GUÍA METODOLÓGICA

PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS CUENTAS SATÉLITE DE CULTURA EN IBEROAMÉRICA

CONVENIO | ANDRÉS | BELLO

CAB - 2015

ORGANIZACIÓN DEL CONVENIO ANDRÉS BELLO

Mónica López Castro
Secretaria Ejecutiva

Diana Rey Vásquez, Ph.D.
Directora Área de Cultura

Olga Turbay Marulanda
Asesora 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 editorial: Diana Rey Vásquez.
ISBN

Guía metodológica para la implementación de las cuentas satélite de cultura en Iberoamérica.
Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2015.

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 transcender 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 bajo la coordinación de Marion Pinot de Libreros, 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 Satélites de Cultura”; fue reiterada en la XLI Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de los Países del Sistema de 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 transcender 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.

DIANA REY VÁSQUEZ, Ph.D.
Directora Área de Cultura
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 deFrancisco 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
Costa Rica	Anahí Moyano	Directora de la Unidad de Economía Creativa, Ministerio de Cultura y Juventud
	Karina Castro	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
República Dominicana	Carlos Santos Durán	Viceministerio de Desarrollo Institucional del 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 Económica, 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, estableciendo sus fronteras, límites y taxonomía.

2. Identificar los productos culturales, las actividades que los generan, determinando sus usos y los mecanismos de producción, intercambio y consumo.

3. Establecer y analizar el gasto y el consumo cultural, 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 relevantes para la explicación de las variables económicas establecidas en la medición del campo cultural.

7. Determinar la evolución y contribución de la economía de la cultura en la economía nacional.
8. Promover la generación de estadística básica para el fortalecimiento de las mediciones del sector cultural.

9. Propiciar la integración de los cálculos económicos relacionados con la cultura dentro del marco central de las cuentas nacionales sobre la información cultural.

10. Servir como fuente de información para la formulación, seguimiento y evaluación de las políticas públicas en materia cultural.

Alcances de la metodología

Al enmarcarse dentro del Sistema de Cuentas Nacionales, las Cuentas Satélite de Cultura tienen como objeto de estudio las actividades macroeconómicas que se dan durante la creación, producción, difusión, recepción, transmisión, consumo-participación, preservación, gestión, consumoy 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 desde el punto de vista 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 se basa en el Marco de Estadísticas de la Unesco, publicado en el año 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.

Los datos generados por las CSC al ofrecer información sobre los efectos económicos de las actividades culturales durante el transcurso de un año no mide el impacto económico de la producción cultural, puesto que ese tipo de análisis requiere de estudios sobre la situación del sector antes y después de una acción pública específica.

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 producción, oferta y demanda de las CSC. La información necesaria para incluir la producción y el gasto asociados con estas actividades 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 utiliza datos provenientes de fuentes parciales y variadas existentes, que permite identificar las debilidades y deficiencias de los sistemas de información. 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 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.

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 el comportamiento económico de las actividades culturales 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 sociedadcivil 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. Marco contable 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 8 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 a cada sector.

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

CAPÍTULO 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 porqué 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.

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,

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.

[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.

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 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

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 (Informe Economía Creativa 2010: 34).

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).

[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.

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 deriven 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 países[4] analizaron sus apuestas de medición y lograron, a partir de un 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 cuantitativos[5].

---

[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.

[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

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 países[6] 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

¿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.

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.

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 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 de medición, 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.

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

A la fecha, Colombia, Perú, México[7], 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 el Consejo Europeo 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 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 Selwooden 1995, y; *The cultural industries sector: its definition and character from secondary sources on employment and trade*, Gran Bretaña 1984-1991[10].

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

---

[7] Antes de la publicación de la Guía, Brasil, Chile y Argentina 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.

[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.

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 trabajode la cultura y, sobre todo, el análisis de cómo generar series de tiempo con información por sectores[11].

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, el Consejo Nacional de Cultura y Artes de Chile buscó identificar 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 obstuvieron 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

[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

técnica, e implementó cartografías culturales en Colombia[12] 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 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 –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 Cepal, 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 en el orden nacional 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 la ciudad de 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 ofrece 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

[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.

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", Bordieu 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 Bordieu 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 de 1968 introdujo numerosas 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 y probar nuevas fuentes de información y nuevas metodologías.

La última actualización de este sistema de contabilidad 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.

BLOQUE II. HERRAMIENTAS PARA LA CARACTERIZACIÓN Y EL CÁLCULO DE LAS CUENTAS DE LOS SECTORES CULTURALES

CAPÍTULO 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 del 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. Este capítulo tiene como objetivo presentar 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 actividad productiva, práctica cultural (no productiva), gasto 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 se refiere a la introducción general a las cuentas satélite y es bastante abstracta; sin embargo, es un insumo necesario para poder entender la estructura de las Cuentas Satélite de Cultura y situar las mediciones dentro de su 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 propuesto por las Naciones Unidas en colaboración con otros organismos internacionales es un sistema de conceptos, definiciones, clasificaciones y principios de contabilización por medio del cual se pretende dar una descripción macroeconómica coherente del funcionamiento de una economía aceptable para todos.

2.4. Su punto de partida se refiere a 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[13].

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 sistema central.

2.6. Su adopción en el caso de la cultura obedece a las siguientes razones:

- 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 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. Se recomienda 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. Para 6.2 el SCN 2008 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, debe conducir 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

[13] 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.”

intercambiados, e incluye también la producción de bienes por cuenta propia (para el autoconsumo). 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 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 como (para 6.17) "… 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, e incluye los productos de captura del conocimiento. 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.

2.16. Esta exclusión 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 producción.

2.17. 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.

2.18. 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.

2.19. 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 las fronteras de producción de las cuentas nacionales y, por consiguiente, de las Cuentas Satélite y deberán medirse.

a. Las Cuentas Satélite funcionales

2.20. 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.

2.21. Las Cuentas Satélite de Cultura a elaborar no pretenden presentar conceptos alternativos, como sería el caso de las cuentas del medio ambiente o las de la medición del uso del tiempo libre, en las que si bien se utiliza la lógica de las cuentas nacionales, se presentan conceptos alternativos. En el caso de la cultura, el objetivo es más bien poner en mayor relieve lo que ya está inmerso en el sistema existente de las cuentas nacionales, y destinar recursos a mejorar la medición correspondiente.

2.22. Las Cuentas Satélite de Cultura parten de la producción, al igual que las cuentas nacionales . Para las cuentas referidas a un dominio particular, el sistema recomienda comenzar por determinar claramente el alcance del dominio, lo que va a incluirse y lo que va a quedar por fuera de la medición (SCN 2008: capítulo 29).

2.23. Para este propósito, recomienda empezar por definir 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 estudio[14].

2.24. Los **productos característicos** serán los típicos del dominio, sobre los que existe un interés por estudiar su proceso de producción; las actividades dedicadas principalmente a la generación de estos productos específicos se considerarán como **actividades características**;estas se establecerán usualmente en términos de la clasificación CIIU (Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Económicas).[15]

2.25. La producción de las **actividades características** incluirá la producción de sus productos típicos (producción principal), que corresponderá necesariamente a los productos característicos del dominio de estudio. No obstante podrá incluir producciones secundarias de productos, de este mismo dominio, o de otros dominios, relacionados o no relacionados. Será de interés detallar estas producciones secundarias.

2.26. "La segunda categoría, **bienes y servicios conexos**, incluye productos cuyos usos son de interés porque están claramente comprendidos en el concepto de gastos[16] de un área determinada, pero no son productos típicos ni por su naturaleza ni porque se les haya clasificado en categorías de productos más amplias"[17].

2.27. "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].

2.28. "En el caso de los bienes y servicios **conexos**, no existe interés particular sobre sus condiciones de producción porque no son productos típicos del área de interés. Si las condiciones de producción son importantes, entonces a los artículos se les deberá considerar como productos característicos y no como productos conexos."[19]

---

[14] La clasificaciones detalladas de productos recomendadas para las CSC se definirán en el capítulo 3.
[15] Ver también la propuesta detallada en el capítulo 3.
[16] En el capítulo 6, se discutirá más ampliamente la noción de gasto cultural
[17] SCN 2008: 29.60
[18] SCN 2008: 29.62
[19]SCN 2008: 29.63

2.29. En el capítulo tercero se darán ejemplos de productos característicos, productos conexos y actividades (productivas) características de la cultura.

2.30. Un elemento conceptual 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.

2.31. **La producción de mercado** corresponde a la producción de bienes y servicios por los agentes económicos que está 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.

2.32. **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 o a la comunidad en conjunto (por ejemplo museos públicos).

2.33. 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, hacen 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. Los subsidios pueden recaer sobre la actividad productiva en general (por ejemplo, una exención de impuestos), o sobre el valor de la venta de productos específicos (un valor fijo por unidad vendida).

2.34. Una vez definidos claramente los productos específicos y las actividades 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 características
- Equilibrios oferta-utilización de los productos específicos (característicos y conexos)
- Estructura del sector productivo y empleo en las actividades características
- Gasto nacional clasificado por financiador/beneficiario

2.35.**Cuentas de producción de las actividades características**: para estas, las Cuentas Satélite incluirán las cuentas detalladas de producción (producción por productos, consumo intermedio, valor agregado), la descomposición de sus insumos, los ingresos primarios generados en el proceso de producción, así como el detalle del empleo generado en estos procesos de producción.

2.36.**Equilibrios oferta-utilización**: para los productos específicos de un dominio (característicos y conexos), el SCN 2008 recomienda elaborar los equilibrios oferta-utilización. Estos son cuadros en los que se representan de manera sintética la oferta 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 debe ser igual al valor de la demanda (utilización).

2.37. Se debe tener:

Producción + Importaciones = Consumo Intermedio + Consumo Final + Formación Bruta de Capital Fijo + ((adquisición – disposición) de objetos valiosos) + ΔExistencias + Exportaciones

En donde:

Consumo Intermedio representa los bienes y servicios utilizados como insumos en otros procesos de producción;

Consumo Final[20] representa la adquisición de bienes y servicios por los hogares para satisfacer de sus necesidades; incluye también 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 de las 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 Los objetos valiosos son activos que se adquieren como depósitos de valor; no se consumen en el proceso productivo y no se deterioran físicamente con el tiempo;

ΔExistencias representa la diferencia entre los bienes existentes al principio del período de referencia y los que quedan sin uso al final del período; es obvio que solo se refieren a los bienes ya que los servicios se consumen en el momento en el que se producen;

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

2.38. 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

[20] La definición de consumo final utilizada aquí es *económica* y se basa en la adquisición. Más adelante (para 2.70) se explicará su diferencia con lo que las estadísticas de la cultura suelen llamar *consumo cultural*.

actividades para las que este producto es considerado parte de la producción secundaria.

2.39. Otros cuadros de interés recomendados por el SCN 2008 propios de las Cuentas Satélite, corresponden a una combinación de datos ya presentes en las cuentas nacionales. Son los siguientes:

2.40. **Estructura del sector productivo y empleo:** estos cuadros ahondan en la descripción del sector productivo correspondiente a cada actividad característica: los establecimientos 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, el consumo intermedio, 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 cuadros relacionados con los empleos, tanto principales como secundarios, las ocupaciones principales y las posiciones ocupacionales.

2.41. 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, 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.

2.42.Según el SCN 2008 para 29.64, el gasto nacional en un dominio específico incluye los siguientes conceptos:

1. Consumo de bienes y servicios específicos
2. Formación de capital en bienes y servicios específicos
3. Formación de capital fijo de actividades características en productos no específicos
4. Transferencias corrientes específicas
5. Transferencias de capital específicas

2.43. 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 cuales se registra este consumo. 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. Esto se analizará cuando se presente el cálculo en el caso de la cultura.

2.44. La formación de capital que se incluye es de dos tipos: la formación de capital como uso de todos los bienes y servicios específicos 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 factores de producción por parte de las actividades características que no han sido identificados como específicos (rubro 3).

2.45.Por su parte, las transferencias se refieren a pagos sin contrapartida entre los diferentes agentes económicos. De nuevo, si los productos se valoran a precios de mercado, se deben excluir de este rubro los subsidios a los productos puesto que estos valores ya están incluidos en la valoración del consumo.

2.46.Finalmente, se debe corregir el gasto por las exportaciones, es decir, las compras de bienes y servicios por no residentes, para llegar al gasto nacional.

2.47. 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 que los hogares (sus clientes) disfrutan en su nombre; 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…).

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

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

2.49.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. Las cuales son posibles a través de la función esenciales de la educación cultural"21.

2.50. Por consiguiente, los **productos específicos de la cultura**, como manifestación de la cultura, corresponden a los bienes y servicios realizados con una finalidad estética o comunicativa, por medio de los cuales se expresan ideas o emociones mediante 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.

[21] Esta definición fue inspirada en la noción de campo de Bourdieu (1988). Para más información, ver recuadro 2 de la Introducción.

2.51.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.

2.52.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, 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

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

2.54. Puesto que el punto de partida de las Cuentas Satélite se refiere a los productos y a la producción –mismo caso de las cuentas nacionales–, estos serán los primeros elementos a aclarar.

Las actividades productivas relacionadas con la cultura

2.55. Al retomar la definición de la producción 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)	…”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” (Unesco)

2.56. 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.

2.57. A partir del contexto expuesto, se debe anotar que algunas actividades culturales no estarán dentro del campo de la producción. Entre ellas encontramos 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.

2.58. 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 cuya producción no está disponible para el intercambio en el mercado. Si son ofrecidas 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.

2.59. 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, no son actividades de producción. Por consiguiente, si se da algún tipo de pago por la actividad, no se trata de una compra de servicio sino solamente de una transferencia entre hogares.

2.60. Sin embargo existen excepciones, pues algunos individuos que intervienen en estas actividades pueden desempeñar un oficio remunerado. Por ejemplo, el profesor de un grupo de teatro aficionado o de colegio, un director de un coro en el que los que cantan no reciben pago, 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.

2.61. El empleo es un criterio importante para el análisis. Por ejemplo, los *performances* en la calle, en el transporte público o en otros espacios públicos por cuenta propia deberían tratarse estrictamente como mendicidad, y la moneda entregada 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 considerar su actividad como producción.

2.62. Aun cuando no necesariamente resulta en una operación de mercado (no se hace sobre pedido), 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. 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.

2.63. 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***.

2.64. 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.

2.65. Es importante señalar que las *prácticas* tienen un efecto económico y que las Cuentas Satélite de Cultura incluirán las adquisiciones de bienes y servicios asociadas a la noción de *gasto cultural*. 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,erogaciones estas que es legítimo identificar claramente e incluir como adquisición de bienes y servicios “conexos” en el gasto cultural.

Las actividades (de producción) características de la cultura

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

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

2.68. 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

2.69. Para los productos específicos de un dominio de estudio, el SCN recomienda establecer equilibrios oferta utilización, e integrar su análisis en cuadros oferta-utilización, cuyo formato general se ha presentado en el parágrafo 2.35.

El consumo en las CSC

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

2.71. En economía (en las cuentas nacionales), 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. 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.

2.72. La noción de *consumo cultural* utilizado corrientemente en las estadísticas de la cultura es muy diferente; el consumo de contenidos simbólicos está asociado al 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).

2.73. 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 cultural

2.74. En la línea de lo sugerido por el marco general propuesto por las Cuentas Satélite, en el que el gasto en un dominio se refiere exclusivamente a la suma de:

- consumo (intermedio y final) de productos específicos
- formación de capital en productos específicos
- formación de capital de las actividades características en productos no específicos
- transferencias corrientes y de capital

2.75. Se propone ampliar el ámbito de 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. 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. Sin embargo, al hacer este gasto en este contexto, es legítimo incluirlo en el concepto de gasto cultural. Pero claramente, no tendría sentido incluir toda adquisición de vestuario como gasto cultural.

2.76. Se han definido tres categorías de productos conexos así:

- Los **productos conexos “propiamente dichos”** son los productos específicos del campo cultural que no son suficientemente importantes como para justificar tratarlos como característicos, en particular porque no es relevante establecer sus cuentas de producción. Hacen parte de lo que se llaman “productos específicos” tal como están definidos en el SCN.

Son ejemplo de productos conexos propiamente dichos, los servicios de investigación y tecnología; así como la planificación, creación y colocación de publicidad. Téngase en cuenta, que el diseño publicitario en estricto sentido, es considerado en esta metodología como producto característico.

- Los **productos conexos "auxiliares"** son los productos que por sí solos no participan de la generación de contenidos simbólicos ni sirven de insumos para esta, sino que hacen posible o facilitan esta transmisión, siendo este su uso exclusivo. En este conjunto se incluyen bienes destinados a ser utilizados en la producción o reproducción de productos culturales para su disfrute directo por los consumidores. Se incluyen productos como los televisores, los radios, los aparatos de reproducción de música e imagen en formato análogo y digital, y los proyectores de películas cinematográficas. Se convierten en una extensión necesaria del consumidor.

Son ejemplo de productos conexos auxiliares los televisores, los radios, los aparatos de reproducción de música e imagen en formato análogo y digital o los proyectores de películas cinematográficas.

- Los **productos conexos "interdependientes"** son utilizados como insumos o bienes de capital por los productores culturales o por aquellos que se dedican a actividades culturales excluidas de la producción. Su razón de existir es exclusivamente para servir como insumo o bien de capital para la producción cultural, para apoyar una actividad cultural, o para crear las condiciones para que sea posible, sin que su propia naturaleza sea la de crear, expresar, interpretar, conservar o transmitir contenidos simbólicos. Los bienes de capital adquiridos por las actividades productivas culturales están incluidos en la formación de capital (el rubro 3 del gasto); pero estos mismos productos, cuando son adquiridos por los practicantes que no son considerados productores, no están comprendidos en este concepto: es el caso por ejemplo de los instrumentos de música adquiridos por aficionados, que se considerarán entonces como "interdependientes". Esta última categoría incluye bienes y servicios de naturaleza bastante variada tales como:

  - Cámaras de video y de fotografía que pueden ser utilizadas como bienes de capital para la producción de productos culturales –por los productores para la televisión o el cine– y que ya están incluidos en el gasto, o para el gasto de consumo final en los hogares que las compran para su uso y diversión. En el segundo caso, se habla de una práctica cultural que se excluye de la producción.

  - Productos cuyo uso principal consiste en desarrollar actividades o prácticas que forman parte del campo cultural, tales como los instrumentos musicales utilizados tanto por los profesionales (ya incluidos en el gasto) como por los amateurs.

- Servicios de gestión cultural de dos clases: 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, a los servicios prestados por organizaciones internacionales que apoyan y promocionan actividades culturales, y a los servicios de organizaciones gremiales del sector y las sociedades de gestión de derechos de autor.

- Bienes y servicios cuya esencia no es cultural, pero cuyo uso depende totalmente de actividades culturales. Ejemplos de ellos son los CDs vírgenes, los servicios de impresión a contrato, entre otros.

- Finalmente, los otros productos **conexos** que no tienen ninguna de estas propiedades pero que se incluyen en el gasto cultural porque su adquisición se efectúa en un contexto de práctica o de producción cultural.

Se trata, por ejemplo, del vestuario y de la utilería adquirida para su utilización en obras de teatro consideradas prácticas culturales, pero que tienen otros usos principales. Por este motivo, no se pueden clasificar como interdependientes.

2.77. En el capítulo 3 se provee una lista de productos conexos auxiliares e interdependientes.

C. Los agregados sintéticos

2.78. En el marco contable de las CSC se proponen unos indicadores que sintetizan las variables de interés asociadas a los procesos culturales. Los indicadores que se proponen en esta Guía son los siguientes:

- Valor agregado cultural
- Empleo equivalente de tiempo completo en el campo cultural
- Gasto cultural total

a. Valor agregado cultural

2.79. El valor agregado corresponde al valor aportado por cada establecimiento o actividad productiva 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 en dichos establecimientos, y por consiguiente se refiere al mismo tiempo a la producción de los productos típicos y de los productos no típicosque 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 estos procesos, es decir que solamente se refiere al valor agregado generado por las actividades características.

2.80. El valor agregado de una actividad económica es la diferencia entre el valor de la producción bruta y los insumos utilizados para su realización (consumo intermedio).

$$VA = P - CI$$

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

2.82. No se incluye aquí el valor agregado generado por procesos de producción de bienes y servicios culturales cuando estos no son la producción principal de estos procesos, es decir que el agregado se refiere solamente al **valor agregado generado en las actividades características de la cultura.**

2.83. Sumando el valor agregado de todas las actividades (productivas) características de la cultura, se obtiene el valor agregado cultural que 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). Esto permite establecer el peso económico relativo de las actividades culturales, un indicador ampliamente utilizado, pero que sin embargo no logra dar cuenta de la importancia de la cultura en un país pues se limita a medir el aporte de las actividades características.

b. Empleo Equivalente de Tiempo Completo en las actividades culturales

2.84. 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

2.85. 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 de los bienes y servicios considerados como específicos de la cultura, sino también los bienes de capital de las actividades no incluidos anteriormente y las adquisiciones de insumos interdependientes, y otros auxiliares fuertemente relacionados con la cultura, sus prácticas y sus actividades. Adicionalmente, 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. Esta aproximación se avecina más a lo que el común de las personas tiende a llamar *gasto cultural* así como también otras transferencias entre agentes económicos, no incluidas en los valores anteriores, pero que participan de la noción de gasto.

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, 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. Las cuales son posibles a través de la función esencial de la educación cultural".

- Los cuadros de análisis en el caso de las CSC son:

    - Cuentas de producción de las actividades características
    - Equilibrios oferta-utilización de los productos específicos (característicos y "conexos propiamente dichos")
    - Estructura del sector productivo y empleo en las actividades características
    - Gasto nacional clasificado por financiador/beneficiario

- Esta metodología propone tres indicadores sintéticos que permitirán comparar los resultados entre los países:

    - Consumo final efectivo en productos culturales (característicos y "conexos propiamente dichos")
    - Valor agregado cultural
    - Empleo Equivalente de Tiempo Completo en el Campo Cultural

CAPÍTULO 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 Naciones Unidas y el Marco de Estadísticas Culturales-MEC de la Unesco del año 2009. Puesto que ya fueron definidos en el capítulo anterior los conceptos centrales de acuerdo al SCN 2008, este capítulo presenta la delimitación del campo cultural de acuerdo con los momentos-eslabones del ciclo cultural estipulados en el Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la Unesco, con el objetivo de entender mejor el proceso de producción del campo cultural.

