profesionales de las ciencias sociales involucrados en la investigación, conservación y salvaguardia del patrimonio inmaterial.

Recuadro 3.3

El patrimonio cultural comprende monumentos y colecciones de objetos, tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. (Unesco).

El patrimonio material corresponde a todas las manifestaciones del quehacer humano que por su importancia, valor y significado paleontológico, arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, militar, social, antropológico o intelectual, sea expresamente declarado como tal o sobre el que exista la presunción legal de serlo. Hacen parte del patrimonio material, el mueble e inmueble. (Ley de Patrimonio Cultural de Perú -28296)

El patrimonio material mueble incluye todos los bienes culturales que pueden trasladarse de un lugar a otro, es decir, objetos como pinturas, cerámicas, orfebrería, mobiliario, esculturas, monedas, libros, documentos y textiles, entre otros. (Ley de Patrimonio Cultural de Perú -28296)

El patrimonio material inmueble se refiere a los bienes culturales que no pueden trasladarse y abarca tanto los sitios arqueológicos (huacas, cementerios, templos, cuevas, andenes), como las edificaciones coloniales y republicanas. (Ley de Patrimonio Cultural de Perú -28296)

El patrimonio inmaterial corresponde a los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. Cultural Inmaterial, UNESCO (2003).

El patrimonio cultural subacuático son todos los vestigios de la existencia humana con carácter cultural, histórico y arqueológico, que han estado total o parcialmente sumergidos en el agua, en forma periódica o continua, por lo menos durante 100 años. Convención de la para Protección de Patrimonio Cultural Sumergido, UNESCO (2001).

3.122. A partir de dichas precisiones sobre el ámbito del patrimonio material e inmaterial, a continuación se definen por tipo de patrimonio, material e inmaterial, cuáles son

los productos y las actividades que pueden ser objeto de la medición de las Cuentas Satélite.



Sector de Patrimonio Material

3.123. Para efectos de este análisis de las Cuentas Satélite de Cultura el interés es analizar los gastos públicos y privados para la restauración, conservación y salvaguardia de las obras patrimoniales muebles e inmuebles, así como

los montos generados por flujos asociados a su disfrute.

3.124. La estimación de los gastos públicos y privados debe considerar los montos específicos

para cada una de las actividades productivas relacionadas. En el caso de la restauración los recursos invertidos en dichos fines deben ser considerados como formación de capital. Mientras, que los recursos invertidos en la conservación y salvaguardia deben estimarse como consumos intermedios.

3.125. Para la estimación de los flujos generados por el disfrute del patrimonio se deben considerar todos los gastos privados que se efectúan para acceder a los bienes y servicios patrimoniales, así como el gasto público efectuado por los gobiernos locales y nacionales para permitir directamente el acceso a dichos bienes muebles e inmuebles.

3.126. Entre estos montos deben identificarse, por ejemplo, los costos de boletería, por lo cual, también se deben considerar las subvenciones

efectuadas por el sector público que garantizan el acceso al disfrute de dichos bienes muebles e inmuebles.

3.127. Considerando estas precisiones, se consideran los servicios de los archivos y bibliotecas, los servicios relacionados a la preservación, divulgación y conservación de los museos y lugares históricos desarrollados por entidades de carácter público del orden nacional y local. Estos incluyen las labores desarrolladas por diferentes agentes que intervienen en este subsector: investigadores sociales, antropólogos, arqueólogos, entre otros profesionales que se encargan de la preservación, estudio y conservación de los bienes muebles e inmuebles.

Por lo tanto, a continuación se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

Tabla 3.11 Productos específicos del patrimonio material y actividades productivas características asociadas

Código CPC Rev 2	PRODUCTOS ESPECÍFICOS				ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CARACTERÍSTICAS				
	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC	Correspondencia CPC 2 - CIU 4	Descriptiva	Inclusiones	Exclusiones	Exclusiones CSC
84520	Servicio de archivos	Esta subclase incluye: - funcionamiento (recopilación, catalogación, conservación y recuperación) servicios de los archivos públicos, incluidos archivos digitales; - servicios de operación de los archivos históricos, incluyendo archivos digitales			9101 (P)	Actividades de bibliotecas y archivos	Esta clase comprende las siguientes actividades: actividades de documentación e información realizadas por bibliotecas de todo tipo, salas de lectura, audición y proyección, archivos públicos abiertos al público en general o a determinadas categorías de personas, como estudiantes; científicos, empleados de la organización a la que pertenece la biblioteca, y gestión de archivos de la administración de pública; organización de fondos bibliográficos; catalogación de los fondos; mantenimiento y préstamo de libros, mapas, revistas, películas, discos, cintas grabadas, obras de arte, etcétera; actividades de búsqueda para atender a solicitudes de información, etc.; servicios de archivos fotográficos y bancos de imágenes		Sólo se consideran las actividades realizadas por bibliotecas catalogadas como parte del patrimonio cultural del país, donde se efectúe la medición, de acuerdo a la legislación de cada Estado.
38863	Colecciones y piezas de zoología, botánica, mineralogía, anatomía, o que tengan interés histórico, etnográfico o numismático; antigüedades	Esta subclase se define a través de los siguientes títulos y subtítulos de la HS 2007:9705 - 9706. (Colecciones y piezas de zoología, botánica, mineralogía o anatomía, histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o interés numismático. Antigüedades de más de cien años.)							
83214 (P)	Servicios de arquitectura de restauración histórica	Esta subclase incluye servicios arquitectónicos que incorporan requisitos legales para preservar o restaurar el carácter histórico de algún edificio						No se incluyen las siguientes actividades: renovación y restauración de lugares y edificios históricos; véase la sección F; restauración de obras de arte y piezas de museo; véase la clase 9000; actividades de bibliotecas y archivos; véase la clase 9101; Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	
96411 (P)	Servicios de museos, excepto preservación de lugares y edificios históricos	Esta subclase incluye servicios de identificación de colecciones de todo tipo (arte, ciencia y tecnología, historia); - gestión y servicios de conservación de esas colecciones; la organización de exposiciones itinerantes de esas colecciones.	Esta subclase excluye: Los servicios de venta y exhibición proporcionadas por las galerías de arte comercial. Se incluye en la subclase 62299 Servicios de venta al por menor de otros productos n.c.p. en establecimientos especializados. Los servicios de lugares y edificios históricos. Se incluye en la subclase 96412 Servicios de preservación de lugares y edificios históricos. Los servicios jardines botánicos y zoológicos. Se incluye en la subclase 96421 Servicios de jardín botánico y zoológico.		9102 (P)	Actividades de museos y lugares históricos	Esta clase comprende las siguientes actividades: actividades de todo tipo de museos: museos de arte, orfebrería, muebles, trajes, cerámica, platería; museos de historia natural y de ciencias, museos tecnológicos y museos históricos, incluidos los museos especializados; museos militares; otros museos al aire libre; gestión de lugares y edificios históricos		
96412	Servicios de conservación de lugares y edificios históricos	Esta subclase incluye servicios de identificación de colecciones de todo tipo (arte, ciencia y tecnología, historia); - gestión y servicios de conservación de esas colecciones; la organización de exposiciones itinerantes de esas colecciones.							

Nota: Tengase en cuenta que las exclusiones de la CPC y la CIU, y las otras son las exclusiones relativas a las Cuentas Satélite de Cultura.



Sector de Patrimonio Inmaterial

3.128. Tal como se precisó en el punto c, del numeral 3.124, son objeto de interés para efectos de las Cuentas Satélite de Cultura, las obras del patrimonio inmaterial relativas a las artesanías. Igualmente, se considerará el gasto público y privado en la investigación, conservación y salvaguardía del patrimonio inmaterial, realizada directamente por unidades vinculadas a la protección del patrimonio cultural.

3.129. Las artesanías como productos culturales corresponden a objetos que cumplen usualmente una función utilitaria y tienden a adquirir la categoría de obra de arte. Si bien, pueden ser realizados predominantemente a mano, o con herramientas o maquinarias relativamente simples, en forma individual por un

artesano o colectiva por una unidad productora de artesanía, a la fecha es imposible identificarlas en las nomenclaturas de producto del SCN (basadas en la CPC). Por lo tanto, para la estimación de sus efectos económicos se recomienda a los países identificar el gasto privado los productos y los procesos de producción asociados.

3.130. Ante la imposibilidad de definir las artesanías en términos del Sistema de Cuentas Nacionales, se recomienda a los países que efectúen la medición de este sector señalando puntualmente en las cuentas de empleo y gasto dichos montos, para diferenciarlos de aquellos para los cuales sí es posible identificar a través de los códigos de la CPC y la CIU.



Recuerde:

Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, aprobada por la Conferencia General de la UNESCO el 16 de noviembre de 1972, se han convertido en uno de los instrumentos legales internacionales más visibles y eficaces que tiene la comunidad de naciones para el rescate, conservación y salvaguardia del patrimonio mundial.

Para conocer más sobre los conceptos relacionados al patrimonio material e inmaterial, la normatividad de los países de la región iberoamericana al respecto y tener acceso a documentos clave sobre el tema, ingrese al sitio web: www.convenioandresbello.org/somos_patrimonio.



Claves para recordar

- La Cuenta Satélite de Cultura (CSC) es un sistema de información económica que muestra la dimensión económica del quehacer cultural y productos culturales durante cinco etapas del ciclo cultural, en correspondencia con la propuesta del MEC de la Unesco. Estos son: creación, producción, difusión, exhibición-recepción-transmisión, consumo y apropiación.
- Para las Cuentas Satélite de Cultura, el consumo se define como la adquisición de bienes y servicios específicos del campo cultural y, por consiguiente, difiere de la noción de consumo utilizada corrientemente en el ámbito cultural.
- La segmentación del campo cultural para el ámbito de la medición económica tiene once sectores en los que se producen y actividades productivas características con rasgos comunes en sus formas de expresión, manifestación o distribución. Cada uno de estos sectores está a su vez dividido en subsectores culturales.
- Cada país puede elaborar distintos escenarios de segmentación del campo cultural a partir de sus propias necesidades, expectativas y disponibilidad de información. Sin embargo, la delimitación de esta Guía en once (11) sectores y correspondientes subsectores, tiene como objetivo identificar un núcleo común dentro del campo cultural que permita la comparación internacional.
- Esta Guía propone utilizar la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), Rev 4, y la Clasificación Central de Productos (CPC), Ver 2, como clasificadores para el acopio, la identificación de los productos y las actividades, el análisis y la difusión de datos estadísticos del ámbito de medición económica del campo cultural.

4. Las cuentas de producción y de generación del ingreso de las actividades características de la cultura



Contenido

- » Las cuentas de producción de las actividades características de la cultura
- » Las cuentas de generación del ingreso de las actividades características de la cultura

Introducción

- 4.1. La institucionalidad cultural manifiesta un gran interés por mostrar el sector de la cultura no solo como un dominio importante para el desarrollo individual de las personas y de la formación de la identidad, que siempre requiere financiación y apoyo, sino también como un área que puede aportar a la generación de ingresos y de empleos en una economía. El presente capítulo describirá los procesos de producción, y cómo se puede establecer el indicador básico de aporte al esfuerzo productivo, que es el valor agregado o el PIB²¹ aportado por las **actividades productivas características** de la cultura. En un capítulo posterior se ahondará sobre el aporte de la cultura al empleo.
- 4.2. Las cuentas de producción son un componente importante de las Cuentas Satélite de Cultura porque permiten conocer cuantitativamente el resultado de los procesos productivos característicos del sector cultural y el valor que agregan estos procesos a la economía en su conjunto.
- 4.3. Las cuentas de producción relacionan el valor de la producción de un productor o de cualquier agregación de productores con el valor de los insumos utilizados en este proceso. El saldo obtenido se llama *valor agregado* y es un agregado característico que mide la importancia económica de este productor o la agregación de productores al esfuerzo productivo.

21. El PIB es un agregado que solo existe para la economía en su totalidad; el agregado correspondiente que existe al nivel de un sector determinado es el **valor agregado**, al que se suele llamar incorrectamente PIB (véase el capítulo sobre agregados).

Valor agregado =
valor producción – valor consumos intermedios

4.4. Las cuentas de producción presentan la valoración de las actividades productivas e incluyen tanto el valor de su producción por categorías de productos producidos, como el costo de los insumos de bienes y servicios necesarios para la producción (consumo intermedio), también desagregados por productos. El saldo de las cuentas de producción, el valor agregado, se puede desagregar luego en la cuenta de distribución del ingreso con el fin de mostrar los agentes que se benefician de este valor adicionado a la economía por el proceso de producción.

4.5. Cuando se habla de los procesos de producción en las cuentas satélite, el análisis se concentra en las actividades características, es decir, en aquellas cuya producción principal es un producto característico.

4.6. El valor agregado es una variable asociada a un proceso productivo y no a un producto. Por consiguiente, cuando se habla del valor agregado de las actividades características de la cultura, este valor dependerá, en gran parte de la capacidad, con el sistema de clasificaciones existentes en un país, de identificar actividades características. La producción de productos culturales por actividades no características no generará valor agregado cultural mientras el valor de la producción de productos no culturales por actividades características de la cultura estará inmerso en el valor agregado cultural, ya que se toma en cuenta en el cálculo del valor agregado de las actividades que los producen.

A. Las Cuentas de producción

a. Conceptos básicos

4.7. Las actividades de producción llevan a la aparición de nuevos productos en la economía a partir de la utilización de insumos. Como se explicó anteriormente, las actividades características de la cultura son aquellas cuya

producción típica resulta en un producto (o más) característico de la cultura. Para estas actividades se establecerán cuentas de producción en el marco de las Cuentas Satélite de Cultura. Sin embargo, cabe reiterar que el hecho de que una actividad sea característica de la cultura no significa que solo crea productos específicos del subsector cultural al que pertenece, de la misma manera que un producto específico de la cultura no proviene necesariamente de una actividad característica de la cultura.

4.8. La relación general entre productos y actividades se representa por medio de una matriz, así como la relación entre productos característicos de la cultura y actividades características de la cultura (véase matriz 4.1).

4.9. En estas matrices producto/rama, se lee en fila la relación entre un producto y las ramas de actividad: un producto característico de un sector cultural puede provenir de diferentes tipos de actividad:

- de la actividad para la cual es típica;
- de otra actividad del mismo sector cultural al que pertenece;
- de otra actividad característica de otro sector cultural;
- de cualquier otra actividad no cultural.

4.10. Al leer las matrices tipo en forma de columna, se puede observar la relación entre una rama de actividad y los productos que produce:

- Una rama de actividad característica de un sector cultural produce principalmente un producto característico del mismo sector cultural; pero puede también producir de manera secundaria otros productos específicos del mismo sector, de otro sector cultural, u otros productos no culturales.
- Una rama de actividad no cultural podrá tener como producción principal un producto que no es de índole cultural, y como producción secundaria cualquier producto cultural o no cultural.

Matriz 4.1 Representación esquemática de la relación entre productos característicos y actividades características de la cultura

	Sector cultural 1			Sector cultural 2			Sector cultural m			Resto de la economía			Total producción producto
	Act. 1	Act. 2	Act. n1	Act. 1	Act. 2	Act. n2	Act. 1	Act. 2	Act. nm	Act. 1	Act. 2	Act. nr	
Productos específicos sector 1													
Productos específicos sector 2													
Productos específicos sector n													
Otros productos no culturales													
Total producción actividad													

Nota: Puede haber datos en todas las casillas de la tabla. Sin embargo, para las actividades características que pertenecen a un sector cultural dado, la suma de sus producciones en los productos característicos de su sector debe superar los demás valores de producción.

- 4.11. Los valores precisos de cada una de las partidas de la cuenta de producción dependen del método de valoración utilizado para estas variables. En general, en las cuentas nacionales la producción se registra a *precios básicos* y los usos a *precios de comprador*.
- 4.12. “El precio básico (PB) es el monto a cobrar por el productor al comprador por una unidad de un bien o servicio producido, menos cualquier impuesto por pagar y más cualquier subsidio por cobrar por el productor como consecuencia de su producción o venta. Se excluye cualquier gasto de transporte facturado por separado por el productor” (SCN 2008, 6.51 a). El precio básico representa entonces el ingreso efectivo para el productor en la medida que excluye los impuestos que recaen directamente sobre los productos. Con este sistema, se considera implícitamente que los impuestos sobre los productos los pagan directamente los consumidores al Estado y que para los que el productor solo actúa como recaudador por cuenta del Estado.
- 4.13. Los costos directos de producción son erogaciones que realizan los agentes económicos en bienes y servicios que son insumos para la actividad productiva; su valor se incorpora al valor de los productos que resultan de este proceso de producción.
- 4.14. El consumo intermedio representa “todo lo que se necesita para producir otros bienes y servicios destinados a ser vendidos, salvo el trabajo y los servicios prestados por las instalaciones industriales, la maquinaria, las oficinas y los edificios de las fábricas” (SCN 2008, 7.127), es decir, todos los bienes y servicios, excepto los bienes de capital utilizados en los procesos de producción. Se valora a precios de comprador, es decir, por el costo efectivo de la compra para el comprador.
- 4.15. El precio de comprador (PC) es la cantidad pagada por el comprador, excluido cualquier IVA o impuesto análogo deducible por el comprador, con el fin de hacerse cargo de una unidad de un bien o servicio en el momento y lugar requeridos por el comprador. El precio de comprador de un bien incluye los gastos de transporte pagados por separado por el comprador para hacerse cargo del mismo en el momento y lugar requeridos (SCN 2008, 6.64).
- 4.16. Al valorar el consumo intermedio a precios de comprador, se incluyen en su valor todos los cargos adicionales al valor básico asociado al producto hasta que sea adquirido por el último comprador, en particular todos los impuestos netos de los subsidios asociados al producto y de los montos de impuestos deducibles, así como todos los márgenes eventuales de distribución y transporte que recargan su valor desde que sale de la fábrica hasta que llegue al último comprador.
- 4.17. Obviamente, en el caso de los servicios no existen márgenes de transporte, aunque en ciertos casos exista una comercialización, como es el caso de los espectáculos en vivo para los cuales existen intermediarios comerciales.
- Precio de comprador (PC) = precio básico (VB) + impuestos netos sobre los productos (impuestos diferentes al IVA + IVA no deducible por el comprador – subsidios) + gastos de transporte facturados en forma separada + márgenes comerciales mayoristas y minoristas**
- 4.18. La definición de lo que debe considerarse como consumo intermedio no es siempre muy claro, en particular cuando se trata de servicios: ¿es alguien que participa en un proceso de producción un proveedor de servicio (y lo que se paga es un consumo intermedio)?, ¿en qué medida es un empleado (es decir, que lo que provee es trabajo y lo que se le paga es una remuneración al trabajo)? Y, ¿en qué medida es un socio (y participa del excedente de explotación o del ingreso mixto)? No abriremos el debate aquí, pero este tema se volverá a tocar en diferentes partes de esta Guía y en particular en el capítulo 7 sobre empleo.
- 4.19. El saldo de las cuentas de producción es el valor agregado bruto que se obtiene como la diferencia entre la suma de los valores de todos los productos (culturales o no) y el valor total de los consumos intermedios. El valor agregado neto se obtiene al restar del valor agregado bruto el consumo de capital fijo (que corresponde aproximadamente al valor estimado de la pérdida de valor de los activos tangibles e intangibles producidos utilizados en el proceso productivo), lo que se puede resumir en las siguientes expresiones:

Valor agregado bruto = valor bruto de producción – consumo intermedio

Valor agregado neto = valor agregado bruto – consumo de capital fijo

4.20. El valor agregado neto es una medición más acertada del aporte de una actividad económica al esfuerzo productivo nacional, pues toma en cuenta la pérdida de valor de los activos fijos producidos en este proceso y por consiguiente es un verdadero componente del costo de producción²². Sin embargo, en la mayoría de los países solo se calcula en términos brutos tanto el valor agregado como el Producto Interno Bruto a nivel agregado y a nivel de cada actividad, así que en general no se calculará el consumo de capital fijo asociado con los procesos productivos debido a las dificultades del ejercicio.

4.21. En el caso de los productores de no mercado, es decir, de aquellos que producen servicios que no se ofrecen en el mercado o se ofrecen a precios muy inferiores a sus costos de producción (museos públicos o bibliotecas públicas, por ejemplo) en los que el valor de ventas es cero o un valor muy inferior a sus costos de producción, el valor de su producción se establece de manera convencional como la suma de todos sus costos directos de producción, incluyendo en ellos no solamente el consumo intermedio, los costos laborales y los impuestos netos sobre la producción (véase más adelante la presentación sobre la cuenta de generación del ingreso), sino también el consumo de capital fijo.

4.22. Es decir que para estos productores, su valor agregado bruto es igual a la suma de la remuneración a los empleados, de los impuestos netos sobre la producción y del consumo de capital fijo. Esta es precisamente una excepción para la que será necesario hacer el cálculo del consumo de capital fijo para estimar correctamente el valor agregado bruto.

4.23. En las cuentas de producción, de la misma manera que se requiere desagregar el valor

de producción de una actividad característica entre los diferentes productos culturales o no culturales, es de interés presentar con cierto detalle sus insumos, en los que también se detallan aquellos que son culturales y aquellos que no lo son.

4.24. Esto es particularmente relevante dentro del análisis del ciclo cultural que se puede interpretar en ciertos casos como la representación sintética de la interrelación entre los diferentes sectores, y que la representación económica permite visualizar y en ciertos casos medir.

4.25. Este aspecto se tendrá en cuenta para medir el gasto en cultura (véase capítulo 6) para el que será necesario intentar eliminar las duplicaciones, en particular los consumos intermedios de los productos culturales por las actividades productivas características culturales, ya que sus valores están implícitos en el valor de los productos que resultan de estas actividades.

b. Cuadros de presentación de la Cuenta de producción

4.26. Las cuentas de producción para la cultura se establecen para las actividades características (clasificadas según la CIIU rev4), para cada sector cultural y para la cultura en general. El formato general presenta el total del valor de la producción desagregado entre los diferentes productos obtenidos según la clasificación relevante para la cultura, es decir, aislando los productos específicos por subsector y por sector, y luego los demás productos (en donde cada país determinará la desagregación deseada). Lo mismo ocurre con los consumos intermedios. El valor agregado se presenta como el saldo entre estos dos valores. El detalle de productos considerado puede variar, y será progresivamente más grande a medida que se tenga más conocimiento e informaciones, tanto en cuanto a la producción como para el consumo intermedio.

4.27. También es relevante presentar las cuentas de producción de las actividades características clasificadas según la clase de

22. En el caso de la creación anteriormente descrito, hay una aparente duplicación si se estima el valor agregado bruto generado en el proceso de creación mismo (valor de la creación estimada por el valor presente del flujo estimado de ingresos) y en el proceso de comercialización de esta creación (ingresos efectivos): Esta doble contabilización no existe en valores agregados netos si se deduce el consumo de capital fijo del resultado de la creación en el período corriente que es exactamente el valor del flujo de ingresos del período corriente. Véase para 3.44.

productores: productores de mercado con observación estadística, otros productores de mercado sin información directa (infor-

males, ilegales, o simplemente pequeños) y productores de no mercado. Esto se puede observar en el cuadro 4.1.

Cuadro 4.1. Cuenta de producción por sector cultural

	CIU xxx			CIU...			Total establecimientos pertenecientes al sector			Total producción establecimientos del sector
	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	
	Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal		
Productos específicos del sector										
p1										
p2										
p3										
Total sector										
Productos específicos de otros sectores										
s1										
s2										
s3										
Total otros sectores										
Total otros productos no culturales										
CPC1										
CPC2										
Total producción de las actividades (a VB)										
Consumos intermedios										
Productos específicos culturales										
Sector 1										
Producto 1.1										
Producto 1.2										
Producto 1.3										
Sector 2										
Producto 2.1										
Producto 2.2										
Producto 2.3										
...										
Sector 11										
Producto 12.1										
Producto 12.2										
Producto 12.3										
Total productos culturales										
Otros productos no característicos de la cultura										
Producto CPC1										
...										
Producto CPCm										
Total otros productos no característicos de la cultura										
Total consumo intermedio por producto a precios de comprador										
Valor agregado bruto										

4.28. Este cuadro presenta, para cada actividad, tanto el total de la producción por productos como el total de los consumos intermedios por productos, así como el valor agregado de cada actividad característica como del subsector o sector y luego a nivel total.

4.29. Al elaborar cuadros similares para todos los subsectores y sectores culturales, se obtiene la cuenta de producción de la cultura (véase cuadro 4.2). Se pueden observar interrelaciones entre sectores y subsectores, tanto a nivel de la producción como a nivel de los consumos intermedios: productos

específicos de algunos sectores producidos por otros sectores de la cultura, y productos específicos de algunos sectores que son parte del consumo intermedio de otros sectores. En este cuadro resumen, se incluye además una información más detallada por sectores y subsectores, en que ya no se presentan las actividades que los componen separadamente, sino que se clasifican más bien según las características estructurales de los productores: mercado/no mercado, y dentro de los productores de mercado, separando los productores formales de los informales.

Cuadro 4.2. Cuentas de producción de las actividades culturales características, total y por sectores

	Sector 1			Sector...			Sector 11			Total actividades culturales		
	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado
	Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal	
Productos específicos del sector 1												
p1												
p2												
p3												
Total sector 1												
Productos específicos del sector...												
s1												
s2												
s3												
Total sector...												
Total otros productos no culturales												
CPC1												
CPC2												
...												
Total producción de las actividades (a VB)												
Consumos intermedios												
<i>Productos específicos</i>												
Sector 1												
Producto 1.1												
Producto 1.2												
Producto 1.3												
Sector 2												
Producto 2.1												
Producto 2.2												
Producto 2.3												
...												
Sector 11												
Producto 12.1												
Producto 12.2												
Producto 12.3												
Total productos culturales												
Otros productos no específicos de la cultura												
Producto CPC1												
...												
Producto CPCm												
Total otros productos no específicos de la cultura												
Total consumo intermedio por producto a precios de comprador												
Valor agregado bruto												

B. La Cuenta de generación del ingreso

a. Conceptos básicos

4.30. Los ingresos primarios son los ingresos generados por las unidades de producción como consecuencia de su intervención en procesos de producción. La cuenta de generación del ingreso registra la forma en la que se distribuyen los ingresos generados entre los agentes involucrados en la producción: una parte se la apropia el Estado bajo la forma de impuestos menos subsidios sobre la producción,

otra parte le corresponde al factor trabajo bajo la forma de remuneración a los empleados, y el saldo le corresponde a los dueños del capital bajo la forma de excedente bruto de explotación o de ingreso mixto en el caso de los pequeños productores (remuneración que combina, tanto aquella correspondiente al capital como al trabajo que aportan).

4.31. En las cuentas de producción se señaló que la producción se estima en valores básicos, es decir, se excluye toda forma de impuestos y de subsidios sobre el valor de los productos

producidos. Sin embargo, existen otras formas de tributación (o de apoyo a la producción) directamente ligadas a los procesos de producción que recaen, por ejemplo, sobre el uso del factor trabajo: se trata en muchos casos de pagos llamados parafiscales cuya base es el monto global de salarios pagados (impuestos a la masa salarial). Se excluyen de estos las contribuciones sociales, que si bien son pagos obligatorios y se basan en los salarios pagados, generan un derecho individualizado de los trabajadores a recibir una prestación en caso de ocurrir un siniestro (y por consiguiente son parte de la remuneración a los asalariados), sino de pagos obligatorios muchas veces con un objeto predeterminado.

- 4.32. En el caso de Colombia, por ejemplo, corresponden al aporte obligatorio al SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) o al ICBF (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar), concebidos como impuesto a la producción, mientras el aporte a las Cajas de Compensación Familiar calculada sobre la misma base se considera una contribución social en tanto concede derechos a prestaciones en dinero o en especie a los trabajadores de las empresas afiliadas.
- 4.33. Los impuestos sobre la producción no incluyen ningún impuesto sobre el ingreso por

pagar por los perceptores de ingresos devengados de la producción, sean empleadores o asalariados (SCN 2008: 7.5) que se incluyen en otra cuenta del sistema de Contabilidad Nacional.

- 4.34. En cuanto a la remuneración a los asalariados, que corresponde a la compensación que reciben los individuos en pago de su insumo de mano de obra, se incluyen tanto los sueldos y salarios como las contribuciones sociales a cargo de los empleadores.
- 4.35. Las contribuciones sociales pueden ser efectivas o imputadas. Las contribuciones efectivas son las contribuciones que los empleadores deben pagar, en beneficio de sus asalariados, a los fondos de seguros sociales, a las empresas de seguros o a otras unidades institucionales responsables de la administración y la gestión de los sistemas de seguros sociales. Por otra parte, las contribuciones imputadas hacen referencia a una imputación (un cálculo) que se debe hacer como costo laboral en el caso en que el empleador proporcione directamente prestaciones sociales a sus asalariados o a las personas que dependen de ellos, sin la intervención de una empresa de seguros o de una caja de pensiones y sin crear un fondo o una reserva separada para esa finalidad.



Las contribuciones sociales efectivas se refieren a los aportes a los sistemas de seguros sociales para el beneficio de sus empleados para protegerlos contra los riesgos asociados con la salud, riesgos laborales, subsidio familiar o para efectos de pensión o jubilación de los empleados.

Las contribuciones sociales imputadas corresponden a las que debían haber pagado los empleadores, de haber afiliado a sus empleados a un sistema de seguros sociales. La no afiliación les obliga a atender directamente los riesgos cuando se presentan. Frecuentemente se estiman por medio de los pagos que deben realizar los empleadores a sus empleados, o por su cuenta, en caso de accidentes de trabajo para que sean atendidos y para indemnizarlos cuando sea necesario.

4.36. Una vez se hayan deducido los impuestos menos los subsidios sobre la producción y la remuneración de los asalariados del valor agregado, se obtiene el saldo contable de la cuenta de generación del ingreso. Representa lo que le queda al dueño para atender todos los demás gastos asociados con su negocio, en particular los gastos financieros netos, los impuestos sobre el ingreso y la riqueza, otras operaciones de redistribución del ingreso y atender la pérdida de valor de sus activos fijos (el consumo de capital fijo).

4.37. Como se ha reiterado, este saldo contable recibe el nombre de *excedente bruto de explotación*, excepto en el caso de productores no constituidos en sociedad (Principalmente, productores independientes o unidades familiares). En este caso, los dueño(s) (miembros de un mismo hogar, socios informales) aportan al mismo tiempo fuerza de trabajo y capital, y cuanto corresponde al uno o al otro no se puede separar; de allí el nombre de *ingreso mixto* que se ha dado a este saldo.

4.38. Por ejemplo, se genera un ingreso mixto en el caso de un grupo musical constituido por varios amigos o familiares, en el que todos los miembros aportan mano de obra no remunerada al cantar, tocar algún instrumento, o realizar alguna labor de producción musical dentro del grupo, sin que se puedan identificar con exactitud los diferentes aportes.

El **excedente de explotación** (y del ingreso mixto) se calcula de la misma manera que el **valor agregado**: en valores brutos o en valores netos, es decir, sin deducir el consumo de capital fijo, o después de deducir este valor.

b. Cuadros de salida de la Cuenta de generación del ingreso

4.39. El formato general de la cuenta de generación del ingreso se presenta de la siguiente manera.

Cuadro 4.3. Formato general de una cuenta de generación del ingreso

Cuenta de generación del ingreso	
Usos	Recursos
Impuestos netos sobre la producción Impuestos brutos sobre la producción (-) Subsidios sobre la producción Remuneración de los asalariados Sueldos y salarios Contribuciones sociales de los empleadores Contribuciones sociales efectivas Contribuciones sociales imputadas Excedente bruto (neto) de explotación/Ingreso mixto bruto (neto)	Valor agregado bruto (neto)

Nota: si el valor agregado está en valor bruto, el excedente de explotación y el ingreso mixto también están en valores brutos. Si el valor agregado está en valor neto, el excedente de explotación y el ingreso mixto también están en valores netos.

4.40. Como ya se explicó, en el caso de los productores de no mercado, su excedente bruto de explotación es igual al consumo de capital fijo, ya que su producción se valora por los costos directos de producción, incluyendo el consumo de capital fijo. Por consiguiente, el valor agregado es igual a la suma de los impuestos netos a la producción, de la remuneración de los empleados y del consumo de capital fijo.

4.41. Usualmente se presentan las cuentas de producción y las cuentas de generación del ingreso en secuencia, es decir que una vez establecido el valor agregado de cada actividad, subsector, y sector, se descompone entre sus diferentes componentes.

Cuadro 4.4 Cuentas de producción y de generación del ingreso de las actividades culturales, total y por sectores

	Sector 1			Sector...			Sector 11			Total actividades culturales		
	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado
	Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal	
Productos específicos del sector 1												
p1												
p2												
p3												
Total sector 1												
Productos específicos del sector...												
s1												
s2												
s3												
Total sector...												
Total otros productos no específicos de la cultura												
CPC1												
CPC2												
...												
Total producción de las actividades (a VB)												
Consumos intermedios												
Productos específicos culturales												
Sector 1												
Producto 1.1												
Producto 1.2												
Producto 1.3												
Sector 2												
Producto 2.1												
Producto 2.2												
Producto 2.3												
...												
Sector 11												
Producto 11.1												
Producto 11.2												
Producto 11.3												
Total productos específicos culturales												
Productos conexos (todos)												
Producto Con 1												
Producto Con 2												
...												
Producto Con n												
Total productos conexos												
Otros productos no culturales												
Producto CPC1												
...												
Producto CPCm												
Total otros producto no culturales												
Total consumo intermedio por producto a precios de comprador												
Valor agregado bruto												
Impuestos netos sobre la producción												
Impuestos brutos sobre la producción												
(-) Subsidios sobre la producción												
Remuneración de los asalariados												
Sueldos y salarios												
Contribuciones sociales de los empleadores												
Contribuciones sociales efectivas												
Contribuciones sociales imputadas												
Excedente bruto de explotación												
Ingreso mixto bruto												



Claves para recordar

- Las cuentas de producción son un componente importante de las Cuentas Satélite de Cultura porque permiten conocer cuantitativamente el resultado de los procesos productivos característicos del sector cultural y el valor que agregan estos procesos a la economía en su conjunto.
- La cuenta de generación de ingreso registra la forma en la que se distribuyen los ingresos generados entre los agentes involucrados en la producción.
- La estimación de las cuentas de producción y de generación del ingreso, las unidades de interés son las empresas y los establecimientos, cuyo universo debe ser construido a partir de los directorios de las entidades oficiales de estadística y de fuentes alternativas.
- Cada sector presenta una particularidad propia en la elaboración de las cuentas, por lo que se recomienda estudiar a fondo su modo de operación y el alcance de su representación en los marcos de captura de la información.

5. Equilibrios oferta-utilización de los productos culturales



Contenido

- » Los equilibrios oferta-utilización de los productos culturales específicos
- » Los cuadros de oferta-utilización de la cultura
- » El comercio exterior de los productos culturales

Introducción

- 5.1. El objetivo de los equilibrios oferta-utilización es representar la oferta y los usos de los bienes y servicios culturales dentro del marco global de una economía. Se enfoca en los usos económicos de los productos clasificados según los conceptos económicos principales: consumo intermedio, consumo final, formación de capital, entre otros; no solamente de aquellos productos culturales producidos por residentes, sino también de aquellos importados. Si se quiere entender la cultura en toda su extensión, es necesario tomar en cuenta las relaciones a escala mundial, que económicamente se manifiestan por medio de las importaciones y exportaciones de bienes y servicios.
- 5.2. Estos cuadros permiten visualizar el origen y el destino de los productos culturales. Brindan elementos para su análisis, que deben desde luego complementarse con datos no monetarios.
- 5.3. Una presentación más avanzada de estos equilibrios consiste en incorporarlos a los cuadros de oferta-utilización, donde no solo se muestra la oferta total de bienes y servicios culturales derivada de la producción y de las importaciones, sino que se muestran también las actividades que los producen, así que la oferta-utilización de otros bienes no culturales, pero de manera simplificada. De la misma manera, se presentan tanto los consumos intermedios globales de los bienes y servicios culturales como las actividades que los consumen.
- 5.4. Su propósito es revelar las interrelaciones económicas de los diversos sectores de la cultura con los demás sectores y las

demás actividades, interrelaciones que se manifiestan de diversas maneras: por la producción primero, en que ciertas ramas de actividad no culturales pueden también proveer a título secundario bienes y servicios culturales (como se explicó en el capítulo anterior); luego por los consumos intermedios en tanto los productos culturales pueden ser utilizados como insumos por otras ramas productivas culturales, pero también por otras ramas productivas no culturales (por ejemplo, los productos de diseño y de decoración o los libros técnicos y las revistas).

A. Los equilibrios oferta-utilización de los productos culturales

a. Conceptos básicos

5.5. Los equilibrios oferta-utilización de los productos específicos de la cultura derivan de la representación de la producción y circulación de los bienes y servicios en el SCN 2008, y en ellos se aplican los mismos conceptos y principios de clasificación.

5.6. Desde el punto de vista de los productos, en un período determinado, la oferta de todo bien, servicio, o producto de contenido de conocimiento cultural, la constituyen lo producido por los productores residentes de este país (P) y las importaciones (M). Por definición, si se toma como uso el hecho de quedar en las existencias (y como fuente los bienes que provienen de las existencias del período anterior), todos estos bienes y servicios tienen un uso en la economía. Algunos son intermedios, es decir que durante ese lapso son utilizados en procesos de producción para la producción de otros bienes y servicios (el consumo intermedio: (CI), como es el caso de los servicios prestados por los actores (productores independientes) para las obras de teatro). Otros son finales: se han concluido y están dispuestos para un uso terminal en la economía (sin entrar en un proceso subsiguiente de producción): consumo por los hogares o las administraciones (CF) o bienes de capital (FBKF), se acumulan como bienes valiosos (ANOV), entran temporalmente a existencias E sea en espera de su comercialización, o porque al final del período, su proceso de producción no ha concluido y quedan como productos en proceso, o son exportados (X). Para cada producto, el equilibrio entre la oferta

y la demanda se expresa mediante la siguiente fórmula:

$$P + M = CI + CF + FBKF + E + ANOV + X$$

- 5.7. En el capítulo 4, se había señalado que en las Cuentas Nacionales y en las cuentas de producción y de generación del ingreso, la producción se valora a precios básicos mientras los consumos intermedios se valoran a precios de comprador. Este es también el caso de los demás usos que se valoran a precios de comprador.
- 5.8. Es así como cuando un producto se produce y se incorpora contablemente a la producción, en el lado izquierdo de la ecuación se valorará a valores básicos, pero en el lado derecho de la ecuación, es decir, por el lado de los usos, se valorará a precios de comprador si ya se le ha dado uso en la economía, es decir, por un precio diferente (excepto si ha entrado a las existencias del productor).
- 5.9. Como consecuencia, hay que establecer con precisión los métodos de valoración que deben utilizarse tanto para la oferta como para la demanda para establecer un rubro de ajuste que permita que esta ecuación sea también válida en valor.
- 5.10. En las cuentas nacionales y en las cuentas satélite, los principios de valoración son los siguientes:
- La producción debe valorarse a precios básicos.
 - Las importaciones deben valorarse a precios CIF (es decir, por un precio que involucra todos los costos que permitan su entrada a la economía local excepto los impuestos.
 - Todos los usos deben valorarse a precios de comprador, es decir, al costo para el usuario; esto significa que para las exportaciones se deben valorar FOB;
 - Los movimientos en las existencias debe valorarse: al precio de entrada para las entradas y a precio vigente en el momento de la salida para las salidas.
- 5.11. Para asegurar el equilibrio entre los valores de la oferta y los valores de la demanda, hay que agregar unas partidas de ajuste que por

una parte toman en cuenta los impuestos netos de subsidios, y por otra parte los márgenes de transporte y distribución que están involucrados en los valores a precios de comprador de los usos (cuando estos existen).

- 5.12. Esto significa que en términos de valor, el equilibrio anterior toma la forma siguiente para todo producto o agregado de productos:

$P(VB) + M(CIF) + \text{suma de impuestos a los productos y la importación} + \text{suma de márgenes de transporte y distribución} =$

$CI(Pc) + CF(Pc) + FBKF(Pc) + E(Pc) + ANOV(Pc) + X(FOB)$

- 5.13. Estos equilibrios oferta-utilización se elaboran para cada producto específico de la cultura. Luego se pueden agrupar por subsector, sector y para la cultura en su totalidad. Estos equi-

librios permiten visualizar el origen y destino de los productos culturales y brindan elementos para su análisis, al mismo tiempo que deben complementarse con datos no monetarios.

- 5.14. El contenido preciso de cada uno de los usos económicos sigue los principios enunciados en el SCN 2008. Se debe hacer referencia a este manual para mayores descripciones e ilustraciones.

b. Cuadros de salida

- 5.15. La forma de los cuadros de salida es inicialmente muy sencilla, pero también puede tomar una forma más compleja en la que aparecen los diferentes componentes de los valores de comprador de cada uno de los tipos de uso. El cuadro de salida propuesto es el más sencillo.

Cuadro 5.1 Equilibrios oferta-utilización

Productos	Producción	Importaciones (CIF)	Impuestos netos a los productores e importaciones	Márgenes de transporte y comercialización	Total oferta	Consumo intermedio (Pc)	Consumo final Hogares (Pc)	Consumo final Gobierno e IPSELH (Pc)	Formación bruta de capital Fijo (Pc)	Adquisición menos disposición de Objetos Valiosos (Pc)	Variación de existencias (Pc)	Exportaciones (FOB)	Total utilización
Específicos sector 1													
p1													
p2													
...													
Pn													
Específicos sector...													
Con1													
Con2													
...													
Con n													
Específicos sector...													
p1													
p2													
...													
pn													
Total productos específicos													
Total "conexos propiamente dichos"													

c. Métodos de estimación de los equilibrios de productos

5.16. Los equilibrios oferta-utilización de productos constituyen un componente muy importante de la elaboración de las cuentas satélite, pues son el primer eslabón de un proceso por medio del cual se busca establecer la coherencia entre

las diferentes informaciones que se tienen sobre los productos: lo que se dice sobre la oferta debe ser coherente con lo que se dice sobre la demanda.

5.17. En particular, en los sectores culturales en los que se presenta un alto grado de informalidad en la oferta, pero en los que hay mejor

información sobre la demanda, esta se puede aprovechar para estimar lo que no se conoce sobre la oferta.

5.18. Una etapa importante del trabajo consiste en asignar correctamente los usos económicos de los bienes y servicios culturales. Para realizar este trabajo, se recomienda referirse a los capítulos 6 y 14 del SCN 2008.

5.19. Un componente particularmente delicado consiste en identificar la naturaleza de la formación bruta de capital fijo, pues puede darse una confusión sobre su significado. Según el SCN 2008 para 10.11:

“Los activos fijos son activos producidos que se utilizan repetida o continuamente en procesos de producción durante más de un año. La característica distintiva de un activo fijo no es que sea durable en un sentido físico, sino que pueda utilizarse repetida o continuamente en la producción durante un período largo de tiempo, el cual se establece en más de un año. [...] Se incluyen asimismo los productos de la propiedad intelectual como programas de informática u originales artísticos que se usan en el proceso de producción”.

5.20. Es decir que, activos intangibles tales como los contenidos de un libro, de una obra de teatro, o de una película, deberían incluirse como activos fijos en las clasificaciones de los productos como ya se mencionó en 3, y serán objeto de consumo de capital fijo a medida que se generan los productos de propiedad intelectual derivados de ellos.

B. Los cuadros de oferta-utilización

5.21. Los cuadros de oferta-utilización presentan la oferta y los usos de los bienes y servicios culturales dentro del marco global de una economía.

5.22. En estos cuadros, no se debe confundir la producción de las actividades económicas culturales que se presentan en las cuentas de producción de las actividades características (capítulo 4) con la producción que se presenta en los equilibrios de productos, pues se trata de dos conceptos distintos. El primer concepto se refiere a la producción de los establecimientos cuya actividad principal corresponde a procesos

productivos considerados característicos de la cultura. El segundo, en cambio, representa, para un producto determinado, la sumatoria de la producción de este producto por todos los establecimientos, tanto aquellos que lo obtiene como producción principal, como aquellos que lo obtienen como producción secundaria tanto de otra actividad productiva cultural como de cualquiera otra actividad.

5.23. Las clasificaciones utilizadas no solo presentan de manera particular los bienes y servicios culturales y las actividades productivas características de la cultura, sino que también resaltan aquellas ramas de actividad que, aunque no características de la cultura, consumen bienes y servicios culturales en sus procesos de producción. Los demás productos y ramas se presentan de manera más agregada, pues no son del interés de las Cuentas Satélite de Cultura.

5.24. En un solo cuadro matricial se integran varias submatrices, lo que permite presentar la producción desde el punto de vista de los productos obtenidos (ubicados en las filas) y las ramas de actividad económica que los producen (ubicadas en las columnas) (matriz de producción); de la misma manera, se presenta también el consumo intermedio, de una parte desde el punto de vista de los productos (en fila), se obtienen el consumo intermedio por las diferentes ramas de actividad que los consumen, y desde el punto de vista de las ramas (en columna) en que se obtienen, para cada rama de actividad, los productos que consume de manera intermedia (matriz de consumos intermedios).

5.25. Los cuadros de oferta-utilización se pueden interpretar como una presentación más detallada de los equilibrios de los productos, en los que se presentan con mayor desagregación la oferta de los productos específicos de la cultura y su utilización por las otras actividades, culturales y no culturales, y se integran estos análisis en la representación de toda la economía. Por consiguiente, los principios de valoración son los mismos, es decir que la producción se valora a precios básicos, las importaciones por el valor CIF y todos los usos a precios de comprador, incluyendo las exportaciones que se valoran a precios FOB. Estos principios no se aplican solo a los productos

culturales sino a todos los productos de la economía, y son los mismos que aquellos utilizados en el marco central de las Cuentas Nacionales.a. Descripción detallada de los cuadros de oferta-utilización

a. Descripción detallada de los cuadros de oferta-utilización

5.26. El marco central del SCN contiene cuadros detallados de oferta-utilización en forma de matrices que registran la forma en que las industrias nacionales junto con las importaciones, suministran bienes y servicios, así como la forma en que estos se distribuyen entre los diferentes usos intermedios o finales, incluyendo las exportaciones. Para aquellos que no están familiarizados con estos cuadros, se ofrece a continuación una descripción sucinta de estos cuadros.

5.27. Estos cuadros suponen la elaboración de un conjunto de cuentas que integra las cuentas de producción y de generación del ingreso por industrias actividades productivas, con equilibrios de productos.

5.28. Los cuadros oferta-utilización están conformados por:

- La submatriz de oferta
- La submatriz de utilización

La submatriz de oferta

5.29. El cuadro o submatriz de oferta permite describir de manera coherente la producción,

tanto desde el punto de vista de los productos obtenidos, como desde el punto de vista de las ramas de actividad que los producen. Las ramas de actividad aparecen en columna, agrupadas según su actividad principal; los productos aparecen en fila.

5.30. Para cada rama de actividad se presenta el valor total de su producción (a precios básicos), distribuida por productos. Por definición de las ramas de actividad, el mayor valor de la producción aparece en la intersección de la columna de la rama con su(s) producto(s) típico(s). Para cada fila (las filas corresponden a los productos), al sumar los valores de producción de cada una de las ramas de actividad, se obtiene la producción total del producto.

5.31. Adicionalmente, un vector presenta las importaciones (valoradas a precios CIF), y las columnas adicionales recogen los impuestos sobre los productos (netos de las subvenciones a los productos) y los márgenes de comercialización y transporte, de tal manera que al final, al leer el cuadro en fila, se obtiene la oferta de cada producto en la economía nacional, valorada a precios de comprador. Debe observarse que cuando se trata de servicios, no hay márgenes de transporte, pese a que en ciertos casos puede existir una actividad de comercialización que debe tratarse de una manera particular en las cuentas.

5.32. Una matriz de oferta del campo cultural se presenta en el cuadro 5.2.

Cuadro 5.2 Submatriz o cuenta de oferta

Productos	PRODUCCIÓN INTERNA										Oferta a precios básicos	Márgenes de comercialización y transporte	Impuestos a los productos	Subvenciones a los productos	Oferta total a precios de comprador			
	Sectores culturales				Otros sectores no culturales		Total producción (VB)	Importaciones CIF	Oferta a precios básicos	Márgenes de comercialización y transporte						Impuestos a los productos	Subvenciones a los productos	Oferta total a precios de comprador
	Sector 1	Sector 2	...	Sector 11	Productores de productos culturales	No productores de productos culturales												
Sectores																		
Productos																		
Producto caract. 1.1																		
Producto caract. 1...																		
Producto caract. 1.n																		
Producto caract. 2.1																		
Producto caract. 2...																		
Producto caract. 2.n																		
...																		
Producto caract. 11.1																		
Producto caract. 11...																		
producto caract. 11.n																		
Total productos culturales característicos																		
Otros productos no característicos de la cultura																		
Total general																		

5.33. Hay que destacar el tratamiento de los márgenes de transporte y comercialización, en particular de aquellos que se consideran como bienes culturales específicos. El Sistema de Cuentas Nacionales utiliza un procedimiento para presentar al mismo tiempo la oferta de

los bienes a precios de comprador y la producción de las actividades de transporte y de comercio sobre estos productos, procedimiento que se describe a continuación y que se ilustra con un ejemplo numérico (véase cuadro 5.3).

Cuadro 5.3. Ejemplo ilustrativo del tratamiento de los márgenes comerciales en un cuadro oferta-utilización

Producto \ Rama	Producción (precios básicos)			Total producción precios básicos	Márgenes de comercio y transporte	Producción precio de comprador
	Rama 1	Rama 2	Rama Comercio			
Bien A	15	23		38	3	41
Bien B	12	34		46	4	50
Servicios de comercialización			7	7	-7	0
Total	27	57	7	91	0	91

Ejemplo simplificado. Nota: se puede observar que a nivel agregado, total producción a precios básicos (91) = total producción a precio de comprador. Sin embargo, para cada uno de los productos, esto no es cierto. Y en particular, la producción de los servicios de comercialización a precio de comprador es 0 ya que se reparte entre los bienes en los que recae.

5.34. Dentro del cuadrante de oferta, la producción de bienes se registra a precios básicos, y las ramas de actividad de transporte y comercio registran dentro de su producción los márgenes brutos de transporte y de comercio. La columna "márgenes de comercio y transporte" cuyo total para la economía es 0 se utiliza para transferir los montos totales de estos márgenes, que aparecen en ella con signo negativo por su monto total, en las filas correspondientes de los productos de transporte y de comercio, y se reparten entre los bienes según los montos de márgenes que corresponden a cada uno de los bienes.

5.35. Esta submatriz requiere un trabajo cuidadoso de las fuentes de información utilizadas. Deben identificarse todos los productos obtenidos cuya aparición se incluye dentro de la producción. En algunos sectores es probable que esta información no aparezca desagregada por lo que es necesario hacer estimaciones. Otra labor que requiere de ejercicios de estimación y que se relaciona con la siguiente sección, es la desagregación de los consumos intermedios por productos, con la identificación separada y detallada de los productos culturales característicos y los conexos.

La submatriz de utilización

5.36. La submatriz o cuadro de utilización se compone de un cuadro de consumos intermedios y de otro que abarca las demandas finales. Utiliza una estructura similar a la submatriz de oferta en que los productos también aparecen en fila. Adicionalmente, sigue exactamente la misma clasificación de las filas que el cuadro de oferta, de manera que se pueda establecer por fila, la igualdad entre oferta total y utilización total de cada una de las categorías de producto que se han identificado.

5.37. El cuadro de consumos intermedios tiene como objeto establecer los consumos intermedios de las ramas de actividad por productos. Estas ramas de actividad se clasifican por columnas exactamente de la misma manera que en el cuadro de oferta, y los productos se clasifican en fila por productos de la misma manera que en el cuadro de oferta. Es decir que se obtiene una matriz en la que la celda en la intersección de una columna (i) con la fila (j) representa el consumo intermedio de producto (j) por la rama de actividad (i). Al sumar en fila se obtiene el total del consumo intermedio del producto (j) en la economía,

mientras que al sumar en columna, se obtiene el total del valor del consumo intermedio de la rama de actividad (i).

5.38. Los usos finales aparecen para cada uno de los productos; el consumo final de los hogares y del gobierno; la formación bruta de capital, que se descompone en la formación bruta

de capital fijo, la variación de existencias, y las adquisiciones menos las cesiones de objetos valiosos. Para cada producto, la suma del total del consumo intermedio y de los usos finales (incluyendo las exportaciones) da el total de los usos económicos de producto en el período, igual al total de la oferta (producción más importaciones).

Cuadro 5.4 Submatriz o cuenta de utilización

Productos		PRODUCCION INTERNA												Formación de capital			Exportaciones FOB	Usos totales a precios de comprador
		Sector 1			Sector 2			...			Sector 11			Adquisiciones netas de objetos valiosos	FBKF	ΔExistencias		
		Sector 1			Sector 2			...			Sector 11							
		Sector 1			Sector 2			...			Sector 11			Total consumos intermedios				
Sector 1			Sector 2			...			Sector 11			Total consumos intermedios						
Sectores																		
Productos																		
Producto caract. 1.1																		
Producto caract. 1...																		
Producto caract. 1.n																		
Producto caract. 2.1																		
Producto caract. 2...																		
Producto caract. 2.n																		
...																		
Producto caract. 11.1																		
Producto caract. 11...																		
producto caract. 11.n																		
<i>Total productos culturales característicos</i>																		
<i>Otros productos no característicos de la cultura</i>																		
<i>Total general</i>																		

Reorganización de las submatrices: las cuentas de generación del ingreso

- 5.39. Es posible complementar estas dos submatrices con la presentación de la cuenta de generación del ingreso, al establecer primero el valor agregado para cada una de las ramas de actividad.
- 5.40. Rama por rama, la diferencia entre el valor total de la producción de la rama de actividad (i)

del cuadro de oferta y el valor total del consumo intermedio de la rama de actividad (i) del cuadro de consumo intermedio, arroja el valor agregado de la rama de actividad (i). Para facilitar la presentación de ese importante agregado, la submatriz de consumos intermedios se ubica exactamente por debajo de la matriz de producción, de tal manera que el valor agregado de cada rama de actividad se pueda leer en columna.

Cuadro 5.5 Oferta-utilización de la cultura

Productos	Sectores	PRODUCCIÓN INTERNA						Importaciones CIF	Oferta a precios básicos	Márgenes de comercialización y transporte	Impuestos a los productos	Subvenciones a los productos	Oferta total a precios de comprador
		Sectores culturales			Otros sectores no culturales								
		Sector 1	Sector 2	Sector 11	Productores de productos culturales	No productores de productos culturales	Total producción (VB)						
Producto caract. 1.1													
Producto caract. 1...													
Producto caract. 1.n													
Producto caract. 2.1													
Producto caract. 2...													
Producto caract. 2.n													
...													
Producto caract. 11.1													
Producto caract. 11...													
producto caract. 11.n													
Total productos culturales característicos													
Otros productos no característicos de la cultura													
Total general													

Sector	Productos	CONSUMO INTERMEDIO										Exportaciones FOB	Usos totales a precios de comprador				
		Sectores culturales			Otros sectores no culturales				Gasto de consumo final					Formación de capital			
		Sector 1	Sector 2	...	Sector 11	Productores de productos culturales	No productores de productos culturales	Total Consumo intermedio	Hogares	IPSFLSH	Administraciones públicas			Adquisiciones netas de objetos valiosos	FBKF	ΔExistencias	
Sector 1	Producto caract. 1.1																
	Producto caract. 1...																
	Producto caract. 1.n																
Sector 2	Producto caract. 2.1																
	Producto caract. 2...																
	Producto caract. 2.n																
	...																
Sector 11	Producto caract. 11.1																
	Producto caract. 11...																
	producto caract. 11.n																
	Total productos culturales específicos																
	<i>Otros productos no característicos de la cultura</i>																
	Total general																

Valor agregado bruto																	
Remuneración a los asalariados																	
Otros impuestos a la producción																	
Otras subvenciones a la producción (-)																	
Ingreso mixto																	
(Consumo de capital fijo)																	
Excedente bruto/neto de explotación																	

5.41. Posteriormente se presentan los otros componentes del valor agregado: remuneración a los asalariados, impuestos netos a la producción de las subvenciones, ingreso mixto (consumo de capital fijo) y excedente de explotación.

5.42. Se puede observar que al restringir la lectura a las actividades características, se vuelve a obtener las cuentas de producción y de generación del ingreso que se habían introducido en el capítulo 4.

5.43. Adicionalmente, el cuadro oferta-utilización puede complementarse con indicadores no monetarios, para así transformar estos valores en indicadores cuantitativos que brinden información cualitativa como: número de obras, de títulos, de representaciones, de discos, de películas, de entradas a cine, entre otros. Estos se presentan por sector cultural en capítulos posteriores.

Las relaciones con el resto del mundo

5.44. Las relaciones con el resto del mundo en términos de exportaciones, y más que todo de importaciones, constituyen un elemento importante para el análisis de la apertura cultural y la medición de la penetración de otras culturas y de otros valores en una sociedad.

5.45. Los cuadros oferta-utilización permiten presentar estas relaciones desde una óptica económica, con un grado variable de detalle según las posibilidades y las necesidades de los usuarios.

5.46. Respecto al registro de las transacciones a nivel mundial, se ha identificado que existen dificultades estadísticas serias para establecer la magnitud de los flujos de comercio exterior, restricciones que han sido reconocidas por la Unesco en sus estudios sobre esta temática. Estos obstáculos son de varias clases y tienen que ver con los siguientes tópicos:

- En primera instancia, suele suceder que las clasificaciones utilizadas por los países para registrar su comercio exterior de bienes (los registros aduaneros), pero más que todo de sus servicios (la balanza de pagos), no sean lo suficientemente detalladas para identificar los productos culturales dentro de una

misma partida arancelaria; es así que impresos como los directorios telefónicos pueden aparecer en la posición arancelaria correspondiente a los libros y, por consiguiente, como productos culturales cuando no pertenecen a esta categoría.

- Los valores reportados, más que todo en los registros de bienes, se refieren a la materialidad del soporte de los contenidos transados, mas no a los derechos de autor e intangibles asociados cuyos valores no tienen ninguna relación con el valor reportado para el soporte utilizado para transferir estos intangibles: es típicamente el caso de los llamados "productos de contenido de conocimiento.
- El país de origen de los soportes físicos no es necesariamente el mismo país de origen de los contenidos, lo que podría constituir una variable importante para evaluar la penetración de los contenidos por país. Esto resulta relevante si se tiene en cuenta la creciente deslocalización de la producción para una serie significativa de productos como los discos, los DVDs, los libros, los juguetes, entre otros.
- La identificación del origen cultural de los contenidos también se dificulta, pues muchos creadores residen en países diferentes a su país de origen, o numerosas producciones, en particular cinematográficas, son coproducciones entre socios con diferentes referencias culturales.
- Un número significativo de transacciones, más que todo relacionadas con productos audiovisuales, se efectúan entre empresas pertenecientes a un mismo grupo empresarial, y por ende quedan registradas por valores nominales que frecuentemente no corresponden a valores de mercado.
- El desarrollo del comercio electrónico permite la adquisición de contenidos de música, libros, publicaciones, películas, sin movimiento de un soporte físico. En consecuencia, estos no se pueden identificar fácilmente al menos que haya un control sobre las transacciones financieras.

5.47. La conciencia de estas dificultades debe conducir a los países a revisar las fuentes de información existentes, como los registros aduaneros para los bienes, los soportes físicos de intangibles, y los registros de balanza de pagos para los servicios; por otra parte, es

necesario explorar posibilidades alternativas como la información de los productores, las tarjetas de crédito o los movimientos financieros para el comercio electrónico; las estadísticas de accesos a descargas de material por internet, entre otros.

5.48. Los cuadros oferta-utilización incluyen tanto los productos producidos e importados legalmente como los productos de la piratería, ya sean de producción nacional o importados de manera fraudulenta. El cuadro solo presenta los valores de compra y de venta, así que no manifiesta la magnitud efectiva del fenómeno en términos de ejemplares vendidos. Por tal motivo, debe ser complementado con indicadores en unidades físicas como número de títulos y número de ejemplares vendidos.

5.49. Los cuadros propuestos (véanse cuadros 5.6 y 5.7) toman en cuenta los diferentes ajustes de los datos originales que se deben hacer, además de la conversión CIF/FOB para los bienes importados (registrados FOB en su país de origen en la balanza de pagos, pero CIF en las cuentas nacionales). Se trata de un ajuste por valuación para obtener al valor ajustado, con el fin de contar con los valores diferentes asignados por contenido, y luego el ajuste por comercio ilegal.

5.50. Estos cuadros pueden ampliarse para incluir a los diferentes países de origen, pero clasificados según el origen del contenido y no de acuerdo al origen geográfico de la importación. La diferencia puede ser grande si se considera la importancia creciente que cobran algunos países en la producción de bienes culturales.

Cuadro 5.6. Importaciones de productos relacionados con la cultura

		Importaciones							
		Comercio legal				Comercio ilegal***		Total importaciones	
		Valor registrado*		Valor ajustado**					
		Importaciones (Valor FOB)	Ajuste CIF/FOB	Importaciones (valor CIF)	Importaciones (Valor FOB)	Importaciones (valor CIF)	Importaciones (Valor FOB)	Importaciones (Valor CIF)	Importaciones (Valor FOB)
Sectores	Productos								
Sector 1	Producto caract. 1.1								
	Producto caract. 1...								
	Producto caract. 1.n								
Sector 2	Producto caract. 2.1								
	Producto caract. 2...								
	Producto caract. 2.n								
	...								
Sector 11	Producto caract. 11.1								
	Producto caract. 11...								
	producto caract. 11.n								
Total importaciones relacionadas con la cultura									

*El valor registrado corresponde al valor que figura en los registros oficiales de balanza de pagos y cuentas nacionales

**El valor ajustado corresponde al valor ajustado para tener en cuenta los subregistros o registros inadecuados principalmente de activos intangibles

***El comercio ilegal corresponde al contrabando, es decir a la entrada ilegal de productos de consumo

Este cuadro se puede establecer en moneda nacional o en US dólares

Cuadro 5.7. Exportaciones de productos relacionados con la cultura

		Exportaciones			
		Comercio legal		Comercio ilegal***	Total exportaciones
		Valor registrado*	Valor ajustado**		
		Exportaciones	Exportaciones	Exportaciones	Exportaciones
Sectores	Productos	(Valor FOB)	(Valor FOB)	(Valor FOB)	(Valor FOB)
Sector 1	Producto caract. 1.1				
	Producto caract. 1...				
	Producto caract. 1.n				
Sector 2	Producto caract. 2.1				
	Producto caract. 2...				
	Producto caract. 2.n				
...					
Sector 11	Producto caract. 11.1				
	Producto caract. 11...				
	producto caract. 11.n				
Total importaciones relacionadas con la cultura					

*El valor registrado corresponde al valor que figura en los registros oficiales de balanza de pagos y cuentas nacionales

**El valor ajustado corresponde al valor ajustado para tener en cuenta los subregistros o registros inadecuados

***El comercio ilegal corresponde al contrabando, es decir al comercio que no se registra con el objeto de evadir impuestos u otros controles

Este cuadro se puede establecer en moneda nacional o en US dólares



Claves para recordar

- Las cuentas de producción presentan la valoración de las actividades productivas e incluyen tanto el valor de su producción por categorías de productos producidos, como sus costos directos de producción (consumo intermedio).
- La cuenta de generación del ingreso registra la forma en la que se distribuyen los ingresos generados entre los agentes involucrados en la producción: bajo la forma de salarios (remuneración al factor trabajo), de impuestos menos subvenciones sobre la producción (diferencia entre la apropiación y la transferencia de la autoridad pública directamente, desde el proceso de producción), de excedente bruto de explotación (remuneración al factor capital), e ingreso mixto (remuneración tanto al capital como al trabajo).
- Los equilibrios o balances de los productos culturales contienen datos referentes a la oferta de un producto cultural disponible para ser utilizado dentro de la economía, la producción interna y las importaciones que se realizan en el país.
- Para cada producto, el balance entre la oferta y la demanda se traduce en la siguiente expresión:

$$P + M = CI + CF + FBKF + E + ANOV + X$$

- El cuadro oferta-utilización presenta la oferta y los usos de los bienes y servicios culturales dentro del marco global de una economía, para revelar las interrelaciones económicas de la cultura con las demás actividades productivas. Incluye no solo las actividades de producción sino también las importaciones y los elementos de la demanda, como el consumo de los hogares y del gobierno, las exportaciones, la formación de capital, entre otros.

6. Análisis del gasto nacional en cultura y su financiación



Contenido

- » Conceptos y definiciones asociadas al gasto cultural
- » Cuadros analíticos y cuadros finales

Introducción

6.1. Hasta este punto, se ha considerado la cultura desde la perspectiva de las actividades características culturales involucradas en la producción, la circulación y los usos económicos de los productos específicos culturales: se presentaron los agentes productores, calificados de diferentes maneras de acuerdo con las industrias a las que pertenecían, la organización de su producción, formal/informal, mercado/no mercado, y se establecieron sus costos de producción y el valor agregado generado. Este valor agregado es un agregado relevante para representar la importancia económica de la cultura de un país, pero exclusivamente desde la óptica de la producción.

6.2. Si bien analizar los procesos de producción y su influencia sobre el ingreso generado en una economía puede ayudar a justificar políticas de

promoción de la producción en cultura, no es un indicador de su efecto sobre la vida cultural de los residentes en un país ni en su desarrollo: como ya se señaló, se podría dar el caso de una economía en que se editan libros, se hacen películas, todas exportadas, se generan empleo e ingreso, pero sin ningún efecto sobre el consumo y el desarrollo cultural de su población.

6.3. Por esta razón, el presente capítulo se enfoca en la relación entre la economía y la cultura desde el punto de vista del gasto de los agentes residentes, para así complementar la óptica de la producción y de la circulación de los productos. Lo que se pretende medir ahora es el gasto total de los residentes (es decir, incluyendo la adquisición de bienes y servicios producidos en el exterior) pero con una visión ampliada que va más allá de la adquisición de

los bienes y servicios culturales que se analizó en el capítulo 5, ya que también incluirá los gastos en la adquisición de activos por los productores así como los demás gastos que favorecen la producción y el acceso a la cultura, en línea con las recomendaciones del SCN 2008 para las Cuentas Satélite.

- 6.4. Para cada sector (y subsector), se tratará de determinar no solo el gasto total, sino también quiénes realizan este gasto y en particular cuál es la importancia del gasto de la autoridad pública o de otros terceros para facilitar el acceso, cuáles son los mecanismos utilizados, quiénes se benefician directa e indirectamente de estas intervenciones (por ejemplo, un subsidio a la producción de artes escénicas beneficia no solo al productor al permitirle generar ganancias, sino también a los espectadores que pueden disfrutar de un espectáculo sin tener que desembolsar el valor total de su costo) y en cuánto (valorado necesariamente dentro de este contexto, por su valor monetario). Finalmente, esto permitirá evaluar la repartición del gasto por sectores: ¿Cuáles son los sectores en los que el gasto es mayor? ¿Cuáles son los que reciben mayor apoyo, y de quiénes? ¿Cuál es el costo del apoyo para la autoridad pública?

A. Conceptos y definiciones asociadas con el gasto nacional en cultura y su financiación

- 6.5. El objetivo de la cuenta de gasto es mostrar cuál es el gasto neto nacional en cultura, primero en cada uno de los subsectores y sectores culturales, luego para la cultura en general; ésta es una medición que debe hacerse sin incurrir en duplicaciones. El interés recae también en establecer quién paga por este gasto y quiénes son los beneficiarios últimos de este gasto, toda vez que el beneficiario será el que "disfruta" del producto cultural: el destinatario del libro, quien ve el espectáculo de teatro, música, o danza, el televidente, entre otros. La unidad de financiación se refiere al que paga para que el beneficiario pueda recibir el bien o el servicio (caso de los hogares), a quien complementa el valor pagado (por ejemplo, la entrada a museos públicos a precios no comerciales), o para sostener la actividad a pesar de sus costos en caso de que sean mayores que los ingresos generados por las ventas. Se entrará también en la discusión del alcance del gasto en cultura, en particular sobre hasta dónde se

pueden incluir en este concepto los gastos asociados (externalidades), no necesariamente en productos culturales, pero que pueden tener una gran relevancia económica, como los festivales y otras manifestaciones culturales masivas.

- 6.6. Para estudiar el gasto nacional en cultura es necesario aclarar primero las definiciones que se utilizarán en este contexto, en particular el alcance de lo que se va a llamar gasto, e identificar quiénes hacen los gastos y quiénes disfrutan de los bienes y servicios adquiridos. Por lo tanto es importante que, unido al concepto de gasto, se distingan los conceptos básicos asociados al mismo; una vez hecha su presentación general, se entrará en mayores detalles referentes a cada uno de los temas antes mencionados.

a. Gasto Nacional en Cultura

- 6.7. El gasto nacional en cultura no solo va a incluir las erogaciones hechas por todos los agentes económicos para la adquisición de bienes y servicios culturales específicos sino también un cierto número de gastos adicionales, tales como los relacionados con el desarrollo de la infraestructura requerida para la producción en el futuro (la formación bruta de capital de las actividades características), los gastos inherentes a las prácticas culturales, los gastos asociados a la gestión cultural y las otras erogaciones que facilitan el acceso a la cultura, en particular aquellas bajo la forma de transferencias (principalmente corrientes, pero también y eventualmente, de capital). En una sección aparte, al final de este capítulo, se abordará el tema de los gastos asociados (las externalidades).
- 6.8. El gasto en un sector cultural determinado, y para la cultura en general, va a incluir las categorías siguientes:
- (i) **El gasto por los diferentes agentes económicos, en bienes y servicios específicos**, de origen nacional o importado que pueden destinarse a satisfacer las necesidades culturales u otras necesidades relacionadas, que se detallarán más adelante: estos ya se han presentado en los equilibrios oferta-utilización, pero ahora su presentación será diferente ya que se enfocará también

en identificar quién disfruta y no solamente en quién paga.

- (ii) **El gasto en activos no financieros por las actividades características productivas culturales.** Este gasto puede referirse a construcciones y edificaciones, equipo, material de oficina, material de transporte, así como a activos no producidos tales como tierras, terrenos, etc..
- (iii) **Las adquisiciones de bienes y servicios necesarias para las prácticas culturales;** incluyen también los gastos para adquirir bienes tales como los aparatos de radio, los televisores, los módems y todos los aparatos auxiliares que permiten el acceso a los contenidos culturales, así como los bienes que permiten las prácticas tales como los instrumentos musicales, los instrumentos de grabación, aparatos fotográficos, etc., adquiridos con el propósito de ser utilizados con fines culturales.
- (iv) **Los gastos realizados en gestión cultural,** es decir, aquellos realizados por los agentes públicos o privados. La gestión cultural no genera directamente contenidos simbólicos, pero las acciones de crearlos, expresarlos, interpretarlos, conservarlos o transmitirlos se viabilizan a través de sus servicios. Al regular e implementar las políticas públicas relacionadas a los procesos de creación, producción y consumo, las actividades de gestión cultural orientan a los agentes del ciclo cultural, promueven la financiación y desarrollan esquemas de apoyo que garantizan que efectivamente la idea creativa se transforme y llegue al mercado. Por consiguiente es lógico incluir los gastos asociados en la noción de gasto en cultura. Se destacan dos tipos de actores en la gestión cultural: el primero, impulsado por el gobierno responsable del sostenimiento, la preservación y la financiación del sector, que se da en forma de planes, programas y proyectos; el segundo, efectuado por las Instituciones Privadas sin Fines de Lucro que sirven a los Hogares (ISFLH), cuyos recursos y acciones hacen posible el acceso y la participación de personas a los productos y prácticas culturales, o por gestores culturales quienes como personas naturales administran recursos y ponen en marcha empresas culturales. Hay que reconocer sin embargo, que no será siempre posible clasificar los gastos en gestión cultural por

sectores, en estos casos este gasto se tratará a nivel de la cultura en general.

- (v) **Los gastos realizados** (o la renuncia a ingresos, como con las exenciones de impuestos) **por parte de los agentes económicos** para sustentar cada sector cultural en particular y la cultura en general.

- 6.9. El cuadro de gasto se elaborará de manera progresiva a partir de los valores brutos de cada uno de estos conceptos; estos análisis se volverán más complejos a medida de su depuración. En este capítulo, se presentarán los diferentes cuadros que pueden ayudar a establecer los cuadros sintéticos finales.
- 6.10. Se deben hacer dos ajustes a la información disponible sobre cada uno de los componentes globales del gasto en cultura: uno tiene que ver con la eliminación de las duplicaciones en los valores del gasto; otro tiene que ver con la reclasificación de los gastos para tomar en cuenta la determinación de los beneficiarios. Estos se van a detallar a continuación.

B. Eliminación de las duplicaciones

- 6.11. Es importante señalar la importancia de no incurrir en duplicaciones en el cuadro de gasto, en particular porque el valor de los bienes y servicios específicos de la cultura adquiridos por los productores culturales (consumo intermedio de las actividades características) se incorporan después en el valor de los bienes o servicios culturales obtenidos en estos procesos. También unos rubros incluidos en el gasto en cultura efectuados por agentes por fuera del esquema de producción pueden incluirse en el valor de los bienes y servicios culturales ofrecidos e identificados en los usos de los equilibrios oferta-utilización de los productos específicos.

a. Duplicaciones por las relaciones de producción dentro de los sectores culturales y entre sectores

- 6.12. Los procesos de producción de las actividades productivas características de la cultura se han descrito en el capítulo 4. El valor de los productos obtenidos incorpora el valor de los consumos intermedios utilizados en su producción. En los cuadros sugeridos en este capítulo, se han identificado los consumos intermedios en productos específicos de la

cultura pertenecientes al mismo sector cultural así como en productos específicos de la cultura pertenecientes a otros sectores culturales.

- 6.13. La valoración del gasto en cultura debe ser un valor neto, y por consiguiente, dentro de los gastos que corresponden al consumo intermedio se debe excluir el consumo intermedio de productos específicos por actividades características del mismo sector (el consumo intermedio no terminal), cuando se establece el gasto nacional neto para un sector particular de la cultura, y también extender esta consolidación cuando se habla de la cultura en general y, en este caso, excluir los bienes y servicios utilizados como insumos de actividades características de otros sectores culturales.
- 6.14. Toda esta información se encuentra en los cuadros elaborados con anterioridad: cuentas de producción de las actividades productivas características, y equilibrios oferta-utilización de los productos específicos. No obstante, se le debe dar una presentación diferente, lo que se hará en el cuadro 6.1 sugerido en la sección dedicada a la presentación de los cuadros intermedios y finales.

b. Otras posibles duplicaciones

En la formación bruta de capital fijo de las actividades características

- 6.15. En la formación bruta de capital fijo de las actividades características, se incluyen todos aquellos activos tangibles e intangibles que participan de los procesos de producción. En una óptica consolidada de gasto, se deben por consiguiente excluir aquellos productos específicos pertenecientes al mismo sector cultural, o a cualquier otro sector cultural en una visión de la cultura en general, pues ya están incluidos dentro del análisis anterior de las relaciones de producción dentro de los sectores culturales y entre sectores.
- 6.16. Por ejemplo, en el caso del sector de la creación, la formación de capital de las actividades características que se agrega a lo ya calculado por producto deberá excluir el valor de las obras primas, puesto que estas hacen parte de la formación de capital en los productos específicos del sector.

- 6.17. Por consiguiente, el rubro de formación bruta de capital fijo de las actividades productivas características excluirán, en una primera instancia (gasto en un sector cultural particular) la formación de capital en productos del mismo sector, y en una segunda (gasto total en cultura) la formación de capital en productos específicos propios de todos los sectores culturales. Esto se hará en el cuadro 6.2, sugerido en la sección dedicada a la presentación de los cuadros intermedios y finales.

En los gastos asociados con prácticas culturales

- 6.18. Las prácticas culturales pueden requerir el consumo final de muchos productos culturales, y será necesario proceder a una consolidación para evitar duplicaciones. Por ejemplo, la práctica de un instrumento de música puede requerir tomar clases, y estas clases ya son un producto específico del sector de la enseñanza musical incluido en el equilibrio del producto correspondiente.
- 6.19. Como en el caso anterior, los gastos asociados con prácticas culturales registrados se consolidarán en dos fases: primero, dentro del mismo sector cultural, luego con toda la cultura. Esto se hará en el cuadro 6.3, sugerido en la sección dedicada a la presentación de los cuadros intermedios y finales.

En la gestión cultural

- 6.20. Los mecanismos de apoyo a la cultura mediante la gestión cultural pueden tomar formas diversas. Una de estas formas puede ser la compra de algunos productos culturales con el fin de apoyar a los productores, por ejemplo mediante concursos; en este caso, este valor ya está incluido en los usos del producto y no debe repetirse como gasto en la gestión. Otros apoyos pueden brindarse mediante subsidios, los cuales representan valores globales que se les reconocen a los productores y les brindan un suplemento de ingresos con relación a sus ventas. Finalmente, otros pueden darse por medio de la organización de los productores o de eventos que permitan hacerlos conocer.
- 6.21. Si bien el primer mecanismo de apoyo está incluido en los equilibrios de productos, pues el gestor se convierte en otro comprador de los productos específicos ofrecidos, no es

el caso del segundo, ya que como se explicó anteriormente, los impuestos netos de los subsidios a la producción no se incluyen en el valor de la producción de los productores, y este valor se adiciona a los valores derivados directamente de la producción (al valor agregado a los precios básicos).

6.22. Como consecuencia de este análisis sucinto, se ve que es necesario detallar los mecanismos de apoyo de los gestores para identificar cuáles de sus gastos corresponden a adquisición directa de bienes o servicios culturales ya incluidos en el gasto; solamente deben sumarse al agregado “gasto en cultura” los montos que no corresponden a estas adquisiciones; esto se hará en el cuadro 6.4 sugerido en la sección dedicada a la presentación de los cuadros intermedios y finales.

6.23. Los gastos incluidos se llamarán *gastos de gestión cultural netos*. No siempre se pueden asignar todos los gastos de gestión cultural entre los sectores culturales que se han identificado, ya que algunos tienen un alcance indefinido (por ejemplo, los gastos generales del funcionamiento del Ministerio de Cultura); en estos casos solo se agregarán globalmente al gasto en cultura.

Otras transferencias corrientes y de capital

6.24. De la misma manera, los montos de transferencias corrientes y de capital que se deben incluir en el gasto en cultura son solamente aquellos que no corresponden a adquisiciones de bienes y servicios culturales. Más adelante se describirán los mecanismos principales por los cuales se realizan estas transferencias.

C. Beneficiarios y financiadores

6.25. Se ha señalado como objetivo adicional de la cuenta de gasto la identificación de quien se beneficia del gasto, ya que puede ser diferente del que paga. Este es un aspecto particularmente importante para la cultura, ya que a pesar de que el reconocimiento financiero recibido por los productores de cultura es frecuentemente modesto y no permite a todos los implicados en estos quehaceres vivir

dignamente, para muchas personas el acceso a la cultura es limitado por sus condiciones económicas. Por ello es necesario que se desarrollen acciones que amplíen el acceso, y es importante tratar de cuantificarlas.

6.26. Para algunos productos del campo cultural de referencia, los agentes que adquieren y se benefician de los productos son al mismo tiempo los que realizan el gasto correspondiente. Es lo que sucede con la mayoría de los bienes que se intercambian en operaciones de mercado en donde el comprador paga el monto total del valor del producto (libro, disco, CD, cuadro) para su propio uso.

6.27. Otras veces, quienes adquieren o se benefician de los productos no son quienes realizan la totalidad de los gastos correspondientes al valor que se registra en las cuentas de producción. Esto sucede con los servicios ofrecidos de forma gratuita por las autoridades locales, como eventos culturales públicos, bibliotecas, entre otros; servicios para los que los precios cobrados no son económicamente significativos, como los museos; productos cuyos mercados presentan particularidades, tales como las artes escénicas o el cine; productos como los servicios provistos por los programadores de televisión donde la mal llamada *inversión publicitaria*²³ financia buena parte de las emisiones de televisión que la audiencia mira, es decir, que “consume” en el sentido de la cuenta de gasto de la CSC sin pagar por ellas (véase el análisis de este procedimiento en el recuadro que sigue).

6.28. En la mayoría de los casos, en las Cuentas Nacionales no se hace diferencia entre quién paga y quién se beneficia del gasto, a excepción de los llamados consumos de bienes y servicios individuales del gobierno, o de las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares. Este tipo de consumos suelen producirse por cuenta propia (tal es el caso de los museos públicos, o de las orquestas públicas); o se adquieren en el mercado y después se entregan a las personas bajo la forma de servicios de educación, salud, cultura, mercados, vivienda, entre otros (las

23. Mal llamada, pues en términos económicos no se trata como inversión (formación de capital) sino como consumo intermedio.

Cuentas Nacionales después los registran en las cuentas de la redistribución del ingreso en especie); o gratis, o a precios muy inferiores a sus costos de producción.

6.29. Sin embargo, la diferencia entre beneficiario y comprador no solo se evidencia en el caso de los gastos por las Instituciones Privadas sin Fines de Lucro que sirven a los hogares (IPSFLH) y las entidades de las administraciones públicas que benefician a los hogares, sino también en otras situaciones.

6.30. Se presentan aquí dos ejemplos con el fin de despertar la reflexión:

- Las entidades, independientemente de su naturaleza (pueden ser productores del sector privado), que contratan algún tipo de espectáculo para sus empleados

(fiestas de fin de año o celebraciones especiales) o para la población en general (desfiles, animaciones callejeras) aparecerán comprando (**financiando**) bienes y servicios culturales para el beneficio de sus empleados o de los que asistan a los espectáculos, quienes aparecerán como beneficiarios de estos eventos (hogares como consumidores).

- Los hogares que compran el periódico o reciben un periódico gratuito, escuchan la radio o miran la televisión, se consideran *beneficiarios* del contenido del periódico, de las emisiones de radio y televisión, al ser quienes disfrutan de estas emisiones sin pagar por la totalidad de su costo; estos son implícitamente *comprados* por las empresas que pautan, tal como se explica en el recuadro que sigue.

Recuadro 6.1 Consumo de servicios televisivos, de radio, de prensa, financiados por la publicidad

El caso de los medios televisivos y de radio es algo complejo y requiere de una mayor explicación, parcialmente aplicable al caso de la prensa y de las publicaciones periódicas.

En el caso de la televisión (y de otros medios como la radio, la televisión, y ahora internet), los montos eventualmente pagados por conexión a una red (la televisión cerrada) permiten recibir las transmisiones de un cierto número de canales que componen la selección. Para la televisión abierta, el acceso es usualmente gratuito, aunque en algunos países puede existir una tasa asociada a la propiedad de un receptor o de otro tipo de tasa que da derecho al acceso, la cual no se considera como una compra de servicio sino como un impuesto.

Los canales de televisión se financian en general por la venta de tiempos de antena a los pautadores y por otros tipos de ingresos como los pagos que realizan los televidentes (abonos) o los aportes de los gobiernos. En el caso de las revistas, los periódicos u otras publicaciones y periódicos comerciales, los ingresos que reciben los establecimientos productores no solo provienen de la venta de los ejemplares sino, más que todo, de la venta de espacio para publicidad, de los anuncios limitados, y a veces de un subsidio del gobierno a la prensa escrita.

A su vez, los canales utilizan estos recursos para comprar de las programadoras de televisión programas que producen ellas mismas, o los adquieren de otros productores nacionales o internacionales. Las programadoras pueden también comprar derechos de transmisión de películas, de espectáculos deportivos o culturales como conciertos, representaciones teatrales, entre otros.

Las agencias de publicidad, además de servir de intermediarias entre las empresas que quieren publicitar sus productos y los canales de televisión que venden tiempo de antena (o los periódicos y revistas que venden espacio publicitario), compran a los productores la producción de cortes publicitarios, sea para la radio, sea para la televisión (y ahora también para internet). Se les vende a las empresas un paquete que incluye el corto, el tiempo de antena para que los cortes sean presentados en el tiempo asignado para este fin.

En el circuito económico de la radio sucede el mismo fenómeno que en el de la televisión abierta. Los agentes programadores suelen ser productores de programas sujetos a pagar derechos por su transmisión. Estos desembolsos representan el consumo intermedio para los agentes programadores. Con algunos servicios de productos culturales de acceso gratuito en internet se presenta el mismo fenómeno; los ingresos de la producción provienen del gasto de las empresas en publicidad.

Podemos ilustrar con un ejemplo numérico ficticio lo que pasa en el caso de la televisión.

En el ejemplo ficticio, existen 5 categorías de agentes:

- Las empresas que quieren hacer publicidad entregan 1.200 para este fin a los publicistas.
- Los publicistas mandan a elaborar los anuncios publicitarios, y por esto contratan los servicios de creativos por un monto de 200, y por otra parte compran tiempo de antena de las programadoras por un monto de 900 (la diferencia con el monto que reciben es su margen);
- Las programadoras reciben por una parte, 100 de los televidentes, y por otra parte 900 por ventas de tiempo de antena. A su vez, gastan 950 en compras de programas de entretenimiento de todo tipo, incluyendo deportes, pagos de derechos de transmisión de películas, emisiones de diversión, etc.
- Los productores de programas y creativos reciben un total de 950 por concepto de las ventas (provenientes de las programadoras), y 200 de los pautaadores quienes compran el producto (los cortes publicitarios) por intermedio de las agencias de publicidad.
- Los hogares adquieren en realidad dos productos: por una parte, los programas de televisión, para los que pagan 100, y reciben 900 "comprados" para su beneficio por los pautaadores; por otra parte, adquieren los mensajes publicitarios que ellos no pagan pero cuyo valor es de 200.

La representación contable simplificada es la siguiente:

Empresa privada		Publicista	
Compra publicidad 1.200		Compra mensajes 200	Venta publicidad 1.200
		Tiempo antena 900	
Productores programas		Programadoras	
	Otros programas 950		Pago hogares 100
	Producción mensajes 200		Tiempo antena 900
Hogares			
Pago a programa 100			

El gasto total es la suma del gasto en mensajes publicitarios (200) y del gasto en programas (1000), y ambos productos deben aparecer en los gastos.

En el caso de los mensajes publicitarios, los consumen los hogares y los financian las empresas. El valor es 200, es decir, el valor pagado por las agencias de publicidad, por cuenta de los pautaadores a los productores.

En el caso de los programas, el valor del gasto es igual al valor recibido por las programadoras, es decir, el pago por los hogares (100) más el valor del tiempo de antena vendido a los pautaadores (900); este monto (900) corresponde a la financiación recibida por los hogares de los pautaadores por este concepto.

Los eventuales aportes del gobierno se tratarán como subsidios. Es decir que, finalmente, en las cuentas de gasto la representación debería ser la siguiente:

Beneficiarios	Transacciones	Financiadores	
Hogares		Hogares	SOc. no fin.
200	Mensajes publicitarios		200
1.000	Programas	100	900

6.31. En las Cuentas Satélite de Cultura se identifican las siguientes categorías de usuarios/beneficiarios del gasto cultural:

- Los hogares (en su función de consumidores)
- Las actividades productivas culturales de mercado (bajo cualquier forma y tamaño: formal/informal, legal/ilegal)
- Las administraciones públicas (como consumidores colectivos)
- Los demás agentes residentes, incluyendo las IPSFLSH

6.32. De la misma manera que para los beneficiarios, las Cuentas Satélite de Cultura identifican como unidades de financiación las categorías siguientes:

- Las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares (ISFLSH)
- La administración pública (y sus subsectores: central, regional, local)
- Los hogares (en su función de consumidores)
- Los demás agentes residentes (incluyendo las sociedades financieras, no financieras, los hogares como productores, etc.)
- El resto del mundo

6.33. El cuadro de gasto se presenta entonces como un balance entre el valor total del gasto para los que compran los bienes y servicios (óptica del marco central de Cuentas Nacionales) y el valor del consumo (o disfrute) o beneficio para los que se benefician del gasto, es decir que en todas las líneas del cuadro final de gasto, van a aparecer varias columnas, cada una asociada a una categoría relevante de entidades, de tal manera que la suma de

los gastos realizados por cada una de estas categorías (lado izquierdo del cuadro) será igual a la suma de los beneficios (efectivos o imputados) recibidos por los diferentes usuarios o beneficiarios del mismo (lado derecho del cuadro).