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 de medición cultural por sectores y subsectores, identificando para cada uno los productos y las actividades características.

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 al sector desde una perspectiva económica, así como el estudio de los procesos por los cuales estos productos aparecen, esta Guía adopta el modelo del ciclo de producción cultural del MEC de la Unesco del año 2009 para definir con precisión el ámbito de análisis.

Por lo tanto, a continuación se enuncian la descripción de los siete momentos-eslabones del ciclo cultural según el MEC, así como otros aportes de interés efectuados desde la sociología de la cultura y la economía de la cultura, que permiten una mejor comprensión de la dimensión de los procesos de creación de contenidos simbólicos relacionados con las artes y el patrimonio.

a. Creación

3.3.1. En las Cuentas Satélite de Cultura, el proceso de creación de contenidos simbólicos se asocia con la actividad de los creadores, tales como escritores, escultores, autores, arquitectos, periodistas, guionistas, coreógrafos, entre

otros; así como con los productos que resultan de esta actividad, como lo son las obras, las piezas y los textos originales, protegidos por el derecho de autor.

Algunas definiciones clave:

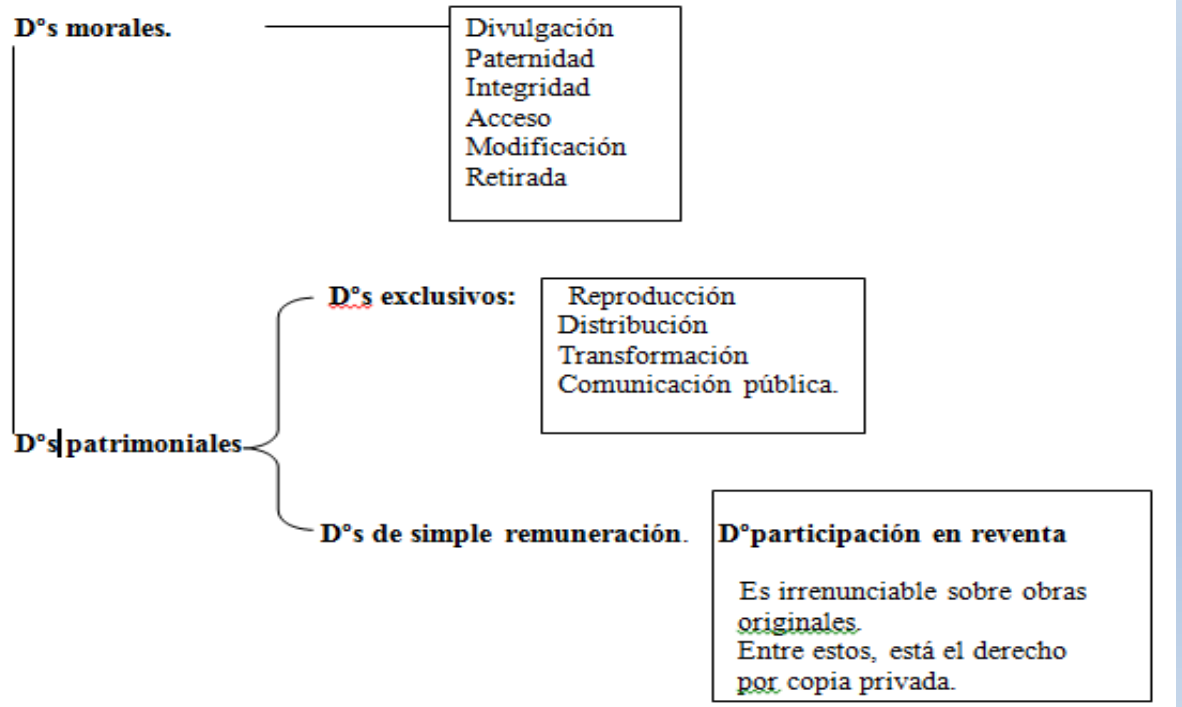
> Según el MEC de la Unesco, la creación se entiende como “el punto de origen de las nuevas ideas y contenidos, y la manufactura de productos originales” (Unesco 2009: 19).
>
> El proceso de creación artística incluye la imaginación, la capacidad de generar ideas originales y las nuevas formas de interpretar el mundo, expresado en textos, sonidos o imágenes (Throsby 2010: 15).
>
> En términos económicos los derechos de autor pretenden financiar la creatividad mediante la provisión de un incentivo a la creación y difusión de originales u

Derechos de Autor

De acuerdo a los principios establecidos en la primera ley de derecho de autor, el Estatuto de la Reina Ana del 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, la potestad de decir sobre su divulgación, integridad, modificación y retiro. En cuanto a los derechos patrimoniales se pueden ceder a terceros por un tiempo y lugar determinado, 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 cuales esta entidad tenga convenios bilaterales de representación.



obras de arte. Dicha financiación se da a través del mercado (Towse 2011: 134-1).

b. Interpretación

3.3.2. La interpretación de contenidos simbólicos está asociada a las actividades y a los productos ligados con las expresiones artísticas, tales como las artes escénicas y las artes visuales; pero también a los comportamientos y a las expresiones rituales y tradicionales.

En este sentido, se incluyen en este grupo las actividades y productos de las artes escénicas, las artes visuales, la música, y el performance en general.

Algunas definiciones clave:

> La interpretación hace referencia a las manifestaciones y expresiones en vivo de contenidos cuya producción requiere la entrada de grandes habilidades de representación de una variedad de caracteres que son enviados a una audiencia en un momento y en un lugar específicos, que han sido promocionados con anterioridad (Towse 2011: 339).

Los juegos y la juguetería tienen una dimensión lúdica interactiva de procesamiento simbólico que conlleva a una interpretación de significados y mensajes.

c. Transmisión

3.3.3. La transmisión se refiere a la difusión, transferencia e intercambio de contenidos o información emitidos desde medios físicos, virtuales, audiovisuales o de radio. Puede presentarse en el lugar donde ocurre el consumo, y 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). Guarda relación con la transferencia de conocimientos y destrezas que no involucran necesariamente una transacción comercial y que suelen ofrecerse en entornos informales (Unesco 2009: 20).

Los audiovisuales y la radio, así como la edición de libros y publicaciones, las artes gráficas y la educación en el campo artístico, son algunos de los grupos de actividades y productos en los que se evidencia la transmisión de contenidos simbólicos. Una situación similar surge con la radiodifusión y las actividades audiovisuales, en las que la transmisión de información genera procesamiento y transmisión simbólica.

Algunas definiciones clave:

> *La transmisión se refiere a la difusión, transferencia e intercambio de contenidos o información que son emitidos desde medios físicos, virtuales, audiovisuales o de radio. Puede presentarse en el lugar donde ocurre el consumo, y la provisión de experiencias culturales en vivo y/o no mediadas a audiencias a través del acceso con fines de consumo o participación en actividades culturales puntuales (organización y producción de festivales, teatros, cines o museos). Guarda relación con la transferencia de*

conocimientos y destrezas que no involucran necesariamente una transacción comercial y que suelen ofrecerse en entornos informales (Unesco 2009: 20).

Las artesanías pueden ser consideradas como bienes de transmisión de contenidos simbólicos, pero que incorporan elementos patrimoniales; tienen la particularidad de que su **valor de uso** *no siempre es simbólico. Por ejemplo, el valor de uso principal de una silla artesanal, es el mismo que de otra silla: servir de asiento a las personas. Sin embargo estos productos artesanales suponen algún nivel de saberes ancestrales, de creatividad y procesamiento simbólico, e incorporan prácticas culturales que hacen parte del patrimonio inmaterial, por esta razón se incluyen en el campo cultural.*

d. Conservación y preservación

3.3.4. La conservación y preservación se refiere al cuidado, la protección y la preservación de los contenidos simbólicos de las generaciones predecesoras o actuales, con el objetivo de transferir el conocimiento ancestral, reinterpretar la cultura, la historia y la identidad de las naciones. A estos se asocian las actividades y productos que constituyen el patrimonio cultural, así como los servicios de repositorio y archivo.

Las entidades museales, los grupos folclóricos, las asociaciones culturales, la restauración de muebles, inmuebles o piezas de arte, la archivística, los rituales tradicionales, juegan un papel importante en la conservación y preservación de los contenidos simbólicos, en los que hay también una transmisión histórica de conocimiento y de tradiciones.

Algunas definiciones clave:

> *La definición institucional de patrimonio está asociada con una lista oficial de edificios históricos que los historiadores artísticos y muchos de los ciudadanos piensan deben ser protegidos, conservados y preservados (Benhamou, 2011).*

e. Gestión

3.3.5. 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. Toda vez que las actividades de gestión cultural al regular e implementar las políticas públicas relacionadas a los procesos de creación, producción y consumo 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.

Se destacan dos tipos de actores en la gestión cultural. El primero, impulsado por el gobierno responsable del sostenimiento, preservación y financiación del sector, que se da en forma de planes, programas y proyectos. El segundo, efectuado por las Instituciones sin Fines de Lucro que sirven a los Hogares (ISFLH), cuyas transferencias permiten 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.

Algunas definiciones clave:

> *La gestión cultural o la administración cultural como se conoce en algunos escenarios, es una de las ramificaciones más recientes de la administración que se encarga de la gestión del arte y la cultura. Esto no solo significa que para el campo cultural se requiere una manera particular de administración, sino que los profesionales responsables de tal labor, necesitan cumplir con un conjunto de requerimientos específicos y distintos a los de la gestión de cualquier otro tipo de actividad (Colbert, 2011).*

f. Consumo y apropiación

3.3.6. En las Cuentas Satélite de Cultura el consumo está asociado al acceso a bienes y servicios culturales que efectúan los hogares mediante el pago o el acceso gratuito.

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 (UNESCO 2009: 44).*

> *El consumo es la relación que se establece entre un conjunto de bienes creados para satisfacer un paquete de necesidades, como una relación estímulo-respuesta. No existe correspondencia mecánica o natural entre las necesidades y los objetos 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).*

> *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).*

> *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).*

3.4. Esta delimitación del ámbito de medición económica de las CSC, si bien es relativamente amplia y corresponde a las recomendaciones del Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la Unesco, no es producto de un consenso general y deja por fuera momentos-eslabones que no son culturales pero que en ciertos países se asocian a la identidad nacional y, en consecuencia, su inclusión puede ser relevante.

3.5. Otro aspecto fundamental para lograr una delimitación del campo cultural conforme a los conceptos del Manual del Sistema de Cuentas Nacionales 2008, es emprender la medición económica de las cuentas satélite al identificar las fronteras de producción[22] del sector de interés, sus productos y actividades económicas típicas, y establecer desde el principio las fronteras del consumo[23].

3.6. Adicionalmente, se deben tener en cuenta las actividades informales o ilegales cuya producción está destinada al mercado y son objeto de medición en el campo cultural. Al respecto, es importante destacar que las CSC no diferencian conceptualmente entre los productos que resultan de procesos de producción organizados legal o ilegalmente, ni formal o informalmente. Sin embargo se recomienda, en la medida de lo posible, diferenciarlos al nivel de los cuadros de resultado para facilitar su interpretación y prever que sus procesos de estimación son bastante diferentes. En consecuencia, en las CSC deben estudiarse las actividades que se encuentran incluidas tanto en la economía formal como en la informal.

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

3.7. La segmentación del campo cultural se hace de acuerdo con las características comunes de las actividades y los productos, atendiendo a criterios como las formas de expresión, o su similitud en la cadena productiva. Esto requiere que se tenga claridad sobre los conceptos básicos de las cuentas nacionales en lo referente a los términos: productos, actividades y producción.

3.8. Para fines analíticos del ámbito de la medición económica del campo cultural, es útil segmentarlo en *sectores*[24]. Se propone que dichos sectores

[22] En la frontera de la producción se asume que todos los bienes y servicios producidos han de ser susceptibles de venderse en el mercado, o al menos han de tener la posibilidad de ser provistos de una unidad a otra, mediante su pago o de forma gratuita. Igualmente, el Sistema de Cuentas Nacionales incluye dentro de la frontera de la producción todas aquellas actividades destinadas a crear productos ofrecidos en el mercado para su venta o trueque. Incluye, al mismo tiempo, todos los bienes o servicios suministrados gratuitamente a los hogares individuales, o proporcionados colectivamente a la comunidad por las unidades gubernamentales o las Instituciones Sin Fines de Lucro que Sirven a los Hogares (ISFLSH) (SCN 2008: 1.40).

[23] La cobertura del consumo en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) tiene ramificaciones que se extienden más allá de la producción. La gama de bienes y servicios incluidos en el gasto de consumo final de los hogares y en el consumo final efectivo viene determinada análogamente por la frontera de la producción (SCN 2008: 1.45).

[24] El término *sector* utilizado en este contexto no tiene el significado de sector institucional utilizado en el SCN 2008 o de sector económico, más bien se refiere a las partes seccionadas o segmentadas del ámbito de la medición económica del campo cultural.

agrupen actividades y productos que presenten características comunes en sus formas de expresión, manifestación o distribución. Cada sector puede a su vez dividirse en subconjuntos que se denominan *subsectores*, bajo el mismo criterio.

3.9. El orden de los sectores corresponde al orden de los procesos, tal como se definen en el ámbito de la medición económica del campo cultural: creación, interpretación, transmisión, conservación, preservación, gestión, consumo y apropiación. Adicionalmente, la selección y la ubicación de las actividades y los productos en los diferentes sectores y subsectores se fundamentan en los mecanismos de producción y expresión, independientemente de sus formatos.

a. Sectores y subsectores del campo cultural

3.10. La segmentación que se propone para el ámbito de la medición económica del campo cultural, de acuerdo con los criterios explicados, es la siguiente:

Tabla 3.1. Sectores y subsectores que conforman el campo cultural

Sector	Subsector
Creación-Derechos de Autor	Literario
	Musical
	Audiovisual
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
	Otros productos editoriales (partituras, tarjetas postales, carteles, afiches y calendarios)
Educación cultural	Educación cultural no formal (orientada a la lúdica)
	Educación cultural formal (incluye la educación básica primaria y secundaria, superior, formación en bellas artes, diseño y otros, como curadurías y gestión cultural)
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.

3.11. 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, tal y como lo propone el MEC de la Unesco, excluir algunos, como las cocinas tradicionales o las lenguas, o incluir las prácticas y manifestaciones culturales relacionadas con el campo religioso. 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 debería tomarse como una plataforma para la comparación internacional. Después, cada país que implemente las CSC deberá especificar claramente cuál ha sido el ámbito adoptado, señalar los sectores que ha excluido y presentar separadamente las áreas que le son propias.

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

3.12. La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) y la Clasificación Central de Productos (CPC) son clasificadores y nomenclaturas internacionales que facilitan 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.

3.13. Esta Guía propone utilizar la CIIU[25], revisión 4, al considerar que constituye una estructura de clasificación coherente y consistente de las actividades económicas basada en un conjunto de conceptos, definiciones, principios y normas de clasificación. Adicionalmente "proporciona un marco general en el que los datos económicos pueden reunirse y divulgarse en un formato diseñado para fines de análisis económico, adopción de decisiones y elaboración de políticas" (CIIU 2009: 3).

3.14. La clasificación CPC, por su parte, se basa en las características de los bienes y en la naturaleza de los servicios prestados, independientemente de las actividades de origen, por lo que se refiere a categorías de productos y no a productos elementales. Una categoría considerada como cultural puede incluir exclusivamente productos del campo cultural o, si bien no incluye únicamente productos culturales, estos constituyen una parte importante de la categoría correspondiente o conforman un grupo de productos elementales que se consideran importantes dentro del análisis de la cultura. Para ejemplificarlo está el caso de los servicios de interpretación en el que se puede incluir la interpretación de varias clases de artistas como actores, bailarines, músicos, entre otros.

3.15. Es importante resaltar que las categorías de productos de la CPC son agregadas y muchas veces no permiten la identificación detallada de productos culturales. Por ejemplo, en la CPC es difícil identificar los servicios asociados a las actividades de educación relacionadas con la cultura, razón por la cual debe recurrirse a otro tipo de clasificadores para establecer la taxonomía de este sector.

3.16. Para cada país, las clasificaciones generalmente corresponden a adaptaciones de los clasificadores internacionales de acuerdo con su contexto, la producción económica, loes sectores de importancia o el grado de desarrollo de las actividades y productos. Sin embargo, los países han venido utilizando las clasificaciones y nomenclaturas internacionales cuando se deben hacer comparaciones o referenciaciones del ámbito internacional.

a. Identificación de productos y actividades en las Cuentas Satélite de Cultura

3.17. La segmentación del campo cultural en sectores y subsectores implica la identificación de productos y actividades específicos de la cultura. Este proceso se inicia con los productos y las actividades características, y continúa con un inventario de los productos conexos asociados a cada sector o subsector.

[25]Históricamente, la CIIU ha proporcionado orientación a los países para la elaboración de clasificaciones nacionales y se ha convertido en un instrumento importante para la comparabilidad en el ámbito internacional de los datos estadísticos sobre las actividades económicas. La CIIU ha sido ampliamente utilizada, tanto en el plano nacional, con las adaptaciones que realiza cada país, como en el internacional, para clasificar los datos según el tipo de actividad económica que se obtiene en las diversas estadísticas económicas y sociales, como las referidas a las cuentas nacionales, la demografía de las empresas, el empleo y otros aspectos. Además, la CIIU se utiliza cada vez más con fines no estadísticos (CIIU 2009: 3).

3.18. Para la selección de los productos característicos se deben llevar a cabo una revisión y una lectura de la CPC ubicando las categorías, las clases o los códigos que incluyen los productos culturales de cada sector cultural establecido en la Tabla 2.1. Posteriormente, se hace una lectura de las notas explicativas de las clases identificadas como culturales, y se verifica que se seleccionen aquellos cuya razón de ser es la creación, la interpretación, la transmisión, la conservación, la preservación, la gestión, el consumo y la apropiación de contenidos simbólicos referidos a las expresiones artísticas y el patrimonio.

3.19. Si en las inclusiones de estos códigos, todos los productos allí agrupados son característicos de la cultura, esta clase se considera de productos culturales de forma total. Si por el contrario se tiene un grupo de productos que contiene tanto productos culturales como no culturales, esta categoría se considera del campo cultural pero en forma parcial y se denota con la letra P.

3.20. Posterior a la selección de los productos específicos del campo cultural de cada sector y subsector, se analiza su actividad o sus actividades de origen, que bien pueden verificarse intuitivamente en la CIIU, o con la estructura detallada de la CPC y sus correspondencias con la CIIU, validando así el origen del producto cultural y la categoría de la actividad o de las actividades económicas de origen del producto.

3.21. Si en esta selección se encuentra que los productos típicos asociados a las actividades son todos culturales, esta actividad es considerada actividad característica total. Si por el contrario, alguno o varios de sus productos asociados no son culturales, pero tiene asociados algunos o varios productos culturales, esta se considerará parcialmente cultural y se denota con la letra P.

3.22. La identificación de los productos conexos se efectuará considerando los productos para los cuales no existe un interés claro en estudiar sus procesos de producción. Para las categorías de productos que son parcialmente conexos se les denotará con la letra P.

3.23. La siguiente tabla puede ayudar a aplicar el esquema del proceso descrito:

Tabla 3.2. Esquema para la identificación de productos

SECTOR	**PRODUCTOS CULTURALES**				
	Código CPC Rev 2	**Descriptiva**	**Inclusiones**	**Exclusiones**	**Resultado**
Identifica el sector cultural	Identifica un producto cultural	Describe el producto cultural	Detalla las inclusiones del campo cultural para el producto	Detalla las exclusiones del campo cultural para el producto	Define cuáles son los productos a considerar

Fuente: elaboración propia CAB.

Tabla 3.3. Esquema para la identificación de actividades

ACTIVIDADES CULTURALES				
Código CIIU Rev 4	**Descriptiva**	**Inclusiones**	**Exclusiones**	**Resultado**
Identifica la actividad que genera el/los producto(s) cultural(es)	Describe la actividad que genera el/los producto(s) cultural(es)	Detalla las inclusiones del campo cultural para la actividad	Detalla las exclusiones del campo cultural para la actividad	Define cuáles son las actividades a considerar

Fuente: elaboración propia CAB.

3.24. El caso de la educación cultural tiene una particularidad y es que el producto cultural tiene su origen en una actividad económica que puede estar clasificada de manera más detallada, de acuerdo con la Clasificación Internacional Normalizada de Educación (CINE), como educación formal, educación no formal, o educación informal y aleatoria. Ello implica adicionar una columna más al cuadro en la que se describa el tipo de educación según la CINE.

3.25. La identificación de los productos característicos y las actividades características que se proponen para la medición de las CSC se encuentran definidos en el aparte a continuación, dependiendo del sector correspondiente del campo cultural.

C. Caracterización de los sectores culturales

3.26. Los sectores del campo cultural tienen procesos de creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación cultural muy disimiles entre sí. Las diferencias se dan ante todo por la diversidad de agentes culturales públicos y privados que intervienen en la producción, las particularidades de los bienes y servicios que cada actividad económica genera y los procesos de consumo y apropiación cultural que se dan dependiendo del sector cultural.

3.27. Considerando dichas particularidades, a continuación se plantea una caracterización de cada uno de los sectores identificando los agentes culturales que participan, sus ámbitos de medición económica en términos de productos y actividades relacionadas.

Sector Creación-Derechos de Autor

3.29. La creación cultural es asumida por esta Metodología como un sector especial del campo cultural. Su particularidad está dada porque hace parte de todos los sectores de manera transversal, ya que desde el momento de concepción de la idea hasta la puesta a disposición del producto al público, diferentes agentes desarrollan actividades creativas.

3.30. Cada una de dichas actividades humanas y culturalesaportan sentido a la obra y son reconocidas a través de la normatividad de derecho de autor. Puesto que tal como se ha destacado, la normatividad internacional del derecho de autor, en especial el Convenio de Berna, permite identificar cuáles son las actividades creativas que por su originalidad otorgan a quienes las realizan derechos morales y patrimoniales específicos sobre las creaciones.

3.31.Sin embargo, considerandoque el interés de este primer sector del campo cultural es visibilizar puntualmentelos recursos económicos generados por quienes materializan la idea literaria, musical o teatral por primera vez en un soporte físico o digital, este sector denominado Creación- derechos de autorincluye exclusivamente los aportes de las cesiones de derechos de explotación efectuadas por los artistas que transforman sus ideasen obras

primas literarias, musicales o teatrales. Mientras que los recursos generados por los derechos de autor conexos asociados a los servicios de interpretación y ejecución de las obras, se calcularán en cada uno de los sectores del campo cultural según correspondan.

3.32.Es decir, este sector de la creación- derechos de autor sólo contemplará los efectos económicos de los escritores, compositores, guionistas y libretistas, quienes como titulares de derechos patrimoniales sobre las obras primas, pueden ceder los derechos de uso de sus creaciones a terceros para la explotación económica. En cuanto, los ingresos por derechos de autor de cantantes, ilustradores de libros, actrices, traductores, productores oarreglistas, son calculados en el sector del campo cultural relativo a dichas actividades.

3.33. Al respecto es importante recordar, que tal como lo establece el Convenio de Berna, al cual están adheridos todos los países de la región iberoamericana, los derechos patrimoniales les permiten a estos titulares de obras primas (compositor, escritor, guionista, etc.) ceder el derecho de explotación económica de sus obras primas por un tiempo, lugar y formato determinado; pero no la titularidad moral de sus manifestaciones artísticas[26].

3.34.Para calcular los aportes de dichos derechos de explotación es fundamental tener en cuenta que las cesiones de derechos patrimoniales de las obras primas (literarias, musicales y teatrales) son efectuadas a través de licencias de uso o mediante contratos de cesión que concede el titular a intérpretes y ejecutantes, para usos específicos. Entre los cuales se consideran, en términos generales,los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación.

3.35. Entre las principales fuentes de información para identificar estos recursos están los agentes de cada sector del campo cultural que se encargan de la interpretación y ejecución de las obras, las compañías de fijación de la obra en formato físico o digital y las sociedades de gestión colectiva. Las empresas sean editoriales, disqueras, compañías de teatro, museos o galerías tienen la información de los gastos que les representan los contratos para la creación de obras específicas por encargo y/o la adquisición de licencias de uso directamente con el escritor, compositor o guionista.

3.36. Por su parte, las sociedades de gestión colectiva, entendidas como las instituciones creadas por 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, a nombre de los compositores, se encargan de recaudar los montos generados por dichos derechos; a través de sistemas de cobro que están estipulados en la normatividad de derechos de autor de cada país. De

[26] En otras palabras, cuando un compositor hace un contrato con una disquera, otorga licencia de uso para que esta fije el fonograma producto de su interpretación y lo comercialice por un tiempo determinado, unos países específicos y formatos puntuales (CD, DVD, digital para venta en iTunes, o Amazon, etc.) Por lo tanto, la firma de los contratos de cesión de derechos patrimoniales no significa la renuncia total de todos los derechos patrimoniales, ni de los derechos morales. Una vez se termine el contrato en tiempos preestablecidos, el compositor puede ceder la licencia de uso de sus letras a otra compañía.

esta manera, se evita que los autores estén como individuos cobrando a cada particular o persona jurídica que hace uso de sus obras para disfrute colectivo.

3.37. Igualmente, se puede obtener información sobre los recursos generados por la cesión de derechos patrimoniales a través de encuestas directas a los creadores, en especial, en aquellos casos donde no se efectúan contratos formales entre las partes y por lo tanto, dichos valores no son reportados por las empresas que adquieren los derechos por un tiempo, lugar y formato determinado.

3.38. Corresponde a los técnicos de las Cuentas Satélite de Cultura de cada país definir las principales fuentes de información para calcular los montos de derechos patrimoniales por concepción de las obras literarias, musicales y teatrales, de acuerdo a la normatividad de derechos de autor vigentes en su territorio, sin perder de vista los lineamientos generales sobre este tema que están definidos en el Convenio de Berna y los Tratados específicos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI.

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

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR DE CREACIÓN	
Código CPC Rev 2	**Descriptiva**
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
96330	Servicios de autores, compositores y otros artistas de obras originales, excepto artistas intérpretes, pintores y escultores
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DE CREACIÓN (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	
Código CIIU Rev 4	**Descriptiva**
5811, 5813, 5911, 5912, 5913, 5920, 9000	Edición de libros, edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas. Actividades de producción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión. Actividades de postproducción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión. Actividades de distribución de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión. Actividades de grabación de sonido y edición de música. Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento, respectivamente.
7740 (P)	Arrendamiento de propiedad intelectual y productos similares, excepto obras protegidas por derechos de autor
9000 (P)	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento

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

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 derivas, adquieren derechos de explotación.

Sector de Diseño

3.39. El diseño es un sector particular del campo cultural en la medida que los productos derivados de las actividades del diseño no necesariamente corresponden a productos de las artes en estricto sentido, sino que adquieren componentes creativos para su puesta a disposición en el mercado.

3.40. La identificación de las actividades y los productos relacionados con el sector del diseño del campo cultural se circunscribe exclusivamente, para efectos de esta Guía Metodológica, a las actividades y los productos centrados en transmitir contenidos simbólicos de las artes y el patrimonio que en otras circunstancias no se harían.

3.41. Es decir, este sector del campo cultural estima exclusivamente los aportes económicos generados por el diseño arquitectónico, industrial, gráfico, textil, de moda, joyas, publicitario o web, como insumo de las actividades de construcción de predios o reformas, fabricación de productos, elaboración de piezas de comunicación gráfica, manufactura de telas y tejidos, confección de prendas de vestir, elaboración de joyería, creación con fines publicitarios o construcción de contenidos y formas de presentación en una página web, al considerar a los servicios de diseño como insumos de otras actividades que generan otros productos, los cuales no necesariamente son culturales.

3.42. Por lo tanto, dentro de la categoría de los consumos intermedios terminales[27] de algunos productos, se incluyen los servicios de las distintas clases de diseño (de objetos, de muebles, de automóviles, de inmuebles, etc.). Sin embargo, deben excluirse 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, puesto que esta actividad se calcula en el sector del libro y publicaciones[28].

3.43. En el caso del diseño industrial, esta Guía excluye el componente de diseño funcional de las maquinarias, por estar solamente orientado a propiciar su adecuado y eficiente funcionamiento sin contemplar categorías estéticas.

[27] En esta metodología, se llamará consumo intermedio terminal el consumo intermedio de un producto cultural por una actividad no cultural, lo que implica que debe incluirse en el cálculo del gasto cultural (véase el capítulo sobre el gasto cultural total)

[28] Es decir, que no es un consumo intermedia terminal, pero si un consumo intermedio que debe incluirse en el equilibrio del producto “diseño”.

3.44. En los países de la región, las dependencias encargadas del diseño se encuentra integradas como departamentos o áreas de las empresas del sector textil, multimedia o de construcción, con una amplia multiplicidad de agentes que intervienen, entre los que se destacan los directores de arte, redactores, diseñadores y arquitectos. Esta particularidad y sobre todo, las constantes novedades tecnológicas que complejizan la labor del diseño como acción independiente de los procesos productivos, son un reto a la hora de calcular las Cuentas Satélite de Cultura. Por lo cual, es fundamental que se seleccionen correctamente las unidades estadísticas (el establecimiento), las fuentes de información y los datos para estos fines.

3.45. Entre las principales fuentes de información de este sector están las agencias de publicidad y las denominadas agencias o centrales de medios. Sin embargo, en la región iberoamericana, en la mayoría de los casos éstas unidades de producción corresponden a empresas pequeñas, cuyos esquemas de contratación laboral son informales y no generan información periódica. Por lo tanto, es fundamental que para efectos de las CSC sólo se consideren los diseños generados por los servicios de publicidad, (actividad 83611- parcial) cuando se pueda diferenciar claramente los aportes económicos derivados de las actividades de concepción realizadas por los centros, unidades, áreas o departamentos de diseño creativo y gráfico. Caso contrario, no se deben hacer estimaciones para evitar la inclusión de servicios de publicidad que no son en estricto sentido relacionados a los procesos creativos del diseño.

3.46. Al respecto es importante destacar que dadas las particularidades de este sector, el pago de los honorarios correspondientes al servicio de diseño suelen realizarse por presupuesto cerrado, a partir de un monto fijo establecido con el diseñador, por porcentajes sobre el total de las ventas, por dedicación horaria del diseñador o en función de honorarios para el desarrollo de las actividades de diseño.

En el cuadro a seguir se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR DISEÑO	
Código CPC Rev 2	**Descriptiva**
47829 (P)	Paquete de software de otras aplicaciones (por ejemplo las animaciones, videojuegos, entre otros)
32550 (P)	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
83212	Servicios de arquitectura para los proyectos de construcción de viviendas
83213	Servicios de arquitectura para proyectos de construcción no residencial
83214 (P)	Servicios de arquitectura de restauración histórica
83221 (P)	Servicios de planificación urbana
83222 (P)	Servicios de ordenamiento territorial rural
83223 (P)	Servicios de planeación del proyecto maestro del sitio
83231	Servicios de asesoría en arquitectura paisajista
83232	Servicios de arquitectura paisajista
83611(P)	Servicios completos de publicidad (por ejemplo, los servicios de diseño creativos

	elaborados por las unidades de arte)
83911	Servicios de diseño de interiores
83912	Servicios de diseño industrial
83919	Otros servicios de diseño especial
83920	Diseño de originales
83141 (P)	Servicios de diseño y desarrollo de TI para aplicaciones web con diseños
96320 (P)	Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DE DISEÑO (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	
5820 (P)	Edición de programas informáticos
7110 (P)	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de consultoría técnica
7310 (P)	Publicidad
7410	Actividades especializadas de diseño
6201 (P)	Actividades de programación informática
9000 (P)	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento

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

3.47. El juego como categoría de análisis tiene una amplia multiplicidad de abordajes dependiendo de la subjetividad de los diferentes autores que

intentan definirlo, para explicar las prácticas lúdicas que realizan los seres humanos a la hora de relacionarse en los ámbitos familiar, material, social y cultural. Por lo tanto, se puede afirmar que el juego, como cualquier otra realidad sociocultural, es imposible de definir en términos absolutos.

3.48. Para efectos de esta Guía, se optó por definir el juguete como el objeto que tiene como propósito la recreación, la formación, el aprendizaje, el desarrollo o estimulación de los aspectos intelectual, sicológico, sensorio-motriz y de convivencia social, etc. de niños y adultos, de manera que es por intermedio de los juguetes que los niños aprenden e interactúan con múltiples objetos y problemas que hacen parte importante de su desarrollo como individuos.

3.49. Por lo tanto, las actividades de elaboración de estos juegos y juguetes se incluyen en la medición del campo cultural por su evidente participación en la transmisión y apropiación de contenidos simbólicos asociados a la educación, la formación y el desarrollo de la creatividad en los seres humanos.

3.50. Las etapas de creación de este sector exigen procesos de investigación y creatividad para el diseño de los juegos y juguetes. Estos eslabones del ciclo cultural han tenido cambios significativos en los últimos años ante los avances en los componentes técnicos y tecnológicos de las herramientas y las materias primas que han tenido que incorporar en su fabricación.

3.51. En cuanto los procesos de transmisión y difusión de los juegos y juguetería intervienen una diversos de agentes, entre los que se destacan, las grandes superficies de comercialización no especializadas, como lo son los supermercados o las tiendas por departamentos; las empresas de comunicación en radio, televisión y portales de internet; y una amplia diversidad de nuevos agentes que participan de los procesos de puesta a disposición en el mercado de juegos on-line.

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

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR JUEGOS Y JUGUETERÍA	
Código CPC Rev 2	**Descriptiva**
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
84391	Juegos en línea (online)
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
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DE JUEGOS Y JUGUETERÍA (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	
Código CIIU Rev 4	**Descriptiva**
3240	Fabricación de juegos y juguetes

Sector de artes escénicas y espectáculos artísticos

3.52. 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.

3.53. La activación del ciclo cultural de este sector se da cuando tras la selección de una pieza teatral o literaria, que puede estar disponible en dominio público o para la cual se requiere una licencia de uso, los guionistas y dramaturgos utilizan su creatividad para definir cómo se debe adaptar e interpretar por parte de los actores dependiendo de si se trata de un programa de televisión (actores de televisión), una película (actores de cine), una obra de teatro u otro tipo de espectáculo escénico.

3.54. Es importante destacar que para los servicios de interpretación y su puesta a disposición al público intervienen diversos actores, entre los que se destacan directores artísticos, directores técnicos, personal de iluminación, sonido, audiovisual, maquinaría, utilería, entre otros. Todos estos agentes son parte fundamental de las compañías de teatro o unidades encargadas de a exhibición, puesto que su participación en la obra aportan a la transmisión de los contenidos simbólicos que se efectúa al público.

3.55. Todas estas actividades conexas que permiten el diseño de la escenografía, el montaje de la iluminación, el manejo de la escenografía, los telones de fondo y el equipo de iluminación y de sonido, salas de concierto y de teatro y otros locales, elevan significativamente los costos de producción. Dicha particularidad hace que en ocasiones no logren recuperarse los costos de producción a través de la venta de entradas al público en general y se requiera la venta de otros servicios asociados a las interpretaciones o el apoyo mediante subvenciones del sector público y privado para que las manifestaciones de este sector puedan ponerse a disposición.

3.56. Las subvenciones del sector público se dan en la mayoría de las veces a través de programas de los Ministerios de Cultura que financian directamente los costos de producción, facilitan espacios escénicos para la exhibición o generan 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, el cual se refiere a

todos aquellos gastos realizados por las entidades en eventos y cuyo beneficiario último es el consumidor final.

3.57. 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 aportesrepresentan para las artes escénicas.

3.58. Estas particularidades económicas del sector hace 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, y este número 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.

En el cuadro a seguir se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR DE ARTES ESCÉNICAS Y ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS	
Código CPC Rev 2	**Descriptiva**
96220 (P)	Servicios de producción y presentación de eventos de artes escénicas
96230	Servicios de funcionamiento de instalaciones para presentaciones artísticas
96290	Otros servicios de artes escénicas y entretenimiento en vivo
96310	Servicios de los artistas intérpretes
96320 (P)	Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DE ARTES ESCÉNICAS Y ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	
Código CIIU Rev 4	**Descriptiva**
Artes escénicas y espectáculos artísticos 9000(p)	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento

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

Sector de Artes Plásticas y Visuales

3.59. Las artes plásticas y visuales pueden ser definidas desde múltiples perspectivas, pero tal vez una de las más interesantes para el caso de estudio, proviene de la economía de la cultura, que las caracteriza con el mundo del arte en el que las obras antiguas, modernas y contemporáneas son producidas, distribuidas y consumidas.

3.60. Durante los procesos creativos de este sector se genera usualmente un bien que tiene una dimensión material (un cuadro, una escultura, etc.) por medio del cual se realiza el proceso de transmisión de contenidos simbólicos. Desde el punto de vista económico los cuadros, esculturas o dibujos originales, propios de este sector, son objetos valiosos que no generan economías de escala, al ser únicos y 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.

3.61. Los altos costos de creación y producción de las obras 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 donde los artistas se ven obligados a dejar a las galerías sus obras en depósitos, mientras se da la venta.

3.62.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. (Trimarchi, 2005, 42).

3.63. Se trata, por lo tanto, de un sector con 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. Dichas particularidades deben tomarse en cuenta a la hora de

identificar la información estadística del sector y analizarla para las cuentas de empleo y gasto.

3.64. Otros de los espacios para la difusión de las artes plásticas y visuales de especial interés son las instituciones públicas y privadas que imparten enseñanza artística a nivel no universitario y universitario, así como los museos y centros de arte, donde se realizan exposiciones especiales.

3.65. De otra parte, es fundamental considerar que 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, etc., 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.

3.66. En términos generales las actividades que hacen parte del sector generan efectos económicos asociados que pueden manifestarse de la siguiente manera:

- Por la posibilidad, de vender una obra en el futuro (p. ej. pintura, escultura, foto, etc.…) o de exhibirse en un marco más amplio y por ello volverse una actividad de producción (caso de grupos musicales que paulatinamente desarrollan la opción de presentarse frente a audiencias menos restringidas...);

3.67. Las artes plásticas y visuales pueden ser definidas desde múltiples perspectivas, pero tal vez una de las más interesantes para el caso de estudio, proviene de la economía de la cultura, que las caracteriza con el mundo del arte en el que las obras antiguas, modernas y contemporáneas son producidas, distribuidas y consumidas.

En el cuadro a seguir se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR DE ARTES PLÁSTICAS Y VISUALES	
83811	Servicios fotográficos
83812	Servicios de fotografía publicitaria y servicios conexos
83813	Fotografía de eventos y servicios de videografía de eventos
83814	Servicios de fotografía especializada
83815	Servicios de restauración, copia y retoque de fotografías
83819	Otros servicios fotográficos
32540	Ilustraciones, diseños y fotografías impresas
38961 (P)	Pinturas, dibujos y pasteles; grabados, estampas y litografías originales; esculturas y estatuas originales, de cualquier material
96320 (P)	Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes
32540 (P)	Ilustraciones, diseños y fotografías impresas
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DE PLÁSTICAS Y VISUALES (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	

7420	Actividades de fotografía
5819 (P)	Otras publicaciones/Otras actividades de edición
9000(P)	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad
5819 (P)	Otras publicaciones/Otras actividades de edición

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 laMúsica

3.68. El ciclo cultural de la música ha tenido fuertes transformaciones en los últimos años, debido a las constantes innovaciones tecnológicas y la multiplicación de las plataformas de circulación de sus contenidos. Con estos cambios en el modelo de negocio, el mercado digital de la música grabada y la música al vivo han cobrado fuerte protagonismo y abierto espacio para la incorporación de nuevos agentes en la cadena de valor.

3.69. Para el caso de este sector y considerando que los derechos de autor por obras musicales son calculados en el sector de la creación, este aparte se concentra en la identificación de las actividades de producción y edición musical a través de las cuales los contenidos musicales se pueden interpretar en vivo o grabar en soportes fonográficos para su distribución. Sean estos soportes físicos: acetatos o vinilos, casetes, o soportes electrónicos: CD, CD-R, DVD, Mp3 o Mp4, streaming, etc.

3.70. Cuando se trata de representaciones en vivo, se identifica como producto característico el servicio de producción y presentación de espectáculos musicales en vivo. En cuanto, si se trata de música fonograbada es importante considerar las actividades productivas que permiten la fijación de la letra y composición en un formato físico o digital que pasa a denominarse máster, para que posteriormente se permita la reproducción y uso de copias de la obra fonograbada.

3.71. En los últimos años, adicional a las transformaciones en los procesos de producción y distribución de este sector del campo cultural, el acceso a productos musicales dejó de efectuarse mediante la compra de álbumes musicales completos, y pasó a darse por canciones 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.

3.72. Cabe destacar que tanto para la música fonograbada como en vivo, las grandes audiencias han abierto espacio a la especialización de públicos, por lo cual se han generado nuevos nichos de mercado, que además de incrementar las opciones de acceso por tipo de géneros musicales están ligados a otros procesos culturales, como el uso de redes de circulación de contenidos audiovisuales, radios en línea, o la puesta a disposición de la música en redes sociales.

3.73. Con relación a las condiciones laborales de los agentes de este sector, se destaca la particularidad de que los músicos, en varias circunstancias, deben aportar además de su interpretación, los instrumentos musicales, lo que en términos económicos se interpreta en que los agentes no sólo deben proveer su fuerza de trabajo, sino también el bien de capital que van a utilizar para realizar su trabajo. Esto ocurre, por ejemplo, en el caso de orquestas constituidas ad hoc para unas pocas representaciones.

3.74. En este sector existe multiplicidad de esquemas de trabajo, tantos por tiempos de trabajo como por esquemas de contratación. Por ejemplo, el tiempo de trabajo efectivo implícitamente requerido puede extenderse mucho más allá de los horarios de ensayo, de manera que determinar el equivalente de tiempo completo puede presentar dificultades particulares.

3.75.Los ingresos pagados por las actividades de producción y edición de música, por concepto de derechos de autor, corresponden a un productodel sector de creación. Para lo cual se recurre a los estados financieros de las Sociedades de Gestión Colectiva, identificando los recaudos de dichas entidades a los agentes que utilizaron estas interpretaciones musicales dentro de algún tipo de presentación, evento y demás.

En el cuadro a seguir se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR DE LA MÚSICA	
Código CPC Rev 2	**Descriptiva**
32520	Partituras impresas o manuscritas
47610	Discos, cintas u otros medios físicos de audio musical
84321	Descargas musicales de audio
89123 (P)	Servicios de reproducción de información grabada, a comisión o por contrato
96111 (P)	Servicios de grabación de sonido
96112 (P)	Servicios de grabación en vivo
96113 (P)	Servicios de grabación original de sonido
96137 (P)	Servicios de edición y diseño de sonidos
96210 (P)	Servicios de promoción y organización de eventos de artes escénicas
62242	Servicios de comercio al por menor de equipos de radio y televisión, discos y cintas, de audio y video, grabados en tiendas especializadas
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DE LA MÚSICA (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	
Código CIIU Rev 4	**Descriptiva**

5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música de grabaciones sonoras
9000 (P)	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad
4762	Ventas al por menor de grabaciones musicales y videográficas en almacenes especializados

Recuerde:
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.

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.