D. Categorías del gasto en cultura

6.34. Las categorías que se han presentado de manera global en el aparte anterior, se detallarán aquí.

a. Gasto neto en la adquisición de bienes y servicios específicos, de origen nacional o importado

6.35. Los productos específicos de cada uno de los sectores culturales se definieron previamente.

6.36. Sus usos económicos, según las Cuentas Nacionales, se han subdividido en las siguientes clases que también se aplican como punto de partida de la elaboración de las cuentas de gasto:

- (1.1) Consumo final
- (1.2) Consumo intermedio
- (1.3) Formación de capital fijo
- (1.4) Variación de existencias
- (1.5) Adquisición neta de objetos valiosos

6.37. En la primera categoría **((1.1) Consumo final)** se incluyen los bienes y servicios culturales específicos que hacen parte de lo que las Cuentas Nacionales consideran como parte del consumo final de los hogares y de las administraciones públicas e IPSFLSH.

Se trata de tres categorías distintas de productos:

(1.1.1) Consumo final de los hogares en bienes y servicios de mercado

Productos como los libros, los periódicos, los álbumes musicales (en formato físico o digital), las réplicas de obras de arte producidas en serie, las emisiones de televisión cerrada, las revistas, los servicios de exhibición de cine, los videos, las presentaciones en vivo de música, teatro y danza en las que los espectadores pagan precios que se acercan a los costos. También se incluyen bienes finales que aunque tienen valores utilitarios, es decir que su uso no crea procesos simbólicos, llevan implícitas prácticas artesanales en las que se manifiestan procesos de creación, expresión y manifestación de contenidos simbólicos.

El consumo final de los hogares según las Cuentas Nacionales se tratará también como consumo final, financiado por los mismos hogares y disfrutado por ellos mismos.

(1.1.2) Consumo final individual de servicios de no mercado por el gobierno general o las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares

En esta categoría se incluye principalmente la parte del valor de los servicios específicos de no mercado producidos por el gobierno general o las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares, o los bienes y servicios adquiridos y “subsidiados” por estas entidades (es decir, la diferencia entre su valoración a precios de costo y la parte que pagan los hogares que disfrutan de ellos) cuya adquisición corresponde al concepto de transferencia social en especie de las Cuentas Nacionales. Encontramos aquí los espectáculos callejeros o públicos financiados por las autoridades, las emisiones de radio y de televisión abierta, las entradas a museos o bibliotecas, los libros editados y vendidos a precios por debajo del precio de mercado, etc..

En estos casos, el financiador (el que paga) es o el gobierno central, o instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares. El agente que disfruta del gasto es el sector de los hogares (el beneficiario). Los pagos parciales realizados por los hogares aparecerán en

las Cuentas Nacionales como consumo final de los hogares en el rubro anterior (pagador: los hogares; beneficiario: los hogares).

(1.1.3) Consumo final colectivo de servicios de no mercado por las administraciones públicas

En esta categoría se debería incluir el valor de los servicios de no mercado colectivo de la administración de la cultura (registrado a precios de costo) que resulta de la actividad de gestión de la institucionalidad cultural. Sin embargo, en la clasificación estos servicios no se incluyeron como productos específicos sino exclusivamente en la parte de gasto en gestión cultural (véase más adelante).

6.38. La categoría siguiente **((1.2) Consumo intermedio)** agrupa los productos específicos, adquiridos por actividades productivas con el fin de servir de insumos para llevar a cabo procesos productivos, de los que se derivan otros bienes y servicios, culturales o no culturales.

6.39. Como se señaló anteriormente, se deducen aquellos productos específicos utilizados en otros procesos de producción, tanto aquellos que pertenecen al mismo sector cultural como aquellos que pertenecen a otros sectores culturales.

6.40. Usualmente, en el caso de los consumos intermedios, el comprador (el financiador) es un productor y el beneficiario es el mismo. Sin embargo, hay casos como aquellos anteriormente mencionados (espectáculos “comprados” por las empresas, compras de espacios publicitarios y pautas, etc.) en que el “beneficiario” en términos de disfrute no es la misma empresa sino los hogares (la población en general, sus empleados en el caso de una fiesta privada, los lectores del periódico en el caso del espacio y la pauta en periódicos, etc.). Esto debe hacerse explícito en el cuadro: el valor será el valor pagado por la empresa.

6.41. **La formación de capital fijo (1.3)** incluye todos los productos culturales específicos, producidos y utilizados de manera repetida en procesos de producción. Estos son de dos clases: los productos tangibles y los productos intangibles, definidos por su contenido (originales, por ejemplo). Un mismo bien físico, como un instrumento musical, puede ser

considerado como bien para prácticas (si lo compra un individuo para una práctica individual o una institución por fuera del marco de la producción), o como bien de capital si se adquiere para utilizarlo dentro de una práctica profesional.

6.42. **La variación de existencias (1.4)** da la posibilidad para un cierto número de bienes (libros, CDs, televisores, entre otros) producidos o importados, de no haber sido todavía adquiridos para algún uso económico en el período contable, o de haber sido adquiridos o producidos en el período anterior y haber encontrado un uso económico en el período corriente. Se trata por ejemplo de las existencias del productor en el comercio, o del utilizador intermedio que ha comprado los bienes y no los ha utilizado. Puede también referirse a bienes en proceso de elaboración, cuya manufactura puede requerir de un lapso de tiempo más allá de un período contable (bienes en proceso).

6.43. **La adquisición neta de objetos valiosos (1.5)** se refiere a la adquisición de obras de arte, antigüedades, u otros, por los agentes económicos. Los objetos valiosos pueden provenir de la producción del ejercicio (obras pictóricas o esculturas de artistas contemporáneos) o de un intercambio de obras existentes. Para cada agente económico, se registran las compras y las ventas, pero a nivel global solo queda el valor neto de los objetos valiosos producidos en el ejercicio o importados, ya que la venta de uno es la compra de otro agente económico.

Formación bruta de capital en bienes y servicios no financieros no clasificados anteriormente por las actividades productivas culturales

6.44. Al seguir las recomendaciones del SCN para la elaboración de los cuadros de gasto de las Cuentas Satélite, la adquisición neta de bienes de capital no financieros por las actividades culturales se considera dentro del concepto de gastos. Estos bienes de capital pueden clasificarse de acuerdo con la desagregación de los bienes de capital no financieros, propuesta dentro del mismo SCN 2008. Según estas recomendaciones, se incluye en el gasto la totalidad de los gastos en bienes de capital (tangibles o intangibles, producidos o no producidos) de las actividades características; parte de este gasto que corresponde a

productos característicos ya se ha incluido en las categorías anteriores, de manera que solo se incluye aquí lo que corresponde a otros productos que no son específicos del sector (o no específicos de la cultura en general).

6.45. Debe señalarse que esta partida no solo incluye los activos producidos, tangibles o intangibles, sino también los bienes no producidos tales como las tierras y los terrenos adquiridos por las actividades características. Se recomienda usar la clasificación utilizada en el SCN 2008 que aparecerá en el cuadro 6.2.

Adquisiciones de otros bienes y servicios para la realización de prácticas culturales

6.46. En esta categoría se van a incluir todas las adquisiciones de bienes y servicios (fuera de los bienes y servicios específicos) requeridas por las prácticas culturales que no son consideradas dentro de los límites de la producción. Esto incluye las compras por los hogares de productos tales como televisores, radios, lectores de CDs o instrumentos musicales, papel especial, tintas, material para la práctica de la pintura artística, así como la adquisición de productos no clasificados anteriormente pero asociados a estas prácticas culturales particulares.

6.47. Los beneficiarios son los mismos hogares. Los financiadores pueden ser los mismos hogares u otros tipos de patrocinadores que financian, por ejemplo, la adquisición de instrumentos musicales para orquestas populares o de niños, o la adquisición de materiales para artes plásticas, o la fabricación de artesanías.

Gastos asociados con la gestión cultural

6.48. Como se explicó anteriormente, son gastos realizados tanto por entidades públicas como privadas para apoyar los quehaceres culturales y el desarrollo de proyectos de organización y apoyo. Para fines analíticos, puede ser interesante identificar a nivel nacional los diferentes programas de gestión, lo que permitirá determinar con mayor facilidad el sector cultural al que se refiere y los beneficiarios.

Transferencias

6.49. En el caso del gasto en cultura, las transferencias se podrán ver en detalle cuando se

hayan analizado las diferentes formas en las que se puede financiar el gasto en cultura. Esto se retomará más adelante.

E. Valoración del gasto en cultura en la cuenta de gasto - principios generales - determinación del financiador (el pagador)

6.50. Al describir las cuentas de producción de las actividades productivas características así como los equilibrios de los productos específicos, la valoración de las transacciones no solía ser un problema ya que al querer generar estimaciones coherentes con las Cuentas Nacionales tanto a nivel global como detallado, era indispensable aplicar los mismos principios de valoración utilizados en el marco central.

6.51. Para el análisis del gasto por beneficiario y financiador, que es una desagregación adicional, el valor se referirá al valor de mercado cuando se trate de bienes y servicios. Sin embargo, es necesario definir claramente cuánto de éste se va a atribuir a cada uno de los participantes en la conformación del valor, en particular en el caso de la intervención del Estado o de terceros.

6.52. Existe una gran variedad en las formas de financiación de la cultura, y es necesario tener claridad sobre su representación en las CSC para asegurar una homogeneidad en los tratamientos, así como una cobertura total de estas transacciones en el cuadro de gastos.

6.53. Adicionalmente, es necesario dar una explicación más detallada sobre ciertos aspectos de las transferencias corrientes y del capital en las Cuentas Satélite de Cultura, pues en ciertos casos las CSC se van a apartar de las Cuentas Nacionales al tratar de visibilizar un cierto número de transacciones implícitas que las Cuentas Nacionales no muestran, sobre todo aquellas asociadas a los tratamientos fiscales preferenciales.

6.54. Además, en un número significativo de países las grandes empresas y los empresarios pudientes dan importancia a las artes, razón por la cual se han desarrollado mecanismos para favorecer sus apoyos, que se manifiestan no solo hacia los actores privados sino también hacia los actores públicos, entre ellos los museos, las salas de concierto y los lugares históricos. La clasificación de transferencias propuesta en las CSC es la siguiente:

a. Subsidios a actividades características de mercado

- i. Directos
- ii. Vía exenciones de impuestos

b. Transferencias de funcionamiento a actividades características de no mercado (por categoría de unidades de financiación)

c. Otras transferencias

- i. Sector de las Administraciones Públicas
- ii. Sector de las IPSFLSH
- iii. Otros sectores residentes
 - 1. Patrocinios
 - 2. Mecenazgos
 - a. Sin exención de impuestos
 - b. Con exención de impuestos
 - 3. Otros
- iv. Entre hogares ("pagos" por representaciones dentro de "prácticas" culturales)
- v. Resto del mundo

6.55. Debe recordarse que se incluyen en esta categoría los pagos realizados por los asistentes a representaciones que no se consideran producciones. Estas transferencias son pagadas por hogares a otros hogares y, por definición, no son contrapartidas de valores correspondientes a bienes o servicios.

6.56. El recuadro 6.2 describe la mayoría de los casos de financiamiento y su tratamiento en la cuenta de gastos, en particular la repartición del valor entre los diferentes financiadores, y la repartición del aporte entre el componente del valor y la transferencia.

Recuadro 6.2 Descripción de las diferentes formas de financiación del gasto en cultura

Descripción		Análisis en términos del cuadro oferta-utilización (Marco central de las Cuentas Nacionales)	En el cuadro de gastos
Fuentes públicas: las contribuciones pueden provenir de los distintos niveles del sector público: Estado, región, provincias/departamentos, municipios			
Entradas falladas (financiación indirecta)			
Incentivos			
	Exenciones a los impuestos a la renta para los que realizan donaciones. Véase caso mecenazgo	No se registra	Otras transferencias corrientes: mecenazgo con exenciones de impuestos (4.3.2.2) (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente) para el monto de impuesto exonerado. Este monto se trata como se muestra en el Anexo 1 b) como un menor valor de la donación y un mayor impuesto pagado por el mecenaz (fuera del ámbito de la cuenta de gasto), y una transferencia del Estado al beneficiario de la donación
	Exenciones a los impuestos a la renta para los que realizan inversiones en proyectos culturales. Véase mecenazgo	No se registra	Otras transferencias de capital específicas (5.): (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente) para el monto de impuesto exonerado. Este monto se trata como se muestra en el Anexo 1 b) como un mayor impuesto pagado por el mecenaz (fuera del ámbito de la cuenta de gasto), y una transferencia de capital del Estado al beneficiario de la inversión
Alivios fiscales (a los productores)			
	Exenciones a los impuestos al valor agregado	No se registra	Subvenciones a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).
	Exenciones a los impuestos de renta a los productores y creadores culturales	No se registra	Subvenciones a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).
	Exenciones a otros impuestos directos	No se registra	Subvenciones a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).
	Exenciones a los aranceles	No se registra	Subvenciones a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).El monto de impuesto exonerado se trata como un mayor impuesto y una subvención recibida
Financiaciones privadas o públicas			
Donaciones de instrumentos musicales			
	A Profesionales	Formación de capital bruto del profesional (financiada por una transferencia de capital en especie)	Adquisiciones menos disposiciones de activos fijos tangibles (1.3.1) (beneficiario: productor cultural de mercado; Financiación: todos los agentes residentes o no residentes)
	A Particulares no profesionales	Gasto de consumo final de los hogares (financiada por una transferencia corriente en especie a hogares)	Consumo final efectivo; productos de mercado (1.1.1.) (beneficiario: hogares; Financiación: todos los agentes residentes o no residentes)

El recuadro 6.2 contiene tres columnas. La primera describe el tipo de transacción: según el pagador se clasifican las fuentes privadas, las fuentes públicas, y las fuentes privadas o públicas. La segunda se refiere a su tratamiento en las Cuentas Nacionales y, eventualmente, en el cuadro oferta-utilización. La tercera columna determina el tratamiento en la cuenta

de gasto y define el beneficiario, el financiador y el tipo de transacción, según la tipología de la cuenta de gasto.

6.57. **Las fuentes privadas** se definen en dos grandes tipos: i) *pagos por el beneficiario* y, ii) *otros mecanismos de financiación privada*.

- 6.58. La primera categoría se refiere principalmente a las compras directas para el consumo final, el consumo intermedio o las prácticas culturales. El comprador es quien va a disfrutar y quien paga el valor total. En este caso no hay dificultades específicas ya que el beneficiario es el mismo financiador. Se hace hincapié en el tratamiento diferencial que debe darse para el consumo intermedio de productos característicos por actividades características.
- 6.59. En la segunda categoría, *otros mecanismos de financiación privada*, se incluyen tres tipos de financiación por los agentes privados a favor de los consumidores finales (hogares). Es el caso de la publicidad en la radio, en la televisión, o en otros medios (su tratamiento se explicó en el Recuadro 6.1), el caso del patrocinio y el caso del mecenazgo. La diferencia entre el patrocinio y el mecenazgo radica en que para el patrocinio se efectúa la entrega de recursos para garantizar la difusión de los mensajes, mientras que bajo la figura del mecenazgo no hay una contrapartida. Esto quiere decir que en el caso del patrocinio, se trata de la financiación de una adquisición, similar al caso de la publicidad.
- 6.60. Es importante estudiar la exención de impuestos en el caso del mecenazgo, ya que en muchos países se incentiva la entrega de recursos a un ente cultural en tanto esta da lugar a una exención. Para las cuentas de cultura (mas no para las Cuentas Nacionales), se estima el valor del impuesto ahorrado por el mecenazgo, y se trata como un menor valor de la transferencia del mecenazgo y como un mayor valor de su impuesto, y se asigna este valor como transferencia por parte del gobierno al beneficiario. Se muestra así que para el gobierno, la exención de impuestos es una manera "encubierta" de aportar a causas benéficas, culturales, entre otras.
- 6.61. Fuentes públicas: las contribuciones pueden venir de los distintos niveles del gobierno: Estado central, región, provincias/departamentos/municipios. Existen dos categorías principales en materia de contribuciones: las *financiaciones erogadas (financiaciones directas)*, y las *entradas falladas (financiaciones indirectas)*.
- 6.62. Las *financiaciones* erogadas se refieren a las transferencias y a los subsidios. Usualmente, los beneficiarios son actividades características de no mercado en el caso de las transferencias, y actividades características de mercado en el caso de los subsidios. También pueden haber transferencias entregadas directamente a los hogares, como por ejemplo las becas de estudio en las artes. Así mismo, se incluyen las compras de bienes y de servicios culturales a productores de mercado para su entrega gratuita o casi gratuita a la población; esto se trata como consumo efectivo de los hogares (tratamiento de las transferencias sociales en especie).
- 6.63. *Las entradas falladas (financiaciones indirectas)* no se registran usualmente en las Cuentas Nacionales. Sin embargo, es importante hacerlas aparecer en la cuenta de gasto de la cultura, ya que en muchos casos, las exenciones de pago de impuestos de todo tipo generan un alivio notorio de los costos de producción de los productores característicos de mercado y de no mercado, y por consiguiente les permitan seguir existiendo. Estas exenciones (totales o parciales) pueden ser de todo tipo: de impuestos al valor agregado (IVA) sobre insumos, de impuesto de renta, de impuesto predial, de tasas arancelarias sobre importaciones de insumos (este es el caso del papel periódico para la prensa escrita).
- 6.64. Finalmente, existen toda clase de transacciones en dinero o en especie, entre agentes económicos, especialmente hacia individuos o hacia grupos de personas para que puedan desarrollar actividades culturales; cuando son en especie, deben registrarse en adquisición para las prácticas financiadas por el patrocinador.
- 6.65. A partir de estos análisis se puede determinar el papel de los diferentes financiadores y de los respectivos beneficiarios del gasto.

F. Los cuadros de la cuenta de gastos

- 6.66. La cuenta de gastos de la CSC debe elaborarse por etapas que deben ilustrar los diferentes procesos de construcción y consolidación de las diferentes fuentes de información disponibles, y también permitir a los usuarios disponer

de instrumentos analíticos más o menos detallados según sus necesidades.

6.67. En una primera fase, es necesario analizar separadamente cada uno de los cinco componentes de la cuenta, pues cada una tiene sus particularidades y sus fuentes propias de información. En estas primeras etapas se tratará de determinar con claridad los valores globales correspondientes a los diferentes rubros de la cuenta de gasto.

6.68. Una vez determinados estos rubros globales, se deberá proceder a analizar en detalle las fuentes de financiación de cada rubro así como los beneficiarios. Estos cuadros se elaborarán para cada sector cultural, y a continuación para la cultura en general.

6.69. Establecer las cuentas de gasto de la cultura en general a partir de las cuentas de gasto por sectores podrá requerir un paso adicional de consolidación, así que posiblemente se deberán incluir rubros relacionados con el gasto en gestión cultural o en financiación vía transferencia, que no haya sido posible descomponer por sector cultural.

Cuadro 6.1 Gasto asociado con las cuentas de producción de las actividades características y los equilibrios de productos específicos

6.70. La elaboración del cuadro 6.1 parte de los equilibrios detallados de todos los productos específicos de cada sector. Se contemplan sus usos internos y se procede a tres tipos de ajustes:

- Se eliminan los valores de los consumos intermedios que corresponden a consumos intermedios de ramas de actividad características del mismo sector.
- Se eliminan luego los valores de los consumos intermedios que corresponden a consumos intermedios de ramas de actividad características de otro sector cultural (esto, en el caso de querer establecer las cuentas consolidadas de gasto de la cultura en general).
- Se reclasifican gastos clasificados como consumos intermedios como consumo final para acogerse al concepto de disfrute.
- La suma correspondiente para todos los productos de un sector (la última columna) es la que se debe incluir en el cuadro final (con o sin el ajuste por la cultura en general).

Cuadro 6.1 Los productos específicos en la cuenta de gasto

	Datos iniciales: equilibrios de producto específicos					datos consolidados del sector dentro del sector					datos consolidados del sector dentro de toda la cultura					Reclasificación por disfrute						
	P1	P2	Ph	total productos sector	P1	P2	Ph	total productos sector	P1	P2	Ph	total productos sector	P1	P2	Ph	total productos sector		
1.																						
1.1																						
1.1.1																						
1.1.2																						
1.1.3																						
1.2																						
1.2.1																						
1.2.2																						
1.2.2.1																						
1.2.2.2										0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.2.3																						
1.3																						
1.3.1																						
1.3.2																						
1.4																						
1.5																						

Cuadro 6.2 Gasto asociado con la formación bruta de capital de las actividades características

6.71. La elaboración del cuadro 6.2 parte del análisis detallado de la formación bruta de capital de las actividades características del sector cultural utilizando la nomenclatura de transacción recomendado por el SCN 2008, pero identificando adicionalmente dentro de los bienes de capital aquellos que corresponden a productos específicos de este mismo sector o de otros sectores culturales. Se procede a dos tipos de ajustes:

- Se eliminan los valores de la formación bruta de capital que corresponden a productos específicos del mismo sector.
- Se eliminan luego los valores de la formación bruta de capital que corresponden a productos específicos de otro sector cultural.
- La suma correspondiente para todas las actividades productivas de un sector (la última columna) es la que se debe incluir en el cuadro final (con o sin el ajuste por la cultura en general).

Cuadro 6.2 La formación de capital de las actividades características en la cuenta de gasto

	Datos iniciales: equilibrios de producto específicos					datos consolidados del sector dentro del sector					datos consolidados del sector dentro de toda la cultura				
	Act1	Act2	...	Actm	total actividades del sector	Act1	Act2	...	Actm	total actividades del sector	Act1	Act2	...	Actm	total actividades del sector
Activos producidos															
Activos fijos															
Activos fijos tangibles															
Otros edificios y estructuras															
Edificios no residenciales															
Otras estructuras															
Maquinaria y bienes de equipo															
Equipo de transporte															
Otra maquinaria y equipo															
Otros activos fijos tangibles															
Activos fijos intangibles															
Programas de informática															
Originales para esparcimiento, literarios o artísticos															
en productos específicos del mismo sector															
en productos específicos de otros sectores culturales															
en otros productos															
Otros activos intangibles															
Existencias															
en productos específicos del mismo sector															
en productos específicos de otros sectores culturales															
en otros productos															
Activos no producidos															
Activos tangibles no producidos															
Tierras y terrenos															
Otros activos tangibles no producidos															
Activos intangibles no producidos															
total Formación Bruta de capital de las actividades características (1)															
total Formación Bruta de capital de las actividades características del sector consolidada dentro del sector (2)															
total Formación Bruta de capital de las actividades características del sector consolidada dentro de toda la cultura (3)															

Cuadros 6.3 y 6.4 Gasto neto asociado con las prácticas culturales y con la gestión cultural

6.72. Los cuadros 6.3 y 6.4 se elaboran de la misma manera que los cuadros anteriores. De los gastos identificados correspondientes a cada

una de las funciones mencionadas (prácticas culturales y gestión cultural) se eliminan aquellos ya incluidos en los rubros anteriores, sea dentro de un mismo sector cultural, sea para la cultura en general.

Cuadro 6.3 El consumo asociado con las actividades culturales

	actividades culturales clasificadas por sector					actividades culturales clasificadas por sector					actividades culturales clasificadas por sector				
	Consumo de las actividades culturales no consolidado					Consumo de las actividades culturales consolidado por sector					Consumo de las actividades culturales consolidado por total cultura				
	Sector 1	Sector 2	Sector 11	Total cultura	Sector 1	Sector 2	Sector 11	Total cultura	Sector 1	Sector 2	Sector 11	Total cultura
productos consumidos en las actividades culturales (lista por clasificación CPC)															
de los cuales:															
específico del mismo sector cultural						0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
P1						0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
p2						0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
específico de otro sector cultural											0	0	0	0	0
pj											0	0	0	0	0
pk											0	0	0	0	0
otros productos															
total consumo asociado con las prácticas culturales (1)															
Consumo de las prácticas culturales neto de los productos específicos del sector (2)															
Consumo de las prácticas culturales neto de los productos específicos del total de la cultura (3)															

Cuadro 6.4 Gasto asociado con la gestión cultural (excepto transferencias a los sectores)

	Sector 1	Sector 2	Sector 11	Total gasto
Gastos de funcionamiento					
Consumos intermedios					
Remuneración al trabajo					

Cuadro 6.5 correspondiente a las transferencias

6.73. El cuadro 6.5 correspondiente a las transferencias debe establecerse al final del trabajo analítico, una vez se haya asignado a cada rubro de gasto antes determinado la parte de financiación que corresponde a transferencias, es decir, que según los principios enunciados

en el SCN solo deben permanecer aquellas transferencias que no corresponden a la financiación de adquisición de bienes y servicios antes identificados.

6.74. Las transferencias se deben clasificar en las categorías antes definidas en el párrafo 6.55.

Cuadro 6.5 Transferencias corrientes y de capital (no contrapartidas de cuentas anteriores)

		Sector 1	Sector 2	Sector 11	Total cultura
5.	Transferencias corrientes específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)					
5.1	Subsidios a las ramas de mercado					
5.1.1	directos					
5.1.2	via exenciones o tasas preferenciales de impuestos					
5.2	Transferencias de funcionamientos a ramas de no mercado					
5.3	Otras transferencias corrientes					
5.3.1	Patrocinios					
5.3.2	Mecenazgo					
5.3.2.1	Mecenazgo sin exenciones de impuestos					
5.3.2.2	Mecenazgo con exenciones de impuestos					
5.3.3	Otras formas de transferencias (participaciones voluntarias para obras fuera del marco de la producción)					
6.	Transferencias de capital específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)					

Cuadro resumen final: Cuadro 6.6

6.75. Finalmente, el cuadro resumen final recoge los análisis hechos en las fases anteriores, e incluye también el análisis hecho a todos los esquemas de financiación del gasto en cultura, siguiendo los esquemas determinados en el recuadro 6.2.

6.76. Se presenta como un cuadro con tres categorías de columnas, que se puede elaborar tanto para cada sector cultural, como para la cultura en general. Para pasar del análisis por sector cultural al análisis global de la cultura, será necesario tomar en cuenta la exclusión de los usos económicos de productos específicos de

un sector cultural por los demás sectores culturales, así como los gastos en gestión cultural o en transferencias que no se pueden asignar por sectores culturales.

6.77. Las tres categorías de columnas son las siguientes: la columna central enunciará los diferentes conceptos de gastos identificados por los cuadros anteriores, 6.1 a 6.5; las columnas a la izquierda permitirán identificar los beneficiarios de gasto y las columnas a la derecha los pagadores (o financiadores). Los montos totales serán los totales identificados para cada rubro, en los cuadros 6.1 a 6.6. El análisis de la financiación del gasto se ceñirá a los principios enunciados en el recuadro 6.2.

Cuadro 6.6 Cuadro de gasto en cultura y su financiación

USUARIOS/BENEFICIARIOS				UNIDADES DE FINANCIACIÓN									
Hogares (como consumidores)	Ramas de actividad culturales de mercado	Ramas de actividad culturales de no mercado	Gobierno (como consumidor colectivo)	Los demás agentes residentes	TOTAL	Hogares (como consumidores)	IPSFLH	Gobierno general	Gobierno regional	Gobierno local	Total gobierno central	Los demás agentes residentes	Resto del mundo
CUADRO DE GASTO EN CULTURA Y SU FINANCIACIÓN													
					1. Adquisición de productos específicos (por productos clasificados según su uso)								
					1.1 Gasto de consumo final								
					1.1.1 Consumo final de producción de mercado								
					1.1.2 Consumo final por el GG y las IPSFLH de consumo individual de no mercado								
					1.1.3 Consumo final reclasificado por disfrute (=1.2.3)								
					1.2 Consumo intermedio								
					1.2.1 Consumo intermedio terminal (por actividades no culturales)								
					1.2.2 Consumo intermedio no terminal (por actividades culturales)								
					1.2.2.1 Consumo intermedio de productos característicos o conexos por actividades culturales del mismo subsector								
					1.2.2.2 Consumo intermedio de productos característicos o conexos por actividades culturales de otros subsectores								
					1.2.3 Reclasificación del CI por disfrute								
					1.3 Formación bruta de capital fijo								
					1.3.1 adquisiciones menos disposiciones de activos fijos tangibles								
					1.3.2 adquisiciones menos disposiciones de activos fijos intangibles								
					1.4 Variación de existencias								
					1.5 Objetos valiosos (adquisición neta)								
					2. Adquisiciones para prácticas culturales								
					2.1 Productos específicos de otro sector cultural								
					2.2 Otros productos no específicos de la cultura								
					2.3 Otros productos no específicos de la cultura								
					3. Gastos en gestión cultural								
					3.1 Incluidos en otros rubros								
					3.2 NO incluidos en otros rubros								
					4. Inversión en activos no financieros de las actividades culturales								
					4.1 Formación bruta de capital fijo								
					4.1.1 Productos específicos del sector								
					4.1.2 Productos específicos de otro sector cultural								
					4.1.3 Otros productos no específicos de la cultura								
					4.2 Tierras, terrenos y otros activos no producidos								
					5. Transferencias corrientes específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)								
					5.1 Subsidios a las ramas de mercado								
					5.1.1 directos								
					5.1.2 vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos								
					5.2 Transferencias de funcionamiento a ramas de no mercado								
					5.3 Otras transferencias corrientes								
					5.3.1 Patrocinios								
					5.3.2 Mecenazgo								
					5.3.2.1 Mecenazgo sin exenciones de impuestos								
					5.3.2.2 Mecenazgo con exenciones de impuestos								
					5.3.3 Otras formas de transferencias (participaciones voluntarias para obras fuera del marco de la producción)								
					6. Transferencias de capital específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)								
					TOTAL BRUTO								
					TOTAL NETO*								

G. Externalidades

6.78. En una primera aproximación no se han incluido los gastos colaterales (externalidades) asociados a los hogares con un consumo cultural, por ejemplo el pago del transporte para asistir a un espectáculo, y en general el consumo de bienes y servicios no culturales, aun cuando pueden haber sido adquiridos en el sitio de la producción del sector cultural (consumo de alimentos, compra de productos derivados no culturales tales como camisetitas, cachuchas, o de otros sectores culturales como CDs, juguetes) o en los almacenes de los teatros o museos. Incluso si constituyen una producción secundaria y una fuente adicional de ingresos del productor del producto cultural, serán excluidos del gasto cultural.

Sin embargo, en una segunda aproximación al concepto de gasto cultural, se podría sugerir incluir estos gastos, lo que permitiría hablar de un efecto económico de la cultura. En efecto, se puede observar que muchos eventos culturales como los festivales de teatro o de música, las ferias del libro, las

manifestaciones de folclor (fiestas de carnaval, etc.), llevan a los asistentes a realizar una gran cantidad de gastos de toda índole y anexos, tales como transporte, alimentación, alojamiento, etc... Estos gastos tienen un gran impacto en las economías locales en las que se dan estos eventos. Los organizadores y los patrocinadores suelen manifestar un gran interés por conocer el monto de estos gastos anexos en tanto pueden dinamizar otros aspectos de la economía.

Correspondería posiblemente a lo que el MEC 2009 considera un dominio anexo: por una parte, los gastos asociados podrían agruparse según la clasificación Coicop (gasto de los hogares por función), y; por otra parte, si se trata de "locales", es decir, de residentes en la localidad en la que se presta el evento, o de "no residentes", clasificados en residentes en el país, y no residentes (es decir, residentes en el exterior). Insistimos en que no todos estos gastos corresponden a turismo, ya que ciertos de estos consumidores pueden ser "locales".



Claves para recordar

El objetivo de la cuenta de gasto de esta metodología es mostrar cuál es el gasto en cultura, primero para cada uno de los subsectores y sectores culturales, seguido del gasto total. De esta manera, la cuenta en mención permite establecer quiénes son los beneficiarios últimos del gasto, y quién paga por el gasto.

El gasto realizado por los diferentes agentes económicos, en bienes y servicios característicos, de origen nacional o importado, se subdividen en las clases de:

- Consumo final
- Consumo intermedio
- Formación de capital fijo
- Variación de existencias
- Adquisición neta de objetos valiosos

El gasto en cultura no solo incluye los gastos hechos por todos los agentes económicos para la adquisición de bienes y servicios culturales, sino también otros relacionados con la formación bruta de capital, las prácticas culturales, y erogaciones que facilitan el acceso a la cultura, en particular aquellas bajo la forma de transferencias.

Existe una gran variedad en formas de financiación de la cultura, y es necesario tener claridad sobre su representación en las CSC para asegurar una homogeneidad en los tratamientos, así como una cobertura total de estas transacciones en el cuadro de gasto.

Las fuentes de financiación pública corresponden a los diferentes niveles del gobierno; es decir, Estado central, región, provincias/ departamentos/ municipios

El cuadro de gasto se presenta como un balance entre el valor total del gasto para los que pagan y el valor del consumo o beneficio para los que se benefician del gasto.

7. Análisis del trabajo y el empleo cultural



Contenido

- » Conceptos básicos del empleo
- » Particularidades del empleo en el campo cultural
- » Ocupaciones culturales
- » Cálculo y registro del empleo y del trabajo
- » Cuadros de salida del análisis del empleo
- » Matriz de empleo cultural

Introducción

- 7.1. Analizar el empleo en el campo cultural es muy importante, no solo porque ayuda a la comprensión de la relación entre las actividades productivas culturales, el empleo y la fuerza de trabajo, sino también porque se constituye en una herramienta para indagar y aproximarse a un ámbito usual en el sector: la economía no observada.
- 7.2. Los conceptos de trabajo y empleo presentan una tensión puesto que en algunas ocasiones se usan indistintamente sin hacer claridad sobre sus diferencias. En términos económicos son dos conceptos diferentes, por lo que se utilizan en este ámbito haciendo las debidas precisiones y dando cuenta de sus diferencias.
- 7.3. La experiencia indica que ninguna economía está completamente regulada ni mucho menos visibilizada en su totalidad en las operaciones administrativas y estadísticas, por lo que es necesario tomar medidas para cubrir las actividades no observadas mediante ejercicios especiales y aproximaciones a los ámbitos desconocidos o no cubiertos.
- 7.4. La vinculación directa entre las estadísticas del empleo y de la producción tiene por objetivo principal suministrar información para el análisis económico sobre los insumos de trabajo utilizados en la producción de bienes y servicios dentro de la frontera de producción del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) (OIT: 2013, 42).

7.5. Como se ha visto, las actividades humanas en el campo cultural pueden ser actividades económicas productivas o prácticas culturales. Estas últimas no involucran procesos de producción, por ende no generan empleo, pues en las Cuentas Nacionales, el hecho de ser empleado está ligado a la existencia de un proceso considerado como de producción.

7.6. El empleo en el sector cultural toma formas muy variadas en términos de vinculación, permanencia en el tiempo, intensidad, tipos de ocupaciones (tanto culturales como no culturales). Estas formas deben identificarse y caracterizarse porque aportan información relevante para la elaboración y el seguimiento de las políticas públicas culturales.

7.7. Existen otras maneras de involucrarse en un proceso cultural desde el análisis del empleo y del trabajo; por ejemplo, mediante el trabajo voluntario, caso en el que es necesario identificar y dar una medición a estas formas. Este tema es objeto de estudio de uso del tiempo, un campo muy amplio de estudio y complementario a lo propuesto en esta guía de implementación.

7.8. Este capítulo pretende establecer bases sobre el empleo y la fuerza de trabajo en el ámbito de la medición económica del campo cultural, mediante la definición de las categorías que se utilizan para este análisis y la presentación de algunas particularidades de las prácticas no productivas y de las actividades productivas que se dan en el sector cultural. Adicionalmente, se brindan recomendaciones para la elaboración de cálculos y análisis, y se proponen unos cuadros de salida que muestran la manera en la que el empleo y el trabajo se relacionan con la cultura.

A. Conceptos básicos del empleo

7.9. “Para las cuentas nacionales, el trabajo basado en la frontera de producción del SCN 2008 entraña la inclusión de actividades emprendidas por un grupo muy heterogéneo de personas, que incluye no sólo aquellas que trabajan a cambio de una remuneración, o para obtener beneficios o ganancia familiar sino también aquellas que producen bienes destinados principalmente a su propio consumo, a los pasantes, aprendices y personas en

formación remunerados y no remunerados, y a la mayoría de los trabajadores voluntarios. Estas formas de trabajo tan diferentes no pueden tratarse como si pertenecieran a una misma categoría, ya que el concepto y la medición del empleo a que ello da lugar resultan demasiado amplios, restándoles utilidad para fundamentar adecuadamente políticas y programas destinados a la promoción del empleo como principal fuente de ingresos o para evaluar debidamente la relación entre el empleo y la reducción de la pobreza” (OIT: 2013, 42).

7.10. Por consiguiente, las Conferencias Internacionales de Estadísticos del Trabajo han analizado y revisado los conceptos básicos a la luz de las definiciones y recomendaciones del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), y han llegado a los siguientes consensos en los conceptos básicos relacionados con el empleo y el trabajo.

a. Trabajo

7.11. El trabajo comprende todas las actividades realizadas por personas de cualquier sexo y edad con el fin de producir bienes o prestar servicios para el consumo de terceros o para uso final propio.

- El trabajo se define independientemente de la legalidad de la actividad y de su carácter formal o informal.
- El trabajo excluye las actividades que no entrañan la producción de bienes o servicios (por ejemplo la mendicidad y el robo), las actividades de cuidado personal (por ejemplo la higiene y el aseo personales) y las actividades que no pueden ser realizadas por terceros para el beneficio de una persona (por ejemplo dormir, aprender, y las actividades para el entretenimiento propio).
- El concepto de trabajo está en conformidad con la frontera general de la producción, tal como se define en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN 2008), y su concepto de unidad económica que distingue entre:
 - » unidades de mercado (es decir, sociedades, cuasi-sociedades y otras entidades de mercado no constituidas como sociedades (hogares con actividad económica));
 - » unidades de no mercado (es decir, administración pública e instituciones

- privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares), y;
- » hogares que producen bienes o servicios para uso final propio.

- El trabajo puede realizarse en cualquier tipo de unidad económica (OIT: 2013, 6).

7.12. El trabajo es entendido como la actividad de producción de bienes y servicios y el conjunto de las condiciones de ejercicio de dicha actividad (Maruani: 2000, 10). En términos económicos el trabajo es la medida o la representación del esfuerzo físico o mental que el hombre realiza sobre los medios de producción para generar riquezas, para producir bienes y para prestar servicios. En ese sentido, el trabajo

se asocia a la actividad que se realiza para producir bienes y prestar servicios, sea o no remunerada.

b. Empleo

7.13. El empleo presenta diferencias conceptuales respecto del trabajo: se refiere al conjunto de modalidades de acceso y salida del mercado, así como la traducción del trabajo en remuneración (Maruani: 2000, 10). En términos generales, el empleo hace referencia a la ocupación, y es por eso que se asocia a la población ocupada, es decir a la parte de la población que realiza un trabajo remunerado. Esta es la diferencia esencial respecto al trabajo, pues este último puede ser no remunerado.

e

Como ejemplos de trabajo tenemos:

- La actividad de diagramación para la elaboración de un libro
- La actividad como guía voluntario en un museo

c. Formas de trabajo

7.14. Se identifican cuatro formas de trabajo mutuamente excluyentes. Se distinguen en función del destino previsto de la producción (es decir, para uso final propio o para el consumo de terceros, esto es, de otras unidades económicas) y de la naturaleza de la transacción (esto es, transacciones monetarias o no monetarias):

- trabajo en la ocupación, que comprende el trabajo realizado para terceros a cambio de remuneración o beneficios;
- trabajo en formación no remunerado, que comprende el trabajo realizado para terceros, sin remuneración, para adquirir

experiencia o competencias en el lugar de trabajo, por ejemplo el trabajo de los aprendices y pasantes;

- trabajo voluntario, que comprende el trabajo sin remuneración y no obligatorio realizado para terceros;
- otras actividades productivas, que incluyen actividades tales como los servicios no remunerados prestados a la comunidad o el trabajo en prisión no remunerado impuesto por un tribunal o autoridad similar, y el servicio militar o civil alternativo no remunerado, que podría considerarse como una forma de trabajo específica a efectos de la medición (por ejemplo, trabajo obligatorio no remunerado para terceros) (OIT: 2013, 7-8).



El trabajo de producción de bienes para el autoconsumo, el trabajo en la ocupación, el trabajo en formación no remunerado, parte de las actividades del trabajo voluntario, y las «otras actividades productivas», constituyen la base para la preparación de las cuentas nacionales dentro de la frontera de producción del SCN 2008. La producción de servicios para el autoconsumo y la parte restante de las actividades del trabajo voluntario completan las cuentas nacionales de producción, es decir, se encuentran más allá de la frontera de producción del SCN 2008, pero dentro de la frontera general.

Esto puede explicarse mejor en el siguiente diagrama:

Diagrama de la relación entre tipos de trabajo y el Sistema de Cuentas Nacionales de 2008

Destino previsto de la producción	Para uso final propio		Para el consumo de terceros				
	Trabajo de producción para el autoconsumo		Trabajo en la ocupación (trabajo a cambio de remuneración o beneficio)	Otras actividades productivas	Trabajo voluntario		
Formas de trabajo	de servicios	de bienes			En unidades de mercado y de no mercado	En hogares productores	
			de bienes	de servicios			
Relación con el Sistema de Cuentas Nacionales 2008	Actividades dentro de la frontera de la producción del SCN					Actividades dentro de la frontera de la general del SCN	

Fuente: OIT: 2013, 10.

Trabajo de producción para el autoconsumo

7.15. Las personas en la producción para el autoconsumo se definen como todas aquellas personas en edad de trabajar que, durante un período de referencia corto, realizaron alguna actividad para producir bienes o prestar servicios (OIT: 2013, 22).

Trabajo en ocupación (personas ocupadas o empleadas)

7.16. Las personas ocupadas se definen como todas aquellas personas en edad de trabajar que, durante un período de referencia corto, se dedican a alguna actividad para producir bienes o prestar servicios a cambio de una remuneración o de beneficios. Se clasifican en estas categorías:

- Las personas ocupadas y «trabajando», es decir, que trabajaron en un puesto de trabajo por lo menos una hora, y;
- las personas ocupadas pero «sin trabajar» debido a una ausencia temporal del puesto de trabajo o debido a disposiciones sobre el ordenamiento del tiempo de trabajo

(como trabajo en turnos, horarios flexibles y licencias compensatorias por horas extraordinarias) (OIT: 2013, 27).

7.17. Las personas ocupadas incluyen:

- Las personas que trabajan a cambio de remuneración o beneficios mientras participan en actividades de formación o de perfeccionamiento por exigencia de su puesto de trabajo o para otro puesto de trabajo en la misma unidad económica; estas personas se clasifican como personas ocupadas y «trabajando», en conformidad con las normas estadísticas internacionales sobre el tiempo de trabajo.
- Los pasantes, aprendices y personas en formación que trabajan a cambio de una remuneración en efectivo o en especie.
- Las personas que trabajan a cambio de una remuneración o beneficios a través de programas de promoción del empleo.
- Las personas que trabajan en sus propias unidades económicas para producir bienes destinados principalmente a la venta o el trueque, aun cuando parte de la producción se destine al consumo del hogar o la familia.

- Las personas con puestos de trabajo estacionales y que durante la temporada baja continúan desempeñando algunas de las tareas y obligaciones de sus puestos de trabajo, a excepción de las obligaciones legales o administrativas (por ejemplo, el pago de impuestos), independientemente de si perciben una remuneración o beneficios.
- Las personas que trabajan a cambio de una remuneración o de beneficios pagaderos al hogar o a la familia:

- » en unidades de mercado dirigidas por un miembro de la familia que vive en el mismo o en otro hogar, o;
- » realizando las tareas u obligaciones de un puesto de trabajo asalariado desempeñado por un miembro de la familia que vive en el mismo o en otro hogar;
- » los miembros permanentes de las fuerzas armadas, las personas que realizan el servicio militar y las personas en el servicio civil alternativo que realizan este trabajo a cambio de una remuneración en efectivo o en especie (OIT: 2013, 30).

7.18. Y excluyen:

- Los pasantes, aprendices y personas en formación que trabajan sin recibir remuneración, en dinero o especie.
- Los participantes en programas de formación o de actualización de competencias en el marco de programas de promoción del empleo, cuando no participan en el proceso de producción de la unidad económica.
- Las personas que deben trabajar como condición para seguir recibiendo un beneficio social del gobierno, como por ejemplo el seguro de desocupación.
- Las personas que reciben transferencias, en efectivo o en especie, las cuales no están relacionadas con el trabajo en la ocupación.
- Las personas con puestos de trabajo estacionales durante la temporada baja, si dejan de desempeñar sus tareas y obligaciones.
- Las personas que tienen derecho a reintegrarse en la misma unidad económica pero que estuvieron ausentes por los motivos indicados en el párrafo 29, c), si la duración total de la ausencia sobrepasa el umbral especificado y/o si no se comprueba la existencia de una remuneración o beneficio. Por

razones analíticas, puede ser útil recolectar información sobre la duración total de la ausencia, los motivos de la ausencia, las prestaciones otorgadas, etc.

- Las personas que han sido suspendidas por tiempo indefinido sin ninguna garantía de regreso a la ocupación en la misma unidad económica (OIT: 2013, 31).

Trabajo voluntario

7.19. Las personas en trabajo voluntario se definen como todas aquellas en edad de trabajar que, durante el período de referencia corto, realizaban alguna actividad no remunerada y no obligatoria con la finalidad de producir bienes o prestar servicios para terceros.

7.20. El trabajo voluntario excluye:

- el servicio a la comunidad o el trabajo en prisión impuesto por un tribunal o una autoridad similar;
- el servicio militar o civil alternativo obligatorio;
- el trabajo no remunerado obligatorio que forma parte de programas de educación o de formación profesional (esto es, trabajo en formación no remunerado), y;
- el trabajo para terceros efectuado por personas ocupadas durante el tiempo de trabajo asociado a su puesto de trabajo o durante una licencia remunerada concedida a un asalariado por su empleador para realizar dicho trabajo (OIT: 2013, 37-38).

Trabajo en otras actividades productivas

7.21. Estas incluyen actividades tales como los servicios no remunerados prestados a la comunidad, o el trabajo en prisión no remunerado impuesto por un tribunal o autoridad similar, y el servicio militar o civil alternativo no remunerado, que podrían considerarse como una forma de trabajo específica a efectos de la medición (por ejemplo, trabajo obligatorio no remunerado para terceros) (OIT: 2013, 8).

d. Empleo medido sobre la base de tiempo completo equivalente

7.22. El empleo equivalente a tiempo completo es el número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo y se define como el total de horas efectivamente trabajadas por todas las

personas empleadas, dividido por el promedio de horas efectivamente trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo (SCN 2008: 19.43). Las horas trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo son establecidas por la legislación de cada país. Por ejemplo, en Colombia las horas trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo son ocho (8) horas diarias y se pueden trabajar máximo cuarenta y ocho (48) horas semanales.

Unidades estadísticas y de análisis para el estudio del empleo

7.23. Las tres unidades básicas o unidades estadísticas para el estudio del empleo son: las personas, los puestos de trabajo o actividades productivas, y las unidades de tiempo.

- Las personas son la unidad básica para elaborar estadísticas sobre la población que participa en cada forma de trabajo.
- El puesto de trabajo o actividad productiva, que se define como el conjunto de tareas y obligaciones desempeñado por una persona, o que se prevé que una persona desempeñe, para una sola unidad económica.
- En esta Guía, la noción de puesto de trabajo se utiliza en relación con la ocupación, es decir, con el empleo que se desempeña en unidades económicas que se dedican a la producción de un bien o prestación de servicios. Las personas pueden tener uno o varios puestos de trabajo. Para los trabajadores independientes, el número de puestos de trabajo se refiere al número de unidades económicas de las que son propietarios o copropietarios, sin importar el número de clientes a los que presten servicios. En el caso de las personas que tienen más de un puesto de trabajo, el puesto de trabajo principal se define como aquel al que corresponde el mayor número de horas habitualmente trabajadas, conforme a la definición establecida en las normas estadísticas internacionales sobre tiempo de trabajo.

» Esta unidad estadística, cuando se refiere al trabajo de producción para el autoconsumo, al trabajo en formación no remunerado y al trabajo voluntario, se denomina actividad productiva.

- Las unidades de tiempo se utilizan para producir estadísticas sobre el volumen de trabajo en relación con cada forma de trabajo o con cualquier combinación de estas formas de trabajo. Estas unidades pueden ser cortas, como los minutos o las horas, o largas, como los medios días, los días, las semanas o los meses (OIT: 2013, 12).

B. Particularidades del empleo en el campo cultural

7.24. Según el Sistema de Cuentas Nacionales, las personas pueden tener más de una fuente de ingresos por concepto de empleo, bien porque trabajan para más de un empleador o, porque además de trabajar para uno o más empleadores, trabajan por cuenta propia. El acuerdo entre un empleado y un empleador determina un puesto de trabajo, y cada trabajador por cuenta propia tiene un puesto de trabajo. Por consiguiente, el número de empleos en la economía superará el número de personas empleadas en la medida en que algunos empleados tengan más de una ocupación (SCN 2008: 19.30). Este caso se presenta con frecuencia en el campo cultural, por lo que es importante hacer estas precisiones en el momento de analizar la información relacionada con el empleo en el sector.

7.25. Un individuo con más de un puesto de trabajo podrá desempeñarlo de manera sucesiva, trabajando parte de la semana en un empleo y el resto de la semana en otro, y; paralelamente, cuando la persona tiene un empleo nocturno y otro diurno. Además, en algunos casos, un mismo puesto de trabajo puede ser compartido por dos personas, como cuando se han establecido dos turnos para desempeñar las actividades referentes al mismo puesto de trabajo (SCN 2008:19.30). En este sentido, pueden haber más personas empleadas que puestos de trabajo, o viceversa. Aunque se asocian, generalmente no hay relación biunívoca entre empleos y puestos de trabajo.



Es usual que los músicos tengan varios empleos, de tal forma que se dedican en un mismo día o entre semana a trabajar en actividades que pueden ser o no culturales, y se emplean en otro tiempo adicional para interpretar su música.

- 7.26. Usualmente, los empleadores no conocerán, –los empleos secundarios que ocupan sus empleados. Cuando los empleadores proporcionan información sobre el número de empleados, realmente dan información sobre el número de puestos de trabajo que ellos proporcionan. Hay que verificar que en el número de puestos de trabajo no incluya los puestos vacantes cuando el número de puestos de trabajo se utilice como aproximación al número de empleados. (SCN 2008: 19.31).
- 7.27. Como en las Cuentas Satélite de Cultura cuando se utiliza una fuente basada en las actividades productivas, se cuentan los puestos de trabajo ofrecidos por cada uno de los sectores, los subsectores, y el total, pero no el número de personas empleadas; esto deriva del hecho de que una persona puede tener más de un puesto de trabajo: un puesto principal y eventualmente uno o más puestos secundarios, sea en el mismo sector cultural, o en sectores culturales diferentes o aun en otro sector no cultural, y su puesto de trabajo en la cultura podrá ser su puesto principal o un puesto secundario. Esta situación, si bien no es particular solamente al sector de la cultura, se da con frecuencia en este sector puesto que muchos de los puestos de trabajo en los sectores culturales no son intensivos en términos de dedicación, ni permanentes en el tiempo, ni bien remunerados en algunas ocasiones, lo que obliga a las personas a ocupar diferentes puestos de trabajo que parcialmente se traslapan sobre el mismo período de referencia (mes, semana, día), sea para generar un ingreso suficiente para su sustento o para paliar los períodos de desempleo.
- 7.28. Para evaluar la ocupación en el campo cultural es necesario entonces partir de la información recolectada directamente de los hogares, en los que los individuos pueden informar sobre su situación de empleo, y los diferentes puestos de trabajo que ocupan en las diferentes actividades económicas²⁴.
- 7.29. Para el análisis del empleo y del trabajo en las CSC se miden principalmente los puestos de trabajo (bajo una óptica de demanda), pero se procura medir también el empleo en la cultura (bajo una óptica de oferta).
- 7.30. En el campo cultural es necesario tener claridad sobre la diferencia entre un empleado –que vende su fuerza de trabajo contra una remuneración–, un socio de la operación de producción –que recibe una participación en los ingresos generados por la unidad bajo forma de ingreso mixto–, y el trabajador por cuenta propia –que es simplemente un proveedor de servicio de la unidad de producción, mas no un empleado ni un socio–, servicio que se trata como un insumo (un consumo intermedio) de la operación de producción.
- 7.31. El proveedor de servicios es totalmente independiente de la entidad productora. Se le paga por el valor del servicio aportado.
- 7.32. El modo de organización del trabajo de este proveedor de servicio en este caso es indiferente: puede ser una empresa constituida en sociedad, o una empresa de personas formal o informal.
- 7.33. El mayor efecto de esta diferencia se encuentra en el valor agregado, pues mientras la remuneración al trabajo y el ingreso mixto son parte del valor agregado del agente de producción, el consumo intermedio se resta del valor de la producción para obtener el valor agregado. Esto quiere decir que el consumo intermedio no es parte del valor agregado del productor que lo compra (y por consiguiente es una unidad de producción separada que genera su propio valor agregado). De allí la importancia de diferenciar entre los diversos modos de participación en un proceso de producción.
- 7.34. Para efectos de las CSC, se considerará que si existe un contrato de trabajo definido o indefinido que estipula la relación de empleado (en particular el pago de los aportes al seguro social por parte del empleador), entonces el beneficiario es un empleado (temporal o permanente). En el caso contrario, se considerará la persona como un proveedor que vende un servicio a la entidad

24. Estos datos no son siempre buenos, pues las personas difícilmente hacen la diferencia entre su ocupación, su posición ocupacional y la actividad económica del establecimiento donde trabajan.

contratante. Adicionalmente existen socios de los proyectos que aportan trabajo y capital, cuya remuneración se considerará como ingreso mixto.

7.35. El tratamiento del trabajo voluntario es igualmente importante en las CSC, para entender y describir los procesos de producción del campo cultural.



Los guías de los museos ejemplifican el trabajo voluntario que se realiza sin remuneración.

7.36. Dentro de este contexto, si este trabajo sin remuneración se presta por ejemplo en el marco de una actividad de mercado por una ISFLSH, se debe considerar que es un trabajo voluntario cuya remuneración se estima como un costo, y la contrapartida es una transferencia en especie recibida por el establecimiento productor.

7.37. La intensidad del trabajo voluntario contabilizado o no como factor de producción en entidades que producen para el mercado y en otras, es una variable importante para evaluar la importancia de las actividades culturales productivas y de las prácticas culturales no productivas para un país o para una cierta fracción de la población.

Tabla 7.1 Relación entre los productores, los productos obtenidos y la inclusión del trabajo voluntario en la producción según el SCN

Producción/ unidad institucional	Producción de mercado de bienes o servicios			Producción de no mercado				
	Sociedad y cuasi-sociedad	Hogares y empresas constituidas en sociedad	Institución privada sin fines de lucro que sirve a los hogares	Hogares		Institución privada sin fines de lucro que sirve a los hogares		Gobierno (todos los niveles)
				Producción de bienes por cuenta propia	Producción de servicios por cuenta propia	Producción de servicios		
						Con trabajadores remunerados	Sin trabajadores remunerados	
Actividad productiva								
Según el SCN	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	No	Sí
Producción ampliada	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Remunerado	Empleo con remuneración a los asalariados	Empleo con remuneración a los asalariados, o ingreso mixto	Empleo con remuneración a los asalariados			Empleo con remuneración a los asalariados		Empleo con remuneración a los asalariados
No remunerado (en el PIB)		Parte del ingreso mixto total del hogar	Remuneración imputada	Parte del ingreso mixto total del hogar				
No remunerado (excluido del PIB)					Imputación del valor de los servicios	Servicios voluntarios gratuitos	Servicios voluntarios gratuitos	

7.38. Como se ha señalado, una de las particularidades del ámbito de la medición económica del campo cultural, es que en muchos de sus sectores prevalecen organizaciones informales de producción y cuando hay empleados, relaciones informales de trabajo.

7.39. La precariedad del empleo en el campo cultural afecta tanto a los asalariados como a los

independientes que venden sus servicios a los productores de eventos artísticos. Frecuentemente, sus contratos implican que también corren con el riesgo asociado con la obra, pues sus contratos suelen ser por tiempos determinados cuya ampliación o reducción depende del éxito de la obra, sin que haya reconocimiento alguno de indemnizaciones.

- 7.40. La inestabilidad de los puestos de trabajo en muchos sectores del campo cultural también va asociada a la gran volatilidad de los proyectos que constituyen en términos económicos (y a veces, jurídicos) procesos de producción separados los unos de los otros. Las personas que participan de ellos pasan fácil y frecuentemente de un proyecto a otro, y de una obra a otra.
- 7.41. Como las mediciones de empleo no corresponden a flujos –como es el caso de la producción–, sino a situaciones de stock, es necesario tomar fotos de la situación en períodos particulares –por ejemplo en períodos de alta actividad y de baja actividad– con el fin de hacer un seguimiento a la situación en un período de tiempo determinado del stock del empleo.
- 7.42. Por las mismas razones de precariedad y volatilidad, una misma persona podrá ocupar simultáneamente varios puestos de trabajo (multiactividad) que pueden pertenecer al mismo sector cultural (un actor puede trabajar en una obra de teatro o en una producción cinematográfica) o a sectores diferentes; tal es el caso de una persona que tiene un empleo como actor y por otro lado se dedica por cuenta propia a proveer servicios de alimentación en su restaurante. Así las cosas, es importante hacer las mediciones de los puestos de trabajo a partir de encuestas a los productores, y de las personas empleadas en los sectores de la cultura y por ocupaciones a partir de encuestas de hogares, en las cuales es posible indagar acerca de los diferentes puestos de trabajo que las personas ocupan en una cierta fecha.
- 7.43. Para las actividades ligadas con la creación en las que el trabajo se realiza por cuenta propia, es muy difícil, si no imposible, determinar la duración del acto de trabajar, y aún más definir una jornada “normal” de trabajo. Sin embargo, esto es indispensable si se quieren generar indicadores alternativos de intensidad de uso del factor trabajo, para lo que hay que tener en cuenta las horas trabajadas normalmente y las horas que se utilizan para la actividad creativa, estableciendo el empleo equivalente de tiempo completo.
- 7.44. Para el trabajo equivalente de tiempo completo, en ocasiones, “el método que se emplea consiste en un simple recuento de todos los empleos a tiempo parcial como la mitad del empleo a tiempo completo. Esta es la manera más burda de hacer esta estimación. Dado que la duración del empleo a tiempo completo ha venido cambiando con el tiempo y es diferente según la industria, se recomiendan métodos más sofisticados como el que permite establecer la proporción media y el tiempo de trabajo promedio de empleos de menos de una semana completa y los puestos de trabajo a tiempo completo en cada grupo ocupacional por separado” (SCN 2008: 19.44).

e

Cuando un director de teatro presenta una obra en un auditorio amplio, cobra un derecho de entrada. Sin embargo, este no cubre los costos de producción; es posible que haya una porción de trabajo voluntario y otra subsidiada. En este caso, la remuneración se estima como un costo y la contrapartida es una transferencia en especie recibida por el establecimiento productor por parte del director de la obra.

Bajo esas condiciones, el trabajo del director tiene un valor que hace parte de los costos de producción, pero es “regalado” por el director a la unidad productora de la obra.

e

En algunas obras de teatro, los artistas son contratados por un período que corresponde a las presentaciones esperadas. Dependiendo del éxito de la obra, este período se puede extender o no.

- 7.45. No todos los puestos de trabajo en los sectores culturales son ocupaciones culturales, y no todas las ocupaciones culturales se desarrollan necesariamente dentro de establecimientos dedicados a actividades culturales.
- 7.46. Por consiguiente, cuando se hacen mediciones de empleo es importante separar los puestos de trabajo entre aquellos que corresponden a ocupaciones claramente culturales de los que se refieren a ocupaciones no culturales. Esto es lo que se procura establecer en los cuadros propuestos.

e

Los teatros no solamente emplean actores sino también contadores, administradores, personal de taquilla, personal de servicios varios, electricistas, entre otros.

7.47. En cuanto a la educación y a la formación de los trabajadores de la cultura, existen dos clases de preocupaciones: i) establecer su nivel de educación formal con el fin de compararlo con aquel correspondiente a otras actividades y con el nivel de remuneración para evaluar si se corresponde con los ingresos esperados, relacionados con el capital humano acumulado; ii) el tipo de educación especializada recibida, expresada en términos de las carreras estudiadas,

y su relación con el campo cultural de referencia, a fin de establecer el nivel profesional alcanzado.

7.48. Para ello se propone generar operaciones estadísticas que indaguen sobre el nivel educativo y el tiempo de experiencia de los trabajadores del campo cultural, haciendo una identificación de la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones 2008 (CIUO 2008).

C. Ocupaciones culturales

7.49. La identificación de ocupaciones que son de interés para el ámbito de la medición económica del campo cultural se realiza mediante la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) en su última revisión: año 2008.

Tabla 7.2 Ocupaciones culturales según la CIIUO 2008

Código CIUO 2008	Descriptiva
2161	Arquitectos
2162	Arquitectos paisajistas
2163	Diseñadores de productos y de prendas
2164	Urbanistas e ingenieros de tránsito
2166	Diseñadores gráficos y multimedia
2310	Profesores de universidades y de la enseñanza superior
2341	Maestros de enseñanza primaria
2354	Otros profesores de música
2355	Otros profesores de artes
2431	Profesionales de la publicidad y la comercialización
2513	Desarrolladores Web y multimedia
2519	Desarrolladores y analistas de software y multimedia y analistas no clasificados bajo otros epígrafes
2521	Diseñadores y administradores de bases de datos
2621	Archivistas y curadores de museos
2622	Bibliotecarios, documentalistas y afines
2641	Autores y otros escritores
2642	Periodistas
2643	Traductores, intérpretes y lingüistas
2651	Artistas de artes plásticas
2652	Músicos, cantantes y compositores
2653	Bailarines y coreógrafos
2654	Directores de cine, de teatro y afines
2655	Actores
2656	Locutores de radio, televisión y otros medios de comunicación
2659	Artistas creativos e interpretativos no clasificados bajo otros epígrafes
3431	Fotógrafos
3432	Diseñadores y decoradores de interior
3433	Técnicos en galerías de arte, museos y bibliotecas
3435	Otros profesionales de nivel medio en actividades culturales y artísticas
4411	Empleados de bibliotecas
4415	Empleados de archivos
7113	Mamposteros, tronzadores, labrantes y grabadores de piedra
7115	Carpinteros de armar y de obra blanca
7312	Fabricantes y afinadores de instrumentos musicales
7313	Joyereros, orfebres y plateros
7314	Alfareros y afines (barro, arcilla y abrasivos)
7317	Artesanos en madera, cestería y materiales similares
7318	Artesanos de los tejidos, del cuero y de materiales similares
7319	Artesanos no clasificados bajo otros epígrafes
7521	Operarios del tratamiento de la madera
7522	Ebanistas y afines

Fuente: Comité Técnico CAB

D. Cálculo y registro del trabajo y del empleo

- 7.50. El registro del empleo y del trabajo hace necesario un análisis desde la demanda y la oferta laboral. En ese sentido, la estimación del empleo como fenómeno de demanda o como fenómeno de oferta debe hacerse de manera separada.
- 7.51. Como fenómeno de demanda, la fuente de información principal son los establecimientos productivos; el fenómeno de oferta se observa a partir de encuestas a los hogares (encuestas sobre fuerza de trabajo).
- 7.52. Actualmente, se realiza un procedimiento corriente para agregar datos sobre el empleo en las encuestas estructurales, principalmente desde que las cuentas nacionales han incorporado datos de empleo dentro de sus cuadros. Sin embargo, tal como se ha mencionado, el empleo y el trabajo en las actividades culturales presentan características que hacen difícil la comprensión del fenómeno en las encuestas anuales, mejor adaptadas para medir el empleo permanente; cuando como se ha mencionado, el empleo en las actividades culturales se ha caracterizado por su precariedad y temporalidad.
- 7.53. Por esta razón, para hacer un seguimiento del empleo por el lado de la oferta, es aconsejable desarrollar operaciones estadísticas específicas, y a intervalos de tiempo más reducidos (trimestralmente, por ejemplo) para captar mejor el fenómeno.
- 7.54. Por el lado de la oferta de empleo, la mayoría de los países han implementado observaciones periódicas (trimestrales o aún más frecuentes). El objetivo de estas investigaciones es determinar las tasas de participación y las de desempleo, y de manera accesoria, caracterizar las situaciones de empleo de las personas efectivamente empleadas en el período de referencia. Las dificultades que se presentan en estas investigaciones responden al hecho de que no es posible obtener de los individuos una caracterización detallada de sus empleadores en términos de su actividad económica principal, ni del tipo de ocupación desempeñada.
- 7.55. Han habido experiencias de observación del empleo en ciertos sectores culturales a partir de las personas empleadas efectivamente en actividades determinadas; se les pregunta acerca de su ocupación y de otros empleos. Estas investigaciones pueden ser complementarias e ilustrar las encuestas más generales aplicadas a toda la población.
- 7.56. Por el lado de la oferta de trabajo se pueden desarrollar indicadores no monetarios y monetarios, que tienen la misma importancia. Por esta razón la Guía propone el desarrollo de este tipo de indicadores que brindan información importante sobre la necesidad de formulación y seguimiento a la política pública cultural.
- 7.57. La diferenciación entre los indicadores monetarios y no monetarios del análisis del empleo y del trabajo aporta la siguiente información:
- a. Indicadores monetarios**
- 7.58. Los indicadores monetarios relacionados con el empleo y el trabajo que se deben calcular en las CSC, son la remuneración al trabajo para los empleados asalariados, el ingreso mixto para los trabajadores autónomos y el valor de los honorarios para los contratistas (consumo intermedio). Parte de esta información proviene de la cuenta de generación del ingreso primario que se calcula para los sectores culturales.
- 7.59. La remuneración al trabajo no solo incluye los sueldos y salarios en dinero (cualquiera que sea su forma, aun como remuneración por pagar a cargo a ingresos futuros), sino también todas las formas de remuneración en especie, así como las contribuciones sociales efectivas e imputadas a cargo del empleador.
- 7.60. Estos valores se presentan en el cuadro de salida 5.1. junto con los indicadores no monetarios correspondientes. Ciertos países pueden considerar relevante descomponer los diferentes componentes de la remuneración con el fin, en particular, de establecer la importancia relativa de los esquemas de protección social en el sector de la cultura, tema de gran relevancia para la formulación y el seguimiento a la política pública cultural.

7.61. Hay que señalar que los costos de utilización del factor trabajo son mayores, pues incluyen los impuestos sobre el trabajo así como los costos relacionados con la contratación, la

capacitación, entre otros, que no se pueden considerar como beneficios de los empleados particulares, por ende no se pueden asignar a la remuneración de individuos particulares.

e

En sectores culturales como la música o las artes escénicas, el tiempo de trabajo efectivo implícitamente requerido puede extenderse más allá de los horarios de ensayo, de manera que determinar el equivalente de tiempo completo puede ser difícil. Por lo tanto será necesario determinar indicadores ad-hoc que tomen en cuenta las particularidades del tipo de actividad que se desarrolla.

b. Indicadores no monetarios

7.62. Los indicadores no monetarios sobre el empleo deben tener las mismas referencias que los indicadores monetarios, es decir que los ingresos reportados (datos monetarios) deben referirse a los mismos empleos que los que se reportaron (datos no monetarios). Desde la perspectiva de los productores, deben reportar los pagos causados (datos monetarios) que corresponden al trabajo (datos no monetarios) que se ha remunerado en el período de referencia, por ejemplo un mes.

7.63. Respecto de estos indicadores se debe tomar en cuenta que la compleja relación entre cultura y empleo amerita no solo medir el empleo formal organizado dentro de parámetros de estabilidad y de continuidad, sino también tratar de captar formas de vinculación menos permanentes que se encuentran por fuera de los marcos formales de la contratación laboral.

7.64. Existen algunas situaciones que son de interés para el análisis del empleo y del trabajo. Se analizan desde los indicadores no monetarios del análisis del empleo y el trabajo:

Empleo permanente

7.65. Esta información permite conocer el número de puestos de trabajo ofrecidos por las actividades culturales clasificadas por sector. Allí se incluyen los cargos de los asalariados con contratos a término indefinido o por un período largo (un año o más); es según este número de puestos de trabajo, adicionando también el

número de autónomos permanentes, que se desarrolla la clasificación que se aplica en el cuadro de salida de establecimientos culturales por tamaño, actividad económica y número de puestos permanentes.

Asalariados temporales

7.66. Se analiza la información correspondiente a los contratos de trabajo (implícito o explícito) a término fijo (para una obra, para una temporada, para un evento especial, entre otros). Por su naturaleza eminentemente temporal, la observación del empleo debe hacerse en fechas determinadas –por lo menos cada trimestre–, aplicando las definiciones de *empleo* a las que se hizo referencia anteriormente.

Socios de proyectos permanentes o temporales

7.67. Además de asalariados, los establecimientos culturales pueden involucrar de forma permanente o temporal a los socios que aportan al mismo tiempo trabajo y capital. Estos deben ser identificados como tales y contabilizados en una categoría particular (con subcategorías para identificar separadamente los que trabajan permanentemente de los que tienen una vinculación temporal).

Contratistas – Productores

7.68. Con el fin de dar reconocimiento a algunas formas particulares de vinculación de personas a proyectos culturales llevados a cabo por establecimientos culturales, resultan de interés aquellos contratistas que aportan su trabajo,

pero son remunerados como productores independientes (actores, luminotécnicos, ingenieros de sonido, etc.) y cuya prestación es usualmente limitada en términos de intensidad y tiempo. Con el fin de evitar duplicaciones, solo se tomarán en cuenta los contratistas que pertenecen a ramas de actividad no culturales.

Voluntarios

- 7.69. Es relevante identificar las situaciones de trabajo voluntario cuyos aportes muy probablemente no se toman en cuenta en las estadísticas corrientes, pero que pueden detallarse en un cuadro como transferencia en especie. Este cuadro requiere una presentación separada de los puestos de trabajo según la ocupación, clasificada por lo menos en dos grandes categorías: ocupación cultural y ocupación no cultural.
- 7.70. Como se mencionó anteriormente, las actividades culturales no solo requieren habilidades en su campo especializado, sino también otros tipos de oficios. Esta diferenciación es importante, principalmente cuando se quiere relacionar la oferta con la demanda. También es vital hacer estudios sobre las posibilidades de empleo de las personas que estudian carreras relacionadas con la cultura. En ese sentido, los países pueden desarrollar una mayor desagregación de estas categorías a nivel de las ramas de actividad (a partir de la clasificación CIIU de las ramas de actividad), o al desagregar al nivel de las ocupaciones, según sea el interés u objetivo de generación de información en la temática del empleo.
- 7.71. Además del número de puestos de trabajo y del número de personas empleadas, se han desarrollado varios indicadores no monetarios ligados a la utilización y a la oferta de trabajo. Estas mediciones procuran tener en cuenta el hecho de que un puesto de trabajo ocupado no representa necesariamente la misma intensidad de trabajo: algunos pueden ser de tiempo completo, otros de tiempo parcial.
- 7.72. Por consiguiente, se complementa el número de puestos de trabajo con un indicador de la intensidad, expresada en número de horas trabajadas y luego, si es posible, en empleos equivalentes a tiempo completo.

7.73. Para desarrollar estas mediciones es necesario definir cuáles de las horas deben considerarse como trabajadas, es decir, en qué medida deben incluirse tiempos dedicados al transporte, las pausas, el trabajo personal fuera del establecimiento. Adicionalmente, contabilizar el trabajo nocturno y en días festivos, y cuál es la jornada normal de trabajo que se toma como referencia. Estas pueden variar de país a país, según la legislación nacional y entre actividades.

7.74. Se reitera que para observar el empleo y el trabajo hay que tomar una "foto" de la situación en una fecha determinada, es decir que el criterio para el análisis es el stock, pues las situaciones en el empleo pueden fluctuar de manera importante en el tiempo, sobretodo por las vinculaciones temporales. Se recomienda entonces hacer observaciones regulares durante el año, y en cada una de ellas dar una referencia de tiempo bastante precisa en términos de un mes particular, pues esta información la deben reportar los productores, y para ellos, el período mensual suele ser un intervalo de tiempo relevante para el que pueden tener la información requerida.

E. Cuadros de salida del análisis del empleo

7.75. Existen dos tipos de informaciones interesantes para el campo cultural: una tiene que ver con los empleos en las actividades culturales, que se aproxima a la información recolectada desde la perspectiva de la demanda de empleos en las actividades culturales, y otra desde la óptica de la ocupación socioeconómica. Cada una de ellas se presenta en los cuadros de salida que se describen a continuación:

a. Cuadro de salida de empleo en los sectores culturales por tipo de vinculación

7.76. Este cuadro de salida muestra las categorías de interés para el campo cultural: empleados (permanentes o temporales), socios (permanentes o temporales), contratistas – productores y voluntarios.

7.77. Adicionalmente, el cuadro requiere una presentación separada de los puestos de trabajo según la ocupación, clasificada por lo menos en dos grandes categorías: ocupación cultural

y ocupación no cultural. Se mencionó anteriormente que las actividades culturales no solo requieren habilidades en su campo especializado, sino también otros tipos de oficios.

7.78. Por otra parte, el cuadro muestra junto con los indicadores no monetarios, los datos de remuneración al trabajo (dato monetario). Ciertos países pueden considerar relevante descomponer los factores de la remuneración con el fin de establecer la importancia relativa de los esquemas de protección social en el campo cultural.

7.79. Los países pueden, según su criterio y necesidad, desarrollar una mayor desagregación de estas categorías a nivel de las actividades (utilizando la clasificación CIIU de las actividades), o a nivel de las ocupaciones culturales.

7.80. Si se quiere, es posible complementar el número de puestos de trabajo con el número de horas trabajadas y expresar la intensidad de trabajo en términos de empleos equivalentes a tiempo completo. Esta información se presenta en la propuesta de matriz de trabajo que se aborda más adelante, en este mismo capítulo.

Cuadro 7.1 Empleo en los sectores culturales según el tipo de vinculación

Periodo de referencia:	Empleados						Autónomos						Otros empleos relacionados					
	Permanentes			Temporales			Permanentes			Temporales			Contratistas (si pertenecen a ramas de actividad no culturales)			Voluntarios sin remuneración		
	Puestos de trabajo	Horas trabajadas	Remuneración	Puestos de trabajo	Horas trabajadas	Remuneración	Puestos de trabajo	Horas trabajadas	Remuneración	Puestos de trabajo	Horas trabajadas	Remuneración	Puestos de trabajo	Horas trabajadas	Honorarios	Puestos de trabajo	Horas trabajadas	
Creación	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Diseño	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Juegos y juguetería	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Artes escénicas y espectáculos artísticos	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Artes plásticas y visuales	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Producción y edición musical	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Audiovisual y radio	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Libros y publicaciones periódicas	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Educación cultural	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Patrimonio material	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Patrimonio inmaterial	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
Total	Ocupaciones culturales																	
	Ocupaciones no culturales																	
	TOTAL GENERAL																	

b. Cuadro de salida del empleo desde la oferta por sector cultural, número de empleos y ramas de actividad

7.81. En el cuadro 7.4, se procura establecer el número y las características de las personas que tienen una vinculación laboral con la cultura, ya sea porque desempeñan un solo empleo ubicado en uno de los sectores culturales, o varios empleos de los cuales por lo menos uno se ubica en un establecimiento perteneciente al sector. Estos pueden corresponder al empleo principal, determinado en términos de ingresos o de dedicación, o a segundos empleos. Sin embargo, como ya se ha visto, un empleo en los sectores culturales o no culturales puede corresponder a ocupaciones culturales o no culturales.

7.82. Este cuadro contempla todas estas circunstancias. Así las cosas, es necesario identificar primero las personas empleadas en los

diferentes sectores culturales que tienen un solo empleo, y se requiere una caracterización de este empleo utilizando las categorías presentadas en el cuadro anterior: empleado permanente, empleado temporal, socio permanente, socio temporal, voluntario sin remuneración, y así establecer para cada una de estas categorías si se trata de una ocupación cultural o no cultural.

7.83. Posteriormente se identifican las personas en situación de multiempleo, ubicadas en dos subcategorías diferentes según el sector al que pertenece el empleo principal: el sector cultural como primera categoría, y como segunda categoría se identifica el sector cultural específico al que pertenece, o el sector no cultural. A continuación se cuentan los números de segundos empleos de acuerdo con las categorías de empleos y con el sector correspondiente (cultural o no cultural), así como la ocupación desarrollada.

Cuadro 7.2 Empleo en la cultura desde la perspectiva de la oferta: número de empleos, como empleo único o en situación de multiempleo por ramas de actividad

Número de empleados	Ramas de actividad	Creación	Diseño	Juegos y juguetería	Artes escénicas y espectáculos artísticos	Artes plásticas y visuales	Producción y edición musical	Audiovisual y radio	Libros y publicaciones periódicas	Educación cultural	Patrimonio material	Patrimonio inmaterial
Un solo empleo en una rama de actividad cultural												
Empleado Permanente*												
Empleado Temporal*												
Autónomo Permanente*												
Autónomo Temporal*												
Voluntario sin remuneración												
MULTIEMPLEO: número total de personas con al menos un empleo en una rama de actividad cultural												
Número de individuos con empleo principal en una rama de actividad cultural												
Características de este empleo principal												
Empleado Permanente*												
Empleado Temporal*												
Autónomo Permanente*												
Autónomo Temporal*												
Voluntario sin remuneración*												
Número total de segundos empleos por rama de actividad (incluyendo en no culturales)												
Empleado Permanente*												
Empleado Temporal*												
Autónomo Permanente*												
Autónomo Temporal*												
Voluntario sin remuneración*												
Número de individuos con empleo principal en ramas de actividad no culturales pero segundo(s) empleo(s) en actividades culturales												
Número total de segundos empleos por rama de actividad (incluyendo en no culturales)												
Empleado Permanente*												
Empleado Temporal*												
Autónomo Permanente*												
Autónomo Temporal*												
Voluntario sin remuneración*												

* Para cada una de las categorías de empleo se podrá determinar la ocupación, clasificada globalmente como cultural/no cultural.

c. Cuadro de salida del empleo desde la oferta por ocupaciones y número de empleo

7.84. El cuadro 7.5 se interesa en los empleos de las personas desde el punto de vista de las ocupaciones. Allí se presentan cuáles de las personas empleadas tienen una ocupación cultural, si esta ocupación cultural es el empleo principal o el empleo secundario, y cuántos de los empleos secundarios son ocupaciones culturales. Para complementar estas mediciones se analiza cuántas son las horas trabajadas en estas ocupaciones en el período de referencia. Adicionalmente se estructura en qué se diferencian las situaciones de empleo único y las situaciones de multiempleo, y se establecen las ocupaciones principales y secundarias.

7.85. Esta información puede ser complementada con un cuadro de remuneraciones que permita la comparación entre las remuneraciones por tipo de ocupaciones, según el tipo de ocupación (única, principal o secundaria), lo que podría proveer material para reflexionar acerca de la remuneración en las ocupaciones culturales comparada con la que se paga en otras ocupaciones.

7.86. Al tratarse de empleos observados ahora desde la perspectiva de los hogares, se recomienda que los períodos de referencia correspondan a los que se usan en las encuestas de hogares. Estos son, usualmente, la semana inmediatamente anterior al período de la encuesta.

Cuadro 7.3. Empleo en la cultura desde la perspectiva de la oferta: número de empleos, como empleo único o en situación de multiempleo por ocupaciones

Número de empleados	Ocupaciones	Producción (precios básicos)			
		2161	2162	...	7522
UNICO EMPLEO: Un solo empleo en una ocupación cultural					
Empleado Permanente					
	número				
	horas trabajadas				
Empleado Temporal					
	número				
	horas trabajadas				
Autónomo Permanente					
	número				
	horas trabajadas				
Autónomo Temporal					
	número				
	horas trabajadas				
Voluntario sin remuneración					
	número				
	horas trabajadas				
MULTIEMPLEO: número total de personas con al menos un empleo en una ocupación cultural					
Número de individuos con empleo principal en una ocupación cultural					
Características de este empleo principal					
Empleado Permanente*					
Empleado Temporal*					
Autónomo Permanente*					
Autónomo Temporal*					
Voluntario sin remuneración*					
Número total de segundos empleos en ocupaciones no culturales					
Empleado Permanente*					
Empleado Temporal*					
Autónomo Permanente*					
Autónomo Temporal*					
Voluntario sin remuneración*					
Número de individuos con empleo principal en un ocupación no cultural pero segundo(s) empleo(s) en ocupaciones culturales					
Número total de segundos empleos por tipo de ocupación (incluyendo en no culturales)					
Empleado Permanente*					
Empleado Temporal*					
Autónomo Permanente*					
Autónomo Temporal*					
Voluntario sin remuneración*					

* para cada una de las categorías de empleo, se podrá también determinar el número de puestos de trabajo y las horas trabajadas en el período de referencia

d. Cuadro de salida de actividades características por tamaño y número de puestos de trabajo permanentes

7.87. Un cuadro opcional, pero no de menos importancia, es el cuadro de las actividades características que propone identificar para cada una de las actividades económicas (clasificación CIIU) pertenecientes a un sector cultural, el número de establecimientos que la conforman, clasificados por tamaño de empleo determinado por el número de

puestos de trabajo permanentes en un período determinado. Al seguir la misma clasificación, se puede eventualmente recoger la producción bruta y el valor agregado bruto de cada una de estas categorías. El cuadro facilita tener una visión más clara de la concentración de la producción, y es un auxiliar importante para entender el funcionamiento de los diferentes sectores culturales en tanto contiene información monetaria y no monetaria que puede ser útil para mirar la consistencia de los datos.

Cuadro 7.4. Establecimientos culturales por tamaño: número, producción bruta y valor agregado bruto

Establecimientos clasificados por tamaño de empleo (puestos de trabajo permanentes)	CIIU+ xxx	CIIU*...	Total establecimientos pertenecientes al sector			
	Mercado	No mercado	Mercado	No mercado	Mercado	No mercado
Número de establecimientos						
1 puesto permanente						
De 1 a menos de 5 puestos permanentes						
De 5 a menos de 10 puestos permanentes						
De 10 a menos de 20 puestos permanentes						
De 20 a menos de 50 puestos permanentes						
De 50 a menos de 100 puestos permanentes						
Más de 100 puestos de trabajo permanentes						
Número total de establecimientos						
Producción bruta						
1 puesto permanente						
De 1 a menos de 5 puestos permanentes						
De 5 a menos de 10 puestos permanentes						
De 10 a menos de 20 puestos permanentes						
De 20 a menos de 50 puestos permanentes						
De 50 a menos de 100 puestos permanentes						
Más de 100 puestos de trabajo permanentes						
Producción bruta total de establecimientos						
Valor agregado bruto						
1 puesto permanente						
De 1 a menos de 5 puestos permanentes						
De 5 a menos de 10 puestos permanentes						
De 10 a menos de 20 puestos permanentes						
De 20 a menos de 50 puestos permanentes						
De 50 a menos de 100 puestos permanentes						
Más de 100 puestos de trabajo permanentes						
Valor agregado bruto total de establecimientos						

* Los establecimientos se clasifican por ramas de actividad y sector de la cultura.

F. Matriz de empleo/trabajo cultural

7.88. Para los países que no tienen información tan detallada o están en proceso de generar el tipo de información que requieren los cuadros de salida que se proponen en los anteriores apartes, se plantea una alternativa. Consiste en un trabajo investigativo que analiza de manera conjunta y reconcilia la perspectiva de la oferta y de la demanda laboral, con datos monetarios y no monetarios.

7.89. Se trata de la elaboración de una matriz de trabajo/empleo cultural²⁵, la cual tiene como objetivo proporcionar información de los ocupados, relacionados en forma coherente con las variables de producción y remuneración a los asalariados del campo cultural. Así mismo, sirve para dimensionar las actividades económicas no observadas, donde difícilmente se cuenta con datos estadísticos y/o contables (DANE: 2011, 8).

7.90. La utilización de la matriz de trabajo/empleo en las cuentas nacionales, es de gran importancia debido a que es el único instrumento estadístico que permite dimensionar con mayor precisión el tamaño económico de las actividades productivas desarrolladas en la pequeña empresa y en las actividades informales, es decir, en todas aquellas unidades y establecimientos que se encuentran al margen o en la "penumbra" del registro estadístico. La aplicación de este instrumento permite además identificar el empleo por actividad económica y el empleo correspondiente a puestos de trabajo no observado. A continuación se presenta el método utilizado y los resultados por rama de actividad (DANE: 2011, 15).

7.91. La matriz de trabajo/empleo comprende las siguientes submatrices, cuyas variables ya han sido definidas con anterioridad:

- Submatriz de número de puestos de trabajo por rama de actividad.
- Submatriz de número de puestos de trabajo por categorías ocupacionales de interés para

el campo cultural: los trabajadores asalariados, los trabajadores por cuenta propia, y los trabajadores no remunerados cuyo producto se materializa en bienes, producto que se incluye dentro de la frontera de producción del SCN²⁶.

- Submatriz de empleo equivalente al tiempo completo y a los puestos de trabajo por ramas de actividad y categorías ocupacionales.
- Submatriz de conciliación de oferta y demanda de empleo.

G. Metodología para la construcción de una matriz de trabajo/empleo cultural

7.92. La elaboración de la matriz de empleo cultural que se propone comprende varias etapas de elaboración:

- Clasificación o reclasificación y categorización de los ocupados según el tipo de contratación y la naturaleza del empleo por actividad económica cultural y sector cultural.
- Cálculo del coeficiente de tiempo completo por actividad cultural y categoría ocupacional.
- Estimación de empleo para fuentes sin ocupación asociada.
- Confrontación del empleo de la oferta y la demanda laboral.

Clasificación o reclasificación y categorización de los ocupados según tipo de contratación y naturaleza del empleo por actividad y sector cultural

7.93. Esta primera etapa de elaboración de la matriz de empleo cultural consiste en analizar la información suministrada por las encuestas realizadas a los hogares (oferta laboral) y las encuestas económicas (demanda laboral) para la clasificación o reclasificación y categorización de los ocupados del campo cultural.

7.94. Las clasificaciones y reclasificaciones surgen de la necesidad de hacer mayor énfasis en las actividades económicas culturales, por lo que se sugiere identificar en la desagregación

25. La propuesta de elaboración de la matriz de trabajo cultural que en esta Guía se propone está basada en la metodología utilizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) de Colombia, que ha desarrollado estos cálculos a partir de la nueva base de Cuentas Nacionales de 2005. Dicha metodología ha ayudado a establecer la coherencia estadística en los agregados económicos ya que provee una estimación de productores no identificables de otra manera, y por otra parte, la coherencia económica entre oferta y demanda.

26. Esta información es especialmente importante para la cultura puesto que incorpora datos sobre los productos que resultan de las prácticas culturales, realizadas por los hogares, cuyos resultados son bienes culturales.

disponible lo correspondiente al campo cultural, según la Tabla 2.3. Las categorizaciones por su parte, se utilizan para establecer la información de interés del empleo cultural, es decir, desagregar la información por categoría ocupacional, por características socioeconómicas y por tipo de vinculación.

7.95. La metodología que se propone para la información de empleo/trabajo consiste en:

Clasificación de las personas ocupadas de las actividades económicas culturales: en esta primera tarea, se trata de identificar a los ocupados que desarrollan actividades económicas culturales o que pertenecen a los establecimientos del campo cultural, ya sea porque realizan estas labores como empleo principal o empleo secundario.

Categorización de los trabajadores: la segunda tarea consiste en ubicar a los ocupados ya clasificados en cada categoría ocupacional, lo que permite identificar a los ocupados culturales asalariados, a los ocupados por cuenta propia y a los voluntarios o no remunerados (esta última información podría estar disponible en los módulos de las encuestas realizadas a hogares sobre ocupación del tiempo libre o el tiempo de ocio). Después se categoriza por características socioeconómicas identificando los ocupados por género, nivel educativo, ingresos (u otras categorías de interés). Y finalmente, se categoriza por tipo de vinculación, donde se puede identificar a los ocupados culturales por tipo de vinculación; es decir, a término indefinido, a término fijo, permanentes, y temporales. En este ejercicio se utilizan todas las fuentes de información disponibles (operaciones estadísticas o registros administrativos). Las categorías no son obligatorias y pueden ser establecidas según el interés y necesidad de las políticas públicas culturales.