Conozca:
Informe anual de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, IFPI (por sus siglas en inglés)

Sector audiovisual

3.76. Los productos audiovisuales son obras que comprenden una serie de imágenes asociadas, con o sin sonidos reproductibles, que se caracterizan por el hecho de que su grabación, transmisión, percepción y comprensión requieren habitualmente de un dispositivo tecnológico, independiente del tipo de soporte que los contiene.

3.77. Desde el punto de vista del producto, el sector incluye lo cinematográfico, lo videográfico, la televisión y el multimedia. Los productos característicos 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.

3.78. 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, las actividades de producción de programas de radio y televisión, así como los servicios de transmisión de programas de radio y televisión.

3.79. Una de las principales particularidades de este sector es que se financia mediante la publicidad y las subvenciones del gobierno u otras administraciones públicas. En general, este último tipo de financiación fluye a través de emisoras públicas que en algunos países se enfocan en atender gustos complementarios o minoritarios para contrarrestar las empresas competitivas con ánimo de lucro, que se financian por publicidad.

3.80. Otra de sus particularidades, es que los costos de distribución son variables pero relativamente pequeños, si se comparan con los elevados costos de producción de películas, videos y programas de televisión.

3.81.Los canales de televisión se financian, en general, por la venta de tiempos de antena a los anunciantes y por otro tipo de ingresos como los pagos por los televidentes (abonos) o los aportes de los gobiernos,en especial, cuando el gobierno central, regional y local financia la producción de televisión pública, de la que se benefician los mismos hogares.

3.82. Las agencias de publicidad además de servir de intermediarias entre las empresas que quieren publicitar sus productos en los canales de televisión, lo hacen frente a las emisoras de radio a través de la venta de tiempo de antena (o los periódicos y revistas que venden espacio publicitario). Igualmente, compran la producción de cortes publicitarios, sea para la radio, sea para la televisión y ahora también para el internet, que venden a las empresas en un paquete que incluye el tiempo de antena para que sean presentados en el tiempo asignado.

3.83. En el caso de la televisión (y otros medios: radio, televisión, y ahora internet), los montos eventualmente pagados por conexión a una red (caso de la televisión por suscripción) dan el derecho a recibir las transmisiones de un cierto número de canales que componen la selección. En el caso de la televisión abierta, el acceso 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.

3.84. En la transmisión de radio y televisión se deben incorporar tanto los ingresos por pauta, como los ingresos por pago de televisión por cable. Asimismo, se incluyen las exportaciones de canales privados que son demandados como consumo intermedio por parte de los anunciantes de publicidad; la de los hogares como compradores de servicios de transmisión de televisión y de las importaciones del resto del mundo.

3.85. En el circuito económico de la radio sucede el mismo fenómeno que en el caso de la televisión abierta. En la mayoría de los casos, los agentes programadores son también productores de programas y pasan canciones o programas por lo que pagan unos derechos. Estos últimos desembolsos son consumo intermedio para los agentes programadores. En algunos servicios de productos culturales en internet de acceso gratuito también se presenta el mismo fenómeno; los ingresos de la producción provienen del gasto de las empresas en publicidad.

3.86. En cuanto al cine es importante considerar que en la producción en respuesta a la dificultad de encontrar financiación para llevar a cabo los proyectos, un cierto número de participantes en el proceso de producción de una película, un espectáculo u otro: director, actores, otras clases de técnicos, no reciben una remuneración directa, 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.
3.87. Dentro de las transferencias, con las que se beneficia a los productores de películas, se encuentran los denominados mecenazgos, con y sin exenciones de impuestos. Estas exenciones contemplan el monto del cual resultan beneficiados los diversos donantes de recursos a la producción de las películas. El monto de la donación que corresponde a los recursos que deja de percibir el gobierno central, se considera como un mecenazgo con exención de impuestos, mientras que el monto de la donación que no está sujeta a la deducción de impuestos se toma como un mecenazgo sin exención de impuestos.

3.88. En cuanto a los servicios de distribución, el gasto se contabiliza como un consumo intermedio, siendo este el derecho de exhibición adquirido por los agentes distribuidores.

En el cuadro a seguir se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR AUDIOVISUAL	
Código CPC Rev 2	**Descriptiva**
38950	Películas cinematográficas, impresionadas y reveladas, con o sin pista de sonido o que consistan solamente en la pista de sonido
47620	Películas y otros contenidos de video en discos, cintas u otros medios físicos
84322	Transmisión de contenidos de audio
84331	Descargas de películas y otros videos
84332	Transmisión de contenidos de video
84394	Contenidos de portales de búsqueda en la Web
84399	Otros contenidos en línea (online) n.c.p.
83632	Venta de tiempo publicitario en televisión y radio (excepto a comisión)
84322	Transmisión de contenidos de audio
84611	Transmisión de programas de radio
84631	Servicios de transmisión
84621	Programación de canales de radio
84322	Transmisión de contenidos de audio
96122	Servicios de producción de programas de radio
84410	Servicios de agencias de noticias para periódicos y revistas

84420	Servicios de agencias de noticias para medios audiovisuales
84612	Transmisión de programas de televisión
84622	Programación de canales de televisión
84632	Servicios de distribución de programas, en paquete básico de programación
84633	Servicios de distribución de programas, en paquete controlado de programación
84634	Servicios de distribución de programas, programación de películas (pago por ver)
96121	Servicios de producción de programas de televisión, video y actividades cinematográficas
96122	Servicios de producción de programas de radio
96123	Servicios de producciones originales de programas de televisión, video, radio y actividades cinematográficas
96131	Servicios de edición audiovisual
96132	Servicios maestros de transferencia y duplicación
96133	Servicios de restauración digital y corrección de color
96134	Servicios de efectos visuales
96135	Servicios de animación
96136	Servicios de titulaje, subtitulaje y traducción
93137 (P)	Servicios de edición y diseño de sonidos
96139	Otros servicios de postproducción
96140	Servicios de distribución de programas de televisión, actividades cinematográficas y de video
96150	Servicios de proyección de películas
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR AUDIOVISUAL (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	
5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos y programas de televisión
6312	Portales web
5819 (P)	Otras actividades de edición
6010	Transmisiones de radio
5920 (P)	Actividades de grabación de sonido y edición de música
6391	Actividades de agencias de noticias
6020	Programación y transmisiones de televisión
6110	Actividades de telecomunicaciones por cable
5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión
5912	Actividades de postproducción de películas, videocintas y programas de televisión
5913	Actividades de distribución de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión
5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y cintas de vídeo

Sector de Libros y Publicaciones

3.89. El sector cultural referido a los libros y publicaciones periódicas hace referencia a las actividades de creación, producción y comercialización de

contenidos literarios, que generan como producto una publicación en formato físico o digital.

3.90. 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 ser distribuidos 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).

3.91.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.

3.92. 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 se basan en la inserción de publicidad.

3.93. La actividad de edición de libros lleva procesos implícitos de creación y su actividad aporta el contenido simbólico principal del producto característico que producen. Por esta razón, se incluye la actividad de los editores dentro de las actividades características de este sector. En ese sentido, se destaca que los editores se encarguen de las funciones de adquirir manuscritos, editarlos y distribuirlos, siendo la impresión un servicio que pueden subcontratar.

3.94. Por lo tanto, 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. Para describir las particularidades propias de estas dos actividades y sus diferencias, se consideran labores propias de la actividad de edición de libros las siguientes:

- Seleccionar las obras que se van a publicar;
- Comprar derechos de autor patrimoniales o establecer contratos para la concesión de licencias con los propietarios de los derechos de los originales;
- Revisar y corregir los originales;
- Contratar o realizar el diseño editorial de sus productos;
- Decidir el número de ejemplares que saldrán a la venta de nuevas ediciones, reediciones o reimpresiones;
- Asumir los riesgos de estos tirajes y promocionar el título en el mercado;
- Contratar los servicios de pre impresión, impresión y encuadernación;

• Contratar o realizar la producción de material gráfico complementario (fotografías, ilustraciones, etc.);

• Adquirir materias primas para la manufactura del producto (papel, por ejemplo).

3.95. Las actividades 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), prensa (impresión) y post-prensa (acabados).

3.96. 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.

3.97. 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. En estos casos, 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.

3.98. Las actividades de impresión y de edición suelen darse en los siguientes establecimientos:

• Establecimientos cuya actividad única es la edición y establecimientos cuya actividad única es la impresión de libros;

• Establecimientos que realizan actividades de impresión y edición. El SCN determina que la actividad principal es la que mayor valor agregado genera de las actividades que realiza el establecimiento. Sin embargo, si los procesos son integrados y la impresión se hace de manera exclusiva o casi exclusiva para apoyar la actividad editorial del mismo establecimiento, el criterio de asignación puede ser de acuerdo con el personal ocupado;

• Establecimientos que desarrollan varias actividades de impresión, incluidas las de libros y otros tipos de productos. La actividad principal es la que más valor agregado genera, tal y como lo establece el SCN (o el mayor valor de venta calculado en tendencia);

3.99. 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.

3.100. 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.

En el cuadro a seguir se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR DE LIBROS Y PUBLICACIONES	
Código CPC Rev 2	**Descriptiva**
32210	Libros o textos escolares, impresos
32220	Libros de consulta general, en forma impresa
32291	Libros para profesionales, técnicos y académicos, en forma impresa
32292	Libros para niños, en forma impresa
32299	Otros libros n.c.p., en forma impresa
47691	Audiolibros en discos, casetes u otros medios físicos
47692	Discos, cintas y otros medios físicos basados en textos
84311	Libros en línea (online)
73290 (P)	Servicios de arrendamiento (leasing) o alquiler de otros bienes n.c.p.
32511	Mapas y cartas hidrográficas o similares (incluyendo mapas de pared, planos topográficos y mapas para globos terráqueos), impresos, que no sean en forma de libros
32300	Periódicos y revistas, diarios, en forma impresa
32410	Periódicos de interés general y revistas, que no sean publicaciones diarias, en forma impresa
32420	Periódicos y revistas empresariales, profesionales o académicos, que no sean publicaciones diarias, en forma impresa
32490	Otros periódicos y publicaciones periódicas, que no se publican todos los días, en forma impresa
84312	Revistas y periódicos en línea (online)
32530	Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitaciones o mensajes personales, con o sin sobres o adornos
32620	Material de publicidad comercial, catálogos comerciales y similares
32630	Calcomanías y calendarios impresos
32690	Otros impresos
62251	Servicios de comercio al por menor de libros, revistas, periódicos y artículos de papelería en tiendas especializadas
84510 (P)	Servicios de biblioteca
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DE LIBROS Y PUBLICACIONES (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	

Código CIIU Rev 4	Descriptiva
5811	Publicación de libros/Edición de libros
5813	Publicación de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
5819 (P)	Otras publicaciones/Otras actividades de edición
1811 (P)	Impresión
4761	Venta al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería en comercios especializados
9101 (P)	Actividades de bibliotecas y archivos

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

3.101. 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.

3.102. La educación cultural o artística está presente en todos los niveles de la educación formal, así como en la educación no formal, y la discriminación de sus características básicas y la valoración económica de estas actividades son objeto de estudio de las CSC. De lo anterior se puede inferir que la educación cultural está, desde una perspectiva estrictamente funcional, relacionada directa y exclusivamente con la educación artística.

3.103. La educación cultural en los niveles preescolar, primaria, secundaria y media es una educación “por las artes”, que busca contribuir a la formación integral de los individuos a partir del aporte de las competencias específicas de sensibilidad, apreciación estética y comunicación.

3.104. En cuanto, la educación cultural y artística, en los niveles básico y medio, se relaciona con las otras áreas de enseñanza (ciencias sociales, ciencias naturales, matemáticas, lenguaje, etc.), como parte esencial de un universo pedagógico que se vincula con el desarrollo de competencias humanas básicas, el hacer artístico y el reconocimiento y respeto hacia el patrimonio cultural local, nacional y universal.

3.105. El propósito principal de la educación artística y cultural en el nivel superior es el de 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 internacional.

3.106.En la medición de la educación cultural se presenta una situación particular por cuanto se trata de información proveniente, en la generalidad de los casos, de solo una parte de los establecimientos dedicados a la educación y por consiguiente no es técnicamente aceptable la elaboración de cuentas de producción.

3.107. En principio, la valoración de la educación cultural en los niveles básico y medio de la educación formal, se puede lograr por medio de una estimación con base en el valor total de la educación formal de los países, y la relación entre el número total de los docentes y el número de docentes del área de enseñanza de las artes. También puede hacerse a partir de la información de las horas de clase impartidas, el total versus las clases específicamente artísticas.

3.108. En cuanto al total de la producción del servicio de educación cultural o artística en el nivel superior de la educación formal, se puede analizar la información aportada por los ministerios de educación sobre el número de matriculados en los diferentes programas de artes en la totalidad de las instituciones de educación superior que prestan el servicio de educación, en cualquier área del conocimiento. Estos datos se afectan con los de las tarifas promedio de la matrícula en la educación superior.

3.109. 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.

En el cuadro a seguir se presentan los productos culturales y actividades relativas a este sector:

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR DE EDUCACIÓN CULTURAL

Código CPC Rev 2	Descriptiva
92100 (P)	Servicios de enseñanza preescolar
92200 (P)	Servicios de enseñanza primaria
92310 (P)	Servicios de educación secundaria general
92510 (P)	Servicios de primera etapa de educación terciaria
92520 (P)	Servicios de segunda etapa de educación terciaria
92911	Servicios de educación cultural
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DE EDUCACIÓN CULTURAL(CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	
Código CIIU Rev 4	**Descriptiva**
8510 (P)	Enseñanza preescolar y primaria
8521 (P)	Enseñanza secundaria de formación general
8530 (P)	Enseñanza superior
8542	Enseñanza cultural

Conozca las publicaciones:

Hoja de Ruta para la educación artística. Unesco 2006. http://www.estaciondelasartes.com/wp-content/uploads/gravity_forms/2-67af245c3a56c245328a35ecd40f1bac/2012/10/Hoja-de-Ruta-para-la-educaci%C3%B3n-Art%C3%ADstica.pdf

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. http://www.oei.es/metas2021/EDART2.pdf

Sector de patrimonio material

3.110. El patrimonio material se refiere económicamente a bienes únicos, durables y de carácter irreversible. En términos simbólicos es una construcción social que adquiere sentido en la medida que una comunidad le otorga valor por sus características históricas y culturales.

3.111. Las ciencias sociales tradicionalmente dividen el patrimonio material en dos categorías: el patrimonio mueble y el inmueble. Dentro del patrimonio mueble se consideran aquellos bienes que pueden trasladarse de un lugar a otro tales como archivos, libros, documentos, pinturas de caballete, fotografías, cerámicas, trajes, joyas, contenidos audiovisuales, objetos con un carácter histórico o simbólico, ornamentaciones como la yesería o incluso la pintura mural. Dentro del patrimonio inmueble se consideran todas las edificaciones,

monumentos históricos, casas o centros históricos de antiguos asentamientos humanos.

3.112. Desde el punto de vista de la economía de la cultura, el patrimonio tiene características de bien público, por lo cual su consumo es idéntico para todos los consumidores y además, como lo han destacado Sable y King, los bienes históricos son públicos en la medida en que incorporan funciones de utilidad de las familias y contribuyen a la externalidad pública de la "experiencia compartida". (Benhamou, 2005,632)

3.113. Permanentemente se generan discusiones alrededor de lo que constituye el valor real del patrimonio. Al respecto lo interesante es destacar que como lo manifiestan autores provenientes de diferentes disciplinas más allá de su valor netamente monetario, el patrimonio tiene un valor simbólico, social y expresivo. (Machicado y Cifuentes: 2014).

3.114. Considerando esta primicia y reconociendo que al contrario de los demás sectores del campo cultural, los relacionados al patrimonio material, inmaterial y mixto, tienen la clara particularidad que los "productores" de manifestaciones patrimoniales no son "unidades productivas" en el sentido concebido por la CIIU, más bien corresponden a manifestaciones construidas por toda la comunidad, los bienes y servicios patrimoniales se encuentran por fuera de las fronteras de producción. (Machicado y Cifuentes: 2014).

3.115. Por lo tanto, para efectos de esta Guía interesa es la valoración de los servicios de los archivos y bibliotecas, así como las actividades de educación, divulgación y conservación que se realicen en los museos y lugares históricos. 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.

3.116. Reconociendo que tanto los servicios de los archivos y bibliotecas, como relacionados a la preservación, divulgación y conservación de los museos y lugares históricos son fundamentalmente desarrollados por entidades de carácter público del orden nacional y local, esta Metodología propone que la prioridad a la hora de calcular los datos sobre este sector, sea el gasto público y el empleo.

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

PRODUCTOS CULTURALES DEL SECTOR DE PATRIMONIO MATERIAL	
Código CPC Rev 2	**Descriptiva**
84520	Servicio de archivos
38963	Colecciones y piezas de colección de zoología, botánica, mineralogía, anatomía, o que tengan interés histórico, etnográfico o numismático; antigüedades
96411	Servicios de museos, excepto preservación de lugares y edificios históricos
96412	Servicios de conservación de lugares y edificios históricos
ACTIVIDADES CULTURALES DE ORIGEN DEL SECTOR DEL PATRIMONIO MATERIAL (CORRESPONDENCIA CPC 2 - CIIU 4)	

Código CIIU Rev 4	Descriptiva
9101 (P)	Actividades de bibliotecas y archivos
9102 (P)	Actividades de museos y preservación de lugares históricos

Patrimonio inmaterial

3.117. El patrimonio inmaterial se refiere al conjunto de tradiciones y expresiones orales, las prácticas sociales, rituales y festividades, los conocimientos y prácticas relacionados con la naturaleza y el universo, y las

Recuerde.
Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, aprobada por la Conferencia General de la UNESCO el 16 de noviembrede 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.

técnicas propias de la artesanía tradicional. Su reconocimiento oficial se ve reflejado en la Convención del año 2003 de UNESCO.

3.118. El patrimonio inmaterial está ligado a las tradiciones y expresiones orales, incluyendo el lenguaje como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; las prácticas, sociales, los rituales y festividades; el conocimiento y las prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo; y las artesanías tradicionales. Por lo tanto, al igual que el patrimonio material, el patrimonio inmaterial está por fuera de la frontera de producción.

3.119. No obstante, para efectos de esta Metodología y reconociendo la importancia económica de las artesanías como productos culturales, estas son las únicas que se incluyen en términos de valoración económica, puesto que adicional a su capacidad para expresar valores culturales únicos, dichos objetos cumplen usualmente una función utilitaria y tienden a adquirir la categoría de obra de arte.

3.120. Los productos artesanales se definen como productos 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. Aunque es imposible identificarlas en las nomenclaturas de producto del SCN (basadas en la CPC).

Claves para recordar

- La Cuenta Satélite de Cultura (CSC) es un sistema de información económica que muestra la dimensión económica de las actividades y productos culturales durante siete momentos-eslabones, en correspondencia con la propuesta del MEC de la Unesco. Estos son: creación, interpretación, transmisión, conservación, preservación, gestión, consumo y apropiación.

- Para las Cuentas Satélite de Cultura, la frontera del consumo está determinada por la adquisición de bienes y servicios característicos y conexos 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 trece (13) sectores en los que se agrupan actividades y productos con características 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 trece (13) 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), en su actual revisión 4, y la Clasificación Central de Productos (CPC), revisión 2, como clasificadores y nomenclaturas internacionales que facilitan 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.

CAPÍTULO 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
Posible extensión hacia otros productores de bienes y servicios específicos 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 PIB[29] aportado por las actividades 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.

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.

[29]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).

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. En el capítulo anterior se establecieron las actividades características de la cultura para cada uno de los subsectores.

4.7. Es para las actividades consideradas como características de la cultura que se establecerán las cuentas de producción y de distribución del ingreso. A manera de conclusión se introducirán otras mediciones complementarias posibles relacionadas con las otras actividades que producen productos característicos, sin que ellas sean características de la cultura.

A. Las cuentas de producción

a. Conceptos básicos

4.8. 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 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 característicos del subsector cultural al que pertenece, de la misma manera que un producto típico de la cultura no se deriva únicamente de una actividad característica de la cultura.

4.9. 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 las actividades características de la cultura (véase matriz 4.1).

4.10. 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.

4.12. 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 característicos (o

conexos) 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 cultural conexo o cualquier otro que no es de índole cultural, y como producción secundaria cualquier producto cultural o no cultural.

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

	Sector cultural 1		Sector cultural 2		Sector no cultural		Total producción producto
Producto típico sector 1							
Producto típico sector 2							
….							
Producto no cultural							
Total producción actividad							

4.13. 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*.

4.14. "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 estas clases de impuestos, el productor solo actúa como recaudador por cuenta del Estado.

4.15. Los costos directos de producción son erogaciones que realizan los agentes económicos en bienes y servicios que son insumos para la actividad productiva, incorporados en el producto que resulta de este proceso.

4.16. 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.

4.17. 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).

4.18. 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.

4.19. 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

4.20. 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.

4.21. 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

4.22. 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 producción. 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.

4.23. 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.

4.24. Es decir que para estos productores, su valor agregado bruto es igual a la suma de los costos laborales, 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.

4.25. 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.

4.26. Esto es particularmente relevante dentro del análisis del ciclo cultural que representa sintéticamente la interrelación entre los diferentes sectores, y que la representación económica permite visualizar y en ciertos casos medir.

4.27. 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 culturales, ya que sus valores están implícitos en el valor de los productos producidos por estas actividades.

b. Cuadros de presentación de la cuenta de producción

4.28. Las cuentas de producción para la cultura se establecen por actividades, por sectores culturales y globalmente. 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 característicos por subsector y por sector, los productos conexos (propiamente dichos) por sector y subsector, y luego los demás productos (en donde cada país determinará la desagregación deseada). Lo mismo ocurre con los consumos intermedios en los que se desagregarán adicionalmente, para cada subsector, los productos conexos interrelacionados. 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.

4.29. También es relevante presentar separadamente las cuentas de producción según la clase de productores: productores de mercado con observación estadística, otros productores de mercado sin información (informales, 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

	CIIU xxx			**CIIU…**			**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 característicos del sector										
p1										
p2										
p3										
Total sector										
-										
Productos característicos 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 culturales										
Sector 1 / Producto 1.1										

	Producto 1.2										
	Producto 1.3										
Sector 2	Producto 2.1										
	Producto 2.2										
	Producto 2.3										
…											
Sector 12	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											

4.30. 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.

4.31. 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 característicos de algunos sectores producidos por otros sectores de la cultura, y productos característicos de algunos sectores que son parte del consumo intermedio de otros sectores.

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

		Sector 1			**Sector …**			**Sector 12**			**Total actividades culturales**		
		Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado
		Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal	
Productos característicos del sector 1													
p1													
p2													
p3													
Total sector 1													
-													
Productos característicos del sector….													
s1													
s2													
s3													
Total sector ….													
-													
Total otros productos no culturales													
CPC1													
CPC2													
….													
Total producción de las actividades (a VB)													
Consumos intermedios													
Productos culturales													
Sector 1	Producto 1.1												
	Producto 1.2												
	Producto 1.3												

Sector 2	Producto 2.1												
	Producto 2.2												
	Producto 2.3												
…													
Sector 12	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													

c. Métodos de estimación de la Cuenta de producción

4.32. Existen dos tipos de unidades estadísticas cuyos procesos productivos son observables y observados por los sistemas estadísticos: las empresas y los establecimientos.

4.33. 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).

4.34. 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 y se utilizarán también en la CSC. Sin embargo, como ya se señaló, pueden presentar heterogeneidad en cuanto a los productos producidos, de tal manera que además de su producción principal, pueden tener producciones secundarias cuyos procesos no se pueden separar.

4.35. 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.

4.36. Los procedimientos de cálculo o estimación son diferentes para cada sector y se abordarán en el Bloque II sobre los métodos y consideraciones sectoriales para los procedimientos utilizados en la elaboración de las Cuentas Satélite de Cultura, donde se describen las particularidades de los sectores del campo cultural.

4.37. En todos los casos, el primer paso para el cálculo consiste en establecer los directorios básicos[30] de las entidades o establecimientos por actividad económica cultural, ya que sus cuentas se deben incluir en las cuentas de

[30] 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.

producción sectorial y total, y luego definir estrategias particulares para la estimación de la producción y el consumo intermedio para las diferentes categorías de agentes, que son las siguientes:

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;

c. Los establecimientos de no mercado que pertenecen a las ramas de actividad culturales de cada sector o subsector, según la clasificación establecida.

4.38. 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.

4.39. 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 los productos producidos y de los insumos con el fin de adaptarla a las clasificaciones propias de las Cuentas Satélite de la Cultura.

4.37. 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; es así que al establecer los directorios es importante tener en cuenta esta particularidad. En la mayoría de los casos se suelen hacer imputaciones para los 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). 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[31]. 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[32].

4.38. 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).

4.39. Una vez calculada la producción, hay que establecer los consumos intermedios. Esto requiere definir los costos (en nivel y/o estructura) para cada actividad, información que posiblemente tenga su origen en los estados financieros de los establecimientos, los datos de las encuestas económicas (encuestas de manufactura o de servicios), o en investigaciones especializadas sobre los costos de la producción de una actividad económica.

4.40. Como ya se explicó, es importante establecer con el mayor detalle los consumos intermedios de las actividades características, y en particular 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.

4.41. 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 temporal de las estimaciones.

B. La cuenta de generación del ingreso

a. Conceptos básicos

4.42.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

[31] En muchos casos, las entidades públicas están sometidas a una vigilancia particular y deben remitir informes siguiendo un formato preestablecido o con un contenido fijo, pero el modo de presentación lo establece cada entidad.

[32] Algunos de estos establecimientos de no mercado son entidades sin ánimo de lucro, sometidos a controles particulares en varios países.

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 de 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 combinada, tanto aquella correspondiente al capital como al trabajo).

4.43. 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); no se trata de 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, sino de pagos obligatorios muchas veces con un objeto predeterminado.

4.44. 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 afiliados.

4.45. 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).

4.46. En cuanto a la remuneración al trabajo, 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.

4.47. 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 las prestaciones sociales proporcionadas directamente por los empleadores 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 especial 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.

4.48. 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. El saldo contable figura en el lado izquierdo de la cuenta como *usos*. Mide el excedente o el déficit generado a favor de los dueños del capital en la producción antes de tener en cuenta ningún interés, renta o cargo análogo por pagar sobre los activos financieros o los recursos naturales recibidos en préstamo o arrendados por la empresa, o cualquier interés, renta o ingresos similares por cobrar por los activos financieros o los recursos naturales que son propiedad de la empresa (SCN 2008: 7.8).

4.49. 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. 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.

4.50. 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

4.51. 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	Valor agregado bruto (neto)
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)	

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.

4.52. 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 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.

4.53. 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.

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

Cuadro 4.4 Cuentas de producción y de generación del ingreso de las actividades culturales, total y por sectores		**Sector 1**			**Sector …**			**Sector 12**			**Total actividades culturales**		
		Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado
		Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal	
Productos característicos del sector 1													
p1													
p2													
p3													
Total sector 1													
-													
Productos característicos del sector….													
s1													
s2													
s3													
Total sector ….													
-													
Total otros productos no característicos de la cultura													
CPC1													
CPC2													
….													
Total producción de las actividades (a VB)													
Consumos intermedios													
Productos culturales													
Sector 1	Producto 1.1												
	Producto 1.2												
	Producto 1.3												

Sector 2	Producto 2.1												
	Producto 2.2												
	Producto 2.3												
…													
Sector 12	Producto 12.1												
	Producto 12.2												
	Producto 12.3												
Total productos 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												

c. Métodos de estimación de la cuenta de generación del ingreso

4.54. En general, la cuenta de generación del ingreso se establece una vez consolidada la cuenta de producción, ya que la estimación del valor agregado se define como un saldo.

4.55. Para las unidades estadísticas para las que se dispone de información directa sobre impuestos a la producción y remuneración a los empleados, el excedente de explotación (o ingreso mixto) se obtiene directamente por diferencia.

4.56. Para las demás unidades (productores informales), se debe proceder con una estimación indirecta. Usualmente se trata de estimar el empleo y una remuneración promedio, lo que permitirá una estimación de los impuestos a la producción (si su monto se basa principalmente en la masa salarial), y por diferencia se obtendrá el saldo correspondiente a la remuneración del capital; en este caso, al no estar formalizados los productores, corresponde a un ingreso mixto.

C. Extensión hacia otros productores de bienes y servicios característicos

4.57. El establecimiento de las cuentas de producción y de generación del ingreso en las Cuentas Satélite de Cultura solo se aplica a las actividades características de la cultura. Como se explicó, esta descripción y análisis de los procesos de producción no abarca toda la producción de productos característicos puesto que hay otras actividades no culturales que pueden producir estos productos, aun cuando estos no correspondan a su producción típica.

4.58. Esta situación se ilustra en el esquema a continuación, donde se presenta un ejemplo ficticio para ilustrar la diferencia entre la producción de una rama de actividad y la producción de su producto característico.

Esquema 4.1

Esquema representando la relación entre ramas y productos				
Rama / Producto	Rama 1	Rama ...	Rama n	**total producción por producto**
Producto 1	**1.000**	300	200	**1.500**
Producto....	200	**1.500**	200	**1.900**
Producto n	120	200	**2.000**	**2.320**
total producción por rama	**1.320**	**2.000**	**2.400**	**5.720**

4.59. Según este esquema, la producción total de la rama 1 es de 1.200. El producto 1 es su mayor producción, mientras el total de la producción del producto 1 es 1.500. La rama 1 es el mayor productor de este producto.

CAPÍTULO 5. EQUILIBRIOS OFERTA-UTILIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS CULTURALES

Contenido

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

Introducción

5.1. El objetivo de los equilibrios oferta-utilización es representar la oferta y los usos de los bienes 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 por los hogares, formación de capital, entre otros; no solamente de aquellos 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 a través 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. 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 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 para la producción de otros bienes y servicios (el consumo intermedio: (CI), como es el caso de los servicios prestados por los actores 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 traduce en la siguiente fórmula:

$$\mathbf{P + M = CI + CF + FBKF + \Delta E + ANOV + X}$$

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 a la producción, en el lado izquierdo de la ecuación se valorará a valores básicos, pero en el lado derecho de la ecuación se valorará a precios de comprador, es decir, por un precio diferente.

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 lascuentas satélite, los principios de valoración son los siguientes:

- La producción debe valorarse a precio básicos.
- Las importaciones deben valorarse a precios CIF (es decir, por un precio que involucra todos los costos que permitan su entrada al mercado local).
- 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.

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.

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) + suma de impuestos a los productos y la importación + suma de márgenes de transporte y distribución =

CI(Pc) + CF(Pc) + FBKF(Pc) + ΔE(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.

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.

5.15. Adicionalmente, los equilibrios 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, como se explica en un capítulo posterior dedicado especialmente a este tipo de indicadores.

b. Cuadros de salida

5.16. 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 a los productos e importaciones**	**Márgenes de transporte y comercialización**	**Total oferta**	**Consumo intermedio (Pc)**	**Consumo final Hogares (Pc)**	**Consumo final Gobierno e IPSFLH (Pc)**	**Formación bruta de capital Fijo (Pc)**	**Adquisición menos disposición de Objetos Valiosos (Pc)**	**Variación de existencias (Pc)**	**Exportaciones (FOB)**	**Total utilización**
Característicos sector 1													
p1													
p2													
..													
Pn													
Conexos propiamente dichos sector 1													
Con1													
Con2													
…													
Con n													
Característicos sector …													
p1													
p2													
..													
pn													
Total productos específicos													
Total característicos													
Total “conexos propiamente dichos”													

c. Métodos de estimación de los equilibrios de productos

5.17. 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.

5.18. 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.

5.19. 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.

5.20. 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 continuadamente 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 continuadamente en la producción durante un período largo de tiempo, el cual se establece en más de un año. Algunos bienes, como el carbón, pueden ser muy durables físicamente, pero no constituyen activos fijos porque se pueden usar solamente una vez. Entre los activos fijos se incluyen no sólo las estructuras, maquinaria y equipo, sino también los activos cultivados, como los árboles o los animales que se utilizan repetida o continuadamente para obtener otros productos, como frutas o productos lácteos. Se incluyen asimismo los productos de la propiedad intelectual como programas de informática u originales artísticos que se usan en el proceso de producción".*

5.21. 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, mientras que como activos producidos serán objeto de consumo de capital fijo cuando se pueda hacer este cálculo.

B. Los cuadros de oferta-utilización

5.22. Los cuadros de oferta-utilización presentan la oferta y los usos de los bienes y servicios culturales dentro del marco global de una economía e ilustran la interdependencia de la cultura con el resto de sectores y productos. Esta interrelación se manifiesta de diversas maneras: primero, por la producción en la cual bienes y servicios culturales, además de producidos por actividades características culturales, pueden también ser provistos por ramas de actividad no culturales como productos secundarios; y segundo, por los

consumos intermedios en los que los productos culturales pueden ser utilizados como insumos de otras ramas productivas culturales y no culturales.

5.23. No se deben confundir los montos correspondientes a 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 cálculo se refiere a la producción de los establecimientos cuya actividad principal corresponde a procesos productivos considerados culturales. El segundo, en cambio, es la sumatoria de la producción de los bienes y servicios culturales producidos por todos los establecimientos, tanto aquellos que lo hacen como actividad principal, como aquellos que los obtienen como producciones secundarias de cualquier otra actividad principal.

5.24. Los cuadros oferta-utilización de la cultura derivan de la presentación de la producción y la circulación de los bienes y servicios en el SCN 2008 y aplican los mismos conceptos y principios de clasificación utilizados en los cuadros oferta-utilización del marco central.

5.25. Sin embargo, las clasificaciones de las actividades y de los bienes y servicios que se utilizan son diferentes, pues el objeto es focalizar primero las actividades características de un subsector, un sector o toda la cultura; luego las actividades que producen productos culturales de manera secundaria y aquellas que consumen productos culturales como consumos intermedios, tratando de manera agregada todas las demás actividades; se continúa sobre los productos característicos y conexos propiamente dichos, su circulación y uso en la economía.

5.26. Estas clasificaciones no solo presentan de manera particular los bienes y servicios culturales y las ramas de las actividades culturales, 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.

5.27. 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); de la misma manera, para cada uno de los productos, su consumo intermedio total es igual al consumo intermedio de los productos por las diferentes ramas de actividad (matriz de consumos intermedios).

5.28. 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 las producciones 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

5.29. 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 la 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.

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

5.31. Los cuadros oferta-utilización están conformados por:

- La submatriz de oferta
- La submatriz de utilización

La submatriz de oferta

5.32. 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. En estas clasificaciones, los productos y las ramas de actividad características de los diferentes sectores culturales se presentan separadamente.

5.33. 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.

5.34. 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 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.

5.35. 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							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		Total producción (VB)						
		Sector 1	Sector 2	….	Sector 12	Productores de productos culturales	No productores de productos culturales							
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 12	Producto caract. 12.1													
	Producto caract. 12…													
	producto caract.12.n													
Total productos culturales característicos														
Otros productos no característicos de la cultura														
Total general														

5.36. Hay que destacar el tratamiento de los márgenes de transporte y comercialización, en particular de aquellos que se consideran como bienes culturales característicos. 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

Ramas / Productos	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.

5.37. 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” 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.

5.38. La construcción de esta submatriz requiere un trabajo cuidadoso de revisión 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

5.39. 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 puesto que los productos también aparecen en fila. Adicionalmente, sigue exactamente la misma clasificación 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.

5.40. 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).

5.41. 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, yla adquisición menos la cesión 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		Consumos intermedios							Gasto de consumo final			Formación de capital			Exportaci FOB
		Sectores culturales				Otros sectores no culturales		Total consumos intermedios	Hogares	IPSFLSH	Administraciones públicas	Adquisiciones netas de objetos valiosos	FBKF	ΔExistencias	
		Sector 1	Sector 2	....	Sector 12	Productores de productos culturales	No productores de productos culturales								
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 12	Producto caract. 12.1														
	Producto caract. 12…														
	Producto caract.12.n														
Total productos culturales característicos															
Otros productos no característicos de la cultura															
Total general															

Reorganización de las submatrices: las cuentas de generación del ingreso

5.42. 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.

5.43. Rama por rama, si se establece 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, se obtiene 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		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		Total producción (VB)						
		Sector 1	Sector 2	....	Sector 12	Productores de productos culturales	No productores de productos culturales							
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 12	Producto caract. 12.1													
	Producto caract. 12…													
	Producto caract.12.n													
Total productos culturales característicos														
Otros productos no característicos de la cultura														
Total general														

		CONSUMO INTERMEDIO							Gasto de consumo final			Formación bruta de capital			Exportaciones FOB	Usos totales a precios de comprador
		Sectores culturales				Otros sectores no culturales		Total Consumo intermedio	Hogares	IPSFLSH	Administraciones públicas	Adquisiciones netas de objetos valiosos	FBKF	ΔExistencias		
Sectores	**Productos**	Sector 1	Sector 2	....	Sector 12	Productores de productos culturales	No productores de productos culturales									
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 12	Producto caract. 12.1															
	Producto caract. 12…															
	Producto caract.12.n															
Total productos culturales específicos																
Otros productos no característicos de la cultura																
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								

5.44. 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.

5.45. 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.

5.46. 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

5.47. 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.

5.48. 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.

5.49. 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.

- El país de origen de los soportes físicos no es necesariamente el mismo país de origen de los contenidos, lo que constituye 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.

5.50. 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, 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.

5.51. Debe señalarse además que 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.

5.52. 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.

5.53. 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	Ajuste	Importaciones	Importaciones	Importaciones	Importaciones	Importaciones	Importaciones	Importaciones
Sectores	**Productos**	(Valor FOB)	CIF/FOB	(valor CIF)	(Valor FOB)	(valor CIF)	(Valor FOB)	(Valor CIF)	(Valor FOB)	(Valor CIF)
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 12	Producto caract. 12.1									
	Producto caract. 12…									
	Producto caract.12.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
		(Valor FOB)	(Valor FOB)	(Valor FOB)	(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 12	Producto caract. 12.1				
	Producto caract. 12…				
	Producto caract.12.n				
Total exportaciones 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

Los métodos de compilación

5.54. La elaboración de los cuadros oferta-utilización se apoya principalmente en los equilibrios o balances oferta-utilización y parcialmente en el trabajo desarrollado para elaborar las cuentas de producción. Se desarrolla en el mismo proceso a fin de evitar inconsistencias en las estimaciones de la producción, al no contar con todos los elementos de juicio para evaluar su consistencia.

5.55. Los cuadros se elaboran en varias etapas: en una primera se hace al nivel de cada producto y rama de actividad; luego se cotejan los equilibrios, con el fin de establecer su consistencia, lo que puede llevar a revisar el trabajo hecho.

5.56. El trabajo se desarrolla de forma diferente si se trata de una estimación en nivel para un año de base, o en evolución para períodos corrientes.

5.57. Es necesario definir en primer lugar a qué nivel de agregación se va a realizar el trabajo: a mayor agregación, es mayor el riesgo de omitir aspectos importantes de los productos y actividades ligadas a la cultura, en particular de los productos “no terminales” que sirven de insumos para otros productos, pero que se clasifican en el mismo rubro. A menor desagregación, aumenta el riesgo de no poder avanzar si hace falta gran parte de la información requerida, de perderse en los detalles y perder perspectiva.

5.58. Para cada uno de los sectores culturales es necesario comenzar por agrupar productos al nivel de la CPC, de acuerdo con la revisión vigente.

5.59. Una vez determinadas las categorías y de acuerdo con los clasificadores, se recopila la información correspondiente a:

- Las importaciones y exportaciones: se obtienen de las estadísticas de las aduanas para los bienes, o de la balanza de pagos para los servicios. Las observaciones hechas deben generar ajustes importantes.

- La producción: los cálculos de los equilibrios de los productos y de la cuenta de producción se aplican para esta variable.

- Los consumos intermedios: si bien los cuadros de consumos intermedios de las cuentas nacionales pueden proveer información, será necesario abrir con más detalle las partidas que parecen contener productos culturales, y asegurarse de la coherencia de los datos de estos cuadros con las estimaciones (temporalmente separadas) de las CSC, que en su proceso de construcción pueden apartarse de los niveles y agregados de las cuentas nacionales.

- El consumo final de las administraciones: en ciertos subsectores, la intervención de las administraciones públicas, en términos de las compras de servicios de mercado o de la producción y el consumo de producciones de no mercado, puede ser significativa, por ello debe estudiarse con cuidado la información disponible al respecto.

- El consumo de los hogares: se puede establecer a partir de encuestas de ingresos y gastos, o de encuestas especiales sobre el acceso a la cultura. No debe descartarse el consumo de productos de los visitantes no residentes, incluido en esta categoría de usos en las cuentas nacionales.

5.60. Después de establecer el equilibrio en valor entre la oferta y la demanda, es posible que existan diferencias que surgen de los métodos de valoración implementados (verificar el tratamiento de los impuestos y subvenciones, de los márgenes de transporte y comercialización, en el caso de los bienes culturales); en la cobertura de información sobre el universo; en el período de referencia de la información recolectada; en la falta de información para una variable diferente a cero pero para la cual no hay datos disponibles, entre otros. Se pueden introducir cantidades físicas para verificar la consistencia de la información utilizada, y es allí donde los indicadores no monetarios cobran gran importancia.

5.61. Los cálculos en años corrientes (evolución) se establecen en general a partir de indicadores de evolución. En el caso de la cultura, estos indicadores se elaboran principalmente en valor, pues es difícil determinar la noción de *volumen* que se utiliza en macroeconomía.

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 cantidad 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:

$$\mathbf{P + M = CI + CF + FBKF + \Delta E + ANOV + X}$$

- 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.

CAPÍTULO 6. ANÁLISIS DEL GASTO CULTURAL Y SU FINANCIACIÓN

Contenido

Conceptos y definiciones asociadas al gasto cultural
Categorías del gasto en cultura

Introducción

6.1. Hasta este punto, el Manual consideró la cultura desde el punto de vista de las actividades involucradas en la *producción* de productos 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 relevante para representar la importancia económica de la cultura de un país 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 impacto sobre la vida cultural de los residentes en un país y 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. Ahora bien, lo que se pretende medir es el gasto total de los residentes (esto incluye la adquisición de bienes y servicios producidos en el exterior) en cada categoría de producto cultural, y el gasto de cada entidad; ¿quiénes pagan y en particular cuál es la importancia del gasto de la autoridad pública? ¿Cuáles son los mecanismos por los que la autoridad pública y otros financian la cultura? ¿Quiénes se benefician dentro de los hogares y en cuánto (valorado necesariamente dentro de este contexto, por su valor monetario)? ¿Cuáles son los sectores en los que el gasto es mayor? Entre otros.

A. Conceptos y definiciones asociadas al gasto cultural y a su financiación

6.4. El objetivo de la cuenta de gasto es mostrar cuál es el gasto en cultura, primero para cada uno de los subsectores y sectores culturales, seguido del gasto total. El interés recae después en establecer quiénes son los beneficiarios últimos de este gasto, y quién paga por este gasto. Bajo esta perspectiva, 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 equivale a la que paga para que el beneficiario pueda recibir el valor total asignado a este gasto. El valor utilizado para registrar el "disfrute" será un tema que se discutirá al final de esta sección.

6.5. Para presentar el gasto cultural, es necesario aclarar primero las definiciones que se utilizarán para estos fines. Se requiere conocer a qué se le llama *gasto*, identificar quiénes hacen los gastos y quiénes disfrutan de los bienes y servicios adquiridos, pues no necesariamente los que se benefician de los bienes y servicios culturales son quienes realizan las adquisiciones asociadas a ellos. 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 mencionados.

a. Gasto en Cultura

6.6. El gasto en cultura no solo incluye los gastos hechos por todos los agentes económicos para la adquisición de bienes y servicios culturales (característicos y conexos propiamente dichos[33]) sino también un cierto número de gastos diferentes, tales como los relacionados con el desarrollo de la infraestructura requerida para la producción en el futuro (la formación bruta de capital), los gastos inherentes a las prácticas culturales, 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).