Cálculo del coeficiente de empleo equivalente a tiempo completo por actividad cultural y categoría ocupacional

7.96. En la segunda etapa de la construcción de la matriz de empleo se calcula el coeficiente del Empleo Equivalente a Tiempo Completo

(TETC). Este corrige el empleo por las horas trabajadas, de tal manera que los trabajadores de tiempo parcial se convierten en el número equivalente de trabajadores de tiempo completo, independientemente de su productividad. A partir del análisis de las horas promedio trabajadas, se estima el coeficiente de ajuste a tiempo completo por actividad económica y categoría ocupacional.

7.97. Este coeficiente relaciona el promedio semanal de horas efectivamente trabajadas y el promedio semanal de las horas normales trabajadas. Según la Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), las horas normales son las establecidas por la legislación de cada país. En Colombia, por ejemplo, la jornada legal completa o de referencia es de 48 horas semanales.

7.98. Cuando el coeficiente de ajuste a tiempo completo es superior a uno (1) significa que, en promedio, en un puesto de trabajo perteneciente a una actividad económica determinada se trabaja más que el promedio legal.

7.99. Cuando el coeficiente de ajuste a tiempo completo es igual a uno (1) significa que, en promedio, en un puesto de trabajo perteneciente a una actividad económica determinada se trabaja justamente lo que establece el promedio legal.

7.100. Cuando el coeficiente de ajuste a tiempo completo es inferior a uno (1) significa que, en promedio, en un puesto de trabajo perteneciente a una actividad económica determinada se trabaja menos de lo que establece el promedio legal, lo que significa que los empleos son de tiempo parcial.

7.101. El coeficiente hallado se multiplica por el número de personas ocupadas en la oferta y por el número de puestos de trabajo en la demanda, lo que da como resultado el empleo equivalente de tiempo completo para las dos visiones.

7.102. Estos ajustes se pueden observar a nivel de las categorías ocupacionales de interés, tales como el género, el nivel educativo, el nivel de ingresos; según el interés de cada país.

Estimación de empleo para fuentes sin ocupación asociada

7.103. En la tercera etapa de la construcción de la matriz se realiza la estimación del empleo para aquellas fuentes que ofrecen información de producción y costos de mano de obra, pero que no cuentan con datos sobre el número de ocupados. Las fuentes que pueden ser estudiadas y analizadas son:

- Los registros administrativos de las entidades derivados de los reportes de los impuestos.
- Los registros administrativos asociados con importaciones y exportaciones.
- Los estados financieros o los registros administrativos de las entidades de control de las sociedades.
- Los resultados de investigaciones de los sectores culturales.
- Las estadísticas derivadas de los ajustes de los equilibrios de productos o de los balances oferta-utilización.

7.104. El análisis de todas estas fuentes contribuye a la imputación del empleo para cada rama de actividad, que se puede realizar verificando y evitando la duplicidad de la información.

Confrontación del empleo de la oferta y de la demanda laboral

7.105. La etapa final de la elaboración de la matriz de empleo consiste en hacer una conciliación de la oferta y la demanda laboral e integrar esta información calculada a las cuentas de producción y generación del ingreso del campo cultural. Esto se hace con el fin de identificar las actividades con presencia de empleo sin producciones asociadas.

7.106. Estos se comparan con los totales de la oferta (valores obtenidos a partir de la encuestas de empleo/trabajo a los hogares) con los totales de la demanda (encuestas económicas, registros administrativos y empleo estimado en la etapa anterior). El saldo obtenido por actividad económica cultural se denomina **empleo no observado** y corresponde a puestos de trabajo en pequeñas unidades de producción que

el sistema estadístico no alcanza a capturar por el lado de la demanda, y que por lo tanto quedaría por fuera de los cálculos de las Cuentas Satélite de Cultura si no se utilizara la matriz de empleo/trabajo cultural.

7.107. Esta conciliación o balance de oferta-demanda laboral no tiene porqué coincidir en todos los casos, pero se recomienda que suceda en la mayoría de ellos. Las principales discrepancias estadísticas pueden observarse a razón de varios aspectos, entre ellos: es posible que el período de observación sea distinto para unos y otros (un mes para la demanda, un período semanal no totalmente homogéneo entre los informantes para la oferta), o; que el método de observación, las unidades estadísticas o las variables observadas presenten diferencias (el puesto de trabajo y el empleo, la cobertura). Sin embargo, estas discrepancias no pueden ser demasiado grandes y es necesario buscar una explicación estadística para las mismas, por ejemplo la cobertura de las operaciones, los sesgos por preguntas, los fraseos o la duración de las encuestas, las clasificaciones requeridas, entre otros. Esto con seguridad obliga a los países a hacer esfuerzos en el mejoramiento paulatino de las fuentes estadísticas que alimentan la matriz de empleo/trabajo.

Cuadros de salida de la matriz de trabajo/empleo cultural

7.108. La disposición de la información de la matriz de empleo/trabajo del campo cultural puede presentarse con los siguientes cuadros de salida:

Cuadro 7.5 de salida de oferta laboral: número de personas ocupadas primer y segundo empleo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional

7.109. Este cuadro agrupa la información correspondiente a la oferta laboral de lo que se reporta en las encuestas de empleo realizadas a los hogares acerca del número de personas ocupadas en el campo cultural en primer y segundo empleo, por actividad económica y categoría ocupacional.

Cuadro 7.5 Cuadro de salida de oferta laboral: número de personas ocupadas primer y segundo empleo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional

Código actividad económica	Descripción	CIU*...				Número de ocupados primer empleo				Número de ocupados segundo empleo			
		Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados
Actividad económica 1													
Actividad económica 2													
...													
Actividad económica n													

Cuadro de salida de demanda laboral: número de empleos primer y segundo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional

7.110 Este cuadro reúne la información correspondiente a la demanda laboral de la información que reportan las encuestas económicas y los registros administrativos sobre el empleo, con información del número de puestos de trabajo del campo cultural en primer y segundo empleo, por actividad económica y categoría ocupacional. (Cuadro 7.6)

Cuadro de salida de coeficientes de ajuste a tiempo completo de primer y segundo empleo por actividad económica cultural

7.111. Este cuadro de salida presenta la información de los coeficientes estadísticos para ajuste a tiempo completo que se calcula por actividad económica. (Cuadro 7.7)

Cuadro de salida de balance oferta-demanda laboral por actividad económica cultural y categoría ocupacional

7.112. Este cuadro reúne la información correspondiente al empleo equivalente de tiempo completo de la oferta y la demanda laboral que se halla por medio del coeficiente de ajuste de cada actividad económica del campo cultural, en primer y segundo empleo, por actividad económica y categoría ocupacional. (Cuadro 7.8)

Cuadro 7.6 Cuadro de salida de demanda laboral: número de puestos primer y segundo empleo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional

Código actividad económica	Descripción	Total puestos de trabajo				Número de puestos de trabajo primer empleo				Número de puestos de trabajo segundo empleo			
		Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados
Actividad económica 1													
Actividad económica 2													
...													
Actividad económica n													

Cuadro 7.7 Cuadro de salida de coeficientes de ajuste a tiempo completo de primer y segundo empleo por actividad económica cultural

Código actividad económica	Descripción	Coeficiente de ajuste a empleo equivalente de tiempo completo Primer empleo				Coeficiente de ajuste a empleo equivalente de tiempo completo Segundo empleo			
		Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados
Actividad económica 1									
Actividad económica 2									
...									
Actividad económica n									

Cuadro 7.8 Cuadro de salida de balance oferta-demanda laboral por actividad económica cultural y categoría ocupacional

Código actividad económica	Descripción	Oferta laboral				Demanda laboral				Empleo no observado			
		TETC (Encuestas de Hogares)				Encuestas económicas, registros administrativos y empleos estimados				Saldo balance oferta-demanda laboral			
		Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados
Actividad económica 1													
Actividad económica 2													
...													
Actividad económica n													



Claves para recordar

- Los conceptos de trabajo y empleo en algunas ocasiones se usan indistintamente sin hacer claridad de sus diferencias. En términos económicos son dos conceptos diferentes.
- El trabajo comprende todas las actividades realizadas por personas de cualquier sexo y edad, con el fin de producir bienes o prestar servicios para el consumo de terceros o para uso final propio.
- El empleo se refiere al conjunto de modalidades de acceso y salida del mercado, así como a la traducción del trabajo en remuneración (Maruani: 2000, 10). El empleo hace referencia a la ocupación, y en ese sentido se asocia a la población ocupada, es decir a la parte de la población que realiza un trabajo remunerado.
- Para el análisis del empleo y del trabajo en las CSC, se miden principalmente los puestos de trabajo (una óptica de demanda) pero se procura también de medir el empleo en la cultura (una óptica de oferta).
- En el campo cultural es necesario diferenciar entre:
 - » Un empleado, que vende su fuerza de trabajo contra una remuneración
 - » Un socio de la operación de producción que recibe una participación en los ingresos generados por la unidad bajo forma de ingreso mixto
 - » El trabajador por cuenta propia que es un proveedor de servicio a la unidad de producción, sin ser ni empleado ni socio.
- Para los países que no tienen información tan detallada, se plantea una alternativa que analiza de manera conjunta y que reconcilia la perspectiva de la oferta y la demanda laboral con datos monetarios y no monetarios. Este ejercicio les permitirá organizar la información para construir la matriz de forma más detallada.
- La matriz de trabajo/empleo cultural proporciona información acerca de los ocupados, relacionados en forma coherente con las variables de producción y remuneración a los asalariados del campo cultural. Así mismo, sirve para dimensionar las actividades económicas no observadas, donde difícilmente se cuenta con datos estadísticos y/o contables.
- La matriz de trabajo/empleo comprende las siguientes submatrices, cuyas variables ya han sido definidas con anterioridad:
 - » Submatriz de número de puestos de trabajo por rama de actividad.
 - » Submatriz de número de puestos de trabajo por categorías ocupacionales de interés para el campo cultural: los trabajadores asalariados, los trabajadores por cuenta propia y los trabajadores no remunerados cuyo producto se materializa en bienes, producto que se incluye dentro de la frontera de producción del SCN.
 - » Submatriz de empleo equivalente a tiempo completo y a los puestos de trabajo por ramas de actividad y categorías ocupacionales.
 - » Submatriz de conciliación de oferta y demanda de empleo.

8. Indicadores complementarios de las Cuentas Satélite de Cultura



Contenido

- » Particularidades de los indicadores complementarios
- » Indicadores complementarios por sector

Introducción

8.1. Los indicadores complementarios ofrecen información complementaria sobre la oferta y la demanda de bienes y servicios. En el ámbito de la cultura, este tipo de indicadores permiten describir los procesos de creación, interpretación, transmisión, conservación, preservación, gestión, consumo y apropiación de los contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio.

8.2. Permiten contrastar y retroalimentar la información generada por las cuentas de producción, los equilibrios de oferta-utilización de los productos característicos, el empleo y el gasto cultural nacional que todos se expresan exclusivamente en valores monetarios, adicionando una variedad de indicadores, tanto monetarios como no monetarios.

8.3. Puesto que existe una amplia diversidad de fuentes de información sobre el tema, este

capítulo presenta una relación por sector de *indicadores complementarios mínimos* de la CSC, que deberá ser sistematizada por todos los países en sus ejercicios de cálculo de las CSC, y una relación de indicadores complementarios ideales que apoyaría el desarrollo de análisis más detallados sobre los resultados de las Cuentas Satélite de Cultura. Ambos tipos de indicadores, mínimos e ideales, son planteados tras un proceso de revisión de los indicadores utilizados en las encuestas de consumo cultural de los países de Iberoamérica y en las encuestas sectoriales realizadas tanto en el interior como fuera de la región.

A. Particularidades de los indicadores complementarios del campo cultural

8.4. Existen dos tipos de indicadores complementarios del campo cultural: los referentes a la

oferta y los referentes a la demanda. Los primeros brindan información sobre las características de la oferta de los productos culturales, en términos de cómo están los procesos de producción, su organización, sus principales actores, cuáles son los formatos de transmisión y qué esquemas de distribución de los contenidos simbólicos se utilizan. Por esta razón, este tipo de indicadores permiten describir el número, el tamaño y los lugares de ubicación de las unidades de producción; brindan información sobre los formatos físicos o digitales y permiten identificar los canales de comunicación o divulgación por tipo o género de los productos culturales.

- 8.5. Los indicadores complementarios referentes a la demanda ofrecen información del consumo como acción puntual del campo cultural, a partir de datos como las frecuencias de acceso, los motivos de no acceso, los canales de acceso y las unidades vendidas. Igualmente, permiten describir prácticas culturales en términos de hábitos y comportamientos culturales. En ese sentido, los indicadores referentes a la demanda revelan aspectos concernientes a las preferencias, los lugares y las frecuencias de disfrute, razones de acceso y no acceso, entre otros aspectos.
- 8.6. Al tener en cuenta que la intención de esta metodología no es efectuar una descripción de las prácticas culturales, que como se ha reiterado a lo largo de la Guía están por fuera del ámbito de la producción, este capítulo solo considera aquellos indicadores complementarios que ofrecen información económica de interés para contrastar y retroalimentar

los cálculos efectuados por las Cuentas Satélite de Cultura.

- 8.7. Esta propuesta no pretende generar listas exhaustivas de los indicadores mínimos y recomendados. Su objetivo es identificar cuáles indicadores básicos deben ser calculados para brindar información relevante y útil a las Cuentas Satélite de Cultura, y cuáles serían aquellos, que de ser calculados, brindarían un mayor apoyo a los estudios de la información monetaria de las cuentas de producción, empleo, gasto, y los equilibrios oferta-utilización.
- 8.8. Para que se puedan generar análisis comparados de este tipo de indicadores complementarios, esta Guía presenta matrices que definen cómo se deben entender los indicadores complementarios que se obtienen a partir de la información suministrada directamente por los productores o por el sector público. En cuanto a la información relativa a los hábitos culturales, importante para entender el consumo, se presentan cuadros de salida que establecen las mismas variables sociodemográficas estandarizadas: género, nivel educativo, edad, actividad económica y población (rural o urbana).
- 8.9. Es importante resaltar que la determinación de los géneros, los lugares, los soportes y demás tipologías de clasificación de las variables relativas a estos indicadores complementarios, se efectuó a partir de un análisis de las encuestas de consumo cultural de la región iberoamericana. Por supuesto, cada país está en la libertad de adaptarlos a sus particularidades culturales.

B. Indicadores complementarios por sector



a. Creación



- 8.10. Las oficinas nacionales de derechos de autor y las sociedades de gestión colectiva son las principales fuentes de información de indicadores referidos a los derechos de reproducción, distribución, comunicación al público y transformación.
- 8.11. Recuérdese que las oficinas de derechos de autor son responsables de fomentar la protección de los derechos morales y patrimoniales de los autores nacionales, así como de administrar los registros de derechos de autor, por tanto cuentan con información no monetaria que puede ser de acceso público, en la que se describe la actividad creativa de un país. Por ende, en la mayoría de los países de la región, presentan informes anuales sobre el número de nuevas obras registradas por los autores nacionales, el tipo de obras, los soportes y los géneros que más se registran. Al respecto, es importante realizar la salvedad que gran porcentaje de las obras nuevas no son registradas ante las oficinas de derechos de autor, al no existir obligatoriedad o interés por parte de los autores para hacerlo, por lo cual la información suministrada por dichas entidades no corresponde al total de obras nuevas creadas en un país. Es decir que esta información no se refiere al total del universo de las obras incluidas en este sector.
- 8.12. Por su parte, las sociedades de gestión colectiva de derechos reprográficos, audiovisuales y fonográficos generan información periódica de carácter restringido entre los socios de dichas colectividades en la mayoría de los países de la región iberoamericana. Sin embargo, es posible identificar variables que pueden ser interesantes para efectos de las Cuentas Satélite de Cultura. Por ejemplo, el número de socios o el número de nuevos registros relacionados por los socios para el seguimiento de los derechos patrimoniales.
- 8.13. En ese sentido, para brindar más información sobre el sector de la creación se recomienda utilizar los siguientes *indicadores complementarios mínimos*: (i) total de afiliados anuales vigentes en las sociedades de gestión colectiva; (ii) número de registros efectuados al año por tipo de obra (literaria, musical o audiovisual); (iii) número de obras registradas por sector del campo cultural. Ahora bien, para el indicador (i) las fuentes de información serán las sociedades de gestión colectiva que estén en funcionamiento en el país correspondiente. Para el indicador (ii) y (iii) la información podrá ser suministrada por las oficinas de derechos de autor.
- 8.14. Se definen dichos indicadores mínimos porque independientemente del nivel de desarrollo

de las sociedades de gestión colectiva de cada país y de la capacidad institucional de las oficinas de derechos de autor, esta información es de libre acceso en todos los casos. En cuanto a la generación de los *indicadores complementarios recomendados*, se requiere que las sociedades de gestión colectiva y las oficinas de derecho de autor cuenten con sistemas de información ampliamente desarrollados que les permitan describir mejor la situación de los autores en términos de los beneficios económicos que reciben por recaudación nacional e internacional sobre sus obras.

8.15. Por lo tanto, entre los *indicadores complementarios recomendados* se sugieren: (i) porcentaje de recaudación local de autores nacionales en relación a los autores

internacionales; (ii) porcentaje de recaudación de fondos en otros países, en relación al total. Al respecto es importante recordar que las sociedades de gestión colectiva no solo administran los fondos por compensación que se generan en el país sede, sino que adicionalmente tienen convenios de colaboración con entidades de la misma naturaleza de otros países que les permiten recibir los fondos de compensación de los artistas generados en esos países.

8.16. Bajo las particularidades mencionadas, a continuación se presenta el cuadro de salida no. 1, para que cada país identifique claramente por indicador, el año de cálculo del mismo, las fuentes de información y las notas metodológicas de interés.

Cuadro de salida No. 1. Indicadores complementarios Sector Creación

Nombre del indicador	Definición del indicador	Año	Fuente	Notas
Número de afiliados en las sociedades de gestión colectiva, por año.	El total de titulares de derechos patrimoniales que tienen afiliación vigente en las sociedades colectivas legalmente constituidas en el país, por año.			
Número de registros efectuados al año, por tipo de obra (literaria, musical o audiovisual).	El total de solicitudes recibidas por las oficinas nacionales de derechos de autor para el registro de obras nuevas, por año.			
Porcentaje de recaudación local de autores nacionales en relación a los autores internacionales.	Proporcionalidad de ingresos generados por los derechos de comunicación al público y distribución que pertenecen a autores nacionales, en relación a los montos correspondientes a autores internacionales, recaudados ambos montos por las sociedades de gestión colectiva del país.			
Porcentaje de recaudación de fondos en otros países, en relación al total nacional. exclusivamente de las obras literarias, musicales o audiovisual.	Los ingresos recaudados directamente por las sociedades de gestión colectiva del país a terceros nacionales, en relación a los ingresos que estas sociedades reciben de sus pares de otros países a través de convenios de reciprocidad, por la comunicación al público y la distribución de las obras de sus afiliados.			



b. Diseño



8.17. El sector de diseño es uno de los menos diagnosticados en la región iberoamericana. La falta de instituciones específicas de orden nacional y de políticas públicas que fomenten su desarrollo, se refleja en la carencia de investigaciones, sistemas de información y estadísticas que permitan describirlo en términos monetarios.

8.18. Al tener en cuenta dicha restricción, los *indicadores complementarios mínimos* recomendables son: (i) número de establecimientos legalmente constituidos en el país cuya actividad principal es el diseño (arquitectónico, industrial, gráfico, textil, de moda, joyas,

publicitario o web); (ii) número de ferias y exposiciones de periodicidad anual y de orden nacional que reciben apoyo o financiación de las instituciones públicas.

8.19. Como *indicadores complementarios recomendados* se sugiere plantear variables que permitan describir de manera general las estructuras de las unidades de producción. Por lo tanto, serán importantes indicadores referidos a: (i) el tamaño de las empresas instaladas (micro, mediana y grande), y; (ii) el número de visitantes a las ferias y exposiciones nacionales especializadas en la materia.

Cuadro de salida No. 2. Indicadores complementarios Sector Diseño

Nombre del indicador	Definición del indicador	Año	Fuente	Notas
Número de establecimientos cuya actividad principal es el diseño (arquitectónico, industrial, gráfico, textil, de moda, joyas, publicitario o web).	Número de unidades de producción legalmente constituidas en un país, que registran como su actividad principal el diseño, sea este arquitectónico, industrial, gráfico, textil, de moda, joyas, publicitario o web.			
Número de ferias y exposiciones de periodicidad anual y orden nacional que reciben apoyo o financiación de instituciones públicas.	Número de espacios feriales y exposiciones que reciben financiación de instituciones públicas nacionales, locales y municipales para los procesos de creación, producción y divulgación de dichos eventos, por año.			
Tamaño de las empresas instaladas (micro, mediana y grande).	Relación del tamaño de la empresa en función de los ingresos anuales, el número de trabajadores y el número de contratos firmados.			
Número de visitantes a las ferias y exposiciones nacionales especializadas en la materia.	Número de visitantes a los espacios dedicados al diseño, en función del número de entradas efectivamente vendidas y/o distribuidas de forma gratuita al público.			



c. Artes Escénicas



- 8.20. Las encuestas de consumo cultural relativas a las artes escénicas y los espectáculos artísticos ofrecen como común denominador información sobre los hábitos de asistencia en términos de frecuencia y razones de no asistencia. Adicionalmente, para este sector se obtiene información sobre la oferta de obras teatrales, espectáculos de danza, circo, entre otras, tanto para aquellas compañías registradas en cada país, como para las que tienen personería jurídica extranjera pero que hacen representaciones en el territorio nacional.
- 8.21. Con base en estas particularidades del sector, la información que los países recopilan en sus encuestas de consumo cultural y la disponibilidad de información a través de los registros administrativos, se proponen como indicadores complementarios mínimos: (i) la frecuencia de acceso a las artes escénicas y a espectáculos artísticos (cuadro de salida no. 3); (ii) los motivos de no acceso, según el cuadro de salida no. 4; (iii) el número de compañías de artes escénicas cuyas actividades principales son el teatro, la danza, y otras formas de las artes escénicas; (iv) el número de teatros activos.
- 8.22. En cuanto a los indicadores complementarios recomendados para este sector, se propone conocer más sobre las capacidades de las unidades de producción. En ese sentido, son de interés indicadores sobre (i) el tamaño de los centros culturales por zona de ubicación (grande, pequeño, mediano en zona urbana o rural); (ii) el número de asistentes a espectáculos artísticos anuales de carácter nacional (festivales de teatro, danza o de otras formas de las artes escénicas), y; (iii) el número de representaciones del sector estrenadas anualmente de compañías internacionales.
- 8.23. Como se puede verificar, los indicadores mínimos se pueden obtener a partir de las encuestas de consumo cultural y de la información básica sobre el sector con la que cuentan los Ministerios de Cultura. Sin embargo, para los indicadores complementarios recomendados se debe no solo tener un sistema de información cultural desarrollado que permita conocer el número de representaciones por unidad productiva del sector, sino además efectuar cartografías culturales que arrojen más detalles sobre la infraestructura cultural disponible en el país.

Cuadro de salida No. 3. Frecuencia de acceso a las artes escénicas y espectáculos artísticos

Frecuencia de asistencia a las artes escénicas	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 4. Motivos de no asistencia a las artes escénicas y espectáculos artísticos

Motivos de no asistencia	No le interesa o no le gusta	Falta de tiempo	Falta de dinero	Falta de información	No existe en un lugar cercano	Otra razón
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						



d. Artes Plásticas



- 8.24. La multiplicidad de actores culturales y nuevos factores artísticos, tecnológicos y económicos que influyen en los procesos de creación, producción, divulgación y acceso de las artes plásticas y visuales, han transformado el sector significativamente en los últimos veinte años. Sin embargo, en la región iberoamericana existe un bajo nivel de generación de investigaciones sobre los procesos de producción y circulación de estos productos, y un desconocimiento sobre las transformaciones más significativas de su ciclo cultural.
- 8.25. Con el reconocimiento de las limitaciones, la escasez y la diversidad de fuentes de información, y en vista de la naturaleza de los actores que intervienen en los procesos de este sector, esta metodología propone como indicadores complementarios mínimos: (i) las frecuencias de acceso a las actividades de este sector, (cuadro de salida no. 5); (ii) los motivos de no asistencia (cuadro de salida no. 6); (iii) el número de artistas visuales afiliados a sociedades de gestión colectiva. Todos estos son fáciles de reportar a través de las encuestas de consumo cultural y de las entidades de gestión de derechos correspondientes.
- 8.26. Como indicadores complementarios recomendados se sugieren: (i) el número de galerías y estudios registrados como canales de venta de artes visuales; (ii) el número de visitantes a bienales de arte o ferias de artes visuales y plásticas.

Cuadro de salida No. 5. Frecuencia de acceso a las artes visuales

Frecuencia de asistencia a las artes visuales	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 6. Motivos de no asistencia a las artes visuales

Motivos de no asistencia	No le interesa o no le gusta	Falta de tiempo	Falta de dinero	Falta de información	No existe en un lugar cercano	Otra razón
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						



e. Juegos y Juguetería



- 8.27. En la región iberoamericana existen pocos estudios periódicos sobre el sector de juegos y juguetería. Uno de los más significativos fue el realizado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España en el año 2006, que se denominó "Estudio sobre la comercialización de juguetes". Algunos de los indicadores derivados de dicha investigación son los que a continuación se plantean.
- 8.28. Por *indicadores complementarios mínimos* se consideraran: (i) el porcentaje de ventas por países de origen de la importación de juguetes; (ii) el porcentaje de ventas por países de destino de la exportación de juguetes; (iii) el número de establecimientos cuya actividad principal es la producción o venta de juguetes, y; (iv) la frecuencia de la práctica de juego, dependiendo de si se efectúa con juguetes tradicionales o no tradicionales, según el cuadro de salida no. 7. Los primeros dos indicadores van dirigidos a las empresas. El último indicador se obtiene a partir de encuestas de consumo cultural.
- 8.29. Como *indicadores complementarios recomendados* para el sector se sugieren: (i) el número de establecimientos especializados para la compra, correspondientes a tiendas de juguetería y grandes superficies; (ii) los motivos de compra –sobre este aspecto es importante considerar si la compra se debió a una petición de los hijos, por razones educativas, por afición o por mensajes publicitarios–. y; (iii) preferencia de compra por tipos de juguetes.
- 8.30. Con relación a este último indicador, tipo de juguetes, existen diversas metodologías para clasificar los juguetes: las referidas a criterios de edad de uso (bebés, niños, adultos), por tipo de producto (muñecos, carros, etc.), por tipo de actividad que estimula (sensomotora, física, intelectual, creativa, didáctica, etc.), por tipo de material principal en el que se fabrica (plástico, metal, textil, papel, cartón, etc.), e incluso por tipo de mecanismo incorporado (con o sin movimiento, eléctricos, a pilas, etc.), entre otros aspectos. Para efectos de estos indicadores complementarios, se recomienda que los países efectúen dicha clasificación según la edad de uso (bebés, niños, adultos) y el tipo de producto (muñecos, juguetes de plástico, juguetes de ruedas, excluyendo las bicicletas), modelos y juguetes con motor, entre otros.
- 8.31. Tanto la definición de los indicadores complementarios mínimos como recomendados se efectúa según la disponibilidad de la información que pueden encontrar los técnicos de las Cuentas Satélites de Cultura para estos cálculos.

Cuadro de salida No. 7. Frecuencia de la práctica de juego

Frecuencia de prácticas lúdicas o juego	Juguetes tradicionales					Juguetes no tradicionales						
	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/ No responde	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/ No responde
Género												
Hombre												
Mujer												
Nivel educativo												
Bajo												
Medio												
Alto												
Edad												
Joven												
Adulto												
Mayor												
Ocupación												
Estudiante												
Ama de casa												
Desempleado												
Ocupado												
Empleador												
Jubilado												
Tamaño de la población												
Grande-urbana												
Pequeña-rural												



f. Música



- 8.32. La multiplicidad de estudios sobre la oferta y la demanda de la música permite una selección mucho más amplia de *indicadores complementarios mínimos* para las CSC, puesto que la mayoría de los países de la región ya cuentan con información disponible en los términos que se requieren. Por lo tanto, los indicadores comunes que se plantean son: (i) la frecuencia de acceso a la música en vivo (cuadro 8); (ii) la frecuencia de acceso a la música grabada, según el cuadro de salida no. 9; (iii) los lugares de compra o adquisición de música, según el cuadro de salida no. 10; (iv) el soporte de acceso a la música, según el cuadro de salida no. 11; (v) los géneros de preferencia, según el cuadro de salida no. 12; (vi) los motivos de no asistencia a espectáculos de música en vivo, según cuadro de salida no. 13; (vii) el número de establecimientos cuya actividad principal es brindar espacios de divulgación de espectáculos de música en vivo; (viii) el número de fonogramas vendidos, por tipo de soporte (CD, iTunes, iPod, otros).
- 8.33. Para lo referente a los *indicadores complementarios recomendados* de este sector, se recomienda que los países obtengan información sobre: (i) el número de presentaciones pagadas o gratuitas anuales con artistas nacionales y extranjeros; (ii) el número de festivales nacionales de música de carácter anual, por género musical, y; (iii) el número de asistentes a los festivales de música, por género musical. Estos, como se puede verificar, requieren de sistemas de información cultural más complejos, en los que las cartografías culturales resultan relevantes para identificar los festivales por tipo de representación musical en vivo.

Cuadro de salida No. 8. Frecuencia de acceso a la música en vivo

Frecuencia de asistencia a espectáculos	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 9. Frecuencia de acceso a la música grabada

<i>Producción fonográfica</i>						
Frecuencia de escucha de música grabada	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 10. Lugares de compra o adquisición de música en el último año

Lugares de compra o adquisición de música	Tiendas de música	Descargas pagadas	Descargas gratuitas	Préstamos o regalos	Espacio público
Género					
Hombre					
Mujer					
Nivel educativo					
Bajo					
Medio					
Alto					
Edad					
Joven					
Adulto					
Mayor					
Ocupación					
Estudiante					
Ama de casa					
Desempleado					
Ocupado					
Empleador					
Jubilado					
Tamaño de la población					
Grande-urbana					
Pequeña-rural					

Cuadro de salida No. 11. Soporte de acceso a la música

Soporte de acceso a la música	Radio	Internet	Televisión por cable	Reproductores de sonido (MP3, MP4, MP5, Ipod, Celular)	CD	Discos	Casetes
Género							
Hombre							
Mujer							
Nivel educativo							
Bajo							
Medio							
Alto							
Edad							
Joven							
Adulto							
Mayor							
Ocupación							
Estudiante							
Ama de casa							
Desempleado							
Ocupado							
Empleador							
Jubilado							
Tamaño de la población							
Grande-urbana							
Pequeña-rural							

Cuadro de salida No. 12. Géneros musicales de preferencia

Géneros de preferencia	Romántica	Tropical (salsa, merengue, cumbia, etc.)	Folclor local (mexicana, vallenatos, rancheras, andina, corridos, etc.)	Rock y Pop	Clásica	Jazz y Blues	Otros
Género							
Hombre							
Mujer							
Nivel educativo							
Bajo							
Medio							
Alto							
Edad							
Joven							
Adulto							
Mayor							
Ocupación							
Estudiante							
Ama de casa							
Desempleado							
Ocupado							
Empleador							
Jubilado							
Tamaño de la población							
Grande-urbana							
Pequeña-rural							

Cuadro de salida No. 13. Motivos de no asistencia a espectáculos de música en vivo

Motivos de no asistencia	No le interesa o no le gusta	Falta de tiempo	Falta de dinero	Falta de información	No existe en un lugar cercano
Género					
Hombre					
Mujer					
Nivel educativo					
Bajo					
Medio					
Alto					
Edad					
Joven					
Adulto					
Mayor					
Ocupación					
Estudiante					
Ama de casa					
Desempleado					
Ocupado					
Empleador					
Jubilado					
Tamaño de la población					
Grande-urbana					
Pequeña-rural					



g. Audiovisual y Radio



- 8.34. La multiplicidad de estudios sobre la oferta y la demanda de la música permite una selección mucho más amplia de *indicadores complementarios mínimos* para las CSC, puesto que la mayoría de los países de la región ya cuentan con información disponible en los términos que se requieren. Para efectos de esta Guía Metodológica, los indicadores mínimos que se plantean son: (i) el número de establecimientos cuya actividad principal es la producción o transmisión de cine y video, radio, televisión, juegos on-line o videojuegos; (ii) la frecuencia de la práctica, por subsector, según cuadros de salida número 14, 15 y 16; (iii) el número de películas nacionales y coproducciones estrenadas por año, (iv) el número de películas extranjeras estrenadas; (v) el número de tiquetes de cine vendidos al año.; (vi) las razones de no asistencia a cine, según cuadro de salida número 17; (vii) la preferencia de acceso por géneros del cine, según Cuadro de salida número 18; (viii) los formatos de adquisición de los contenidos audiovisuales, según Cuadro de salida número 19; (ix) las preferencia de acceso por género de televisión, según cuadro de salida número 20, (x) el número de producciones de televisión nacional que se adapta o transmite en otros países y, (xi) Preferencia de tipo de emisora, según cuadro de salida número 21.
- 8.35. Con relación a los *indicadores complementarios recomendados* para este sector se sugieren: (i) el número de festivales locales y nacionales de cine; (ii) el número de asistentes a los festivales de cine y audiovisuales; (iii) el porcentaje de estrenos de cine y televisión por países de origen; (iv) el número de salas de cine; (v) el porcentaje de salas de cine por sector urbano o rural; (vi) el número y aforo de pantallas de cine disponibles; (vii) el número de películas nacionales estrenadas en otros países; (viii) el tamaño de las unidades de producción por subsector (grande, mediana y pequeña); (ix) el porcentaje de escucha de radio, según FM o AM, y; (x) los medios de acceso a los juegos online y los videojuegos (internet en casa, internet en establecimiento público, otros).

Cuadro de salida No. 14. Frecuencia de asistencia a salas de cine

Frecuencia de asistencia a cine	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 15. Frecuencia de acceso a la televisión

Frecuencia - Televisión	Todos los días	Al menos dos días a la semana	Al menos una vez por semana	Al menos una vez cada quince días	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 16. Frecuencia de escucha de radio

Frecuencia - Radio	Todos los días	Al menos dos días a la semana	Al menos una vez por semana	Al menos una vez cada quince días	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 17. Motivos de no asistencia a salas de cine

Motivos de no asistencia a cine	No le interesa o no le gusta	Falta de tiempo	Falta de dinero	Falta de información	No existe una sala de cine cercana
Género					
Hombre					
Mujer					
Nivel educativo					
Bajo					
Medio					
Alto					
Edad					
Joven					
Adulto					
Mayor					
Ocupación					
Estudiante					
Ama de casa					
Desempleado					
Ocupado					
Empleador					
Jubilado					
Tamaño de la población					
Grande-urbana					
Pequeña-rural					

Cuadro de salida No. 18. Preferencia de acceso por géneros del cine

Tipos de cine	Ficción	Animación	Documental	No específico
Género				
Hombre				
Mujer				
Nivel educativo				
Bajo				
Medio				
Alto				
Edad				
Joven				
Adulto				
Mayor				
Ocupación				
Estudiante				
Ama de casa				
Desempleado				
Ocupado				
Empleador				
Jubilado				
Tamaño de la población				
Grande-urbana				
Pequeña-rural				

Cuadro de salida No. 19. Formatos de adquisición de los contenidos audiovisuales, en el último mes

Formatos de acceso	Teatros de cine	Página de internet paga	Página de internet de acceso gratuito	Compra en la calle	Préstamo de un amigo o familia	Otra
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 20. Preferencia de acceso por género de televisión, el último mes

Tipos de programas	Noticieros e informativos	Educativos	Ciencias y tecnologías	Artes y cultura	Música	Deportivos	Religiosos	Publicidad	Otros recreativos	Servicio público	No clasificados
Género											
Hombre											
Mujer											
Nivel educativo											
Bajo											
Medio											
Alto											
Edad											
Joven											
Adulto											
Mayor											
Ocupación											
Estudiante											
Ama de casa											
Desempleado											
Ocupado											
Empleador											
Jubilado											
Tamaño de la población											
Grande-urbana											
Pequeña-rural											

Cuadro de salida No. 21. Preferencia de tipo de emisora, en el último mes

<i>Radio</i>				
Tipo de emisoras	Comunitarias	Regionales	Nacionales	Internacionales
Género				
Hombre				
Mujer				
Nivel educativo				
Bajo				
Medio				
Alto				
Edad				
Joven				
Adulto				
Mayor				
Ocupación				
Estudiante				
Ama de casa				
Desempleado				
Ocupado				
Empleador				
Jubilado				
Tamaño de la población				
Grande-urbana				
Pequeña-rural				



h. Libros y Publicaciones



8.36. En el sector del libro y la lectura, al contrario de los otros sectores del campo cultural existe un consenso entre los Ministerios de Cultura y Educación de la región iberoamericana sobre los indicadores mínimos que permiten analizar la demanda, en términos de comportamiento lector. Dicha propuesta desarrollada por el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc-Unesco) y denominada en su última revisión del año 2015, *Metodología común para explorar y medir el comportamiento lector*, establece unos indicadores mínimos que para efectos de esta Guía fueron analizados, y de los que se adoptan los más pertinentes para las CSC.

8.37. A partir de la metodología común adoptada por los países de la región, se sugieren los siguientes *indicadores complementarios mínimos* para este sector: (i) lectura según categoría de textos (libros, revistas, periódicos, páginas web, blogs, foros, correo electrónico, redes sociales), cuadro de salida no. 22; (ii) la

frecuencia de lectura de la población lectora según las categorías de texto, cuadro de salida no. 23; (iii) la lectura de textos por soporte, cuadro de salida no. 24; (iv) la lectura de textos por género literario, cuadro de salida no. 25; (v) el uso, el acceso a internet y los dispositivos digitales en la lectura, cuadro de salida no. 26, y; (vi) el promedio de libros leídos al año por rangos. Igualmente, se considerará dentro de los mínimos un indicador (vii) sobre el número de establecimientos dedicados a la edición, producción, comercialización y distribución de productos del sector del libro y las publicaciones.

8.38. A su vez, como *indicadores complementarios recomendados* se sugieren: (i) el número de bibliotecas públicas y privadas; (ii) el promedio de ejemplares por género de las publicaciones; (iii) el tipo de soporte para la lectura de revistas, y; (iv) el tipo de soporte para la lectura de periódicos.

Cuadro de salida No. 22. Lectura según categoría de textos, en los últimos tres meses

	Libros	Periódicos	Revistas	Páginas web	Blogs	Foros	Correos electrónicos	Redes sociales
Género								
Hombre								
Mujer								
Nivel educativo								
Bajo								
Medio								
Alto								
Edad								
Joven								
Adulto								
Mayor								
Ocupación								
Estudiante								
Ama de casa								
Desempleado								
Ocupado								
Empleador								
Jubilado								
Tamaño de la población								
Grande-urbana								
Pequeña-rural								

Cuadro de salida No. 23. Frecuencia de lectura de la población lectora según categoría de texto

Frecuencia de lectura	Diariamente	Alguna vez a la semana	Alguna vez al mes	Alguna vez al trimestre	Casi nunca
Género					
Hombre					
Mujer					
Nivel educativo					
Bajo					
Medio					
Alto					
Edad					
Joven					
Adulto					
Mayor					
Ocupación					
Estudiante					
Ama de casa					
Desempleado					
Ocupado					
Empleador					
Jubilado					
Tamaño de la población					
Grande-urbana					
Pequeña-rural					

Cuadro de salida No. 24. Lectura de textos según soporte, en los últimos tres meses

Lectura según soporte	Físico	Digital
Género		
Hombre		
Mujer		
Nivel educativo		
Bajo		
Medio		
Alto		
Edad		
Joven		
Adulto		
Mayor		
Ocupación		
Estudiante		
Ama de casa		
Desempleado		
Ocupado		
Empleador		
Jubilado		
Tamaño de la población		
Grande-urbana		
Pequeña-rural		

Cuadro de salida No. 25. Lectura de textos por género literario

Lectura según género	Libros infantiles	Libros juveniles	Textos educativos	Enciclopedias y diccionarios	Científicos, técnicos, profesionales	Historia, política y sociales	Operativos o de operación técnica	Literatura
Género								
Hombre								
Mujer								
Nivel educativo								
Bajo								
Medio								
Alto								
Edad								
Joven								
Adulto								
Mayor								
Ocupación								
Estudiante								
Ama de casa								
Desempleado								
Ocupado								
Empleador								
Jubilado								
Tamaño de la población								
Grande-urbana								
Pequeña-rural								

Cuadro de salida No. 26. Uso, acceso a internet y dispositivos digitales en la lectura, en los últimos tres meses

Motivos de no lectura	Portátil	Tableta	Lector de libros digitales	Teléfono móvil	Otro
Género					
Hombre					
Mujer					
Nivel educativo					
Bajo					
Medio					
Alto					
Edad					
Joven					
Adulto					
Mayor					
Ocupación					
Estudiante					
Ama de casa					
Desempleado					
Ocupado					
Empleador					
Jubilado					
Tamaño de la población					
Grande-urbana					
Pequeña-rural					



i. Educación Cultural



8.39. La educación cultural, como se entiende en esta metodología, tiene como fuentes de información tanto las instituciones de educación básica primaria y secundaria, de educación superior, y las entidades de educación cultural no formal. A partir de esta particularidad se establecen como indicadores complementarios mínimos para este sector: (i) el número de estudiantes matriculados en programas de educación informal; (ii) el número de programas de pregrado y postgrado de educación formal. Todos estos son datos

de fácil acceso a través de los Ministerios de Educación de cada país.

8.40. Como indicadores complementarios recomendados se proponen: (i) el porcentaje de establecimientos de educación artística formal e informal por sector rural o urbano y, (ii) el número de estudiantes graduados de programas de educación formal de nivel superior. Ambos exigen un sistema de información más desarrollado por parte de las instituciones reguladoras de la educación de cada país.

Cuadro de salida No. 27. Indicadores – Sector Educación Cultural

Nombre del indicador	Definición del indicador	Año	Fuente	Notas
Número de establecimientos cuya actividad principal es ofrecer programas de educación formal e informal.	Identifica la cantidad de instituciones de educación formal e informal legalmente establecidos en un país, que ofrecen programas de educación cultural.			
Número de estudiantes matriculados en programas de educación cultural informal.	Define cuántas personas se matricularon anualmente en cursos de educación cultural, impartidos por instituciones registradas legalmente en el territorio e identificadas como proveedoras de educación cultural informal.			
Número de programas de pregrado y postgrado de educación formal.	Establece el número de programas ofertados por instituciones de educación primaria, secundaria y superior que brindan formación en educación cultural.			
Porcentaje de establecimientos de educación artística formal e informal por sector rural o urbano.	Identifica por área rural y urbana la proporción de establecimientos que imparten programas formales e informales de educación cultural.			
Número de estudiantes graduados de programas de educación formal de nivel superior.	Registra el número de personas que anualmente culminaron sus estudios en programas de educación artística impartidos por instituciones de educación superior, legalmente constituidas en el país.			



j. Patrimonio Material



8.41. La investigación económica del patrimonio material ha suscitado gran interés en los últimos años, tal como se demostró recientemente en la investigación “Caracterización metodológica para una valoración económica del patrimonio cultural en Colombia”, adelantada por el Observatorio de Cultura y Economía. A partir de las recomendaciones de este estudio y de la información que puede estar disponible al respecto en los países de la región, se proponen como *indicadores complementarios mínimos* para el sector del patrimonio material: (i) el número de instituciones patrimoniales de acceso gratuito, (museales, archivos históricos, centros históricos, sitios de monumentos históricos o sitios de patrimonio arqueológico); (ii) la frecuencia de asistencia a sitios patrimoniales, según el cuadro de salida no.

28, y; (iii) los motivos de no asistencia a sitios patrimoniales, según el cuadro de salida no. 29. Entiéndase por sitios patrimoniales los espacios arqueológicos, los cascos históricos y todos aquellos espacios públicos incluidos en las listas de patrimonio inmueble en condiciones de protección establecida por la autoridad cultural del orden nacional.

8.42. Igualmente, de acuerdo a las recomendaciones del estudio en mención, se definen como *indicadores complementarios recomendados* para este sector: (i) número de piezas inventariadas por institución patrimonial; (ii) el número de instituciones patrimoniales que ofrecen atención espacial a la población discapacitada, y; (iii) el número de visitantes extranjeros a los sitios patrimoniales.