6.7. El gasto en cultura en un sector cultural determinado, y para la cultura en general, va a incluir las categorías siguientes:

(a) El gasto por los diferentes agentes económicos, en bienes y servicios característicos y conexos *propiamente dichos*, de origen nacional o importado que pueden destinarse a satisfacer las necesidades culturales u otras necesidades relacionadas, que se detallarán más adelante.

(b) El gasto en activos no financieros por las ramas de actividad características culturales que no están incluidos en la categoría anterior, es decir, que no son específicos. Este gasto puede referirse a construcciones y edificaciones, equipo, material de oficina, material de transporte, tierras, terrenos, e incluye productos considerados *conexos*.

(c) Las adquisiciones de bienes y servicios necesarias para las prácticas culturales, que incluyen aquellos clasificados como conexos (auxiliares, interdependientes y otros conexos); por ejemplo, los aparatos

[33] Se recuerda (para 2.76) que los productos conexos *propiamente dichos* son los productos propios del campo cultural pero que no son suficientemente importantes como para justificar tratarlos como característicos, en particular porque no es relevante establecer sus cuentas de producción.

de recepción (radios, televisores), el vestuario para representaciones teatrales, entre otros.

(d) Los gastos realizados (o la renuncia a ingresos, como en el caso de las exenciones de impuestos) por parte de los agentes económicos para sustentar las actividades culturales de este sector y que no son contrapartida o financiación de los gastos referidos en las partes (a) al (c).

6.8. Los cuadros de las cuentas de gasto se construyen principalmente a partir de los conceptos de usos utilizados en las cuentas nacionales: *consumo intermedio*, es decir, el consumo de bienes y servicios que se incorporan como insumos en procesos productivos; *consumo final*, referido principalmente a los consumos de los hogares pero también al consumo de las administraciones que se convierten en consumo de los hogares o en beneficios de tipo general; *formación de capital*, es decir, acumulación neta de activos productivos y de bienes valiosos; bienes de todo tipo adquiridos en procesos de prácticas culturales y, finalmente, flujos de recursos que no se traducen en bienes y servicios o en precios pero que apoyan la actividad cultural en general.

6.9. Estos cuadros no se deben elaborar por productos, ya que no hay homogeneidad a este nivel, sino en términos de sectores o subsectores culturales, y de la cultura en general.

6.10. Su forma general se presenta en el cuadro 6.1 a continuación. Más adelante se explicará con más detalle su contenido. Es importante señalar la importancia de no incurrir en duplicaciones en el cuadro de gasto, en particular porque ciertos bienes y servicios adquiridos por los productores culturales (actividades características) se convierten después en otros bienes o servicios culturales. Por esta razón, se ha excluido del consumo intermedio el consumo de productos característicos y conexos propiamente dichos por actividades características del mismo sector (el consumo intermedio no terminal). También hay que tener sumo cuidado en la financiación con los subsidios a los productores y a los productos, así como con las cadenas de financiación entre entidades públicas.

Cuadro 6.1. Cuadro general de gasto por sectores culturales y total de la cultura

Tipo de gasto/por sector					sector 1	sector 2	....	sector 12	Total sectores
1.	**Adquisición de productos característicos y conexos propiamente dichos (productos del sector) para:**								
1.1	*Consumo final efectivo*								
1.1.1		productos de mercado							
1.1.2		productos de consumo individual de no mercado							
1.1.3		productos de consumo colectivo de no mercado							
1.2	*Consumo intermedio /excepto por actividades del mismo sector)*								
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 del sector**								
2.1		*Productos conexos auxiliares, interdependientes y otros conexos)*							
3.	**Inversión en activos no financieros de las actividades culturales del sector en productos no característicos ni conexos propiamente dichos del sector**								
3.1		*Formación bruta de capital fijo*							
3.2		*Tierras, terrenos y otros activos no producidos*							
4.	**Transferencias corrientes específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)**								
4.1		*Subsidios a las ramas de mercado (excepto a los productos)*							
4.1.1			directos						
4.1.2			via exenciones o tasas preferenciales de impuestos						
4.2		*Transferencias de funcionamientos a ramas de no mercado*							
4.3		*Otras transferencias corrientes*							
4.3.1			Mecenazgo						
4.3.1.1				Mecenazgo sin exenciones de impuestos					
4.3.1.2				Mecenazgo con exenciones de impuestos					
4.3.2			Otras formas de transferencias (participaciones voluntarias para obras fuera del marco de la producción)						
5.	**Transferencias de capital específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)**								

6.11. No se incluyen 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 camisetas, 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.

b. Beneficiarios y financiadores

6.12. 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.

6.13. 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.

6.14. 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*[34] financia buena parte de las emisiones de televisión que los televidentes miran, es decir, que "consumen" en el sentido de la cuenta de gasto de la CSC (véase el análisis de este procedimiento en 6.45).

6.15. En las cuentas nacionales no se hace diferencia entre quién paga y quién se beneficia del gasto en la mayoría de los casos, a excepción de los llamados *consumos de bienes y servicios individuales del gobierno*, o de las instituciones privadas sin fines de lucro que producen por su propia cuenta o adquieren bienes y servicios en el mercado, y después los entregan a las personas bajo la forma de servicios de educación, salud, cultura, mercados, vivienda, entre otros. Esta opción, planteada a partir de las cuentas nacionales, se incorporará en el cuadro de gasto. No obstante, se buscará otra que contemple situaciones implícitas que involucran a otras clases de agentes.

6.16. 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 disfrute) o beneficio para los que se benefician del gasto, es decir que en todas las líneas del cuadro de gasto (se presentó inicialmente en el cuadro 6.1 como una sola columna por cada sector), 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 (imputados) recibidos por los diferentes usuarios o beneficiarios del mismo.

6.17. Esto aparece en el cuadro simplificado que se presenta a continuación.

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

Cuadro 6.2. Cuadro de gasto con financiador/beneficiario por sector cultural o total para la cultura

USUARIOS/BENEFICIARIOS									UNIDADES DE FINANCIACIÓN								
TOTAL	Hogares (como consumidores)	Ramas de actividad culturales de mercado	Ramas de actividad culturales de no mercado	Gobierno (como consumidor colectivo)	Los demás agentes residentes	Resto del mundo		Tipo de gasto/por sector	TOTAL	Hogares (como consumidores)	IPSFLH	Gobierno general				Los demás agentes residentes	Resto del mundo
												Gobierno central	Gobierno regional	Gobierno local	Total gobierno central		
							1.	**Adquisición de productos característicos y conexos propiamente dichos (productos del sector) para:**									
							1.1	*Consumo final efectivo*									
							1.1.1	productos de mercado									
							1.1.2	productos de consumo individual de no mercado									
							1.1.3	productos de consumo colectivo de no mercado									
							1.2	*Consumo intermedio /excepto por actividades del mismo sector)*									
							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 del sector**									
							2.1	*Productos conexos auxiliares, interdependientes y otros conexos)*									
							3.	**Inversión en activos no financieros de las actividades culturales del sector en productos no característicos ni conexos propiamente dichos del sector**									
							3.1	*Formación bruta de capital fijo*									
							3.2	*Tierras, terrenos y otros activos no producidos*									
							4.	**Transferencias corrientes específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)**									
							4.1	*Subsidios a las ramas de mercado (excepto a los productos)*									
							4.1.1	directos									
							4.1.2	via exenciones o tasas preferenciales de impuestos									
							4.2	*Transferencias de funcionamientos a ramas de no mercado*									
							4.3	*Otras transferencias corrientes*									
							4.3.1	Mecenazgo									
							4.3.1.1	Mecenazgo sin exenciones de impuestos									
							4.3.1.2	Mecenazgo con exenciones de impuestos									
							4.3.2	Otras formas de transferencias (participaciones voluntarias para obras fuera del marco de la producción)									
							5.	**Transferencias de capital específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)**									

c. Valoración del gasto en cultura para el beneficiario y para el financiador. Principios generales

6.18. Al describir las cuentas de producción de las actividades características así como los equilibrios de los productos característicos, 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.

6.19. En el caso del análisis del gasto por beneficiario y financiador, que es una desagregación adicional, es necesario definir claramente el valor que 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: cuál es el valor que se debe asignar al beneficiario, cuál al productor, cuál al Estado; cuál debe incluirse en la valoración del gasto de consumo y cuál debe tratarse en transferencia, en particular en el caso de la intervención de la autoridad pública, que se puede manifestar de diversas maneras:

- Producción por la misma entidad pública de productos culturales de no mercado (con o sin pago parcial) para el disfrute de la población: el caso de los museos públicos en el que el gobierno asume la totalidad de los costos, tanto de inversión como de funcionamiento; los derechos de entrada, cuando existen, están muy lejos de cubrir los costos corrientes de producción;
- Producción por una entidad privada, cuya actividad productiva puede ser subsidiada de diferentes maneras con tratamientos diversos en las cuentas nacionales, pero que afectan la repartición de la financiación del gasto y su tratamiento (en el valor del consumo o en transferencia):
    - Provisión de un monto global para cubrir sus costos de funcionamiento.
    - Provisión de un monto fijo por visitantes o por unidad vendida
    - Provisión de descuentos tributarios sobre insumos (por ejemplo, exención de pago del IVA sobre insumos –caso de la Ley del Libro en Colombia–)
    - Provisión de descuentos (o exenciones) sobre toda clase de otros impuestos (renta, predial, entre otros.).
    - Provisión de tasas de interés preferenciales para préstamos, entre otros.

B. Categorías del gasto en cultura

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

a. El gasto realizado por los diferentes agentes económicos, en bienes y servicios característicos, de origen nacional o importado

6.21. Los productos característicos del campo cultural se definieron previamente. Su lista, según la clasificación CPC, revisión 2, se encuentra en la Tabla 3.4. para los productos característicos.

6.22. De acuerdo con los agentes que disfrutan de ellos y con sus usos económicos, se subdividen en las siguientes clases:

(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

6.23. 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, o los que son parte del consumo intermedio de los productores pero que benefician directamente a los hogares (véase más adelante).

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.

Usualmente, su contenido será similar al del consumo final de los hogares en bienes y servicios de mercado del cuadro oferta-utilización (capítulo 5) con variaciones generadas por la diferencia entre el concepto de adquisición y el principio del beneficiario (financiación por la publicidad, espectáculos adquiridos por productores para el beneficio de sus empleados u otros, y por el hecho que se incluyen ahora los bienes conexos propiamente dichos) (véase análisis beneficiario/financiador más adelante).

(1.1.2) *Consumo final efectivo individual de servicios de no mercado por los hogares*

En esta categoría se incluyen principalmente servicios de los que las personas disfrutan sin incurrir en el costo de su adquisición, o de los que el precio pagado no tiene relación directa con los costos de producirlos, 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, entre otros (véase análisis beneficiario/financiador más adelante).

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

En esta categoría se incluye 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. Los cuales a su vez, son considerados como productos característicos (véase el capítulo sobre clasificación).

6.24. La categoría siguiente **((1.2) Consumo intermedio)** agrupa los productos característicos y conexos propiamente dichos, 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, sean o no culturales. Excluye los consumos intermedios de las cuentas nacionales incluidos en la categoría anterior, que corresponden a los bienes y servicios adquiridos por los productores pero de los que disfrutan los hogares, y que dentro de una óptica de disfrute se consideran como consumo de los hogares.

6.25. Como se señaló anteriormente, es necesario hacer una distinción entre actividades características, (y dentro de las actividades características, aquellas que pertenecen al sector cultural de interés y aquellas de otros sectores culturales), y actividades no características.

6.26. En general, como las actividades culturales características producen principalmente productos característicos cuyos usos se incluyen en el gasto, se tendría una doble contabilización al incluir también el valor de los insumos en bienes y servicios característicos y conexos propiamente dichos utilizados para su producción, pues el valor de un producto resultado de un proceso de producción incluye el valor de sus insumos. Esta doble contabilización no se da en el caso de las actividades no características, ya que sus productos principales no son característicos, por consiguiente sus productos no hacen parte del consumo cultural[35].

[35] Esto no es totalmente cierto, pues las actividades no culturales pueden tener producciones secundarias de las que se obtienen productos característicos de la cultura que, por ende, se incluyen como productos en los gastos en el consumo cultural. Esta es solamente una

6.27. Por este motivo, en el caso de las actividades características culturales, el manejo varía si se trata de las cuentas de gasto de un sector cultural particular, o del gasto cultural total. En efecto, para un sector cultural particular, las actividades características de otros sectores se consideran como exteriores a este sector particular, de manera que su consumo intermedio en productos característicos debería incluirse en la noción de gasto del primer sector. Sin embargo, al consolidar todos los gastos de todos los sectores y hablar del gasto cultural total, estos *interconsumos cruzados* deben excluirse.

6.28. Las cuentas de producción (cuadros 4.1 y 4.2) de las actividades características proveen el detalle de los consumos intermedios en productos característicos y conexos propiamente dichos del mismo sector y de otros sectores, mientras los equilibrios oferta-utilización de productos culturales permiten conocer el total de los consumos intermedios. Estos datos son las fuentes de información sobre las que se deben hacer las correcciones antes mencionadas (en particular la exclusión de los consumos de los que disfruten los hogares).

6.29. **La formación de capital fijo (1.3)** incluye todos los productos culturales característicos y conexos propiamente dichos, 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.

6.30. En este caso se deben evitar las dobles contabilizaciones, razón por la que la medición tiene que hacerse en términos netos cuando se trata de la formación de capital fijo de las actividades culturales, pues la pérdida de valor de capital fijo como consecuencia del proceso de producción en el que el activo está involucrado hace parte del valor de los productos obtenidos.

6.31. Esto es particularmente importante en el caso de la producción cinematográfica por cuenta propia. En efecto, su valor debe estimarse, no por la suma de sus costos de producción, sino por el valor presente del flujo estimado de ingresos sobre su vida útil. Para la mayoría de las producciones locales (originales de películas cinematográficas, de telenovelas), su vida productiva raras veces supera un año, máximo dos. Esto quiere decir que su valor de producción se amortiza en un máximo dos años y se agota por su exhibición. Si se registraran ambos valores, la producción cinematográfica por el flujo esperado de ingresos y los ingresos por la exhibición, se tendría una duplicación.

6.32. Por ende, es muy importante revisar con cuidado los casos específicos para darles un tratamiento coherente.

---

aproximación derivada de un hecho real, ya que los procesos de producción no son siempre "puros"; de ellos se derivan productos típicos y no típicos.

6.33. **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: 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 tiempo más allá de un período contable (bienes en proceso).

6.34. **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.

b. Adquisiciones netas de bienes de capital no financieros no clasificados anteriormente por las actividades culturales

6.35. 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 sistema de cuentas nacionales. Según estas recomendaciones, se incluye en el gasto la totalidad de los gastos en bienes de capital (tangible o intangible, 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 se han considerado.

6.36. 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 las cuentas nacionales que figura en el Recuadro 6.1 a continuación.

Recuadro 6.1 Clasificación de las adquisiciones netas de activos no financieros

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
Otros activos intangibles
Existencias
Activos no producidos
Activos tangibles no producidos
Tierras y terrenos
Otros activos tangibles no producidos
Activos intangibles no producidos

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

6.37. En esta categoría se van a incluir todas las adquisiciones de bienes y servicios (fuera de los bienes y servicios característicos y conexos propiamente dichos) requeridas por las prácticas culturales que no son consideradas dentro de los límites de la producción. También las compras por los hogares de productos conexos auxiliares (televisores, radios, lectores de CDs) o productos conexos interdependientes (instrumentos musicales, papel especial, tintas, material para la práctica de la pintura artística), adquiridos por los hogares para la práctica particular de un arte, así como la adquisición de productos no clasificados anteriormente pero asociados a estas prácticas culturales particulares.

6.38. En efecto, se considera que estas adquisiciones hacen parte del gasto cultural, pues posibilitan los procesos culturales.

6.39. Tratándose de otros productos necesarios para las prácticas culturales no productivas, todos corresponden al consumo final según las cuentas nacionales.

C. Transferencias

6.40. Se refieren a las *transferencias corrientes y de capital* que no están incorporadas en los valores que se presentan en las categorías anteriores. Su cobertura precisa se definirá más adelante, en el aparte donde se clarifican las formas de financiación de la cultura, una vez definidos con más precisión los beneficiarios y los financiadores y el modo de registro en las cuentas de gasto de ciertas transacciones específicas.

6.41. Se clarificará por ejemplo el tratamiento de las llamadas *transferencias sociales en especie* y las diferentes formas de subsidio a la producción y al consumo de bienes y servicios culturales.

6.42. 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.

6.43. 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. Resto del mundo

a. Beneficiarios y financiadores

6.44. La diferencia entre beneficiario y comprador no se da solamente 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 que se da también en varios otros casos.

6.45. Se proveen 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 **financiando** una adquisición de bienes y servicios culturales para sus empleados o de los que asistan a los espectáculos, quienes aparecerán como beneficiarios;

- Los hogares que escuchan la radio y miran la televisión, se consideran *beneficiarios* de las emisiones de radio y televisión, al ser quienes disfrutan de estas emisiones *compradas* por las empresas que pautan, tal como se explica en el recuadro que sigue.

Recuadro 6.2

Consumo de servicios televisivos 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 a las programadoras de televisión programas que producen ellas mismas, o los adquieren de otros productores nacionales o internacionales. 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 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.

Se puede considerar que 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 pautadores 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 pautadores; 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

Compra publicidad 1.200	

Publicista

Compra mensajes 200	Venta publicidad 1.200
Tiempo antena 900	

Productores programas

Mensajes 200	
	Otros programas 950

Programadoras

Otros programas 950	Pago hogares 100
	Tiempo antena 900

Hogares

Pago program. 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 pautadores 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 pautadores (900); este monto (900) corresponde a la financiación recibida por los hogares de los pautadores 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

6.46. 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 ramas de actividad culturales de mercado (bajo cualquier forma y tamaño: formal/informal, legal/ilegal)
- Las ramas de actividad culturales de no mercado
- Las administraciones públicas (como consumidores colectivos)
- Los demás agentes residentes, incluyendo las IPSFLSH
- El resto del mundo

6.47. 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

- El resto del mundo

d) Valoración del gasto en cultura para el beneficiario y para el financiador

6.48. Registrar a los hogares como beneficiarios de la cultura solamente en el caso de aquellos bienes y servicios por los que pagan y por el monto de su desembolso es demasiado restrictivo, como ya lo hemos visto: existen varias manifestaciones culturales de las que disfrutan los hogares y para las que se pueden designar como beneficiarios de los mismos, como las manifestaciones callejeras financiadas por las autoridades o por el sector privado, la televisión abierta, o los espectáculos por los que los hogares no pagan o pagan precios muy por debajo de su valor.

6.49. El SCN solo toma en cuenta de forma parcial esta situación, al registrar el consumo final de los hogares (el consumo efectivo) por medio de una definición muy particular sobre el principio de adquisición. Dentro del contexto del SCN, las adquisiciones de bienes y servicios por los hogares no solo incluyen las de compra directa, sino que debe agregarse el valor de los bienes y servicios recibidos sin contrapartida como *transferencia social en especie*.

6.50. Las *transferencias sociales en especie* solo involucran potencialmente a los hogares, al gobierno general y a las IPSFLSH. Los hogares son los únicos beneficiarios de las mismas. Su monto se establece a partir del valor de los servicios individuales de no mercado, producidos por los establecimientos de los sectores institucionales, del gobierno general (administraciones públicas) y de las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares (IPSFLSH), que supera los pagos parciales realizados por los consumidores para la adquisición del servicio. Por ejemplo, el valor de los servicios prestados por bibliotecas, museos, teatros, entre otros, como productos de no mercado (venta eventual a un precio no económicamente significativo (véase xxxx). Incluye también el valor de los servicios de mercado comprados en su totalidad por los gobiernos e instituciones privadas sin fines de lucro, y entregados de forma gratuita o a precios simbólicos a la población (como los espectáculos callejeros).

6.51. Dentro de la representación contable de las cuentas nacionales, estos valores son transferidos a los hogares beneficiarios mediante un ajuste que se denomina ***transferencia social en especie***, por el que la autoridad pública (o la IPSFLSH) transfiere ficticiamente un ingreso (la transferencia) y el gasto correspondiente a los hogares que se benefician efectivamente del gasto. Esto se ilustra en el recuadro 6.3.

Recuadro 6.3

Un ejemplo numérico simplificado debe permitir entender el procedimiento: Supóngase el servicio prestado por un museo cuyos costos totales de operación valen 100. El valor recaudado por entradas es de 10.

Inicialmente, el registro será lo siguiente:

Valor de la producción de servicios de museos (no mercado)	
A precios de costo	100
Valor del gasto de consumo final de los hogares	10
Valor del gasto de consumo final del gobierno (producto de no mercado individual)	90

Los hogares son en realidad los verdaderos beneficiarios de este servicio por su valor total. Para que esta realidad aparezca, el SCN procede en una segunda fase (cálculo del ingreso disponible ajustado) a reasignarlo mediante el procedimiento siguiente:

Valor de la producción de servicios de museos (no mercado)	100	
Valor del consumo final efectivo de los hogares		100
Valor de la transferencia social en especie del gobierno hacia los hogares (gasto del gobierno, ingreso de los hogares)		90

Se considerará que el **consumo final efectivo** de los hogares es 100, valor que es igual al valor total de la producción de servicios de no mercado individual; la parte que ellos no desembolsan de sus propios recursos (90) se considerará "financiada" vía una **transferencia social en especie** recibida de la entidad productora del servicio.

6.52. Existen otras formas por medio de las cuales la autoridad pública pero también otros agentes, facilitan directa o indirectamente el acceso a la cultura.

6.53. El recuadro 6.4 ilustra algunos 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 6.4 Representación de diferentes situaciones, en la cuenta de gastos

Tipología	Clasificación	Beneficiario		Financiadores			
		Quién	Valor	Quién (1)	Valor (1)	Quién (2)	Valor (2)
Producción de no mercado; consumo individual	Consumo final	Hogares	Total valor (costo o compra)	Hogares	Pago parcial eventual	Gobierno o IPSFLSH	Valor restante
Producción de no mercado; consumo colectivo	Consumo final	Gobierno	Total valor (costo)	Gobierno	Total valor (costo)		
Producción de mercado; subsidio a la actividad	Consumo final	Hogares	Valor efectivamente pagado	Productor de mercado	Valor efectivamente cobrado		
	Transferencia corriente	Productor de mercado	Subsidio (implícito o explícito)	Gobierno	Subsidio (implícito o explícito)		
Producción de mercado; subsidio al producto	Consumo final	Hogares	Valor efectivamente pagado	Productor de mercado	Valor efectivamente cobrado		
	Transferencia corriente	Productor de mercado	Subsidio	Gobierno	Subsidio		

Nota: el subsidio a la actividad puede tomar todo tipo de formas, incluyendo formas implícitas mediante tasas preferenciales de impuestos, de intereses, etc

e.Las diferentes formas de financiación de la cultura y su representación en las CSC

6.54. 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.

6.55. 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, sobretodo aquellas asociadas a los tratamientos fiscales preferenciales.

6.56. 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.

6.57. En el siguiente recuadro se tipifican las diferentes transacciones que se van a representar en el cuadro de gasto y se ilustra su tratamiento.

Recuadro 6.5. Ilustración del tratamiento de algunos mecanismos de financiación del gasto en cultura

Ilustración del tratamiento de algunos mecanismos de financiación del gasto en cultura

Descripción	Análisis en términos del cuadro oferta-utilización (principios de CN)	En el cuadro de gastos
Fuentes privadas		
Pagos por el beneficiario		
Compra por los hogares de bienes y servicios culturales	Gasto de consumo final de los hogares en productos culturales	Consumo final efectivo (productos de mercado y productos de consumo individual de no mercado (1.1.1) o (1.1.2) (beneficiario: hogares; financiador: hogares)
Gastos de los hogares (o asociaciones) en productos ni característicos ni conexos propiamente dichos para la realización de prácticas culturales	Gasto de consumo final de los hogares (no incluido en cuadro O-U de la CSC)	Adquisiciones para prácticas culturales (2.1) (beneficiario: hogares; financiador: hogares)
Gastos de los hogares en contribuciones voluntarias para una práctica (fuera del ámbito de la producción)	Transferencia corriente entre hogares	Otras formas de transferencia (4.3.2) (beneficiario: hogares; financiador: hogares)
Gastos de los actividades culturales características en productos características y conexos propiamente dichos culturales (consumo intermedio)		
Productos pertenecientes al mismo sector cultural	Consumo intermedio de los establecimientos	No se incluye para evitar duplicaciones de valor (valor incluido en el de los productos elaborados con etos insumos)
Productos pertenecientes a otro sector cutural	Consumo intermedio de los establecimientos	Se incluye cuando el cálculo se hace para un sector cultural particular; Consumo intermedio (1.2.2) (beneficiario: productores de mercado o de no mercado; financiador: productores de mercado o de no mercado); para el total gasto cultural, se excluye
Gastos de las actividades productivas no culturales en productos culturales característicos y en productos conexos propiamente dichos	Consumo intermedio de los establecimientos	Consumo intermedio (1.2.2) (beneficiario: productores de mercado o de no mercado; financiador: productores de mercado o de no mercado)
Otros mecanismos de financiación privada		
Publicidad en radio, televisión, prensa: valor del gasto en publicidad de los pautadores neto de los márgenes de la agencia de publicidad	Consumo intermedio de los pautadores en cuña publicitaria y tiempo de antena; en CN pero no incluido en CSC	Consumo final efectivo (productos de mercado y productos de consumo individual de no mercado (1.1.1) o (1.1.2) (beneficiario: hogares; financiador: todos los agentes residentes y no residentes)
Patrocinio: Aporte de recursos en contraprestación de la difusión de mensajes promocionando el patrocinador o por uso de los productos	Consumo intermedio del patrocinador: venta de una cuña publicitaria por el beneficiario	Consumo intermedio (1.2.1) (beneficiario: productores de mercado o de no mercado de mensajes; financiador: productores de mercado o de no mercado)
Mecenazgo: Transferencia de recursos sin contraprestación alguna a través de donaciones		
Donaciones sin ninguna exención al impuesto de renta	Transferencia corriente (o de capital) del mecenas al beneficiario	Otras transferencias corrientes: mecenazgo sin exenciones de impuestos (4.3.1.1) (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; financiador: todos los agentes residentes o no residentes)
Donaciones con cierto nivel de exención al impuesto de renta	Transferencia corriente (o de capital) del mecenas al beneficiario: no hay tratamiento de la exención	Otras transferencias corrientes: mecenazgo con exenciones de impuestos (4.3.1.2) (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; financiador: todos los agentes residentes o no residentes por la parte de la donación neta de la exención, por el nivel del gobierno general para el monto correspondiente a la exención). El monto de impuesto exonerado se trata de una parte como un menor valor de la donación, un mayor impuesto pagado por el mecenas (fuera del ámbito de la cuenta de gasto), y una transferencia del Estado al beneficiario de la transferencia.
Fuentes públicas: las contribuciones pueden provenir de los distintos niveles del sector público: Estado, región, provincias/departamentos, municipios		
Financiaciones erogadas		
Financiaciones a fondo perdido:		
Gastos administrativos para que la institución exista y cumpla sus objetivos	La entidad beneficiaria es una rama de producción de servicios culturales de no mercado de las administraciones públicas. Transferencia corriente dentro de las administraciones públicas	Transferencia corriente a actividades características de no mercado (4.2) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de no mercado; financiador: el nivel del gobierno general correspondiente)
Gastos para la gestión directa de infraestructura cultural como museos y teatros y para llevar a cabo actividades de conservación, restauración y archivo	La entidad beneficiaria es una rama de producción de servicios culturales de no mercado de las administraciones públicas. Transferencia corriente dentro de las administraciones públicas	Transferencia corriente a actividades características de no mercado (4.2) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de no mercado; financiador: el nivel del gobierno general correspondiente)
Financiaciones de proyectos o programas (inversión):		
financiación de proyectos específicos como la puesta en escena de un espectáculo o la realización de un festival .	subsidio a la producción; actividades características	subsidios directas a actividades características de mercado (4.1.1) (beneficiario: actividades características culturales de mercado; financiador: el nivel del gobierno general correspondiente)
Financiaciones automáticas: Estas se dan según los criterios de los funcionarios. Estos pueden guiarse según parámetros predeterminados de carácter cuantitativo y se hace a través de convocatorias (se puede hacer a partir del número de espectadores, o trabajadores involucrados)	subsidio a la producción; actividades características	subsidios directas a las ramas de mercado (4.1.1) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de mercado; financiador: el nivel del gobierno general correspondiente)
Financiaciones selectivas: A partir de una convocatoria se seleccionan los proyectos según una comisión de expertos	subsidio a la producción; actividades características	subsidios directas a las ramas de mercado (4.1.1) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de mercado; financiador: el nivel del gobierno general correspondiente)
Transferencias para financiar los estudios y la manutención de artistas a través de becas o pasantías	Transferencia corriente a los hogares	Otras formas de transferencias (4.3.2) (beneficiario: hogares; financiador, el nivel del gobierno general correspondiente)
Compras estatales en bienes y servicios culturales a precios de mercado. Estas pueden ser ex ante o ex post: En el primer caso la financiación se entrega antes de que el proyecto se lleve a cabo. Los recursos son utilizados para llevar a cabo el proyecto. En el segundo caso se entrega después de realizado el proyecto. Esto se hace usualmente a través de un premio		
Ejemplo: compra de libros para la dotación de bibliotecas	Adquisición por la administración (consumo intermedio o formación de capital)	Consumo intermedio o formación de capital (productos de mercado) (beneficiario: usualmente: productor de no mercado; financiador: la unidad que regala el libro)
Ejemplo: compra de servicios de espectáculos ofrecidos posteriormente al público gratuitamente o a precios subsidiados	Consumo final de servicios de mercado por las administraciones públicas para ser transferida a los hogares mediante transferencia social en especie	Consumo final efectivo (productos de mercado(1.1.1) (beneficiario: hogares; financiador: el nivel correspondiente del gobierno general)
Entradas falladas (financiación indirecta)		
Incentivos		
Exenciones a los impuestos a la renta para los que realizan donaciones. Véase caso mecenazgo	No se registra en CN	Otras transferencias corrientes: mecenazgo con exenciones de impuestos (4.3.1.2) (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; financiador: el nivel del gobierno general correspondiente) para el monto de impuesto exonerado. Este monto se trata como un menor valor de la donación y un mayor impuesto pagado por el mecenas (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 en CN	Otras transferencias de capital específicas (5.): (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; financiador: 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 mecenas (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 en CN	subsidios a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; financiador: 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 en CN	subsidios a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; financiador: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).
Exenciones a otros impuestos directos	No se registra en CN	subsidios a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado;
Exenciones a los aranceles	No se registra en CN	subsidios a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; financiador: 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 subsidio 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; financiador: 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)	adquisición para prácticas culturales (2.1) (beneficiario: hogar; financiador: todos los agentes residentes o no residentes)

6.58. El recuadro 6.5 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.

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

6.60. 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.

6.61. 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 6.3), 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 dela publicidad.

6.62. 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 mecenas, y se trata como un menor valor de la transferencia del mecenas 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.

6.63. **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)*.

6.64. 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).

6.65. *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).

6.66. 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 financiada por el patrocinador.

Capítulo 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 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, bien se sabe, presentan una tensión puesto que en algunas ocasiones se usan indistintamente sin hacer claridad de 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. En ese sentido, esta Guía también establece la diferenciación entre estos dos conceptos, y acoge el enfoque económico que resulta útil para el entendimiento de esta temática.

7.3. La experiencia indica que ninguna economía está completamente regulada ni mucho menos visibilizada en su totalidad en las operaciones estadísticas, por lo que es necesario tomar medidas para cubrir las actividades no reguladas 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 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 de producción.

7.6. Por otra parte, el empleo en el sector cultural, cuando existe, 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, con un trabajo voluntario, caso en el que es necesario identificar y dar una medición a estas formas. Este tema es objeto de estudio de los usos del tiempo, un campo muy amplio de estudio y complementario a lo propuesto en esta guía de implementación.

7.8. El análisis del empleo y del trabajo ayuda a mostrar la manera en la que los datos de población y de trabajo pueden utilizarse conjuntamente con asientos clave en la secuencia de cuentas, así como determinar el grado en el que el trabajador contribuye a los bienes y servicios culturales.

7.9. Este capítulo pretende establecer bases objetivas 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

7.10. “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).

7.11. Por consiguiente, las Conferencias Internacionales de Estadísticos del Trabajo han tenido que analizar y revisar los conceptos básicos a la luz de las definiciones y recomendaciones del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), con lo que han llegado a consensos en los conceptos básicos relacionados con el empleo y el trabajo, que se considerarán para este análisis en las Cuentas Satélite de Cultura.

a. Trabajo

7.12. 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 empresas de mercado no constituidas como sociedades);
    - unidades de no mercado (es decir, administración pública e instituciones sin fines de lucro), y;
    - hogares que producen bienes o servicios para uso final propio.

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

7.13. 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

7.14. El empleo presenta diferencias conceptuales respecto del trabajo, y 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 no ser remunerado.

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

7.15. Se identifican cinco formas de trabajo mutuamente excluyentes para su medición por separado. 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

<table>
<tr><td>Destino previsto de la producción</td><td colspan="2">Para uso final propio</td><td colspan="5">Para el consumo de terceros</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Formas de trabajo</td><td colspan="2">Trabajo de producción para el autoconsumo</td><td rowspan="2">Trabajo en la ocupación (trabajo a cambio de remuneración o beneficio)</td><td rowspan="2">Otras actividades productivas</td><td colspan="3">Trabajo voluntario</td></tr>
<tr><td>de servicios</td><td>de bienes</td><td>En unidades de mercado y de no mercado</td><td colspan="2">En hogares productores</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>de bienes</td><td>de servicios</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Relación con el Sistema de Cuentas Nacionales 2008</td><td colspan="2"></td><td colspan="4">Actividades dentro de la frontera de la producción del SCN</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">Actividades dentro de la frontera general del SCN</td></tr>
</table>

Fuente: OIT: 2013, 10.

Trabajo de producción para el autoconsumo

7.16. 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)

7.17. 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).

7.18. 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).

7.19. 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 en desocupación (personas desocupadas)

7.20. Se definen como todas aquellas personas en edad de trabajar que no estaban ocupadas, que habían llevado a cabo actividades de búsqueda de un puesto de trabajo durante un período reciente especificado, y que estaban actualmente disponibles para ocupar un puesto de trabajo en caso de que existiera la oportunidad de hacerlo (OIT: 2013, 47).

Trabajo en formación no remunerado

7.21. Las personas en trabajo de formación no remunerado se definen como todas aquellas personas en edad de trabajar que, durante el período de referencia corto, realizaban alguna actividad no remunerada para producir bienes o prestar servicios para terceros, con el objeto de adquirir experiencia en el lugar de trabajo o competencias en un oficio o profesión.

7.22. El trabajo en formación no remunerado incluye personas en:

- pasantías, aprendizajes, formación u otros tipos de programas de acuerdo con las circunstancias nacionales, cuando su participación en el proceso de producción de la unidad económica no es remunerado, y;

- esquemas de formación o de actualización de competencias no remunerados en el marco de un programa de promoción del empleo, cuando participan en el proceso de producción de la unidad económica.

7.23. Y excluye:

- períodos de prueba asociados al comienzo de un puesto de trabajo;

- la adquisición de competencias generales o el aprendizaje continuo como parte de la ocupación, incluso cuando sucede en unidades de mercado y de no mercado propiedad de miembros del hogar o la familia;

- orientación y aprendizaje que forman parte de un trabajo voluntario;

- aprendizaje que forma parte de un trabajo de producción para el autoconsumo (OIT: 2013, 33-35).

Trabajo voluntario

7.24. 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.

7.25. 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

7.26. 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

7.27. 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

7.28. 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

7.29. 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.

7.30. 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.

7.31. Es posible que los empleadores no conozcan, –y en cualquier caso, no se les pide información al respecto– los empleos secundarios que realizan 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 el número de empleados. La distinción entre el número de puestos de trabajo y el número de empleados es un aspecto que deberá analizarse cuidadosamente en las estadísticas de productividad (SCN 2008: 19.31).

7.32. Como en las Cuentas Satélite de Cultura se utiliza una fuente basada en las actividades productivas, se pueden contar 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, 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.

7.33. Para evaluar la ocupación en el campo cultural será necesario 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 económicas[36].

7.34. 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).

[36] 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.

7.35. Una diferencia crucial para este tipo de análisis en las actividades culturales (sobretodo en los sectores de producción cinematográfica, música o artes escénicas) es la que existe entre el empleo como asalariado –al que corresponde una remuneración de los asalariados–, el trabajador autónomo o en sociedad –cuya remuneración es un ingreso mixto–, y el agente económico proveedor de un servicio a la entidad productora que, por consiguiente, no tiene ninguna forma de relación laboral y cuyo pago por la entidad compradora del servicio es un consumo intermedio.

7.36. 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.

7.37. El proveedor de servicios es totalmente independiente de la entidad productora. Se le paga por el valor de uso del servicio aportado que, para el que lo compra, es en parte independiente del costo de producción para el que lo produce y lo vende.

7.38. 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.

7.39. 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 intermedo 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.

7.40. 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 contratante. Adicionalmente existen socios de los proyectos que aportan trabajo y capital, cuya remuneración se considerará como ingreso mixto.

7.41. El tratamiento del trabajo voluntario es igualmente importante en las CSC, para entender y describir los procesos de producción del campo cultural.

7.42. A partir de los principios del SCN 2008 así como de la medición de la producción y del empleo que se deriva de ellos, la recomendación para las operaciones estadísticas que indaguen sobre este fenómeno (por ejemplo los censos de población) es que se tenga en cuenta la definición dada por la

Organización Internacional del Trabajo (OIT). El trabajo voluntario corresponde a la producción de bienes o a la prestación de servicios que una persona asume sin obtener una remuneración.

Los guías de los museos ejemplifican el trabajo voluntario que se realiza sin remuneración.

7.43. 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.

7.44. 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 on 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	

7.45. 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.

7.46. 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 obras artísticas. 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.

7.47. 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.

7.48. 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.

7.49. 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.

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.

7.50. 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.

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.

7.51. 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).

7.52. 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.

7.53. 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.

Los teatros no solamente emplean actores sino también contadores, administradores, personal de taquilla, personal de servicios varios, electricistas, entre otros.

7.54. 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.

7.55. 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

7.56. 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	Joyeros, 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

7.57. 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.

7.58. Como fenómeno de demanda, la fuente principal son los establecimientos productivos; el fenómeno de oferta se observa a partir de encuestas a los hogares (encuestas sobre fuerza de trabajo).

7.59. 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; como se ha mencionado, el empleo en las actividades culturales se ha caracterizado por su precariedad y temporalidad.

7.60. 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.

7.61. 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.

7.62. Han habido experiencias de observación del empleo en ciertos sectores culturales a partir de las personas empleadas efectivamente en actividades determinadas; se les preguntaa acerca de su ocupación y de otros empleos. Estas investigaciones pueden ser complementarias e ilustrar las encuestas más generales aplicadas a toda la población.

7.63. 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.

7.64. La diferenciación entre los indicadores monetarios y no monetarios del análisis del empleo y del trabajo aporta la siguiente información:

a. Indicadores monetarios

7.65. 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. Parte de esta información proviene de la cuenta de generación del ingreso primario que se calcula para los sectores culturales.

7.66. 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.

7.67. 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.

7.68. 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.

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

7.69. 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.

7.70. 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.

7.71. 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

7.72. 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

7.73. 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

7.74. 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

7.75. 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

7.76. Es relevante identificar las situaciones de trabajo voluntario cuyos aportes muy posiblemente 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.

7.77. 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.

7.78. 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.

7.79. 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.

7.80. 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.

7.81. 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

7.82. 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

7.83. 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.

7.84. 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.

7.85. 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.

7.86. 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.

7.87. 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

Empleo en los sectores culturales según el tipo de vinculación

Período de referencia:

		Empleados						Autónomos						Otros empleos relacionados				
														Contratistas (si pertenecen a ramas de actividad no culturales)			Voluntarios sin remuneración	
		Permanentes			Temporales			Permanentes			Temporales							
		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 trabajada
Creación- derechos de autor	ocupaciones culturales																	
	ocupaciones no culturales																	
Diseño	ocupaciones culturales																	
	ocupaciones no culturales																	
Juegos y juguetería	ocupaciones culturales																	
	ocupaciones no culturales																	
Artes escénicas y espectáculos artisticos	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																	
Gestión cultural	ocupaciones culturales																	
	ocupaciones no culturales																	
Patrimonio material	ocupaciones culturales																	
	ocupaciones no culturales																	
Patrimonio inmaterial	ocupaciones culturales																	
	ocupaciones no culturales																	
Patrimonio mixto	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

7.88. En el cuadro 5.2, 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.

7.89. 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.

7.90. 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

Ramas de actividad / Número de empleos	Creación-derechos de autor	Diseño	Juegos y juguetería	Artes escénicas y espectáculos artisticos	Artes plásticas y visuales	Producción y edición musical	Audiovisual y radio	Libros y publicaciones periódicas	Educación cultural	Gestión cultural	Patrimonio material	Patrimonio inmaterial	Patrimonio mixto
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	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
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

7.91. El cuadro 5.3 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.

7.92. 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.

7.93. 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

Ocupaciones / Número de empleos	Arquitectos	Arquitectos paisajistas	Diseñadores de productos y de prendas	Urbanistas e ingenieros de tránsito	Diseñadores gráficos y multimedia	Profesores de universidades y de la enseñanza superior	Maestros de enseñanza primaria	Otros profesores de música	Otros profesores de artes	Profesionales de la publicidad y la comercialización	Desarrolladores Web y multimedia	Desarrolladores y analistas de software y multimedia y analistas no	Diseñadores y administradores de bases de datos	Archivistas y curadores de museos	Bibliotecarios, documentalistas y afines	Autores y otros escritores	Periodistas	Traductores, intérpretes y lingüistas	Artistas de artes plásticas	Músicos, cantantes y compositores	Bailarines y coreógrafos	Directores de cine, de teatro y afines	Actores	Locutores de radio, televisión y otros medios de comunicación	Artistas creativos e interpretativos no clasificados bajo otros epígrafes	Fotógrafos	Diseñadores y decoradores de interior	Técnicos en galerías de arte, museos y bibliotecas	Otros profesionales de nivel medio en actividades culturales y artísticas	Empleados de bibliotecas	Empleados de archivos	Mamposteros, tronzadores, labrantes y grabadores de piedra	Carpinteros de armar y de obra blanca	Fabricantes y afinadores de instrumentos musicales	Joyeros, orfebres y plateros	Alfareros y afines (barro, arcilla y abrasivos)	Artesanos en madera, cestería y materiales similares	Artesanos de los tejidos, el cuero y materiales similares	Artesanos no clasificados bajo otros epígrafes	Operarios del tratamiento de la madera
UNICO EMPLEO: Un solo empleo en														X																										
Empleado Permanente																																								
número																																								
horas trabajadas																																								
Empleado Temporal																																								
número																																								
horas trabajadas																																								
Autónomo Permanente																																								
número																																								
horas trabajadas																																								
Autónomo Temporal																																								
número																																								
horas trabajadas																																								
Voluntario sin																																								
número																																								
horas trabajadas																																								
MULTIEMPLEO: número total de																																								
Número de individuos con empleo														X																										
Características de este																																								
Empleado Permanente*																																								
Empleado Temporal*																																								
Autónomo Permanente*																																								
Autónomo Temporal*																																								
Voluntario sin remuneración*																																								
Número total de																																								
Empleado Permanente*																																								
Empleado Temporal*																																								
Autónomo Permanente*																																								
Autónomo Temporal*																																								
Voluntario sin remuneración*																																								
Número de individuos con empleo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X																											
Número total de segundos																																								
Empleado Permanente*																																								
Empleado Temporal*																																								
Autónomo Permanente*																																								
Autónomo Temporal*																																								
Voluntario sin remuneración*																																								

* para cada una de las categorías de empleo se podrá determinar el número de puestos de trabajo y las horas trabajadas en el período de referencia.

d. Cuadro de salida de establecimientos culturales por tamaño y número de puestos de trabajo permanentes

7.94. Un cuadro opcional, pero no de menos importancia, es el cuadro de establecimientos culturales 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

7.95. 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 que puede conducir al estado ideal de contar con todos los cuadros de salida. 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.