Cuadro de salida No. 28. Frecuencia de asistencia a sitios patrimoniales

Frecuencia de asistencia a espacios patrimoniales	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 29. Motivos de no asistencia a sitios patrimoniales

Motivos de no asistencia a espacios de patrimonio	No le interesa o no le gusta	Falta de tiempo	Falta de dinero	Falta de información	No existe en un lugar cercano
Género					
Hombre					
Mujer					
Nivel educativo					
Bajo					
Medio					
Alto					
Edad					
Joven					
Adulto					
Mayor					
Ocupación					
Estudiante					
Ama de casa					
Desempleado					
Ocupado					
Empleador					
Jubilado					
Tamaño de la población					
Grande-urbana					
Pequeña-rural					



k. Patrimonio Inmaterial



8.43. La identificación de estudios de patrimonio inmaterial en la región revela la carencia de investigaciones periódicas sobre el tema y la diversidad de instituciones y actores culturales que tienen la información base para el cálculo de los indicadores no monetarios. Para efectos de esta metodología de CSC, se recomiendan los siguientes indicadores complementarios mínimos: (i) el número de fiestas tradicionales declaradas; (ii) el número de lenguas originarias reconocidas; (iii) la frecuencia de participación en fiestas tradicionales y patrias, según el

cuadro de salida no. 30; (iv) los motivos de no asistencia, según el cuadro de salida no. 31.

8.44. Finalmente, como indicadores complementarios recomendados se sugieren: (i) el número de instituciones culturales cuya actividad principal consiste en proteger o promover manifestaciones del patrimonio inmaterial y, (ii) el número de denominaciones de origen que protegen los conocimientos del patrimonio inmaterial

Cuadro de salida No. 30. Frecuencia de asistencia a fiestas patrimoniales y patrias

Frecuencia de asistencia a espacios patrimoniales	Una vez al mes	Una vez cada tres meses	Una vez cada seis meses	Una vez cada año	Nunca	No sabe/No responde
Género						
Hombre						
Mujer						
Nivel educativo						
Bajo						
Medio						
Alto						
Edad						
Joven						
Adulto						
Mayor						
Ocupación						
Estudiante						
Ama de casa						
Desempleado						
Ocupado						
Empleador						
Jubilado						
Tamaño de la población						
Grande-urbana						
Pequeña-rural						

Cuadro de salida No. 31. Motivos de no asistencia a fiestas patrimoniales y patrias

Motivos de no asistencia a espacios de patrimonio	No le interesa o no le gusta	Falta de tiempo	Falta de dinero	Falta de información	No existe en un lugar cercano
Género					
Hombre					
Mujer					
Nivel educativo					
Bajo					
Medio					
Alto					
Edad					
Joven					
Adulto					
Mayor					
Ocupación					
Estudiante					
Ama de casa					
Desempleado					
Ocupado					
Empleador					
Jubilado					
Tamaño de la población					
Grande-urbana					
Pequeña-rural					



Claves para recordar

- Esta metodología plantea para cada sector del campo cultural una lista de indicadores complementarios mínimos de la CSC, que deberá ser sistematizada por todos los países en sus ejercicios de cálculo de las CSC, y una relación de indicadores complementarios ideales. Estos últimos tienen el objetivo de apoyar el desarrollo de análisis más detallados sobre los resultados de las Cuentas Satélite de Cultura.
- Para esta propuesta se analizaron las encuestas de consumo cultural de los países de la región iberoamericana, así como los diversos sistemas de información de instituciones públicas y privadas. Por lo tanto, las variables de cada uno de los indicadores y las variables sociodemográficas de cruce tienen la intención de generar estándares comunes.
- Se recomienda que durante los primeros y segundos ejercicios de aplicación de esta metodología los países calculen los indicadores complementarios mínimos por sector, y en aplicaciones posteriores puedan complementar sus ejercicios con la valoración de los indicadores complementarios ideales.

9. Fuentes de información y preparación de datos para el cálculo de las Cuentas Satélite de Cultura



Contenido

- » Variables que se deben estimar para las Cuentas Satélite de Cultura: resumen
- » Fuentes de información que pueden ser útiles para las Cuentas Satélite de Cultura
- » Procedimiento recomendado

Introducción

9.1. La elaboración de las Cuentas Satélite de Cultura es un proceso particularmente complejo, pues no es común la aproximación a este dominio de la actividad humana desde una perspectiva económica. Usualmente, la información existente es muy dispersa, y uno de los retos consiste en buscar e identificar las fuentes de donde se puede hallar información útil, utilizada de manera convencional y no convencional, que luego puede incorporarse dentro de los marcos conceptuales que se han adoptado.

9.2. Este capítulo presentará en primer lugar, una recopilación de las principales variables necesarias para calcular las cuentas satélite, así como las relaciones que deben existir entre estas variables. En segundo lugar se darán indicaciones sobre las principales fuentes de

información que suelen haber en los países, y se recalcará en la importancia de incentivar a los técnicos de las CSC para que identifiquen fuentes inéditas en el aún inexplorado mundo de bigdata. Finalmente, se describirá el procedimiento a seguir para encarar la elaboración de las Cuentas Satélite de Cultura de un país, en particular la necesidad de generar coherencia entre datos derivados de fuentes de información muy diversas e incluso contradictorias, con el fin de presentar a los usuarios una visión coherente de la realidad cultural desde una perspectiva económica.

A. Las variables principales

9.3. Es necesario dar un repaso rápido a las variables principales de las Cuentas Satélite de la Cultura con el fin de guiar al compilador en su búsqueda de información.

9.4. El trabajo se debe realizar por sector y, de manera simultánea, para los productores característicos y los productos característicos y conexos de cada sector. Los trabajos sobre empleo y la reflexión sobre el gasto y su financiación podrán desarrollarse en ciertos casos en una fase posterior; en otros casos se deberán abordar de forma simultánea varios sectores debido a las interrelaciones existentes entre ellos.

9.5. **Para los productores culturales** se deben establecer cuentas de producción y cuentas de distribución primaria del ingreso. Los productores pueden estar dedicados a la producción de mercado o de no mercado, estar formalmente organizados en empresas o ser productores informales; ser legales o ilegales. Las variables correspondientes son:

- *La producción total a valores básicos* (es decir, sin impuestos netos sobre los productos) desagregada por productos, en que aparece claramente desagregada la producción típica (necesariamente, un producto característico perteneciente al mismo sector cultural) y otras producciones secundarias, tanto culturales (identificarla claramente) como no culturales (la identificación precisa de los productos correspondientes no es tan necesaria).
- *Los consumos intermedios a precios de comprador*: el valor global no es suficiente, en particular cuando los consumos intermedios involucran productos culturales. Sean pertenecientes al mismo sector cultural o a otros sectores culturales, sean característicos o conexos, estos tienen que ser claramente identificados y valorados.
- *La diferencia*, es decir el valor agregado, debe calcularse y presentarse como la diferencia entre el agregado de producción y el agregado de consumo intermedio, pero también como la suma de la remuneración de los factores de producción: trabajo, capital, y la apropiación que efectúa el gobierno por medio de los impuestos netos a la producción. La remuneración de los factores debe ser explícita.
- En el caso de los productores de no mercado (del gobierno o de instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares), es indispensable estimar el consumo de capital fijo (CCF) con el propósito de tener una

evaluación más acorde de su producción. Esta se estima por sus costos de producción, y el CCF hace parte de estos costos directos de producción.

- *La formación de capital fijo de las actividades características*, con la separación de la que corresponde a productos culturales de aquella que proviene de productos no culturales. Esto, con miras a producir las cuentas de gasto.

9.6. **Para los productos específicos culturales (característicos y conexos)**, es necesario establecer su equilibrio oferta-utilización.

Para la oferta se deben identificar:

- La producción a precios básicos, discriminada principalmente entre producción por las actividades características (dato similar al calculado en la fase anterior en el caso de los productos característicos), producción por otras actividades culturales para las que no es típica, y producción por otras actividades no culturales.
- Las importaciones, tanto legales como ilegales, así como los impuestos de importaciones correspondientes.
- Los otros impuestos netos de subsidios sobre los productos, tanto nacionales como importados, incluyendo el monto del IVA no deducible por los consumidores.
- Los márgenes de comercio (estos, en un principio, solamente para los bienes, aunque existen ciertos servicios que se “comercializan”, por ejemplo, las entradas a espectáculos públicos pueden comprarse por intermedio de vendedores de billetes).

Para la demanda se deben identificar:

- El consumo intermedio a precios de comprador, identificando separadamente el consumo intermedio por actividades que pertenecen al mismo sector cultural, aquello que corresponde al consumo intermedio de otras actividades culturales, y finalmente aquello que corresponde al consumo intermedio de otras actividades productivas no culturales.
- El consumo final de los hogares a precios de comprador.
- El consumo final del gobierno general y de las instituciones privadas sin fines de

lucro tanto de productos de mercado (que estas entidades compran para entregar a los hogares de forma gratuita o a precios económicamente no significativos), como de productos de no mercado (corresponde a las producciones por estos mismos agentes, distribuidos a los hogares de forma gratuita o a precios económicamente no significativos).

- La formación de capital fijo en productos culturales, sean bienes materiales o activos intangibles, tales como propiedad intelectual cedida a terceros en su totalidad.
- La adquisición neta de productos valiosos en productos culturales, tanto aquellos existentes como los que han sido producidos en el período, según los diferentes agentes.
- La variación de existencias de bienes culturales de los productores, los utilizadores intermedio o del comercio (caso de los libros, por ejemplo);
- Las exportaciones, tanto legales como ilegales, valoradas a precios FOB.

9.7. En cuanto a las variables relacionadas con el empleo, es necesario tener previamente una visión clara sobre las modalidades de contratación de los que participan en el proceso productivo para poder determinar si son empleados o son trabajadores independientes, socios en el proceso o proveedores independientes de servicios (vendedores de servicios que deben tratarse como consumos intermedios). El empleo deberá medirse en número de puestos de trabajo y en empleo equivalente de tiempo completo, y habrá que referirse separadamente al primer empleo y a los empleos subsiguientes.

9.8. Finalmente, con el fin de determinar el gasto y el financiamiento del gasto, es menester describir de manera exhaustiva los mecanismos de financiación de acceso al gasto y establecer el papel de los diferentes agentes que intervienen en este proceso.

B. Las fuentes de información

9.9. Las fuentes de información a explorar son de diferente naturaleza:

- Información producida por los institutos nacionales de estadística dentro de los

procesos generales de observación de las actividades económicas y sociales.

- Información producida por el Ministerio de Cultura o las instituciones que hagan sus veces.
- Información derivada de los procesos de los organismos de control.
- Información derivada de las actividades de los financiadores.
- Información provista por los mismos productores y/o consumidores, principalmente los públicos.
- Fuentes de información de tipo general (fuentes fiscales y otras).
- Información derivada del establecimiento de los equilibrios entre oferta y demanda.

9.10. El tipo de información que cada una de estas fuentes puede proveer es muy variada y no siempre se presentará en el formato requerido ni con una cobertura exhaustiva. Sin embargo, es importante no descartarlas antes de haber sopesado lo que pueden aportar en materia de conocimiento sobre cada sector.

9.11. **Información producida por los institutos de estadística:** Usualmente los institutos de estadística de la región llevan a cabo investigaciones sobre las actividades productivas y sobre los hogares. Adicionalmente, suelen ser los responsables de la elaboración de las Cuentas Nacionales y de la balanza de pagos del país; en otros países, esta responsabilidad la asume el Banco Central.

- En cuanto a las actividades productivas, las investigaciones de interés tienen que ver con encuestas, principalmente anuales, que se aplican a una muestra de establecimientos o de empresas, usualmente seleccionadas entre los de mayor tamaño relativo, expresado, sea en término de personal empleado, sea en término de valor de producción. Para estas actividades se establece la producción por productos, los insumos por productos, el empleo, la formación de capital, entre otros. Es decir, se obtiene la totalidad de los datos que se han identificado como necesarios. Esta información se expande a la totalidad del universo de las entidades legales, sin importar su tamaño, o al subuniverso de las entidades de mayor tamaño. En algunos casos,

la encuesta se refiere a la unidad establecimiento, y en otros a la unidad empresa, una situación que es necesario identificar con precisión puesto que la unidad utilizada en las Cuentas Satélite es el establecimiento.

- Encuestas sobre el comercio exterior de bienes y servicios: estas encuestas sirven de base para la elaboración de la balanza de pagos, pero en muchos casos, es posible obtener más información directa desde la fuente primaria, es decir, desde las encuestas.
- Los institutos de estadística también hacen encuestas a los hogares para observar:
 - » El empleo por medio de las llamadas *encuestas de hogares*, que realizan un seguimiento de la situación de empleo de la población a nivel nacional o a niveles más reducidos (por ejemplo, las ciudades más importantes) con una frecuencia anual o subanual. También se suele identificar la posición ocupacional, así como la rama de actividad en la que se da el empleo; se indaga frecuentemente, no solo sobre el primer empleo sino sobre la totalidad de los empleos ocupados por las personas.
 - » El gasto de los hogares, por medio de las encuestas de ingresos y gastos y de calidad de vida, que permiten indagar periódicamente sobre los niveles y las estructuras de gastos de los hogares, donde obviamente se incluye el gasto en bienes y servicios culturales.
 - » Encuesta sobre el consumo cultural: estas encuestas, más que indagar sobre el gasto monetario, indagan sobre los hábitos de consumo tales como la lectura, la atención a espectáculos culturales, las prácticas culturales, y las razones que conducen a las personas hacia estas prácticas.
- Las llamadas *estadísticas derivadas*, como las correspondientes a las Cuentas Nacionales o a la balanza de pagos, son de gran importancia para las Cuentas Satélite de la Cultura, no solamente como fuente de información sino también por el vínculo estructural que existe entre las Cuentas Nacionales de un país y su sistema de cuentas satélite. En cuanto a fuente de información, como las

Cuentas Nacionales tienen como objetivo medir la totalidad de las transacciones económicas que intervienen en una economía durante un período determinado. Abarcan en teoría la totalidad de las transacciones relacionadas con los sectores culturales desarrolladas por actores formales o informales, legales o ilegales. Sin embargo, en la realidad, en vista de la poca importancia relativa de los sectores culturales en las economías y de la dificultad particular de su medición, las Cuentas Nacionales distan mucho del cumplimiento de este objetivo declarado; pero constituyen sin duda una base de la descripción de la economía de la cultura, a partir de la cual se deben diseñar mejoras que se deberán incorporar al cuerpo principal de la medición macroeconómica. En este sentido, son una fuente obligada para el desarrollo de las Cuentas Satélite de Cultura. Lo mismo vale en el caso de la balanza de pagos, referencia obligada de toda medición del comercio exterior de bienes y servicios, que incluye el comercio exterior de bienes y servicios culturales.

9.12. Información producida por los ministerios de tutela

Los ministerios de tutela, usualmente los ministerios de cultura, llevan un gran número de registros y estadísticas que pueden ser de gran utilidad para las Cuentas Satélite de Cultura. Estos registros se especializan por sector cultural, y dependen también del grado en que el ministerio desarrolla directamente un cierto número de funciones o las delega a unidades especializadas en el fomento de las diferentes actividades tales como el fomento de la lectura, de la práctica musical, el estímulo a la producción cinematográfica, al emprendimiento, entre otras. En cada una de estas áreas, deben existir bases de datos de toda índole que es necesario recopilar como punto de partida de la conformación de las bases de datos sectoriales.

9.13. Información derivada de la actividad de las entidades de control

Como los demás agentes económicos, los productores en los sectores de la cultura están sometidos a diferentes tipos de control:

control de su existencia legal, ejercido usualmente por las cámaras de comercio que exigen un registro anual y recopilan algunas informaciones básicas que permiten establecer directorios por actividad económica (clasificación CIIU), incluyendo algunas variables básicas de tipo económico; las unidades más grandes en términos de valor de activos o valor de ventas suelen estar sometidas a controles más detallados de sus estados financieros (este es el caso de las superintendencias de sociedades o de compañías). En general, el acceso a esta información es abierto. El trabajo consiste entonces en transformar la información de tipo contable en información económica.

En calidad de entidad de control de los flujos externos, el Banco Central puede llegar a tener información sobre las entidades de los diferentes sectores culturales en los que se realice inversión extranjera, lo que podría aprovecharse para las Cuentas.

9.14. Información derivada de las actividades de los financiadores

Los financiadores pueden también convertirse en proveedores importantes de información, a través de las informaciones que se recolectan cuando se hacen licitaciones o concursos, o por medio de los montos que pagan por hacerse a ciertos bienes o servicios culturales; por ejemplo, los concursos para productores de cine con los que se conceden subsidios, los montos que paga el gobierno como apoyo a las bibliotecas públicas para la adquisición de libros, los subsidios destinados a ciertos espectáculos públicos, las contrataciones para conciertos que después se ofertan a precios relativamente bajos. Los financiadores pueden ser públicos (gobierno central o administraciones locales) o privados. Debe mencionarse el papel de las emisoras de radio y televisión como compradores de servicios provistos por músicos, artistas, entre otros.

9.15. Información provista por los mismos productores y/o consumidores, principalmente los públicos

En el mismo orden de ideas, se puede rastrear la información de los productores de servicios que no están necesariamente cobijados por

las encuestas. Tal es el caso de los bancos centrales que, en muchos países de la región, juegan un papel importante en actividades de museos, bibliotecas y salas de concierto. También sucede con agentes como las cajas de compensación familiar en Colombia; puesto que estas manejan salas de conciertos, y pueden proveer información sobre los espectáculos que presentan. Los gobiernos también promueven la organización de los productores, los que a su vez representan fuentes de información de las que se pueden obtener datos sobre las actividades de sus socios.

Igualmente, se puede señalar el papel de las organizaciones encargadas de la colecta de los derechos ligados a la propiedad intelectual de los artistas, autores e intérpretes, como lo SAYNCO y ACINPRO en Colombia. Estos ingresos constituyen la producción asociada directamente con el sector de la creatividad.

9.16. Fuentes de información de tipo general (fuentes fiscales y otras)

Existen fuentes de tipo general que también se deben explorar, en particular aquellas ligadas con la fiscalidad propia de ciertos productos culturales, o con la fiscalidad general a la que son sometidos todos los contribuyentes. Ya se ha estudiado el caso de los derechos de transmisión que deben pagar quienes explotan las salas de cine, cuyo valor difiere según el tipo de películas que se proyecten: nacionales o extranjeras. En el caso de los editores, existe una serie de documentos que se deben presentar junto con un pago para registrar los libros y obtener un ISBN. Finalmente, pueden explorarse las declaraciones de renta de los contribuyentes, personas naturales o jurídicas, usualmente clasificados por ramas de actividad de la CIIU, que permiten conocer de forma resumida los ingresos y los egresos correspondientes a la actividad.

9.17. Información derivada del establecimiento de los equilibrios entre oferta y utilización

Es necesario recalcar que los ejercicios de reconciliación entre informaciones parciales dentro de marcos de consistencia, permiten suplir en parte la falta de informaciones directas, en razón de la coherencia que debe existir entre la oferta y la utilización de los bienes y

servicios, así como la coherencia de estas variables en el tiempo.

C. Preparación de los datos y recomendaciones prácticas para el cálculo de variables e indicadores de las Cuentas Satélite de Cultura

9.18. La preparación y el alistamiento de datos para el cálculo de variables e indicadores requiere de cuatro pasos:

- (i) identificación del universo de medición y de las fuentes de información disponibles;
- (ii) adecuación de los datos a las características requeridas en las Cuentas Satélite de Cultura;
- (iii) generación de los cálculos de las CSC, y;
- (iv) consolidación de la información, revisión de su coherencia y presentación de los cuadros del sistema.

Primer paso. Identificar el universo de la medición del sector cultural y las fuentes de Información disponibles

9.19. En el campo cultural, la carencia de datos continuos y el subregistro significativo causado por los altos niveles de informalidad y constante entrada y salida de los productores culturales en el mercado, exigen un tratamiento cuidadoso de la información disponible.

9.20. La identificación del universo de medición de los sectores culturales implica determinar los agentes que intervienen en la producción, los productos característicos y los productos conexos. Se recomienda efectuar un listado de las fuentes de información disponibles, e indicar para cada una el ámbito de cobertura que alcanza en el universo de medición. Esta etapa conlleva al acopio de la información pertinente para su utilización en las CSC, a la identificación de la información disponible y susceptible de ser depurada para su uso y, por último, a la detección de la información que se debe generar para alcanzar la mayor cobertura del universo de medición en cada sector. Igualmente, en esta etapa se realiza el cruce de las informaciones disponibles para evitar la duplicidad y la consecuente sobrevaloración de las variables de las CSC.

9.21. Para la determinación de los agentes, se recomienda desarrollar directorios de las empresas o unidades estadísticas de cada

sector cultural, que deben mantenerse actualizados constantemente con el objetivo de facilitar el alistamiento de la información y de reportar correctamente las evoluciones de las variables básicas del sector en el tiempo.

9.22. El cruce de directorios consiste en establecer las unidades de observación que están incluidas simultáneamente en varias de las fuentes de información utilizadas. Adicionalmente, esta acción permite determinar cuál es la fuente de información más confiable y completa para incorporarla en la medición, y evitar así la duplicidad. En algunas oportunidades, la información completa de una misma unidad de observación puede provenir de varios registros, por lo que se debe procurar que la información sea del mismo período de referencia y que haya coherencia entre las variables que se repiten en uno y otro registro.

Segundo paso. Adecuar los datos a las características requeridas para las Cuentas Satélite de Cultura

9.23. Esta etapa del trabajo consiste en la normalización, depuración y conversión de la información generada por las fuentes, de acuerdo con las características requeridas para calcular las variables de las CSC. Para este propósito, se requiere

elaborar la correspondencia entre las variables de las operaciones estadísticas tomadas como fuente de información y las variables de las Cuentas Satélite de Cultura, para cada sector del campo cultural. Esta acción se realiza una sola vez, en el momento en el que se incorpora una fuente de información por primera vez, y se revisa o actualiza cada año con las modificaciones de la correspondencia establecida entre las variables de la fuente y las de las Cuentas Satélite de Cultura.

9.24. En casos en los que la información provenga de fuentes contables, la homologación de partidas debe considerar tres situaciones diferentes:

- Renglones del estado financiero que corresponden a un solo código de las CSC: la clasificación no presenta dificultad.
- Renglones del estado financiero que corresponden a más de un código de las CSC: se debe crear una hipótesis, consultando

a especialistas del sector para buscar una buena solución, solución que puede modificarse con el tiempo.

- Renglones del estado financiero que hacen parte de una fórmula: se trata de combinaciones de registros del estado de pérdidas y ganancias y del balance, para obtener el valor de la variable. Por ejemplo, el cálculo de la formación bruta de capital fijo.

Tercer paso. Calcular las variables de las Cuentas Satélite de Cultura

9.25. Para el cálculo de las variables de las Cuentas Satélite de Cultura, se recomienda trabajar en el orden siguiente:

- Identificar los productores característicos y establecer su cuenta de producción y de generación primaria del ingreso.
- Establecer los equilibrios oferta-utilización de los productos característicos y conexos.
- Establecer la cuenta de gasto y la financiación del gasto.

a. Métodos de estimación y cálculo de las variables de la Cuenta de producción

9.26. Existen dos tipos de unidades estadísticas cuyos procesos productivos son observables y observados por los sistemas estadísticos: las empresas y los establecimientos.

9.27. Las empresas son unidades independientes, usualmente con un estatuto legal, que tienen el control sobre sus gastos e ingresos, pueden emitir pasivos y responder por ellos. Un establecimiento se define como “una empresa o parte de una empresa situada en un único emplazamiento y en el que sólo se realiza una actividad productiva (no auxiliar) o en la que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor agregado” (SCN 2008: 5.3).

9.28. Los establecimientos son partes de las empresas, y son más homogéneas que ellas desde el punto de vista de la producción. Por este motivo son las unidades estadísticas que se utilizan

en las Cuentas Nacionales cuando se estudia la producción. Para que una parte de una empresa pueda definirse como un establecimiento, debe corresponder a un proceso de producción para el cual existe información tanto sobre su producción como sobre sus costos directos de producción. Por consiguiente, también deben utilizarse en la CSC. Sin embargo, como ya se señaló, a pesar de ser relativamente más homogéneas que las empresas, pueden también presentar heterogeneidad en cuanto a los productos producidos, de tal manera que además de su producción principal, pueden tener producciones secundarias cuando los procesos de producción no se pueden separar estadísticamente.

9.29. Se debe señalar aquí que no se deben crear unidades de producción artificiales a partir de productos, sin que existan efectivamente en la realidad organizacional del país unidades tipo establecimiento que produzcan los productos identificados inicialmente como característicos: si no hay tales unidades de producción, entonces estos productos serán conexos para la economía en cuestión, y al menos que las unidades de producción que los produzcan sean características de la cultura por alguna producción típica que tenga, la producción de este producto no participará de la medición del PIB cultural.

9.30. La elaboración de las cuentas de producción de las actividades culturales características requiere de mucha información y es necesario entender la operación de los diferentes sectores culturales. No se pueden simplemente adaptar los datos reportados en las Cuentas Nacionales o en las encuestas estructurales generales, sino que es necesario preguntarse para cada uno de los sectores culturales, sobre su modo de operación y sobre el alcance de su representación en los marcos generales de captura de información.

9.31. El primer paso para el cálculo de las cuentas de producción consiste en establecer los directorios básicos²⁷ de las entidades (pefe-

27. Los universos que se establecen con los directorios son las bases muestrales en el caso de las observaciones por muestra o de universos de referencia para reajustar la información, pues ésta siempre es incompleta. Para establecer estos directorios es necesario no solamente tomar como base los directorios existentes en los institutos de estadística, sino también realizar una revisión a fondo de fuentes alternativas que puedan existir. Entre estas, la información que tienen autoridades públicas, entidades privadas, entidades que atienden al público y que por lo tanto están obligadas a tener permisos de operación, así como información contenida en los registros de impuestos y aduanas nacionales, los registros administrativos de establecimientos comerciales, las asociaciones profesionales, los gremios de las actividades económicas culturales, entre otros. Sin embargo, es muy posible que no haya directorio para unidades de producción de tipo informal o ilegal.

riblemente) establecimientos por actividad económica cultural, ya que sus cuentas se deben incluir en las cuentas de producción sectorial y total. Durante los ejercicios de construcción de directorios se debe tener en cuenta que en la mayoría de los casos, empresas y establecimientos serán similares. Casi nunca será fácil elaborar estos directorios, algunas veces imposible, dada la importancia que pueden tener los productores pequeños o aún informales, para los que se deberán establecer procedimientos complementarios de estimación de la cobertura faltante con la utilización de información de otra índole y en particular la información sobre empleo.

Posteriormente se deben definir estrategias particulares para la estimación de la producción y el consumo intermedio de las diferentes categorías de agentes, estas son:

- a. Los establecimientos de mercado que pertenecen a las ramas de actividad culturales de cada sector o subsector, según la clasificación establecida, y que son fácilmente observables porque son grandes, organizados y relativamente estables en el tiempo;
 - b. Los establecimientos de mercado que pertenecen a las ramas de actividad culturales de cada sector o subsector, pero que no son ni grandes ni organizados, y que por consiguiente escapan a los instrumentos institucionales de medición; aquí se incluyen en particular todos los productores que trabajan en forma independiente y que constituyen asimismo unos micro-productores.
 - c. Los establecimientos de no mercado que pertenecen a las ramas de actividad culturales de cada sector o subsector, según la clasificación establecida: serán establecimientos de los gobiernos centrales o locales o partes de instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares.
- 9.32. Es necesario realizar un buen seguimiento a los posibles cambios en la legislación cultural en general, y particularmente a los métodos de contratación y de vinculación laboral, pues ciertas modalidades se pueden volver obligatorias (por ejemplo, la afiliación a sistemas de protección social por parte del empleador) o ciertos cambios en los regímenes fiscales

pueden convertir algunos métodos de contratación en soluciones más favorables que pueden llegar a modificar los tratamientos previamente desarrollados, usualmente aplicados a universos específicos.

- 9.33. Los establecimientos de mercado de mayor tamaño relativo son frecuentemente cobijados por las encuestas económicas llevadas a cabo por los institutos nacionales de estadística. Sin embargo, es necesario verificar los procesos de recopilación de los datos de cara a las particularidades de las actividades que corresponden al sector. En particular, es necesario revisar la clasificación de las actividades que se utilizan así como la de los productos producidos y de los insumos con el fin de adaptarla a las clasificaciones propias de las Cuentas Satélite de la Cultura.
- 9.34. En ciertos sectores, los establecimientos culturales presentan una gran movilidad en la entrada y la salida del mercado, pero también frecuentes cambios de sitio: es el caso de la producción cinematográfica, el teatro, entre otros, en que se crea frecuentemente una unidad legal diferente para cada espectáculo o película; es así que al establecer los directorios es importante tener en cuenta esta particularidad. En la mayoría de los casos se suelen hacer imputaciones como productores de agentes no organizados legalmente, a partir de la información disponible de micro establecimientos o de ventas ambulantes, y a partir de las investigaciones u operaciones estadísticas sobre el consumo en las que se suele preguntar el sitio o la forma de adquirir los bienes y servicios culturales (tiendas especializadas, kioscos o espacio público).
- 9.35. La observación de los establecimientos de no mercado posiblemente requiere acudir a otros tipos de fuentes, como los establecimientos de carácter público y de financiación principalmente pública. Una vez identificados los establecimientos de no mercado que pertenecen a las ramas de actividad culturales, es necesario conseguir los informes financieros que presentan y, posiblemente, dar un tratamiento particular a cada uno de estos.
- 9.36. La estimación de la producción de las entidades informales debe basarse tanto en un cálculo directo como en un porcentaje (estimado) de

la oferta del sector formal. Adicionalmente, se debe partir de elementos de la demanda (por ejemplo, de la estimación de las compras de libros o de música grabada legalmente o pirata), o del consumo intermedio de actividades formales (servicios de actuación contratados como proveedores independientes o derechos de autor pagados por editoriales).

9.37. Cuando se cuenta con información proveniente de encuestas económicas (industriales, comerciales o de servicios) acerca de las unidades de producción, o con información financiera de las empresas privadas o del gobierno, se calcula la producción por actividades considerando que:

9.37.1. Si se tiene información sobre las cantidades y los precios unitarios de los bienes culturales, y la unidad tiene algún sentido, la producción en valor se puede obtener aplicando el precio promedio a las unidades físicas. Se puede llevar a cabo un procedimiento similar para los servicios cuando la unidad de medida lo permite. Sin embargo, rara vez se encuentra la información necesaria para llevar a cabo un análisis de las cantidades y los precios de los servicios culturales.

9.37.2. Si se tiene información en valor, la producción por producto de cada una de las actividades se expresa en precios corrientes.

9.37.3. Si se tiene la información de los registros contables, se debe analizar especialmente la información correspondiente a: (i) los ingresos operacionales: corresponden a la producción total de la unidad, y deben discriminarse entre la producción característica de la actividad en estudio y las producciones secundarias que se refieren a la generación de productos diferentes a los característicos o típicos de la actividad; (ii) los gastos operacionales relacionados con los insumos, las materias primas y los servicios que debieron pagarse para el logro de la producción. Este valor corresponde en general con el consumo intermedio aunque hay que revisar lo correspondiente a depreciación (que debe excluirse del consumo intermedio). La diferencia entre el total de

la producción y el consumo intermedio es el valor agregado.

9.37.4. Para el cálculo de las producciones de no mercado de las entidades de gobierno y de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares, se efectúa una relación de sus costos en la que se incluye el consumo de capital fijo. La sumatoria de los costos es el valor de la producción.

9.37.5. Si la fuente de información utilizada es la información tributaria (caso de las personas naturales), se toma como valor de la producción el valor reportado como ingresos por honorarios, comisiones y servicios.

9.37.6. Cuando no se tiene ningún tipo de información sobre ciertos productores, se debe recurrir a las mediciones indirectas que deben abarcar tanto el valor de producción y su desagregación, como los consumos intermedios. Se suele suponer que estos productores solo producen su producto característico. El monto global de su consumo intermedio se estima, frecuentemente como una proporción del valor de la producción o del valor agregado (hipótesis implícita de estabilidad de los coeficientes técnicos).

9.37.7. Para medir este tipo de consumo se puede acudir al valor reportado por la entidad de vigilancia de las sociedades no financieras. En los estados financieros, estos consumos intermedios corresponden a los rubros de honorarios, contribuciones y afiliaciones, gastos legales, arrendamientos, mantenimientos y reparaciones, gastos bancarios, comisiones, gastos extraordinarios, adecuación e instalación, gastos de viaje, gastos extraordinarios, entre otros. De esta forma, para las empresas grandes y formales reportadas, es posible identificar el consumo intermedio, y al relacionarlo con su participación dentro de la producción total se identifica el coeficiente técnico, es decir la relación del consumo intermedio con la producción.

9.37.7. Es importante establecer con el mayor detalle posible los consumos intermedios de las actividades características, y

en particular los consumos de otros productos característicos, ya que permiten visualizar las interdependencias entre las diferentes actividades y establecer una relación racional entre los diferentes sectores y dentro de los mismos sectores.

9.37.8. Si la información existente lo permite, es razonable tratar de diferenciar el coeficiente técnico según el tamaño del productor, y al no tener información sobre los pequeños productores, estimar el consumo intermedio total de estos pequeños productores a partir de este coeficiente técnico para obtener una estimación del valor agregado.

9.37.9. Si se trata de una estimación para un año base, se deben tener en cuenta los niveles de la producción. Para la estimación de un año corriente, se busca básicamente desarrollar una estimación del período, consistente con la estimación realizada en el año o en el período anterior, pues en este caso lo que interesa es medir la evolución desde el período anterior. En las CSC de muchos países, los cálculos se realizan de forma exhaustiva año tras año. Sin embargo, es necesario verificar la coherencia intertemporal de las estimaciones.

b. Cálculo de las variables de los balances oferta-utilización o equilibrios de productos

9.38. En la elaboración del balance oferta-utilización o el equilibrio de productos, para calcular la producción se debe tomar como punto de partida el valor encontrado en las cuentas de producción referido al producto en estudio, y se debe investigar el monto de la producción realizada por establecimientos pertenecientes a otras actividades (la producción secundaria de estos establecimientos, que pueden ser culturales pero correspondientes a otros sectores, o no culturales).

9.39. Para los demás componentes del equilibrio de producto se deben buscar fuentes idóneas, de acuerdo con la importancia relativa de los diferentes componentes: comercio exterior, consumo intermedio, consumo final, formación de capital, adquisición neta de objetos valiosos y cambio de existencias.

9.40. Los datos de comercio exterior se derivan principalmente de la balanza de pagos y de las encuestas sobre comercio exterior. Allí no se incluyen estimaciones por contrabando, aunque estos ajustes sí se efectúan en las Cuentas Nacionales. Por consiguiente, es relevante revisar el método utilizado para esta estimación y acogerla o modificarla si existen evidencias sobre su inadecuación.

9.41. La estimación del consumo intermedio puede hacerse de dos maneras que deben reconciliarse: por una parte, a partir de las actividades que utilizan estos productos como insumos y, por otra parte, a partir de la oferta (producción más importación). Si las actividades que los consumen son culturales, esta reconciliación permite asegurar una coherencia entre las estimaciones de los diferentes sectores culturales. En el caso de los productos cuyos productores son informales o son personas naturales, esta reconciliación permite "amarrar" la estimación a otros niveles mejor conocidos.

9.42. Para hallar el valor del consumo final de los hogares, por el lado de la demanda se puede acudir a la información de las encuestas de hogar o a las encuestas de calidad de vida. Una de las dificultades que presentan estas encuestas es que en casi ningún país se efectúan anualmente, por lo que habrá que extrapolar los datos observados en el año de la encuesta al año (o a los años) para el que se establecen las cuentas.

e

Ejemplo 2. Balance Oferta Utilización del Producto juegos y juguetes, Sector Juegos y Juguetería**

El objetivo de este ejemplo es presentar una forma sencilla de hacer un Balance de Oferta Utilización cuando se tiene información completa sobre un producto específico.

Tal como se explicó en el capítulo de bienes y servicios, para la elaboración del Balance Oferta Utilización se debe primero identificar los productos que se van a analizar, luego recolectar la información disponible. Posteriormente se organiza dicha información asociándola a las variables del BOU y por último, se presenta el cuadro.

Es importante mencionar que, dado que se pretende hacer el BOU de los productos del sector de juegos y juguetes, es posible para este caso agruparlos, lo cual es una práctica recurrente en los países iberoamericanos donde no es usual hacer un equilibrio por cada posición de la CPC, sino que se agrupan por disponibilidad de información o por la condiciones de visibilidad de ciertos productos en un país determinado.

Para ello, en este ejemplo, se siguen unos pasos a fin de obtener la información del BOU de productos de juegos y juguetes agrupados, con la mayor información posible.

Paso 1. Identificación de los productos culturales del sector de Juegos y Juguetería, y su actividad de origen

Para este caso se identifica el producto que se va a analizar dentro de la nomenclatura de productos CPC Rev. 2, así:

Actividad económica (CIU, Rev 4)	(CPC, Rev 2)
3240 Fabricación de Juegos y Juguetes	38510 Coches de muñecas; juguetes con ruedas diseñados para ser montados por los niños
	38520 Muñecas que representan seres humanos; juguetes que representan animales o criaturas no humanas
	38530 Partes y accesorios de muñecas que representan seres humanos
	38540 Trenes eléctricos de juguete y vías, señales y otros accesorios para estos; maquetas de tamaño reducido ("a escala") para montar y otros juegos de construcción y juguetes para armar
	38550 Rompecabezas
	38560 Otros juguetes (incluso instrumentos musicales de juguete)
	38570 Naipes
	38590 Otros artículos para juegos de feria, juegos de mesa o de salón (incluso artículos para juegos de billar, mesas de juego con mecanismos varios, mesas especiales para juegos de casino y equipos automáticos para juegos de bolos), excepto videojuegos del tipo utilizado con receptor de televisión
	84391 Juegos en línea (on-line)

Paso 2. Recopilación de información

Para estos productos es necesario recopilar información sobre su producción, obtenida de diferentes fuentes de información de los establecimientos cuya producción principal sea estos productos y se adicionan las producciones secundarias de establecimientos no culturales que tienen dentro de su producción el grupo de productos. Es importante resaltar que muchos de los juegos y juguetes se producen de forma artesanal en negocios informales, lo cual dificulta la recolección de información básica. Por esta razón aunque se señala que es producción total, ésta supeditada a los avances en los estudios de las actividades informales que se hayan alcanzado.

De otra parte, la información sobre las importaciones y exportaciones se deriva de las investigaciones u operaciones estadísticas sobre el comercio exterior. En cuanto a los datos de márgenes de comercio, se pueden derivar de las Encuestas de Comercio o investigaciones directas sobre los márgenes comerciales y de transporte, de los establecimientos especializados en el comercio de juegos y juguetes.

Los datos de consumo final se toman de otras fuentes, por ejemplo, encuestas de ingresos y gastos o encuestas de calidad de vida.

Por otro lado, la información para el Consumo Intermedio se puede estimar por medio de investigaciones directas sobre las actividades que utilizan este producto como factor de producción.

Por último, la información de los valores de la variación de existencias se toma de la encuesta económica de manufactura, analizando el comportamiento de los inventarios para el grupo de productos de Juegos y Juguetería.

Paso 3. Organización de las variables

Para el año estudiado 2010, se organizan las variables recopiladas para el cuadro de salida, de tal manera que se cumpla la ecuación:

$$P + M = CI + CF + FBKF + E + ANOV + X$$

Donde, **P** es la sumatoria de las producciones de los productos por parte de los residentes del país

M son las importaciones de los productos

CI es el consumo o uso de estos productos para la producción de actividades (por ejemplo, escuelas que adquieren juguetes para que juegan los alumnos.)

CF es el consumo final de los productos por parte de los hogares

FBKF son los usos de este grupo de productos como bienes de capital

ΔE son los valores de estos productos que entran temporalmente a existencias sea en espera de su comercialización, o porque al final del periodo, su proceso de producción no ha concluido y quedan como productos en proceso

ANOV son los usos de estos productos que son conservados como objetos valiosos o bienes valiosos, los cuales en el sector de la juguetería son realmente bajos.

X son las exportaciones de los productos.

Paso 4. Presentación del cuadro de salida

Se presenta el cuadro de salida con la información recolectada y organizada, de la siguiente manera:

Cuadro Balance Oferta Utilización de los productos del Sector Juegos y Juguetería

(Cifras en millones de pesos)

Oferta	Producción precios básicos	134.070
	Producción de mercado	134.070
	Importaciones CIF precios básicos	235.088
	Impuestos sobre los productos excepto el IVA	21.106
	Márgenes de comercio y transporte	153.070
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	20.385
	Oferta total - Precios comprador	563.719
Demanda	Demanda total - Precios comprador	563.719
	Consumo intermedio precios comprador	79.899
	Consumo final hogares	426.304
	Formación bruta de capital fijo	47.917
	Variación de existencias	-19.429
	Exportaciones	29.028

Fuente: DANE Colombia, Cuenta Satélite de Cultura, año 2010.

**Los datos aquí presentados pertenecen al Balance Oferta Utilización del producto juegos y juguetes de Colombia para la base 2005, año 2010. Sin embargo, para facilitar la comprensión del ejercicio se han realizado modificaciones en los datos.

c. Cálculo de las variables del cuadro de gasto y la financiación del gasto

9.43. La elaboración del cuadro de gasto supone identificar primero y con claridad los elementos constitutivos del gasto que, para cada sector, tienen un alcance ligeramente diferente de los elementos de los gastos incluidos en los equilibrios oferta-utilización de los productos característicos del sector. En efecto, el gasto incluye:

- El consumo final (productos de mercado y productos de no mercado)
- El consumo intermedio (terminal y no terminal²⁸)
- La formación bruta de capital fijo total en productos culturales
- La variación de existencias
- La adquisición neta de objetos valiosos
- La adquisición de bienes y servicios para las prácticas culturales no incluida anteriormente
- El gasto asociado con la gestión cultural (no incluido anteriormente)
- Las inversiones en activos no financieros de las actividades culturales (excluyendo los productos culturales ya incluidos anteriormente)
- Las transferencias corrientes y de capital cuyo valor no se ha incluido antes

28. El CI no terminal, es decir, aquel que se utiliza para producir otros productos culturales, se debe eliminar cuando se calcula el gasto cultural total de la economía, ya que su valor se encuentra inmerso en el valor de los bienes y servicios resultado del proceso productivo.

9.44. Para cada uno de estos componentes del gasto es necesario identificar quién es el beneficiario y quién es el pagador, en particular cuando el pagador es diferente del beneficiario. En el Sistema de Cuentas Nacionales (la referencia conceptual principal) existen casos claramente identificables: cuando el gobierno adquiere servicios de proveedores de mercadería precios comerciales y los ofrece gratis o a precios muy bajos, tales como los eventos culturales (en Colombia, los festivales al parque como “Rock al parque”). El análisis tiene que ser más sutil en casos como el de las emisiones de televisión de las que disfrutaron los hogares y que se financian por medio de la publicidad, o las fiestas de fin de año u otros eventos organizados por las empresas para sus empleados.

d. Fuentes de información para la elaboración de la matriz de empleo

9.45. La elaboración de la matriz de trabajo/empleo requiere la existencia de operaciones estadísticas en el país que puedan brindar información sobre el empleo y que eventualmente cuenten con una desagregación que permita hacer análisis del empleo de las actividades económicas culturales. De esta manera, para esta investigación se recomienda que se realicen las siguientes operaciones estadísticas:

- Encuestas nacionales de empleo o mercado laboral, cuya unidad estadística son los hogares.
- Encuestas o investigaciones realizadas a los establecimientos económicos manufactureros, de comercio o servicios.
- Registros administrativos que aporten información sobre empleo, trabajo o mercado laboral.

Encuestas nacionales de empleo o mercado laboral realizadas a hogares

9.46. Este tipo de operación estadística indaga sobre el número de personas ocupadas y por el número de empleos y sus características económicas. Brinda información básica sobre la estructura de la fuerza de trabajo y las características de la población ocupada en términos de posición ocupacional (asalariados, cuenta propia, voluntarios o no remunerados), género, educación, tipo y valor de los ingresos, horas

trabajadas, entre otros. Esta información se encuentra generalmente disponible por actividad económica según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU, revisión 4) (DANE: 2011, 6), o por las grandes ramas de actividad económica que defina el equipo de Cuentas Nacionales del país.

9.47. Para la recolección de la información de empleo en las operaciones estadísticas se establecen algunos supuestos:

- Los puestos de trabajo totales corresponden a la sumatoria del primer y el segundo empleo.
- El primer empleo hace referencia a la actividad u oficio a la que dedica mayor tiempo la persona ocupada, a cambio de una remuneración o ganancia.
- El segundo empleo se define como la segunda actividad u oficio por la que el ocupado recibe una compensación, pero a la que dedica menos tiempo.

Encuestas nacionales de cultura realizadas a hogares

9.48. Los resultados de estas encuestas pueden contener información relevante para la elaboración de las CSC y en particular para los indicadores cocomplementarios.

Encuestas a los establecimientos económicos

9.49. Estas encuestas realizadas a los establecimientos económicos manufactureros, de comercio o de servicios, tienen parámetros de inclusión generalmente dirigidos a los establecimientos más grandes de los sectores y del país. Tienen una desventaja y es que no cubren los establecimientos pequeños o informales que en el ámbito cultural son numerosos.

9.50. Se recomienda también indagar sobre la existencia de encuestas a establecimientos económicos informales, de microempresas o similares, pues éstos pueden arrojar información importante para los establecimientos de interés del campo cultural.

Registros administrativos

9.51. En los países iberoamericanos existen con toda seguridad registros administrativos que

brindan información sobre los trabajadores vinculados o no vinculados a las empresas, sobre los empleos de asalariados y por cuenta propia con personerías naturales o jurídicas, sobre los establecimientos registrados mercantilmente que tienen información asociada sobre la actividad económica y el número de trabajadores, la ocupación generada por las asociaciones con fines de lucro y sin fines de lucro cuyo trabajo asociado es de interés para el campo cultural, entre otros.

9.50. En relación con las variables de empleo, como se dijo en el capítulo 6, la información que se utiliza como insumo importante es el resultado de la aplicación de las encuestas a los hogares que indagan sobre las particularidades de empleo, ocupación o mercado laboral, y de las encuestas económicas o los registros administrativos de las empresas culturales sobre ocupación, trabajo o empleo. En este sentido, se puede obtener esta información de acuerdo con la clasificación CIIU, desagregada por sectores culturales.



Ejemplo 3. Cuadro de salida de oferta laboral para el Sector de la Música

Suponiendo que se tiene la información sobre empleo del Sector Edición y Producción Musical, con los ocupados del sector, clasificados por Empleados (EM), Cuenta Propia (CP) o Voluntario (VO), y se requiere elaborar el número de ocupados de primer y segundo empleo de la matriz de Oferta laboral, a partir de la información que contiene el siguiente cuadro:

Cuadro de ocupados por primer y segundo empleo Sector Edición y Producción Musical

Código ocupación CIIUO	Número de ocupados	Actividad económica CIIU Primer empleo-Tipo empleo	Actividad económica CIIU Segundo empleo-Tipo empleo
Músicos, cantantes y compositores	150	5920-AS	9000-CP
	420	9000-AS	5820-CP
	185	4762-CP	8620-CP
	26	4762-AS	5811-AS
	890	5920-CP	1075-AS
	500	9000-CP	5811-CP
	254	5920-AS	9411-VO
	460	4762-AS	8542-AS
	731	9000-AS	8530-CP
	886	4762-CP	9000-AS
	257	9000-CP	9411-VO
	333	5920-CP	5811-CP
	295	9000-CP	8530-CP
	510	4762-AS	7310-CP
	390	5920-CP	1075-CP
345	5920-AS	9411-CP	

AS: Asalariados, CP: Cuenta Propia, VO: Voluntarios o No remunerados

Fuente: Elaboración propia

Como se observa este cuadro contiene el número de ocupados que reportan como primer empleo la primera y segunda actividad que se menciona. Así, en la primera se observa que 150 personas han reportado como primer empleo la actividad de grabación de sonido y edición de música de grabaciones sonoras (Código 5920) y, como segundo empleo, las actividades creativas, artísticas y de entretenimiento (Código 9000). En el primer empleo estas 150 personas informan que son asalariados (AS) y en el segundo empleo trabajan por cuenta propia (CP). En la segunda fila se reportan 420 que son asalariados en primer empleo y así sucesivamente con todas las filas.

Paso 1. Se organiza la información realizando un ordenamiento ascendente por primer empleo según actividad económica CIU, de la siguiente manera:

Código ocupación CIUO	Número de ocupados	Actividad económica CIU Primer Empleo-Tipo Empleo	Actividad económica CIU Segundo empleo- Tipo Empleo
Músicos, cantantes y compositores	185	4762-CP	8620-CP
	886	4762-CP	9000-AS
	26	4762-AS	5811-AS
	460	4762-AS	8542-AS
	510	4762-AS	7310-CP
	890	5920-CP	1075-AS
	333	5920-CP	5811-CP
	390	5920-CP	1075-CP
	150	5920-AS	9000-CP
	254	5920-AS	9411-VO
	345	5920-AS	9411-CP
	500	9000-CP	5811-CP
	257	9000-CP	9411-VO
	295	9000-CP	8530-CP
	420	9000-AS	5820-CP
	731	9000-AS	8530-CP

AS: Asalariados, CP: Cuenta Propia, VO: Voluntarios o No remunerados

Fuente: Elaboración propia

Con este ordenamiento se pretende organizar la información por categorías de empleo similares.

Paso 2. Se suman el número de ocupados de la misma categoría.

Es decir la misma actividad y tipo, y se agrupan por: asalariados, cuenta propia o voluntarios. Por ejemplo: se tienen todos los ocupados de la actividad 4762 por cuenta propia, tanto los que tienen por segundo empleo la actividad 8620 = 185, como los que tienen por segundo empleo el producto 9000 = 886. Es decir que para la actividad 4762 por cuenta propia, se tienen $185 + 886 = 1071$ ocupados. Los resultados para cada tipo se suman y luego se colocan en el cuadro según la categoría. La misma operación se realiza con todas las categorías hasta obtener el total de asalariados, el total de ocupados por cuenta propia y el total de voluntarios o no remunerados.

Al finalizar, se totalizan los ocupados que tienen las actividades de edición y producción musical como primer empleo, tanto como los que los tienen como segundo empleo.

Paso 3. Presentación del cuadro de salida de la oferta laboral

Es posible organizar el cuadro, tal como lo recomienda la guía metodológica, así:

Código Actividad Económica	Descripción	Total número de ocupados				Número de ocupados primer empleo				Número de ocupados segundo empleo			
		Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados	Total	Asalariados	Cuenta propia	Voluntarios o no remunerados
5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música de grabaciones sonoras	2362	749	1613	0	2362	749	1613	0	0	0	0	0
9000	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad	3239	2037	1202	0	2203	1151	1052	0	1036	886	150	0
4752	Ventas al por menor de grabaciones musicales y videográficas en almacenes especializados	2067	996	1071	0	2067	996	1071	0	0	0	0	0

Los datos presentados en este ejemplo son ficticios.

Paso 4. Consolidar la información y presentar los cuadros del sistema

Cuarto paso. Consolidar la información y presentar los cuadros del sistema

9.51. Realizados los cálculos de las variables por medio de los diferentes métodos, se procede al diligenciamiento de los cuadros del marco contable. Esta es una oportunidad para revisar la coherencia de la información, que a veces

se ha trabajado de manera aislada. Esta consolidación permite calcular los agregados sintéticos y obtener resultados agregados de las cuentas, que pueden tomarse como base para hacer comparaciones internacionales y, en general, para la toma de decisiones en el sector cultural.



BLOQUE III.

Instrumentos para la implementación
de las Cuentas Satélite de Cultura

1. Condiciones mínimas y acciones recomendadas para el diseño de las Cuentas Satélite de Cultura



Las Cuentas Satélite de Cultura (CSC), como marco estadístico robusto que calcula los aportes de la cultura a la economía de un país, implican diversos ejercicios de sistematización de información estadística para analizar las actividades y productos generados durante la creación, producción, difusión, exhibición, consumo y apropiación de las diversas expresiones artísticas y el patrimonio.

Con este objetivo, antes de dar inicio a la implementación de las CSC es importante que el país interesado cuente como punto de partida con una serie de condiciones técnicas que faciliten la identificación de los sectores culturales objeto de medición, ofrezcan el marco de estadísticas necesarias para la medición, y faciliten la disponibilidad, consolidación y retroalimentación de la información necesaria.

Para apoyar este proceso, este documento, producto del trabajo articulado entre la Organización del Convenio Andrés Bello (CAB), el Instituto de Estadísticas de la Unesco (UIS) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), presenta una serie de recomendaciones clave que se deben considerar antes de emprender los ejercicios de medición económica bajo el enfoque metodológico de las CSC. Estas recomendaciones se plantean a partir de las experiencias técnicas de estas agencias y de los aprendizajes adquiridos por los países de Iberoamérica que, siguiendo la Metodología de las Cuentas Satélite

de Cultura del CAB, han desarrollado sus CSC (Argentina, Colombia, Costa Rica, España, México y Uruguay) o se encuentran efectuando sus primeros cálculos (Brasil, Bolivia, Chile, El Salvador, Ecuador, Honduras, Guatemala, Paraguay, Perú y República Dominicana).

El objetivo es garantizar que a partir de la identificación de tres condiciones mínimas y cuatro acciones recomendadas antes de iniciar los procesos de ejecución de las CSC se facilite la labor de las autoridades de cultura y de las instituciones responsables de los Sistemas de Cuentas Nacionales, sean estas los bancos centrales o los institutos nacionales de estadística y, especialmente, se garantice la sostenibilidad del proceso a mediano y largo plazo.

Cada uno de los pasos que se presentan a continuación identifica un enunciado en términos de la acción mínima, su alcance, y ejemplos a partir de las experiencias significativas de la región iberoamericana para facilitar su comprensión.

A. Condiciones mínimas

La definición de los aportes económicos de las actividades y productos culturales a la economía nacional requiere del desarrollo de una serie de acciones políticas, técnicas y administrativas que garanticen la consistencia y la sostenibilidad de las CSC. Para facilitar la identificación de cada uno

de esos pasos, a continuación se presentan tres acciones imprescindibles para dar inicio al proceso.

1. Contar con un Sistema de Cuentas Nacionales consolidado y enmarcado en el Sistema de Cuentas Nacionales

Las Cuentas Satélite son por definición anexas a los Sistemas de Cuentas Nacionales, por ende, deben seguir los conceptos, definiciones, clasificaciones y principios de contabilización de las cuentas nacionales. En esa medida, es

fundamental que este sistema como base de partida sea amplio, exhaustivo, consistente, y se encuentre preferiblemente adaptado al marco estadístico del Sistema de Cuentas Nacionales 2008, para así garantizar que las mediciones se efectúen bajo la Clasificación Nacional de las Actividades Económicas (CIIU revisión 4) y bajo la Clasificación Central de Productos (CPC revisión 2). Caso contrario, en aquellos países donde el SCN 2008 no se haya adoptado, se utilice la CIIU revisión 3 y la CPC anterior.



Brasil priorizó la reestructuración del SCN

En el año 2009, Brasil fue uno de los primeros países interesados en aplicar la Metodología de las Cuentas Satélite de Cultura. Sin embargo, antes de dar inicio al proceso, el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) constató que primero debería culminar su proceso de actualización de las estadísticas básicas al año 2010, adoptar la CIIU revisión 4, y finalizar las investigaciones de Presupuestos Familiares 2008/2009 y de Consumo Intermedio del 2010, para así fortalecer la información estadística de base del país.

2. Elaborar una caracterización de los sectores culturales objetos de medición económica

La identificación de los agentes que intervienen en los procesos de creación, producción, distribución y consumo, así como la caracterización económica de los bienes y servicios culturales generados por estos circuitos creativos, son el punto de partida para emprender el análisis sobre la producción, el gasto, las exportaciones, el empleo y los aportes por tributaciones de los sectores objeto de medición de las CSC.

Esta información se puede obtener a través de ejercicios sistemáticos de cartografía cultural, diagnósticos sectoriales e investigaciones puntuales que ofrecen tanto información cualitativa como cuantitativa, que constituye el paso inicial que precede al desarrollo de una CSC. Ejemplos de este tipo de análisis previos son los mapeos del campo cultural, las encuestas de consumo cultural, los estudios sectoriales promovidos por gremios como el editorial, de la música o el audiovisual, así como los diagnósticos de cadenas de valor.

A través de este tipo de mapeos es posible crear directorios culturales que permitan la identificación

de las actividades y de paso faciliten el seguimiento a la generación de información en el corto y el mediano plazo. Gran parte de los agentes involucrados en las actividades económicas culturales no manejan estados financieros ni formatos que involucren variables de tipo económico relevantes para la construcción de las Cuentas Satélite. Por lo tanto, es necesario analizar con ellos la necesidad de elaborar encuestas que permitan recopilar información indispensable para este tipo de trabajo.

En aquellos sectores que generan información periódica, se recomienda impulsar mecanismos que faciliten la sistematización de la misma y garanticen por esta vía, la calidad y la diversidad de la información. Igualmente, se recomienda construir marcos nacionales de estadísticas culturales que apoyen la identificación de necesidades de información y la retroalimentación de los datos disponibles, por ejemplo, siguiendo la propuesta del Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco del año 2009. También se puede optar por el diseño de sistemas de información cultural que faciliten la consolidación de la información, promuevan la periodicidad de las investigaciones y, de paso, sirvan para divulgar a posteriori la información que se genere por las CSC.

e

Chile ha sido pionero en el desarrollo de cartografías culturales

En el año 2001, Chile publicó su primera cartografía cultural. A través de ella identificó y ubicó los actores culturales, las manifestaciones colectivas y el patrimonio natural y cultural, de acuerdo a las particularidades de cada territorio que compone al país y según donde estos se encuentran. Así las cosas, Chile cuenta actualmente con un sistema de información territorial compuesto por fuentes secundarias de información catastral y por fuentes primarias de información obtenida a partir de cuestionarios bianuales. Este sistema se ha convertido en la base para la construcción de su CSC.

Argentina consolida su información a través del SinCA

En Argentina, paralela a la implementación de las CSC, se ha consolidado un Sistema de Información Cultural (SinCA) que busca la generación continua de estadísticas culturales, la producción de un Mapa Cultural del país, el relevamiento de datos relativos a diversos aspectos de la gestión pública, y un Centro de Documentación sobre Economía Cultural. El SinCA es un sistema ágil que cuenta con cerca de 34.000 registros, 100 mapas interactivos, 110 cuadros y gráficos, y 950 artículos periodísticos, que ofrecen información útil sobre el comportamiento de los sectores culturales para apoyar las políticas culturales.

3. Generar el intercambio de información entre los agentes y las instituciones

Las instituciones culturales públicas y privadas, los agentes de cada sector cultural, las autoridades nacionales de estadística o los bancos centrales, así como otros agentes cercanos al sector cuentan con información fundamental de las operaciones estadísticas que elaboran, y desarrollan ejercicios de diagnóstico o análisis específicos que pueden alimentar las CSC. Por lo tanto, la gestión del conocimiento disponible por cada uno de estos agentes se convierte en una tarea estratégica que permite no solo el intercambio de información, sino además la identificación de vacíos en este ámbito. Con esto se busca promover la estandarización y la normalización de los datos suministrados, generar la retroalimentación de encuestas y, ayudar a sumar esfuerzos técnicos y financieros para el levantamiento de información complementaria.

Adicionalmente, la gestión del conocimiento de manera articulada entre los agentes y las instituciones culturales evitaría la duplicación de esfuerzos al solicitarles los datos, y de paso facilitaría su disposición para suministrar al ente coordinador la información, de manera que posteriormente quien la obtenga pueda socializarla a las entidades responsables de las CSC sin violar el principio de confidencialidad y de reserva estadística.

Entre las estrategias prácticas para volver operativo el intercambio de los microdatos, se destaca la firma de convenios interinstitucionales entre las instituciones de cultura y las responsables de las estadísticas nacionales que lleven a compartir información de bases de datos de fuentes primarias, sea esta información procesada o no procesada.

e

Colombia retroalimentó sus encuestas sectoriales

El Departamento Administrativo Nacional Estadístico de Colombia (DANE) identificó durante el levantamiento de información para las CSC encuestas gremiales que ofrecían información sobre la producción y el gasto cultural. En el año 2008, en el marco de un ejercicio de cooperación interinstitucional, el DANE le prestó asesoría técnica a la Cámara Colombiana del Libro para retroalimentar la encuesta básica de la publicación "Estadísticas del Libro en Colombia", la cual se empezó a preparar desde el año 2001. Gracias a este ejercicio se avanzó en un modelo de encuesta que ofrece información más certera y comparable, y que de paso ofrece datos de acuerdo a las necesidades de las CSC.

B. Acciones recomendadas previas a la ejecución de las Cuentas Satélite de Cultura

Adicional a las tres acciones de base que se deben emprender antes de dar inicio a la puesta en marcha de las Cuentas Satélite de Cultura, se recomienda que las instituciones involucradas efectúen procesos de planeación que les permitan identificar las tareas, los actores y los recursos necesarios, y que fomenten la periodicidad y sostenibilidad del ejercicio antes de dar inicio a las actividades de la Cuenta. Para estos efectos y con base en la experiencia de América Latina se recomienda:

1. Definir una institución líder

En varios países, el campo de las estadísticas económicas muestra una institucionalidad dispersa a la hora de generar indicadores económicos relevantes para la toma de decisiones públicas. En algunos casos, por ejemplo, el cálculo del Índice de Precios al Consumidor (IPC) y del Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) es responsabilidad de los

bancos centrales, mientras que en otros, de las oficinas de estadísticas. Lo mismo, ocurre con las Cuentas Nacionales, en ciertos países están bajo la línea de los bancos centrales y en otros casos, la consolidación de este tipo de información le corresponde a las oficinas nacionales de estadísticas.

Ante esta situación y ante los problemas de carencia de información y fragmentación de las estadísticas culturales, es importante identificar la institucionalidad responsable de liderar el proceso y generarlas estadísticas o compilarlas. Esta definición debe ir acompañada de un marco institucional o legal que respalde a la institución líder, le permita efectuar una convocatoria a las demás instituciones relevantes y coordine la gestión de recursos técnicos, financieros y tecnológicos para llevar a cabo las CSC. Este ejercicio evita la duplicidad de funciones y centraliza la solicitud de información, la generación de nuevas plataformas para la recolección de datos y la difusión de los resultados obtenidos.



República Dominicana designó al Ministerio de Cultura como líder de las CSC

De acuerdo a la Ley 41 del año 2000, el Ministerio de Cultura es la instancia superior responsable de articular a todas las instituciones públicas y privadas que estén dentro y fuera del sector cultural, y tengan responsabilidad en la ejecución de objetivos del desarrollo cultural de ese país.

Siguiendo este mandato, en el año 2012 el Ministerio de Cultura de República Dominicana emprendió su Cuenta Satélite de Cultura y encargó la coordinación del tema al Viceministerio de Desarrollo Institucional. A la fecha, esta instancia ya logró promover un convenio interinstitucional con el Banco Central; facilitar la formación de profesionales especializados a través de los cursos de economía cultural brindados por el CAB; impulsar los convenios de asistencia técnica con la CEPAL y la OEI; representar políticamente a las CSC y ofrecer las condiciones técnicas, administrativas y financieras para el ejercicio estadístico.

Costa Rica creó una Comisión Interinstitucional liderada por el sector cultural

El Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica lideró la creación de una Comisión Interinstitucional de CSC firmando convenios con el Banco Central de Costa Rica, el Instituto Nacional de Estadística y Censos y el Programa Estado de la Nación del Consejo Nacional de Rectores, que han permitido enriquecer y vincular los procesos de construcción de las Cuentas Satélite de Cultura del país, la Encuesta Nacional de Cultura y otras investigaciones, tales como la medición de eventos culturales masivos y el aporte económico del ámbito público a la cultura. En la actualidad, la CSC y la ENC son operaciones incorporadas en el Plan Estadístico Nacional y la Cuenta ha sido incluida entre las acciones estratégicas de la Política Nacional de Derechos Culturales 2014-2023. Así mismo, los Planes Estratégicos para la Competitividad de los Sectores Música y Audiovisual elaborados en alianza público-privada (academia, empresa y gobierno) tienen entre sus proyectos prioritarios la generación, actualización y visibilización de los indicadores generados por la CSC para cada industria y sus métricas de avance se basan en estos datos.

2. Diseñar un plan de trabajo para la puesta en marcha de las Cuentas Satélite de Cultura

Antes de emprender los ejercicios de medición estadística de las actividades culturales, es importante que la institución que lidere el proceso diseñe de manera consensuada un Plan de Trabajo que garantice la articulación técnica, política y financiera, con el fin de promover la periodicidad y la sostenibilidad de la misma.

Se sugiere que dicho plan contemple una herramienta de articulación política a través de la firma de convenios entre las instituciones que lideren el proceso de las CSC; establezca la estrategia de comunicación entre los actores involucrados, la socialización, la retroalimentación y la validación de los resultados, y; proponga los mecanismos que garanticen la periodicidad del ejercicio así como la utilización de los datos generados para el diseño, la ejecución y la evaluación de políticas de cultura.

e

Iberoamérica diseñó y validó una hoja de ruta para la implementación de las CSC

Durante el proceso de actualización de la Metodología de las Cuentas Satélite de Cultura que se emprendió en el año 2013 por la Organización del Convenio Andrés Bello, se identificó que más allá de contar con un marco metodológico para el desarrollo de los ejercicios estadísticos que requería las CSC, era fundamental ofrecer unas recomendaciones prácticas sobre el esquema político, económico y de comunicación para la aplicación de la metodología. Por esta razón, se diseñó la “Hoja de Ruta para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica”, que identifica los pasos, los actores y las acciones necesarias para el diseño de los Planes de Trabajo de cada país en la materia.

De esta manera, la Hoja de Ruta identificó como prioritario: (i) realizar un mapeo del marco institucional y estadístico disponible; (ii) emprender acciones interinstitucionales entre las autoridades de cultura y las oficinas nacionales de estadística a través de convenios formales; (iii) conformar un equipo interdisciplinario para la medición de las CSC desde el inicio de las actividades; (iv) seleccionar el universo y la priorización de sectores que serán sujetos de la medición de acuerdo con los intereses de cada país; (v) aplicar la metodología propuesta por el CAB para garantizar la comparación; (vi) diseñar una estrategia para analizar y validar los resultados que se vayan obteniendo de la mano de los agentes culturales; (vii) definir el esquema de divulgación y socialización de los resultados; (viii) establecer los mecanismos para monitorear y evaluar los resultados; (ix) organizar alianzas y recursos para garantizar la continuidad de las Cuentas Satélite, y; (x) documentar las experiencias de la medición para la gestión del conocimiento en la materia.

3. Retroalimentación entre las propuestas de medición de las Cuentas Satélite de Cultura y otras cuentas afines

Las Cuentas Satélite comparten elementos de orden estadístico que les permiten inscribirse al Sistema de Cuentas Nacionales y, a pesar de sus especificidades, siguen los conceptos, definiciones, clasificaciones y principios de contabilización que les ofrecen los marcos de las cuentas nacionales. En ese sentido, el conocimiento generado por las instituciones responsables durante los procesos de

diseño y aplicación de otras cuentas satélite afines se convierte en un valor agregado fundamental para los ejercicios de medición económica de la cultura. Específicamente, las experiencias adquiridas a través de las Cuentas Satélite de Turismo, de Salud, y las Cuentas de Instituciones sin fines de lucro, que se convierten además en fuentes de información alternas para las cuentas de cultura, ya que pueden suministrar datos sobre métodos de estimación en casos particulares, operaciones estadísticas útiles para el sector, o soportar la ampliación de la frontera de la producción que establece el SCN.

e

México inició su CSC con el apoyo de los equipos de otras cuentas satélite

Previo a la puesta en marcha de su CSC, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI) realizó un análisis de las cuentas satélite que ya se habían impulsado con el objetivo de aprender de los procesos desarrollados. De esta manera, el equipo técnico que se encargó del primer ejercicio de la Cuenta Satélite de Cultura ya había trabajado en la puesta en marcha de la Cuenta Satélite de Turismo, la Cuenta Satélite del Sector Salud, la Cuenta Satélite de Trabajo no Remunerado de los Hogares y la Cuenta Satélite de las Instituciones Sin Ánimo de Lucro.

4. Integrar las propuestas de las Cuentas Satélite de Cultura a los planes estadísticos de cada país

Los planes estadísticos nacionales son herramientas técnicas de planeación que utilizan los institutos nacionales de estadística o los bancos centrales, según quién sea la autoridad responsable en cada país del Sistema de Cuentas Nacionales. El objetivo de estos planes consiste en definir los lineamientos bajo los cuales se debe desarrollar la producción de estadísticas, adaptar y difundir los estándares de medición, y consolidar la información estadística generada. Se trata de instrumentos que facilitan en el interior de las entidades responsables la articulación de instrumentos, actores y productos con miras a mejorar la calidad de la información estadística, su disponibilidad, su oportunidad y su accesibilidad.

En ese sentido, puesto que las Cuentas Satélite de Cultura están anexas al Sistema de Cuentas Nacionales, es estratégico que sus ejercicios de medición sean incluidos desde el inicio en dichos planes, con el objetivo de facilitar la generación, la normalización y la utilización de la estadística básica para la Cuenta, así como promover la inclusión y la aplicación de módulos sobre las actividades culturales en las encuestas periódicas que desarrollen dichas instituciones, previo al cálculo propio de las CSC. De esta manera se garantiza que antes de efectuar los primeros ejercicios estadísticos para las CSC, se disponga de información suministrada directamente por la autoridad nacional de estadística sobre el sector cultural.

e

España garantiza vía Ley la inclusión de su CSC en el Plan Estadístico Nacional

España decidió integrar su ejercicio de la Cuenta Satélite de Cultura al Plan Nacional Estadístico, del Instituto Nacional de Estadística, para facilitar la identificación y el manejo de información necesaria para su CSC. El Plan vigente para el periodo 2013-2016 cuenta además con un respaldo político e institucional relevante toda vez que fue aprobado por el Congreso de ese país, mediante el Real Decreto 1658 del año 2012. De esta manera cuenta con las previsiones presupuestarias necesarias para que efectivamente se logre el desarrollo de la Cuenta Satélite de Cultura.

Colombia optimiza sus recursos al articular la CSC al PENDES

En Colombia, la integración de la Cuenta Satélite de Cultura al Plan Estratégico Nacional de Estadísticas (PENDES) tiene como objeto facilitar la identificación de vacíos de información sobre el sector cultural, optimizar recursos institucionales para el levantamiento de información, identificar la información oficial y, en suma, mejorar la calidad de la información de los sectores culturales.

2. Hoja de ruta para la ejecución de las Cuentas Satélite de Cultura



Durante el Encuentro Internacional para la Actualización de la Metodología de las Cuentas Satélite de Cultura (CSC), realizado en San José de Costa Rica los días 27 y 28 de febrero de 2014, once países y siete organismos de cooperación reconocieron la importancia de generar estrategias articuladas entre las instituciones nacionales de cultura y los institutos nacionales de estadística para la puesta en marcha de la Metodología de las Cuentas Satélite, e identificaron diez recomendaciones para su implementación.

Cada una de ellas tiene como objetivo destacar cuáles serían los pasos clave para los procesos de diseño, ejecución, seguimiento y difusión de las CSC, resaltando quiénes están llamados a participar y cuáles serían las acciones sugeridas.

A continuación se transcriben las recomendaciones que fueron formuladas por los países y que incluyen los ajustes y sugerencias recibidas después del Encuentro.

Primera recomendación:

realizar un mapeo del marco institucional y estadístico.

Involucrados internacionales: UNESCO y otros organismos del Sistema de Naciones Unidas, OEI, CAB, BID, CEPAL, CECC/SICA, OEA, AECID, Unión Europea, y plataformas bilaterales y multilaterales.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura, bancos centrales, oficinas estadísticas, Ministerios de Economía o Hacienda, Ministerios de Planificación, Ministerios de Relaciones Exteriores, entre otros.

Acciones recomendadas:

1. Identificación de actores nacionales e internacionales que tengan incidencia en el tema de Cuentas Satélite de Cultura.

En el contexto mundial existen diversas organizaciones internacionales relacionadas con los ámbitos de la cultura y la economía que han participado directamente en el proceso de construcción de las Cuentas Satélite de Cultura a nivel regional, y otras que deberían ser invitadas a participar por su

trayectoria en el manejo de temáticas afines y su capacidad de gestión a nivel intergubernamental.

En cuanto al orden nacional, para lograr la construcción, validación y difusión amplia de una CSC es indispensable contar con la adhesión de los organismos públicos de cultura, economía y medición estadística, para que cada uno pueda aportar en la elaboración de la Cuenta desde el campo de su experticia y generar así un trabajo sólido tanto a nivel técnico como conceptual.

Hasta ahora, en el proceso de creación de las Cuentas han estado involucrados diferentes actores provenientes de los ámbitos culturales y estadísticos de manera desigual. Esta acción recomendada hace un llamado para que todos estén involucrados.

2. Caracterización de las funciones e intereses de cada organismo.

Según su ámbito de incidencia, se debe determinar el papel de cada actor identificado a la hora de

involucrarse en el proceso de elaboración de las CSC, y los intereses que se satisfacen con cada uno de ellos. Al ser partícipes en el proceso de manera oficial, se debe definir el rol a cumplir por parte de cada organismo y una forma de trabajo articulado que cree sinergias entre ellos, de manera que no se dupliquen las funciones entre los mismos ni haya desacuerdo entre las partes.

3. Análisis de las experiencias existentes en la región y en el mundo.

Un buen punto de partida en el proceso de creación de las CSC, es realizar un mapeo de las experiencias de medición existentes en otros países de la región y en otras regiones del mundo. Para cumplir con este propósito, los organismos internacionales pueden hacer un aporte valioso en la materia ya que tienen la capacidad de relacionarse con los gobiernos de los diferentes Estados que los conforman y recoger información relevante que dé cuenta de los procesos surgidos en el interior de los países.

Segunda recomendación:

emprender acciones interinstitucionales.

Involucrados internacionales: UNESCO y otros organismos del Sistema de Naciones Unidas, OEI, CAB, BID, CEPAL, CECC/SICA, OEA, AECID, Unión Europea, y plataformas bilaterales y multilaterales.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura, bancos centrales, oficinas estadísticas, Ministerios de Economía o Hacienda, Ministerios de Planificación, Ministerios de Relaciones Exteriores, gremios y agentes de los sectores culturales, entre otros.

Acciones recomendadas:

1. Conformar un comité interinstitucional responsable de las CSC.

El acceso a las fuentes primarias y secundarias disponibles, así como las tareas de organización, normalización y procesamiento de los datos requieren de la conformación de equipos interdisciplinarios que comprendan la complejidad del sector cultural y a su vez, estén capacitados para efectuar las operaciones estadísticas necesarias según el Sistema de Cuentas Nacionales. Dado el carácter multisectorial de este proceso, se recomiendan las siguientes funciones para dicho comité:

» **Institución líder:** asumir la responsabilidad de coordinar el proceso de estimación y difusión de las Cuentas Satélite de Cultura.

» **Oficina elaboradora de cuentas nacionales:** apoyar técnicamente a la institución líder en los lineamientos de cuentas nacionales, tanto por el lado de la cobertura del sector cultural, como también en las mediciones de las transacciones económicas, clasificadores de las actividades y productos culturales y, posteriormente, en la lectura de los principales indicadores derivados.

» **Instituciones relacionadas:** apoyar técnicamente a partir del conocimiento específico de cada actividad, así como hacer la entrega de información útil para la elaboración de esta CSC.

También se recomienda conformar un comité técnico que dependa del comité interinstitucional y esté compuesto por el delegado del ministro, o por su equivalente en cada país, y de los directores de la entidad rectora de cuentas nacionales con funciones centradas en la toma de decisiones estratégicas para el desarrollo de la Cuenta. Se sugiere que la persona encargada de orientar estas actividades sea un coordinador político, que además sea el principal interlocutor entre las instituciones involucradas.

Es importante que la conformación de este equipo de trabajo esté sustentada en la firma de un convenio interinstitucional entre las autoridades nacionales de cultura y la entidad rectora de cuentas nacionales de los países (instituto nacional de estadística, banco central u otros), en donde se cree un compromiso para realizar las mediciones de las CSC de manera conjunta.

2. Desarrollar convenios interinstitucionales a nivel nacional.

Es importante emprender acciones que lleven a oficializar convenios entre las autoridades nacionales de cultura y la entidad rectora de cuentas nacionales de los países (instituto nacional de estadística, banco central u otros), donde se cree un compromiso para realizar las mediciones de las CSC de manera conjunta. Idealmente estos convenios deben contemplar un plazo de ejecución, los sectores a medirse, el acceso y manejo de la información, el recurso humano (o la cooperación técnica entre las partes) y el presupuesto a invertir en la construcción de las CSC durante el periodo señalado.

3. Establecer alianzas bilaterales para generar la cooperación de países con afinidad y condiciones culturales similares.

Es posible identificar al país que por su tamaño, su situación socioeconómica, y el desarrollo de sus sectores culturales, presente similitudes con el país cuya medición se pretende emprender. Se recomienda establecer contacto con las instituciones y equipos técnicos encargados de la realización de las CSC de ese país, y solicitar asesoría técnica mediante la firma de un acuerdo de cooperación horizontal entre las partes. Esta medida ayudará a que a través de la transferencia de conocimientos el país cuente con herramientas técnicas validadas en campo que pueden ser adaptadas a su realidad y que le permitan generar procesos más ágiles y cualificados para el levantamiento de información, la construcción de la cuenta, su validación y posterior divulgación.

4. Obtener recursos financieros, humanos y técnicos para la puesta en marcha de las CSC.

Además de los recursos financieros, humanos y técnicos provenientes de las instituciones que conforman el comité interinstitucional responsable (Ministerio de Cultura, o su equivalente en cada país, y la entidad rectora de cuentas nacionales), el coordinador político deberá gestionar, en alianza con las cabezas de dichas instituciones, otras fuentes de financiación y asistencia técnica obtenidas a través de acuerdos de cooperación con entidades públicas (Ministerios de Hacienda, institutos de planeación nacional, otros) y organismos internacionales.

Tercera recomendación:

conformar un equipo interdisciplinario de trabajo para la medición de las CSC e inicio de actividades.

Involucrados internacionales: UNESCO y otros organismos del Sistema de Naciones Unidas, OEI, CAB, BID, CEPAL, CECC-SICA, OEA, AECID, Unión Europea, y plataformas bilaterales y multilaterales.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura, bancos centrales, oficinas estadísticas, Ministerios de Economía o Hacienda, Ministerios de Planificación, Ministerios de Relaciones Exteriores, gremios y agentes de los sectores culturales, entre otros.

Acciones recomendadas:

1. Identificación y selección de profesionales de la cultura, economía, estadística, sociología, comunicación, entre otros.

Se recomienda conformar un equipo interdisciplinario de profesionales con experticia en los campos de las ciencias económicas y/o sociales o la medición estadística. También es importante incluir al menos uno o dos profesionales que trabajen o

hayan trabajado en el Sistema de Cuentas Nacionales, lo cual facilita la aplicación de las metodologías internacionales y el desarrollo de otras metodologías específicas al proceso de elaboración de las cuentas satélite. Todo esto teniendo en cuenta que el sector de los bienes y los servicios culturales posee una doble naturaleza: económica y simbólica.

Por lo tanto, es importante que las personas provenientes del ámbito de la economía tengan sensibilidad por los temas relacionados con la cultura, y quienes proceden de las ciencias sociales tengan una visión amplia que les permita entender el acercamiento a la cultura desde la economía, en conjunto con otros criterios de valoración simbólica. Este proceso de sensibilización mutua debe ser uno de los primeros objetivos de los comités de medición, ya que por lo general los profesionales de cada área no cuentan con conocimientos previos de la otra.

2. Capacitar al equipo de Cuentas Satélite de Cultura.

Es adecuado que los profesionales involucrados en esta actividad reciban capacitaciones en aspectos relativos a las cuentas nacionales y a las actividades culturales. Se requiere de profesionales que conozcan en qué consiste el marco central de las cuentas nacionales y cómo se conectan las cuentas satélite a éste; que manejen la diver-

sidad de clasificadores existentes (económicos, actividades, productos, sectores institucionales, finalidades, por mencionar algunos) y la forma a través de la cual se conectan al proceso de elaboración de las Cuentas Satélite de Cultura.

El conocimiento de estos temas permitirá al equipo técnico evitar problemas de duplicidad en la contabilización y definir los subsectores culturales por medir de acuerdo con la disponibilidad de información y las prioridades de cada país. En caso de que el país haya desarrollado otras cuentas satélite, se puede apoyar en el conocimiento generado por las instituciones responsables durante los procesos de diseño y aplicación de estas experiencias. De manera tal que la interlocución con dichos agentes se convierte en un valor agregado fundamental para los ejercicios de medición económica de la cultura. Específicamente, si existen experiencias adquiridas en las Cuentas Satélite de Turismo, de Salud y de Instituciones sin fines de lucro (que se convierten además en fuentes de información alternas para las cuentas de cultura), el intercambio de experiencias facilita el suministro de datos sobre métodos de estimación en casos particulares, lo que puede ser muy útil para desarrollar operaciones estadísticas del sector o soportar la ampliación de la frontera de la producción que establece el SCN.

Cuarta recomendación:

seleccionar el universo y priorizar los sectores.

Involucrados nacionales: Ministerios de Cultura, entidades rectoras de cuentas nacionales, gremios y agentes de los sectores culturales.

Acciones recomendadas:

1. Identificar de acuerdo a las fuentes de información disponibles qué sectores del campo cultural podrán medirse.

Para identificar cuáles son los sectores culturales que se van a medir, es necesario hacer de manera preliminar un barrido de la información disponible a través de fuentes secundarias. Esto determinará en gran medida qué es susceptible de ser medido y qué no. Hay sectores que disponen de un mayor número de fuentes de información y de datos por desarrollar actividades de orden industrial o porque cuentan con

entidades reguladoras que generan información constantemente, tales como el sector editorial, la televisión, y otros en donde su complejidad o su grado de informalidad hacen que sea difícil rastrear información económica sobre los mismos (por ejemplo, el patrimonio inmaterial o las artes plásticas).

Como lo define la metodología de la Organización del Convenio Andrés Bello, es importante definir las actividades y productos culturales que serán objeto de medición económica entre los siguientes subsectores culturales: creación, audiovisual, artes escénicas, artes visuales, diseño, libros y publicaciones, música, juegos y juguetería,

patrimonio material e inmaterial, gestión cultural y educación cultural.

2. Delimitar los sectores a medir desde las Cuentas Satélite.

Una vez hecha la revisión se deben priorizar los sectores a ser medidos de acuerdo a los intereses definidos por el comité de medición, según la Guía de implementación.

Quinta recomendación:

aplicar la metodología y los cálculos.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura y entidades rectoras de cuentas nacionales.

Acción recomendada:

1. Seguir la rigurosidad del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN).

El SCN es un sistema de medición estadística normalizado y aceptado internacionalmente. De acuerdo con la definición que aparece en el manual de SCN 2008, este sistema mide la actividad económica al seguir convenciones contables estrictas basadas en principios económicos (Comisión Europea, Fondo Monetario Internacional, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Naciones Unidas, Banco Mundial, 2008). Las Cuentas Satélite de Cultura deben estar vinculadas al SCN de forma conceptual y de

forma estadística, relación que se debe reflejar en términos operativos con la colaboración entre los responsables del SCN y las CSC.

Las ventajas de adoptar este enfoque se justifican en el hecho de que el sistema ha mostrado ser eficiente. Sus conceptos han sido aplicados con éxito en muchos países y su uso requiere menos inversiones que crear un nuevo referente de medición. Por otro lado, el SCN tiene un carácter universal, al ser un sistema adoptado por la mayoría de los estados para la medición de sus economías (Libreros, 2009), y permite hacer ejercicios comparativos entre países. Así mismo, es importante que la puesta en marcha de las CSC siga con rigurosidad la metodología de las Cuentas Satélite de Cultura, versión 2014.

Sexta recomendación:

analizar y validar los resultados.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura, bancos centrales, oficinas estadísticas, Ministerios de Economía o Hacienda, Ministerios de Planificación, gremios y agentes de los sectores culturales, entre otros.

Acciones recomendadas:

1. Validar la rigurosidad y la consistencia de los datos.

Para garantizar la rigurosidad y la consistencia de la información de las CSC es necesario que antes de publicar los resultados, estos sean revisados y aprobados por las más altas instancias técnicas de la institución encargada de las cuentas nacionales en el país, o a quien o quienes ésta delegue.

2. Validar los resultados con los agentes.

Una de las metas políticas indispensables para que las CSC sean útiles al sector cultural, es lograr que los agentes públicos y privados que lo conforman se vean reflejados en los resultados presentados. Para esto es importante haber establecido una comunicación fluida con todas las partes y llevar a cabo durante todo el proceso de medición una estrategia de comunicación de carácter informativo y consultivo, como se ha indicado en las reco-

mendaciones previas. De esta manera, a la hora de presentar los resultados finales, los agentes del sector cultural estarán al tanto de todo el proceso y podrán conocer los resultados y usarlos como

herramienta de gestión para el desarrollo de sus sectores al tratarse de insumos que ayudan a la toma de decisiones de las organizaciones privadas, o implementar medidas de política pública.

Séptima recomendación:

divulgar y socializar el proceso y los resultados.

Involucrados internacionales: UNESCO y otros organismos del Sistema de Naciones Unidas, OEI, CAB, BID, CEPAL, CECC/SICA, OEA, AECID, Unión Europea, y plataformas bilaterales y multilaterales.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura, bancos centrales, oficinas estadísticas, Ministerios de Economía o Hacienda, Ministerios de Planificación, Ministerios de Relaciones Exteriores, observatorios de cultura, gremios y agentes de los sectores culturales tales como investigadores, artistas y funcionarios, medios de comunicación nacionales e internacionales, entre otros.

Acciones recomendadas:

1. Desarrollar una estrategia de sensibilización que permita comprometer a todos los agentes de la cultura y de la estadística involucrados.

La institución pública encargada de liderar la iniciativa para la construcción de las CSC en el país debe desarrollar una estrategia de sensibilización previa al inicio de las labores de cálculo de la Cuenta, que le permita involucrar a otras instituciones del gobierno en el proceso para hacer parte del comité técnico de elaboración de la Cuenta, o en aras de aportar la información disponible necesaria para la investigación (dentro de este último grupo se encuentran las direcciones de aduana y de impuestos, las superintendencias, y los Ministerios de Hacienda o Economía, entre otros). También es necesario generar interés en agentes privados de la cultura tales como gremios, asociaciones, sociedades, mesas de trabajo público-privadas, entre otros, para que se involucren desde etapas tempranas en el proceso.

Para garantizar la financiación de dicha estrategia de comunicación, se recomienda gestionar recursos financieros para poder difundir los resultados de la cuenta masivamente. Se esperaría que la estrategia diferencie públicos; contemple la contratación de comunicadores, diseñadores, corrección de estilo para los documentos de análisis, realización de piezas gráficas y audiovisuales; apoye la generación de contenidos para página web y redes sociales y considere la realización de eventos presenciales para la presentación de resultados.

2. Desarrollar una estrategia de comunicación que trabaje con diferentes públicos o usuarios para direccionar la información.

Al igual que en las etapas previas de las CSC, se recomienda la comunicación de los resultados de la misma al menos en dos niveles: uno que use un lenguaje común, orientado a atender medios de comunicación y población no familiarizada con el lenguaje económico; y otro técnico orientado a investigadores, órganos públicos de política económica y gremios empresariales.

Igualmente, se considera importante la contratación de una asesoría gráfica que facilite la comunicación pública de la información a través del uso de elementos visuales y herramientas de diseño que hagan más didáctica la presentación de los datos para los espectadores. También se recomienda la creación de un logo que identifique a las Cuentas Satélite y símbolos que se asocien con facilidad a cada uno de los sectores.

3. Elaboración de boletines, informes cualitativos y productos específicos.

Como parte de la estrategia de comunicación se recomienda la realización de boletines, informes cualitativos y productos específicos tales como brochures, cartillas y material de video, página web, que permitan difundir la información y generar una amplia recordación de las CSC entre el público.

Se puede generar periodicidad en algunos de los documentos escritos y visuales que difundan in-

formación sobre la cuenta tales como boletines o videos, los cuales pueden ser de carácter temático con el objeto de ser difundidos entre sectores especializados y generar grupos de interés alrededor de las CSC.

También es recomendable retroalimentar a las fuentes de información por los datos brindados por medio de brochures digitales, reuniones, entre otras estrategias de comunicación, teniendo en cuenta que la información que proveen debe actualizarse cada año. Para estos fines se recomienda la realización de encuentros presenciales con los

agentes del sector, en el interior del Ministerio de Cultura, o su equivalente, la oficina nacional de estadística y/o de cuentas nacionales y en espacios internacionales con el fin de divulgar los resultados de la cuenta y obtener retroalimentación de diversos actores, que pueda ser tenida en cuenta para hacer ajustes en mediciones posteriores y establecer un proceso de mejora continua de las CSC.

4. Organizar seminarios para tener retroalimentación con los agentes del sector, en el interior del Ministerio de Cultura y en escenarios internacionales.

Octava recomendación:

monitorear y evaluar los resultados.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura y oficinas estadísticas, gremios y agentes de los sectores culturales.

Acciones recomendadas:

1. Generar retroalimentación entre los equipos de las Cuentas Satélite de Cultura y las entidades rectoras de cuentas nacionales.

Se recomienda realizar reuniones de trabajo entre los equipos de la Cuenta y otras oficinas de los institutos de estadística y/o bancos centrales en donde se generen recomendaciones para la implementación de una siguiente fase de medición.

2. Retroalimentar a partir de nueva información generada por el sector.

Es posible que una vez divulgados los resultados de la Cuenta se conozca información adicional de fuentes públicas y sectoriales disponibles sobre los sectores medidos. En ese caso se recomienda cruzar la información de la Cuenta con las nuevas fuentes identificadas y establecer si hay lugar a modificaciones o adiciones, o si la información nueva es de reciente publicación y puede retroalimentar los datos disponibles para su actualización.

Novena recomendación:

establecer alianzas y recursos para garantizar la continuidad de las Cuentas Satélite.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura y entidades rectoras de cuentas nacionales.

Acción recomendada:

1. Buscar recursos para nuevas mediciones.

Se recomienda renovar y generar nuevas alianzas para la obtención de recursos que permitan realizar nuevas mediciones, incluso antes de finalizar

la que esté en marcha. Es importante lograr establecer una medición periódica de las CSC que permita monitorear la evolución del campo cultural en los países a lo largo del tiempo y tener una forma de medir los cambios del sector, así como los impactos de políticas públicas orientadas a su fomento.

Décima recomendación:

documentar las experiencias de la medición.

Involucrados nacionales: autoridades de cultura y entidades rectoras de cuentas nacionales.

Acciones recomendadas:

1. Dar cuenta del manejo de las fuentes de la información y los resultados.

Desde el diseño del plan de trabajo y su puesta en marcha se recomienda la realización de manuales metodológicos en donde se consigne el procedimiento mediante el cual se hizo el levantamiento de la información, y la forma como se consolidó y se presentó.

Se recomienda llevar y sistematizar minutas de las reuniones del equipo técnico y de este con las fuentes, especialmente con las primarias.

2. Elaborar un documento técnico de recomendaciones para el levantamiento de información a partir de fuentes primarias.

Producto de la experiencia de medición, el equipo técnico podrá hacer sugerencias a los sectores y responsables de procesos de medición cultural sobre el diseño o modificaciones a los instrumentos para el levantamiento de información primaria (encuestas, formularios, registros administrativos, entre otros). Tales recomendaciones facilitarán la recolección de información para mediciones posteriores.

ANEXO 1

Ilustración de los tratamientos de las diferentes situaciones dentro del cuadro de gasto



a) Exenciones de impuestos a los productores o pago de impuestos con tasas preferenciales

En el caso de la exención de impuestos a los productores o de pago de impuestos a tasas preferenciales, los registros de impuestos causados deben hacerse a la tasa que hubieran debido pagar, y el monto en exceso con relación al monto efectivamente pagado debe tratarse como una subsidio si el impuesto es un impuesto al producto o a la producción (IVA o impuesto a la venta por ejemplo, impuesto de industria y comercio, impuesto a los salarios, etc.), o como una transferencia de capital en los demás casos.

b) Deducción de impuestos para las unidades de financiación

En el caso de la deducción de impuestos para los benefactores o unidades de financiación de la cultura, se debe considerar que el aporte neto del benefactor a la diferencia entre su aporte efectivo y la deducción de impuestos que ha podido obtener, mientras el aporte del Gobierno es igual al costo para el Estado en términos de menos impuestos recibidos.

Por ejemplo, si un benefactor aporta 800 a una entidad cultural (transferencia corriente) y obtiene gracias a esto una deducción de impuestos por 200, las CSC debería registrar (en variación con relación a lo que las cuentas nacionales registrarían antes de este aporte):

BENEFACTOR	
Ingresos	Gastos
	Impuestos +200
	Transferencia +800-200

GOBIERNO	
Ingresos	Gastos
Impuestos +200	Transferencia a entidad cultural +200

ENTIDAD CULTURAL	
Ingresos	Gastos
Transferencias recibidas +800	
Del sector privado +(800-200)	
Del gobierno +200	

En el cuadro de gastos debe deducirse del monto aportado por el sector privado como transferencias, la deducción de impuestos que ellos reciben, y considerar que esta deducción es un aporte del nivel de Gobierno que concedió la deducción (aporte que, en un cuadro global, debe equilibrarse con un monto superior de impuestos recibidos).

Esto se traduce en lo siguiente:

Total transferencia reportada 800
 Deducción de impuestos 200
 Transferencia total 800
 Transferencia del mecenas 600
 Transferencia del Gobierno general 200

GLOSARIO



Actividad auxiliar: Una actividad auxiliar es una actividad de apoyo que tiene lugar dentro de la empresa y cuya finalidad consiste en crear las condiciones que permitan realizar las actividades principales o secundarias.

Actividad económica: El término actividad se entiende como un proceso o un grupo de operaciones que combina recursos tales como equipo, mano de obra, técnicas de fabricación e insumos, para la producción de bienes y servicios. Los productos que se derivan de la realización de actividades pueden ser transferidos o vendidos a otras unidades (en transacciones de mercado o al margen de él), almacenados como inventario o utilizados por las unidades productoras para su uso final. Al mismo tiempo, una actividad también se concibe como un proceso para la obtención de un conjunto homogéneo de productos, es decir, en términos de la CIIU, estos productos pertenecen a una misma categoría y su producción es característica de una clase (la categoría más detallada) de la clasificación de actividades económicas. Algunas actividades identificadas por separado en la CIIU definen procesos sencillos que transforman insumos en productos, como el teñido de tejidos; mientras que otras actividades se caracterizan por procesos muy complejos e integrados, como la fabricación de vehículos automotores o la integración de sistemas informáticos.

Actividad principal: La actividad principal de una unidad de producción es aquella cuyo valor agregado supera al de cualquier otra actividad realizada dentro de la misma unidad.

Actividad secundaria: Una actividad secundaria es la que se desarrolla dentro de una misma unidad de producción además de la actividad principal, y cuya producción, al igual que la de la actividad principal, tiene que ser apta para ser suministrada fuera de la unidad de producción.

Activo: Un activo es un depósito de valor que genera un beneficio o una serie de beneficios para su propietario económico al ser poseído o utilizado durante un periodo. Es un medio que permite transferir valor de un periodo contable a otro.

Adquisición neta de objetos valiosos: Los objetos valiosos son bienes producidos de considerable valor que no se usan primordialmente para fines de producción o consumo sino que se mantienen a lo largo del tiempo como depósitos de valor. Se espera que se revaloricen o al menos que su valor real no disminuya y bajo condiciones normales no se deterioran con el paso del tiempo. Comprenden las

piedras y los metales preciosos, joyas, obras de arte, etc. Todos los sectores de la economía pueden mantener objetos valiosos.

Asalariados: Según el SCN 2008, los asalariados son las personas que, por un acuerdo, trabajan para una unidad institucional residente y perciben remuneración por su trabajo. Existe una relación entre el empleador y el asalariado cuando hay un acuerdo, que puede ser formal o informal, entre una empresa y una persona, normalmente voluntario para ambas partes, en virtud del cual la persona trabaja para el empleador a cambio de una remuneración en dinero o en especie. No constituye requisito que el empleador declare dicho convenio ante una autoridad oficial para que la situación de empleado sea aplicable (SCN: 2008, 19).

Bien de consumo durable: Es aquel que puede ser utilizado para fines de consumo de forma repetida o continua durante un periodo de un año o más.

Bien durable: Un bien durable es aquel que puede utilizarse repetida o continuamente durante un periodo superior a un año, asumiendo una tasa normal o promedio de uso físico. Un bien de consumo durable es el que puede utilizarse repetida o continuamente para el consumo durante un periodo igual o superior a un año.

Bienes o servicios de consumo: Un bien o servicio de consumo se define como un bien o servicio utilizado (sin una transformación ulterior en la producción, según se define en el SCN) por los hogares, las ISFLSH o las unidades del Gobierno para la satisfacción directa de las necesidades o deseos individuales o las necesidades colectivas de los miembros de la comunidad.

Bien o servicio de consumo individual: Un bien o servicio de consumo individual es aquel que es adquirido por un hogar y utilizado para satisfacer las necesidades o deseos de sus miembros.

Bienes y servicios de capital: Un bien o servicio de capital es un bien o servicio utilizado por los hogares, la ISFLSH o las unidades de Gobierno para su proceso productivo que utilizan repetida o continuamente en la producción durante varios periodos contables (más de un año). Estos pueden ser construcciones y edificaciones, equipos, material de oficina, material de transporte, tierras, terrenos, entre otros.

Consumo: El consumo de bienes y servicios es el acto de utilizar completamente los bienes y servicios, ya sea en un proceso productivo o en la satisfacción directa de las necesidades o deseos humanos. La actividad del consumo consiste en la utilización de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades o deseos humanos, individuales o colectivos (SCN2008, 9.39). En consecuencia, no todos los bienes que se adquieren son consumidos, por ejemplo, podría adquirirse una multitud de libros y eso no necesariamente implicaría el consumo o el disfrute de este tipo de bienes.

De acuerdo con su utilización, los bienes o servicios pueden distinguirse en bienes y servicios de consumo, y bienes de capital.

Consumo de bienes y servicios: Es el acto de utilizar completamente los bienes y servicios, ya sea en un proceso de producción o durante la satisfacción directa de necesidades o deseos humanos.

Consumo de capital fijo: Es la disminución, durante el periodo contable, del valor corriente del stock de activos fijos que posee y que utiliza un productor, como consecuencia del deterioro físico, de la obsolescencia normal o de daños accidentales normales.

Consumo final efectivo: Mide la cantidad adquirida de bienes y servicios de consumo.

Consumo final efectivo de las ISFLSH: Se mide por el valor de los servicios de consumo colectivos prestados por las ISFLSH a la comunidad o a grandes sectores de la misma.

Consumo final efectivo del Gobierno general: Se mide por el valor de los servicios de consumo colectivos prestados por el Gobierno general a la comunidad o a grandes sectores de la misma.

Consumo final efectivo de los hogares: Se mide por el valor de todos los bienes y servicios de consumo individuales adquiridos por los hogares residentes.

Consumo intermedio: Consiste en el valor de los bienes y servicios consumidos como insumos por un proceso de producción, excluidos los activos fijos cuyo consumo se registra como consumo de capital fijo.

Cuenta de bienes y servicios: La cuenta de bienes y servicios muestra el equilibrio entre el total de bienes y servicios suministrados como recursos a la economía en forma de producción e importaciones (incluido el valor de los impuestos menos las subvenciones sobre los productos que no estén ya incluidos en la valoración de la producción) y el uso de esos bienes y servicios en forma de consumo intermedio, consumo final, formación de capital y exportaciones.

Cuentas nacionales: El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) es el conjunto normalizado y aceptado internacionalmente de recomendaciones relativas a la elaboración de mediciones de la actividad económica de acuerdo con convenciones contables estrictas, basadas en principios económicos. El marco contable del SCN permite elaborar y presentar los datos económicos en un formato destinado al análisis económico, a la toma de decisiones y a la formulación de la política económica. Las cuentas en sí mismas presentan, en forma condensada, un gran volumen de información detallada, organizada de acuerdo con determinados principios y percepciones acerca del funcionamiento de la economía. Constituyen un registro completo y pormenorizado de las complejas actividades económicas que tienen lugar dentro de una economía y de la interacción entre los diferentes agentes o grupos de agentes económicos, que tiene lugar en los mercados o en otros ámbitos.

Cuentas satélite: Es una extensión del Sistema de Cuentas Nacionales que comparte sus conceptos, definiciones y clasificaciones. Permite ampliar la capacidad analítica a un área de interés específico. Su presentación y datos están en correspondencia con los del marco central de las cuentas nacionales.

Economía total: La economía total se define como el conjunto de todas las unidades institucionales residentes.

Empleo equivalente a tiempo completo: Es el número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, y se define como el total de horas efectivamente trabajadas por todas las personas ocupadas dividido por el número promedio anual de horas efectivamente trabajadas en puestos de trabajo a tiempo completo.

Empleo: Se define como todas las personas, asalariadas o autónomas, que realizan alguna actividad productiva dentro de la frontera de producción del SCN.

Empresa: Una empresa es una unidad institucional considerada como productora de bienes y servicios.

Equilibrio de producto: El equilibrio de un producto, para cualquier bien o servicio, establece que la suma del valor de la producción a precios básicos, más las importaciones, más los márgenes comerciales y de transporte, más los impuestos sobre los productos, menos las subvenciones a los productos, es igual a la suma del consumo intermedio, el consumo final y la formación de capital, todos expresados a precios de comprador, más las exportaciones.

Establecimiento: Un establecimiento se define como una empresa, o parte de una empresa, situada en único emplazamiento y en el que solo se realiza una actividad productiva o en el que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor agregado.

Existencias: Son activos consistentes en bienes y servicios producidos durante el periodo actual o en un periodo anterior, y que son mantenidos para ser vendidos, ser utilizados en la producción o ser destinados a otro uso en una fecha posterior.

Exportaciones: Las exportaciones en economía hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero. En otras palabras, la exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país.

Flujos económicos: Reflejan la creación, transformación, intercambio, transferencia o extinción de valor económico; implican cambios en el volumen, la composición o el valor de los activos y pasivos de una unidad institucional.

Formación bruta de capital: Muestra la adquisición menos la venta o disposición de activos producidos, destinados a la formación de capital fijo, los inventarios o los objetos valiosos.

Formación bruta de capital fijo: Se mide por el valor total de las adquisiciones, menos las disposiciones de activos fijos efectuadas por un productor durante el periodo contable, más ciertos gastos específicos en servicios que incrementan el valor de los activos no producidos.

Formación bruta de capital fijo de una categoría particular de activos fijos: Consiste en el valor de las adquisiciones de activos nuevos y existentes de ese tipo por parte de los productores, menos el valor de la disposición de activos fijos del mismo tipo.

Frontera de la producción: La frontera de la producción en el SCN incluye las siguientes actividades: (a) la producción de todos los bienes o servicios que se suministran, o que se pretende suministrar, a unidades distintas de aquellas que los producen, incluida la producción de los bienes o servicios utilizados completamente en el proceso de producción de dichos bienes o servicios; (b) la producción por cuenta propia de todos los bienes que sus productores conservan para su autoconsumo final o para su formación bruta de capital; (c) la producción por cuenta propia de productos de captura del conocimiento que sus productores conservan para su autoconsumo final o para la formación bruta de capital, pero con exclusión (por convención) de este tipo de productos cuando son producidos por los hogares para su propio uso; (d) la producción por cuenta propia de los servicios de las viviendas ocupadas por sus propietarios, y; (e) la producción de los servicios domésticos y personales producidos por personal de servicio doméstico remunerado.

Fuerza de trabajo: El concepto de fuerza de trabajo se refiere a la oferta de trabajo disponible en un momento dado para la producción de bienes y servicios a cambio de remuneración o beneficios (OIT: 2013, 11).

La suma de las personas en la ocupación (u ocupadas) y las personas en la desocupación (o desocupadas) equivale a la fuerza de trabajo. Las personas fuera de la fuerza de trabajo son aquellas personas en edad de trabajar que durante el periodo de referencia corto no estaban ni en la ocupación ni en la desocupación (OIT: 2013, 16).

Gasto de consumo final: Es el monto del gasto en bienes y servicios de consumo.

Gasto de consumo final de las ISFLSH: Consiste en los gastos, incluidos los estimados indirectamente, realizados por las ISFLSH residentes en bienes y servicios de consumo individual y, posiblemente, en servicios de consumo colectivo.

Gasto de consumo final del Gobierno general: Consiste en los gastos, incluidos los estimados indirectamente, realizados por el Gobierno general tanto en bienes y servicios de consumo individual como en servicios de consumo colectivo.

Gasto de consumo final de los hogares: Consiste en los gastos, incluidos los estimados indirectamente, realizados por los hogares residentes en bienes y servicios de consumo individual, incluidos aquellos que se venden a precios económicamente no significativos y los bienes y servicios de consumo adquiridos en el exterior.

Gastos en bienes y servicios: Se definen como los valores de las cantidades que los compradores pagan (o convienen en pagar) a los vendedores a cambio de los bienes o servicios que estos suministran a los mismos compradores o a otras unidades institucionales designadas por ellos.

Importaciones: Es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales.

Impuestos: Son pagos obligatorios sin contrapartida, en dinero o en especie, que las unidades institucionales hacen a las unidades gubernamentales.

Impuestos al valor agregado: Los impuestos del tipo valor agregado (IVA) son impuestos sobre los bienes y servicios recaudados por etapas por las empresas, pero que al final recaen totalmente en los compradores finales.

Impuestos corrientes sobre el capital: Son impuestos que se pagan periódicamente, generalmente una vez por año, sobre la propiedad o el patrimonio neto de las unidades institucionales, con excepción de los impuestos sobre las tierras y terrenos u otros activos que son propiedad de, o son arrendados por las empresas, y que estas utilizan en sus procesos productivos (los cuales se tratan como otros impuestos sobre la producción).

Impuestos corrientes sobre el ingreso, la riqueza, etc.: Son principalmente impuestos sobre los ingresos de los hogares o los beneficios de las sociedades e impuestos sobre la riqueza que se deben pagar regularmente en cada periodo fiscal (a diferencia de los impuestos sobre el capital, cuya recaudación no tiene carácter periódico).

Impuestos menos las subvenciones a la producción: Comprenden los impuestos por pagar o las subvenciones por cobrar sobre los bienes o servicios obtenidos como productos y los otros impuestos o subvenciones a la producción, como los que gravan la mano de obra, la maquinaria, los edificios u otros activos utilizados en la producción.

Impuestos sobre el capital: Son aquellos que se recaudan, a intervalos irregulares e infrecuentes, sobre el valor de los activos o del patrimonio neto de las unidades institucionales, o sobre el valor de los activos transferidos entre unidades institucionales como consecuencia de legados, donaciones inter vivos u otras transferencias.

Impuestos sobre las exportaciones: Son los impuestos sobre bienes o servicios que se vuelven exigibles por el Gobierno cuando los bienes abandonan el territorio económico o cuando los servicios se prestan a unidades no residentes.

Impuestos sobre las importaciones: Comprenden todos los impuestos, (excepto el IVA y los derechos de importación), tal como se definen en las clasificaciones MEFP/OCDE, que son exigibles cuando los bienes entran al territorio económico o cuando los servicios son prestados por no residentes a residentes.

Impuestos sobre el ingreso: Comprenden los impuestos sobre los ingresos, los beneficios y las ganancias de capital.

Impuestos sobre los productos: Los impuestos sobre los productos son los que tienen que pagarse por una unidad de algún bien o servicio.

Impuestos sobre los productos, excepto el IVA y los impuestos sobre las importaciones y las exportaciones: Son impuestos sobre los bienes y servicios que son exigibles como consecuencia de la producción, la venta, la transferencia, el arrendamiento o el suministro de dichos bienes o servicios, o bien como resultado de su utilización para el autoconsumo o para la propia formación de capital.

Industria: Una industria consiste en un conjunto de establecimientos dedicados a clases de actividad idénticas o similares. Se puede entender como una rama de actividad.

Indemnización (prestación): Es el monto que debe pagar la aseguradora directa o la reaseguradora al titular de una póliza vigente cuando ocurre un suceso cubierto por esta última.

Índice de volumen: Un índice de volumen es el promedio de las variaciones proporcionales de las cantidades de un conjunto específico de bienes o servicios entre dos periodos.

Instituciones sin fines de lucro (ISFL): Son entidades jurídicas o sociales creadas para producir bienes y servicios, cuyo estatuto jurídico no les permite ser fuente de ingresos, beneficios u otras ganancias financieras para las unidades que las establecen, controlan o financian.

Instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares (ISFLSH): Son Instituciones sin fines de lucro, no de mercado, que no son controladas por el Gobierno.

Margen de comercio: El margen de comercio se define como la diferencia entre el precio efectivo o imputado obtenido por un bien comprado para su reventa, y el precio que tendría que pagar el distribuidor para sustituir ese bien en el momento en que lo vende o lo dispone de otra manera.

Multas y sanciones: Son transferencias corrientes obligatorias impuestas a las unidades institucionales por los tribunales de justicia.

Objetos valiosos: Se definen como bienes producidos de considerable valor que no se usan primordialmente para fines de producción o consumo, sino que se mantienen a lo largo del tiempo como depósitos de valor.

Originales: En materia de esparcimiento, literarios y artísticos, consisten en los originales de películas, grabaciones sonoras, manuscritos, cintas, modelos, etc., que llevan grabados o incorporados representaciones teatrales, programas de radio y televisión, interpretaciones musicales, acontecimientos deportivos, producciones literarias y artísticas, etc.

Población: La población de un país se define de la forma más simple como todas las personas que residen habitualmente en el país.

Prácticas: Según la Real Academia Española, las prácticas son los ejercicios de cualquier arte o facultad, conforme a sus reglas, cuyo uso continuado produce destrezas en este arte o facultad. Las prácticas en la cultura están asociadas a las actividades humanas que se desarrollan para satisfacer las necesidades de personas u hogares.

Precio: El precio de un bien o servicio se define como el valor de una unidad del mismo.

Precio básico: El precio básico es el monto a cobrar por el productor al comprador por una unidad de un bien o servicio producido, menos cualquier impuesto por pagar, más cualquier subsidio por cobrar por el productor como consecuencia de su producción o venta. Se excluye cualquier gasto de transporte facturado por separado por el productor.

Precio de comprador: El precio de comprador es la cantidad pagada por el comprador, excluido cualquier IVA o impuesto análogo deducible por el comprador, con el fin de hacerse cargo de una unidad de un bien o servicio en el momento y lugar requeridos por el comprador. El precio de comprador de un bien incluye los gastos de transporte pagados por separado por el comprador para hacerse cargo del mismo en el momento y el lugar requeridos (SCN 2008: 6.64).

Este precio se utiliza para valorar los usos de los bienes y servicios, pues representa el costo para el comprador.

Precio comprador = monto a pagar por comprador - impuestos deducibles facturados al comprador (IVA) + gastos de transporte

Precio de productor: El precio de productor es el monto a cobrar al comprador por el productor por una unidad de un bien o servicio producido, menos el IVA o cualquier otro impuesto deducible análogo facturado al comprador. Este precio no incluye los gastos de transporte facturados por separado por el productor.

Precio económicamente significativo: Es un precio que influye significativamente en las cantidades que los productores están dispuestos a ofrecer y en las cantidades que los compradores desean comprar. Este precio se establece normalmente cuando (a) el productor tiene un incentivo para ajustar la oferta con el objetivo de obtener un beneficio en el largo plazo o, como mínimo, cubrir los costos de capital y otros costos, y; (b) los consumidores tienen la libertad de elegir entre comprar o no según los precios que se cobren.

Producción: Se define como los bienes y servicios producidos por un establecimiento, excluyendo el valor de cualquier bien o servicio usado en una actividad para la cual el establecimiento no asume el riesgo de usar los productos en la producción, y excluyendo el valor de los bienes y servicios consumidos por el mismo establecimiento excepto los bienes o servicios usados en la formación de capital (capital fijo o variación de existencias) o en el consumo final propio.

Producción de originales y copias: La producción de libros, grabaciones, películas, programas de informática, cintas, discos, etc., es un proceso en dos fases. La primera es la producción del original, y la segunda es la producción y uso de copias del original. La producción de la primera fase es el original, sobre el que puede establecerse la propiedad jurídica o de hecho mediante el derecho de autor, la patente o el secreto. El valor del original depende de los ingresos efectivos o esperados provenientes de la venta o uso de sus copias en la segunda fase, que han de cubrir los costos del original así como aquellos en que se incurre al producir las copias.

Producción económica: La producción es una actividad realizada bajo la responsabilidad, el control y la gestión de una unidad institucional, en la que se utilizan insumos de mano de obra, capital y bienes y servicios para obtener otros bienes y servicios.

Producción económica de mercado: La producción de mercado es aquella proyectada para la venta a precios económicamente significativos. La producción de mercado es la situación normal en una economía de mercado donde los productores toman decisiones sobre qué producir y cuánto producir, en respuesta a los niveles esperados de demanda y costos previstos de la oferta. El factor determinante que fundamenta las decisiones de producción es que los precios económicamente

significativos deben prevalecer. Los precios económicamente significativos son los precios que influyen significativamente en las cantidades que los productores están dispuestos a ofrecer y en las cantidades que los compradores desean comprar.

Producción económica de no mercado: La producción de no mercado consiste en los bienes y servicios individuales o colectivos producidos por las Instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares (ISFLSH) o por el Gobierno, que se suministran gratuitamente o a precios económicamente no significativos a otras unidades institucionales o a la comunidad en su conjunto. Se dice que el precio no es económicamente significativo cuando se tiene poca o ninguna influencia en la cantidad que el productor está dispuesto a vender y se espera que solo tenga una influencia marginal sobre las cantidades demandadas. Es un precio que no es cuantitativamente significativo desde el punto de vista tanto de la oferta como de la demanda.

Producción para uso final propio: La producción para uso final propio comprende los productos retenidos por el productor para su propio uso como consumo final o formación de capital.

Producto: Se refiere a un bien o servicio (incluidos los productos de captura del conocimiento) que es el resultado de un proceso de producción.

Producto cultural característico: Un producto cultural característico es un producto cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos y para el cual existe el interés de considerar la actividad que lo produce de manera típica como característica de la cultura.

Producto cultural conexo: Un producto cultural conexo es un producto cultural, es decir, un producto cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos, pero para el cual no existe el interés de considerar la actividad que lo produce de manera típica como característica de la cultura

Producto de contenido: Se trata de la provisión, el almacenamiento, la comunicación y la difusión de información, consejos y diversión de tal manera que la unidad consumidora pueda acceder de manera repetida al contenido del producto.

Producto Interno Bruto: El concepto de producto interno bruto (PIB) de la economía en su conjunto debe medir el total del valor agregado bruto de todas las unidades institucionales residentes en la economía. Sin embargo, el PIB, tal como se define en el SCN, medido a través del gasto, incluye todos los impuestos sobre la producción y las importaciones debido a que en última instancia, estos están contemplados en los precios de comprador de los utilizadores finales.

PIB por el enfoque del gasto: La medición del producto interno bruto (PIB) por el gasto es igual a los usos finales, es decir a la suma del gasto de consumo final, más la formación bruta de capital, más las exportaciones, menos las importaciones.

PIB por el enfoque del ingreso: La medición del producto interno bruto (PIB) por el ingreso es igual a la remuneración de los asalariados, más el excedente bruto de explotación, más el ingreso mixto bruto, más los impuestos, menos las subvenciones sobre la producción y las importaciones.

PIB por el enfoque de la producción: La medición del producto interno bruto (PIB) por la producción es igual al valor de la producción, menos el consumo intermedio, más los impuestos, menos las subvenciones sobre los productos que no estén ya incluidos en el valor de la producción.

Producto no terminal: En las Cuentas Satélite de Cultura se considera que un producto característico es no terminal cuando se usa como consumo intermedio para la producción de otro producto característico.

Producto terminal: En las Cuentas Satélite de Cultura se considera que un producto característico es terminal cuando aún se usa como consumo intermedio en algún proceso de producción. Este proceso no conduce a obtener productos característicos.

Productores de mercado: Son establecimientos cuya producción es, en su totalidad o en su mayor parte, producción de mercado.

Productores de no mercado: Comprenden a los establecimientos propiedad de unidades gubernamentales o de las ISFLSH que suministran bienes o servicios a los hogares o a la comunidad en su conjunto de forma gratuita o a precios que no son económicamente significativos.

Productos de propiedad intelectual: Son el resultado de la investigación, el desarrollo o la innovación conducente a conocimientos que los investigadores pueden vender en el mercado o usar en el proceso productivo para su propio beneficio, debido a que la utilización de dichos conocimientos está restringida mediante protecciones legales o de otro tipo.

Propietario económico: El propietario económico de entidades tales como bienes y servicios, recursos naturales, y activos financieros y pasivos, es la unidad institucional que tiene derecho a reclamar los beneficios asociados al uso de la entidad en cuestión durante el curso de una actividad económica en virtud de haber aceptado los riesgos asociados.

Propietario legal: El propietario legal de entidades tales como bienes y servicios, recursos naturales, y activos financieros y pasivos, es la unidad institucional a la que la ley atribuye el derecho de reclamar para sí los beneficios asociados con dichas entidades.

Puesto de trabajo: Un puesto de trabajo se define como un contrato explícito o implícito entre una persona y una unidad institucional para realizar un trabajo a cambio de remuneración durante un periodo definido o hasta nuevo aviso.

Rama de actividad económica: Una rama de actividad consiste de un grupo de establecimientos dedicados al mismo tipo de actividad productiva, con independencia de que las unidades institucionales a los que pertenecen sean o no productores de mercado. La distinción entre la producción de mercado y las otras producciones es una dimensión diferente de la actividad productiva y, más en general, de la actividad económica.

Remuneración a los asalariados: La remuneración a los asalariados se define como la remuneración total, en dinero y en especie, a pagar por una empresa a un asalariado en contraprestación del trabajo realizado por este durante el periodo contable.

Residencia: La residencia de cada unidad institucional es el territorio económico con el que tiene la relación más fuerte; en otras palabras, su centro predominante de interés económico.

Resto del mundo: El resto del mundo está constituido por todas las unidades institucionales no residentes que realizan transacciones con las unidades residentes o que mantienen otro tipo de vínculos económicos con las unidades residentes.

Saldo contable: Un saldo contable es una construcción contable que se obtiene restando el valor total de los asientos de uno de los lados de una cuenta (recursos o variación de los pasivos), del valor total del otro lado (usos o variación de los activos). No puede medirse independientemente de las entradas en las cuentas. Como un registro derivado, refleja la aplicación de las normas generales de contabilidad en las categorías específicas de los dos lados de la cuenta.

Servicio de consumo colectivo: Un servicio de consumo colectivo es el que se presta simultáneamente a todos los miembros de la comunidad o a todos los miembros de un sector particular de la misma, por ejemplo, a todos los hogares que habitan en una región particular.

Sociedad: El término sociedad incluye las sociedades legalmente constituidas, y también las cooperativas, las sociedades de responsabilidad limitada, las unidades residentes ficticias y las cuasisociedades.

Sociedades financieras: Son todas las sociedades residentes dedicadas principalmente a prestar servicios financieros, que incluyen servicios de seguros y fondos de pensiones, a otras unidades institucionales.

Sociedades no financieras: Son aquellas cuya actividad principal es la producción de bienes o servicios no financieros de mercado.

Stocks: Corresponden a la posición o tenencia de activos y pasivos en un momento dado.

Sector institucional: El sector es un grupo de unidades institucionales, y cada unidad institucional en su integridad debe ser clasificada en uno u otro sector del SCN.

Subvenciones: Son pagos corrientes sin contrapartida que las unidades gubernamentales, incluidas las no residentes, hacen a las empresas en función de los niveles de su actividad productiva o de las cantidades, o valores, de los bienes o servicios que producen, venden o importan.

Subvenciones a las exportaciones: Son todas las subvenciones a los bienes y servicios que se vuelven exigibles al Gobierno cuando los bienes abandonan el territorio económico o cuando los servicios son suministrados a unidades no residentes.

Subvenciones a las importaciones: Son subvenciones sobre bienes y servicios que se vuelven exigibles cuando los bienes cruzan la frontera del territorio económico o cuando los servicios se suministran a las unidades institucionales residentes.

Subvenciones a los productos: Las subvenciones a los productos son aquellas a pagar por unidad de un bien o servicio.

Trabajador autónomo: Un trabajador autónomo es una persona propietaria, individual o en forma conjunta, de una empresa no constituida en sociedad en la que trabaja.

Trabajador voluntario: Es considerado como un trabajador voluntario aquel que participa en un proceso de producción de bienes para alguna entidad (empresa, institución u hogar) o de servicios para una entidad de mercado. En circunstancias diferentes, no se trata de trabajo en el sentido del SCN 2008.

Trabajadores por cuenta propia: Los trabajadores por cuenta propia son las personas propietarias, individual o en forma conjunta, de las empresas no constituidas en sociedad en las que ellos trabajan; se excluyen las empresas no constituidas en sociedad clasificadas como cuasi-sociedades. Las personas que trabajan en empresas no constituidas en sociedad se clasifican como trabajadores por cuenta propia si no tienen un empleo remunerado que constituya su principal fuente de ingresos; en el caso de que lo tengan, se les clasificará como asalariados. Pueden estar temporalmente sin trabajar durante el periodo de referencia por algún motivo concreto. La remuneración del trabajo por cuenta propia se incluye en el ingreso mixto porque no es posible separar el rendimiento del trabajo del rendimiento sobre cualquier capital empleado en las empresas no constituidas en sociedad (SCN: 2008, 19.25).

Transacción: Una transacción es un flujo económico que consiste en una interacción entre unidades institucionales por mutuo acuerdo, o bien en una acción dentro de una unidad institucional que a efectos analíticos conviene tratar como una transacción, frecuentemente debido a que la unidad opera en dos capacidades diferentes.

Transacción monetaria: Una transacción monetaria es aquella en la que una unidad institucional realiza un pago (recibe un pago) o contrae un pasivo (recibe un activo) establecido en unidades de dinero.

Transacciones no monetarias: Son aquellas que no se expresan inicialmente en unidades de dinero.

Transferencia: Una transferencia es una transacción mediante la cual una unidad institucional suministra a otra un bien, un servicio o un activo sin recibir a cambio ningún bien, servicio o activo como contrapartida (SCN: 2008, 8.10).

El concepto de transferencia es importante cuando se analiza la distribución o redistribución del ingreso y la riqueza. En el caso del campo cultural, los datos sobre las transferencias pueden aportar información importante para la formulación e implementación de políticas públicas que faciliten el consumo de bienes y servicios culturales. Existen dos tipos de transferencias: las corrientes y las de capital.

Transferencias corrientes: Una transferencia corriente es una transacción en la que una unidad institucional suministra a otra un bien, un servicio sin recibir directamente a cambio ningún bien, servicio o activo como contrapartida, y que no obliga a ninguna de las partes a adquirir o a ceder un activo.

Transferencias corrientes a las ISFLSH: Son transferencias recibidas por estas de otras unidades institucionales residentes o no residentes en forma de cuotas de afiliación, suscripciones, donaciones voluntarias, etc., realizadas de manera periódica u ocasional.

Transferencias corrientes dentro del Gobierno general: Comprenden las transferencias corrientes entre diferentes unidades gubernamentales.

Transferencias corrientes diversas: Incluyen todas las transferencias corrientes, excepto las relacionadas con primas e indemnizaciones de seguros, las transferencias corrientes dentro del Gobierno general, y la cooperación internacional corriente.

Transferencias corrientes entre los hogares: Son todas las transferencias corrientes realizadas o recibidas por los hogares residentes a, o de, otros hogares residentes o no residentes.

Transferencias de capital: Son transferencias sin contrapartida, en las que la parte que hace la transferencia obtiene los fondos involucrados disponiendo de un activo (excepto dinero o existencias), renunciando a un derecho financiero (excepto cuentas por cobrar) o bien la parte que recibe la transferencia se obliga a adquirir un activo (excepto dinero), o bien cuando ambas condiciones anteriores se cumplen.

Transferencias en especie: Son transferencias mediante las cuales una unidad institucional suministra a otra un bien o un servicio sin recibir a cambio ningún bien, servicio o activo como contrapartida. Las transacciones en especie se registran normalmente en las cuentas como si fueran transferencias monetarias que llevan aparejado un gasto, por parte del receptor, en los productos correspondientes (SCN: 2008, 3.82).

Transferencias sociales en especie: Son bienes y servicios suministrados a los hogares por el Gobierno y por las ISFLSH de forma gratuita o a un precio económicamente no significativo.

Unidades gubernamentales: Son clases únicas de entidades jurídicas, creadas mediante procesos políticos y dotadas de poder legislativo, judicial o ejecutivo sobre otras unidades institucionales en un área determinada.

Unidad Institucional: Una unidad institucional es una entidad económica que tiene capacidad, por derecho propio, de poseer activos, contraer pasivos y realizar actividades económicas y transacciones con otras entidades.

Valor agregado bruto a precios básicos: Se define como la producción valorada a precios básicos, menos el consumo intermedio valorado a precios de comprador.

Valor agregado bruto a precios de productor: Se define como la producción valorada a precios de productor, menos el consumo intermedio valorado a precios de comprador.

Valor agregado bruto: Se define como el valor de la producción, menos el valor del consumo intermedio.

Valor agregado neto: Se define como el valor de la producción, menos los valores tanto del consumo intermedio como del consumo de capital fijo.

Valor de cambio: Un valor de cambio se refiere a cómo se considera en el mercado un bien o un servicio que, además de poseer valor de uso, posee valor de cambio en tanto su ideal es ser intercambiado por valores de uso diferentes.

Valor de uso: El valor de uso de un bien está determinado por sus condiciones naturales, y es la aptitud que posee un objeto para satisfacer una necesidad. Debe diferenciarse del valor de cambio, ya que siendo este último una magnitud determinada por la cantidad de trabajo socialmente necesario para producir la mercancía, el valor de uso es determinado por las características propias del objeto y por el uso específico y concreto que se da al mismo según esas características.

Variaciones de existencias: Se miden por el valor de las entradas en existencias, menos el valor de las salidas y de cualquier pérdida recurrente de bienes mantenidos en las existencias durante el periodo contable.

BIBLIOGRAFÍA



Altamirano, C. y Beatriz S. (1983). *Literatura/Sociedad*. Buenos Aires: Hachette.

Banco Central de Costa Rica (2002). *Introducción a los conceptos, fuentes y métodos de las cuentas nacionales de Costa Rica*. Costa Rica: Banco Central.

Bourdieu, P. (1988). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto* (trad. María del Carmen Ruiz de Elvira). Madrid: Taurus.

————— (1977). *La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Barcelona: Laia.

————— (1990). *Sociología y cultura* (trad. Martha Pou). México: Grijalbo.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2003). *Registros administrativos, calidad de los datos y credibilidad pública: presentación y debate de los temas sustantivos de la segunda reunión de la Conferencia Estadística de las Américas*. Santiago de Chile: CEPAL.

Comisión Europea, Fondo Monetario Internacional, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Naciones Unidas y Banco Mundial (2008). *Sistema de Cuentas Nacionales 2008*. Bruselas: Editorial de las Naciones Unidas.

Cornejo Polar, A. (1994). *Escribir en el aire. Ensayo sobre la heterogeneidad sociocultural en las literaturas andinas*. Lima: Horizonte.

Cortés, M. y Ortiz, L. (2009). *Metodología de la Cuenta Satélite de Cultura*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Bogotá: Taller de Ediciones del DANE.

Cortés, M. y Pinzón, E. (2000). *Bases de Contabilidad Nacional*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Bogotá: Taller de Ediciones del DANE.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2008). *Planificación Estadística Estratégica. Serie: Herramientas estadísticas para una gestión territorial más efectiva*. Bogotá: Taller de Ediciones del DANE.

- (2013). *Metodología Cuentas Nacionales Anuales de Colombia Base 2005 Años Corrientes Bienes y Servicios*. Bogotá: Taller de Ediciones del DANE.
- Fondo Monetario Internacional (2009). *Manual de Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional*. Sexta Edición. Washington D.C.: IMF, Publication Services.
- Foucault, M. (1968). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas* (trad. Elsa Cecilia Frost). México: Siglo XXI Editores.
- García Canclini, N.(coord.) (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Nueva Imagen.
- (1986). *Desigualdad cultural y poder simbólico: la sociología de Pierre Bourdieu*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia/Escuela Nacional de Antropología e Historia.
- (ed.) (1993). *El consumo cultural en México*. México: Grijalbo-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- (1998). *Cultura y comunicación en la ciudad de México*. México: Grijalbo.
- (1998). "Cultura y poder: dónde está la investigación". *Revista Signos*, No. 36, pp. 55-84.
- (2004). "Diferentes, desiguales y desconectados". *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, Nos. 66-67, pp. 113-133.
- Minneapolis: University of Minnesota Press.
- (2006). "El consumo cultural: una propuesta teórica". *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Ginsburgh, V. and Thorosby, D. (2014). *Handbooks of the Economics of Art and Culture*. Oxford: Elsevier.
- Secretaría de Cultura de la Nación e INDEC (2012). *Cuenta Satélite de Cultura en la Argentina*. Buenos Aires: INDEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2002). *Sistema de Cuentas Nacionales Argentinas Año Base 1993. Serie 15, Metodologías*. Buenos Aires: Publicaciones INDEC.
- Klamer, A. (1996). *The Value of Culture: on the relationship between economics and arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Lequiller, F. y Blades, D. (2009). *Comprendiendo las cuentas nacionales*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Madrid: Publicaciones OCDE.

Naciones Unidas (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, Revisión 4*. Nueva York: Editorial de las Naciones Unidas.

(s/f) Clasificación Central de Productos Versión 2.

Organización Internacional del Trabajo (2013). Estadísticas del trabajo y de la fuerza de trabajo. Informe para el debate en la Reunión de expertos en estadísticas del trabajo para el avance de las estadísticas sobre el empleo y el desempleo. Ginebra: OIT.

----- (2013). Resolución sobre las estadísticas del trabajo, la ocupación y la subutilización de la fuerza de trabajo. 19a Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo. Ginebra: OIT.

Ortiz, L. (2014). *Experiencias de la Cuenta Satélite de Cultura en Iberoamérica*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Pinot, M. (2009). *Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su Implementación en Latinoamérica*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Pizarro, A. (coord.) (1985). *La literatura latinoamericana como proceso*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Rama, Á. (1982). *Transculturación narrativa en América Latina*. México: Siglo XXI Editores.

Rey Vásquez, D. (2012). *Las industrias culturales en relación al binomio derechos culturales – desarrollo. El caso de Cien Años de Soledad* (tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Sarlo, B. (1988). *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Bogotá: Editorial Planeta Colombiana S.A.

Stock, J. y Watson, M. (2012). *Introduction to Econometrics*. Madrid: Prentice Hall.

Stolovich, L. (2002). *La cultura es capital*. Montevideo: Editorial Fin de Siglo.

Sunkel, G. (2006). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Throsby, D. (2010). *The Economics of Cultural Policy*. Melbourne: Cambridge University Press.

Towse, R. (2010). *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.

- (2011). *A Handbook of Cultural Economics, Second Edition*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- UNESCO (2009). *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO.
- (2012). *Measuring the economic contribution of cultural industries. A review and assessment of current methodological approaches*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- (2014). *Cómo medir la participación cultural*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO.
- Venegas, J. (2005). "Elementos para un sistema de información económica de la cultura". *Chile en la tarea de superar las brechas de desigualdad: aspectos conceptuales y de medición*. Santiago de Chile: Gráfica Puerto Madero.
- Williams, R. (2000). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.



CONVENIO | ANDRÉS | BELLO

CONVENIO ANDRÉS BELLO - SECAB

Calle 93 B # 17-49 Oficina: 402

Bogotá D.C., Colombia

PBX: 571 - 644 9292