7.96. Se trata de la elaboración de una matriz de trabajo/empleo cultural[37], 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).

7.97. 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).

[37] 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, quien ha desarrollado cálculos a partir del año 2005. Dicha metodología ha ayudado a establecer la coherencia estadística en los agregados económicos, y porotra parte, la coherencia económica entre oferta y demanda.

5.98. 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[38].
- 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.

e. Fuentes de información para la elaboración de la matriz de trabajo/empleo cultural

7.99. La elaboración de la matriz de trabajo/empleo requiere la existencia de operaciones estadísticas disponibles 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

7.100. 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 en los países 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.

7.101. Para la recolección de la información de empleo en las operaciones estadísticas se establecen algunos supuestos:

[38] 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.

- 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

7.102. Los resultados de estas encuestas pueden contener información relevante.

Encuestas a los establecimientos económicos

7.103. 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.

7.104. Se recomienda también indagar sobre la existencia de encuestas a establecimientos económicos informales, de microempresas o similares, pues éstos pueden albergar información importante para los establecimientos de interés del campo cultural.

Registros administrativos

7.105. 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.

f. Metodología para la construcción de una matriz de trabajo/empleo cultural

7.106. 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

7.107. 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.

7.108. 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 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.

7.109. 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

7.110. 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.

7.111. 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.

7.112. 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.

7.113. 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.

7.114. 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. Esta es una característica particular de la categoría de trabajadores por cuenta propia, que generalmente tiene un coeficiente menor a uno (1), ya que en la mayoría de casos trabajan menos tiempo que la jornada laboral legal.

5.115. 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.

7.116. 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

7.117. 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 de las entidades arancelarias

- 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

7.118. 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

5.119. 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.

7.120. 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 de muy bajo valor agregado 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.

7.121. 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

7.122. La disposición de la información de la matriz de empleo/trabajo del campo cultural puede presentarse con los siguientes cuadros de salida:

Cuadro de salida de oferta laboral: número de personas ocupadas primer y segundo empleo, por actividad económica cultural y categoría ocupacional

7.123. 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**	**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**
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

7.124 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 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 de salida de coeficientes de ajuste a tiempo completo de primer y segundo empleo por actividad económica cultural

7.125. 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 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 de salida de balance oferta-demanda laboral por actividad económica cultural y categoría ocupacional

7.126. 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 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.

CAPÍTULO 8. INDICADORES COMPLEMENTARIOS DE LAS CUENTAS SATÉLITE DE CULTURA

Contenido

Particularidades de los indicadores complementarios
Indicadores complementarios por sector

Introducción

8.1. Los indicadores no monetarios 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. Para efectos de las Cuentas Satélite de Cultura (CSC), se entenderá que los indicadores no monetarios, que denominaremos en esta Guía como Indicadores Complementarios, son variables que 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 nacional. Así como, facilitan el desarrollo de análisis sobre los efectos de los productos y actividades culturales en una economía.

8.3. Considerando la amplia diversidad de fuentes de información sobre el tema, este capítulo presenta por sector una relación 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 al interior como fuera de la región.

8.4. Con este objetivo, este capítulo presenta las particularidades de los indicadores complementarios referentes al campo cultural, identifica los indicadores mínimos e ideales por sector cultural y establece para los indicadores mínimos, los cuadros de salida que se recomiendan adoptar con el fin de facilitar los análisis en cada país.

A. Particularidades de los Indicadores complementarios del campo cultural

8.5. Los indicadores complementarios ofrecen información adicional 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. Por lo tanto, apoyan al análisis de los efectos de los productos y actividades culturales en una economía, que se hace a partir de las Cuentas Satélite de Cultura.

8.6. 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, tamaño y 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. Aspectos que si bien no son objeto de las Cuentas Satélite de Cultura ofrecen información que complementan, retroalimentan y ayudan a contrarrestar los resultados obtenidos por cada uno de los ejercicios de las CSC.

8.7. 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, motivos de no acceso, canales de acceso y 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, lugares y frecuencias de disfrute, razones de acceso y no acceso, entre otros aspectos.

8.8. Teniendo en cuenta que la intención de esta metodología no es efectuar una descripción de las prácticas culturales, las cuales como se ha reiterado a lo largo de la Guía están por fuera del ámbito de la producción, este capítulo sólo considera aquellos indicadores complementarios que ofrecen información económica de interés para contrastar y retroalimentar los cálculos efectuados por las Cuentas Satélite de Cultura. Es decir, aquellos relacionados con las frecuencias de acceso a los bienes y servicios, canales de acceso, motivos de no acceso y géneros de preferencia, fundamentalmente.

8.9. Considerando la amplia diversidad de fuentes de información sobre el tema, este capítulo presenta por sector una relación 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 recomendados”, que apoyaría el desarrollo de análisis más detallados sobre los resultados de las Cuentas Satélite de Cultura. Ambos tipos de indicadores, mínimos y recomendados, en términos de ideales, fueron planteados tras una revisión general de las diversas encuestas de oferta y demanda disponibles en la región.

8.10. 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, apoyarían aún más los estudios de la información monetaria de las cuentas de producción, empleo, gasto y los equilibrios oferta-utilización.

8.11. Para tratar de generar análisis comparados de este tipo de indicadores complementarios, esta Guía presenta matrices que presentan la definición de cómo se deben entender los indicadores complementarios que se obtienen a partir de la información suministrada directamente por los productores o el sector público. Mientras que para la información relativa a los hábitos culturales, importante para entender el consumo, se presentan cuadros de salida que establecen las mismas variables sociodemográficas estandarizadas para cada uno: género, nivel educativo, edad, actividad económica y población (rural o urbana).

8.12. Es importante resaltar que la determinación de estos los géneros, lugares, soportes y demás tipologías de clasificación de las variables relativas a estos indicadores complementarios se efectuó a partir del análisis que se realizó 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

8.13. Las oficinas nacionales de derechos de autor y las sociedades de gestión colectiva son las principales fuentes de información de indicadores no monetarios referidos a los derechos de reproducción, distribución, comunicación al público y transformación.

8.14. Recuérdese que las oficinas de derechos de autor, al ser 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, cuentan con información no monetaria, que puede ser de acceso público que describen la actividad creativa de un país. Por lo cual, 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, soportes, 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.

8.15. Por su parte, las sociedades de gestión colectiva de derechos reprográficos, audiovisuales y fonográficos, en la mayoría de los países de la región iberoamericana, generan información periódica de carácter restringido entre los socios de dichas colectividades. Sin embargo, es posible identificar variables que resultan 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 seguimiento de derechos patrimoniales.

8.16. En ese sentido, para brindar más información sobre este sector de la creación se recomiendan 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. Para el indicador (i) la fuente 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.

8.17. Se definen dichos indicadores mínimos porque independientemente del nivel de desarrollo de las sociedades de gestión colectiva de cada país y la capacidad institucional de las oficinas de derechos de autor, esta información se encuentra disponible para acceso público en todos los casos. En cuanto para la generación de los *indicadores complementarios recomendados* se requiere que las sociedades de gestión colectiva y oficinas de derecho de autor cuenten con sistemas de información ampliamente desarrollados que les permita describir mejor la situación de los autores en términos de beneficios económicos que reciben por recaudación nacional e internacional sobre sus obras.

8.18. Por lo tanto, entre los *indicadores complementarios recomendados* se sugieren: (i) Porcentaje de recaudación nacional por tipo de derecho protegido (reproducción, transformación, distribución o comunicación al público); (ii) Porcentaje de recaudación local de autores nacionales en relación a los autores internacionales; (iii) Porcentaje de recaudación de fondos en otros países, en relación al total. Al respecto es importante recordar que las sociedades de gestión colectiva no sólo administran los fondos por compensación que se generan en el país de sede, sino que adicionalmente tienen convenios de colaboración con entidades de la misma naturaleza de otros países, los cuales les permiten recibir los fondos de la compensación de los artistas generados en dichos países.

8.19. Considerando estas particularidades a continuación se presenta el Cuadro de Salida número 1, sugerido para que cada país identifique claramente por indicador, el año de cálculo del mismo, las fuentes de información y notas metodológicas de interés.

Cuadro de salida 1. Indicadores Complementarios – Sector de Creación (Derechos de Autor)

Nombre del Indicador	Definición del Indicador	Año	Fuente	Notas
Número de afiliados en las sociedades de gestión colectiva, por año.	Identifica 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)	Establece el total de solicitudes recibidas por las oficinas nacionales de derechos de autor para el registro de obras nuevas, por año.			
Número de obras registradas por sector del campo cultural, al año.	Identifica, según sector del campo cultural, el número de solicitudes de registro recibidas por las oficinas de derechos de autor.			
Porcentaje de recaudación local de autores nacionales en relación a los autores internacionales	Representa la 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.	Identifica los ingresos recaudados directamente por las sociedades de gestión colectivas del país a terceros nacionales, en relación a los ingresos que estas sociedades a través de convenios de reciprocidad reciben de sus pares de otros países, por la comunicación al público y distribución de las obras de sus afiliados.			

b. Diseño

8.20. 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.

8.21. Teniendo en cuenta dicha restricción, los *Indicadores complementarios mínimos* que se recomiendan 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 orden nacional que reciben apoyo o financiación de instituciones públicas.

8.22. 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 al: (i) Tamaño de las empresas instaladas (micro, mediana y grande) y podría ser interesante conocer (ii) el Número de visitantes a las ferias y exposiciones nacionales especializadas en la materia.

Cuadro de salida 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)	Identifica la cantidad 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.	Define el 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)	Establece una relación del tamaño de la empresa en función de los ingresos anuales, número de trabajadores y número de contratos firmados.			
Número de visitantes a las ferias y exposiciones nacionales especializadas en la materia.	Establece el 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

8.23. 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 las que tienen personería jurídica extranjera pero que hacen representaciones en el territorio nacional.

8.24. Considerando estas particularidades del sector y la información que los países recopilan en sus encuestas de consumo cultural y la disponibilidad de información a través de registros administrativos, se proponen como Indicadores complementarios mínimos, los siguientes: (i) Frecuencia de acceso a las artes escénicas y espectáculos artísticos, (Cuadro número 1). (ii) Motivos de no acceso, según Cuadro de salida número 2; (iii) Número de compañías de artes escénicas cuya actividad principal es el teatro, danza y otras formas de artes escénicas, (iv) Número de teatros activos.

8.25. En cuanto a Indicadores complementarios recomendados de este sector, se propone conocer más sobre las capacidades de las unidades de producción. En ese sentido, son de interés indicadores sobre (i) Tamaño de los centros culturales por zona de ubicación (grande, pequeño, mediano en zona urbana o rural); (ii) Número de asistentes a espectáculos artísticos anuales de carácter nacional (festivales de teatro, danza o de otras formas de artes escénicas) y (iii) Número de representaciones del sector estrenadas anualmente de compañías internacionales.

8.26. Como se puede verificar los indicadores mínimos se pueden obtener a partir de las encuestas de consumo cultural y la información básica sobre el sector con la que cuenten los Ministerios de Cultura, sin embargo, para los indicadores complementarios recomendados se debe no sólo 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 reflejen más sobre la infraestructura cultural disponible en el país.

Cuadro de salida número 3. Frecuencia de acceso a las artes escénicas y espectáculos artísticos

Frecuencia 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 número 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

8.27. 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.

8.28. Reconociendo estas limitaciones y las escasez y diversidad de fuentes de información, dada la naturaleza de los actores que intervienen en los procesos de este sector, esta metodología, propone como indicadores complementarios mínimos los siguientes: (i) Frecuencias de acceso a las actividades de este sector, (cuadro número 3); (ii) Motivos de no asistencia, Cuadro de salida número 4; (iii) Número de artistas visuales afiliados a sociedades de gestión colectiva. Los cuales son fácilmente de reportar a través de las encuestas de consumo cultural y las entidades de gestión de derechos correspondientes.

8.29. Como indicadores complementarios recomendados se sugieren: (i) Número de galerías y estudios registrados como canales de venta de artes visuales; (ii) Número de visitantes a bienales de arte o ferias de artes visuales y plásticas.

Cuadro de salida número 5. Frecuencia de acceso a las artes visuales

Frecuencia de asistencia a 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						

e. Juegos y Juguetería

8.30. 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.

8.31. Por *indicadores complementarios mínimos* se consideraran: (i) Porcentaje de ventas por países de origen de la importación de juguetes; (ii) Porcentaje de ventas por países de destino de la exportación de juguetes; (iii) Número de establecimientos cuya actividad principal es la producción o venta de juguetes y (iv) Frecuencia de la práctica de juego, dependiendo de si se efectúa con juguetes tradicionales o no tradicionales, según cuadro de salida número 3. Los primeros dos indicadores van dirigidos a las empresas. El último indicador se obtiene a partir de encuestas de consumo cultural.

8.32. Por *indicadores complementarios recomendados* para el sector se sugieren: (i) Número de establecimientos especializados para la compra, correspondientes a tiendas de juguetería y grandes superficies; (ii) 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 tipo tipos de juguetes.

8.33. Con relación a este último indicador, tipo de juguetes, existen diversas metodologías para clasificar los juguetes, por ejemplo, las referidas a criterios de edad de uso (bebés, niños, adultos), por tipo de producto (muñecos, carros, bélicos, etc.), por tipo de actividad que estimula (sensomotora, física, intelectual, creativo, didáctico, etc.); por tipo de material principal en el que se fabrica (plástico, metal, textil, papel, cartón, etc.), o 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 edad de uso (bebés, niños, adultos) y tipo de producto (muñecos, juguetes de plástico, juguetes de ruedas (excluidas las bicicletas), modelos y juguetes con motor, entre otros.

8.34. Tanto la definición de los indicadores complementarios mínimos como recomendados se efectúa considerando la disponibilidad de la información que pueden encontrar los técnicos de las Cuentas Satélites de Cultura para estos cálculos.

Cuadro de salida número 6. 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

8.35. 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) Frecuencia de acceso a la música en vivo, según(Cuadro número 5); (ii) Frecuencia de acceso a la música grabada, según Cuadro de salida número 6; (iii) Lugares de compra o adquisición de música, según Cuadro de salida número 7;(iv) Soporte de acceso a la música, según Cuadro de salida número 8; (v) Géneros de preferencia, según Cuadro de salida número 9; (vi) Motivos de no asistencia a espectáculos de música al vivo, según Cuadro de salida número 10; (vii) Número de establecimientos cuya actividad principal es brindar espacios de divulgación de espectáculos de música al vivo (viii) Número de establecimientos cuya actividad principal es la producción, reproducción o distribución de música fonograbada; (ix) Número de fonogramas vendidos, por tipo de soporte (CD, iTunes, iPod, otros)

8.36. Para lo referente a los *indicadores complementarios recomendados* de este sector se recomienda que los países obtengan información sobre (i) Número de presentaciones pagadas o gratuitas anuales con artistas nacionales y extranjeros; (ii) Número de festivales nacionales de música de carácter anual, por género musical; y (iii) Número de asistentes a los festivales de música, por género musical. Los cuales como se verifica requieren de sistemas de información cultural más complejos, y en los que las cartografías culturales sean relevantes para identificar los festivales por tipo de representación musical al vivo.

Cuadro de salida número 7. 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 número 8. Frecuencia de acceso a la música grabada

Producción fonográfica						
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 número 9. Lugares de compra o adquisición de música

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 número 10. 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 número 11. Géneros musicales de preferencia

Géneros de preferencia.	**Romántica**	**Tropical (salsa, merengue, cumbia, etc.)**	**Folclore local (mexicana, vallenatos, rancheras, andina, corridos, etc.)**	**Rock y Pop**	**Clásica**	**Jazz, 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 número 12. Motivos de no asistencia a espectáculos de música al 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

8.38. El sector audiovisual y radio cuenta con una gran variedad de indicadores complementarios generados tanto por fuentes públicas como privadas. Para efectos de esta Guía Metodológica, se optó por identificar como indicadores mínimos once de éstos, considerando que la mayoría de los países de la región tienen disponible la información base sobre estos aspectos. Estos son: (i) Número de establecimientos cuya actividad principal es la producción o transmisión de cine y video, radio, televisión, juegos on-line o videojuegos; (ii) Frecuencia de la práctica, por subsector, según Cuadros de salida número 12, 13 y 14; (iii) Número de películas nacionales y coproducciones estrenadas por año, (iv) Número de películas extranjeras estrenadas; (v) Número de tiquetes de cine vendidos al año.; (vi) Razones de no asistencia a cine, según Cuadro de salida número 15; (vii) Preferencia de acceso por géneros del cine, según Cuadro de salida número 16; (viii) Formatos de adquisición de los contenidos audiovisuales, según Cuadro de salida número 17; (ix) Preferencia de acceso por género de televisión, según Cuadro de salida número 18, (x) 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 19.

8.39. Con relación a los *indicadores complementarios recomendados* para este sector se sugieren: (i) Número de festivales locales y nacionales de cine; (ii) Número de asistentes a los festivales de cine y audiovisuales; (iii) Porcentaje de estrenos de cine y televisión por países de origen (iv) Número de salas de cine; (v) Porcentaje de salas de cine por sector urbano o rural; (vi) Número y aforo de pantallas de cine disponibles; (vii) Número de películas nacionales estrenadas en otros países; (viii) Tamaño de las unidades de producción por subsector (grande, mediano y pequeña); (ix) Porcentaje de escucha de radio, según FM o AM y (x) Medios de acceso a los juegos online y videojuegos (internet casa, internet establecimiento público, otro).

Cuadro de salida número 13. 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 número 14. Frecuencia de acceso a la televisión

Frecuencia - Televisión	Todos los días	Al menos dos días a 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 número 15. Frecuencia de escucha de radio

Frecuencia - Radio	**Todos los días**	**Al menos dos días a 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 número 16. 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 en un cine 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					

Cuadro de salida número 17. 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 número 18. Formatos de adquisición de los contenidos audiovisuales

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 número 19. Preferencia de acceso por género de televisión

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 número 20. Preferencia de tipo de emisora

Radio				
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. Libro y Publicaciones

8.40. 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 se adoptan algunos de los más pertinentes para las CSC.

8.41. A partir de dicha 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, blog, foros, correo electrónico, redes sociales), según cuadro de salida número 20; (ii) Frecuencia de lectura de la población lectora según categoría de texto, cuadro de salida número 21; (iii) Lectura de textos por soporte, cuadro de salida número 22 (iv) Lectura de textos por género literario, cuadro de salida número 23 (v) Uso, acceso a internet y dispositivos digitales en la lectura, cuadro de salida número 24 y (vi) 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.

8.42. A su vez, como *indicadores complementarios recomendados* se sugieren: (i) Número de bibliotecas públicas y privadas; (ii) Promedio de ejemplares por género de las publicaciones; (iii) Tipo de soporte para la lectura de revistas y (iv) Tipo de soporte para la lectura de periódicos.

Cuadro de salida número 21. Lectura según categoría de textos

	Libros	**Periódicos**	**Revistas**	**Páginas web**	**Blog**	**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 número 22. 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 número 23. Lectura de textos por según soporte

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 número 24. 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 número 25. Uso, acceso a internet y dispositivos digitales en la lectura

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

8.43. La educación cultural como se entiende en esta Metodología tiene como fuentes de información tanto las instituciones de educación básica primaria y secundaria, superior, como las entidades de educación cultural no formal. Considerando esta particularidad, se establecen como *indicadores complementarios mínimos* para este sector los siguientes: (i) Número de establecimientos cuya actividad principal es ofrecer programas de educación formal e informal; (ii) Número de estudiantes matriculados en programas de educación informal; (iii) Número de programas de pregrado y postgrado de educación formal. Datos que son de fácil acceso a través de los ministerios de educación de cada país.

8.44. Como *indicadores complementarios recomendados* se propone (i) Porcentaje de establecimiento de educación artística formal e informal por sector rural o urbano y, (ii) 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 número 26. 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 establecimiento 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	Registra el número de personas que anualmente culminaron sus estudios en programas de			

nivel superior	educación artística impartidos por instituciones de educación superior, legalmente constituidas en el país.			

j. Patrimonio Material

8.45. La investigación económica del patrimonio material ha generado un amplio 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 dicho estudio y considerando 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 los siguientes: (i) Número de instituciones patrimoniales de acceso gratuito, (museales, archivos históricos, centros históricos, sitios de monumentos históricos o sitios de patrimonio arqueológico); (ii) Frecuencia de asistencia a sitios patrimoniales, según cuadro de salida número 25 y (iii) Motivos de no asistencia a sitios patrimoniales, según cuadro de salida número 26. 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 de orden nacional.

8.46. Igualmente, de acuerdo a las recomendaciones del estudio en mención, se definen como *indicadores complementarios recomendados* para este sector los siguientes: (ii) Porcentaje de piezas inventariadas por institución patrimonial; (ii) Número de instituciones patrimoniales que ofrecen atención espacial a población discapacitada y (iii) Número de visitantes extranjeros a los sitios patrimoniales.

Cuadro de salida número 27. 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 número 28. 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

8.47. 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) Número de fiestas tradicionales declaradas; (ii) Número de lenguas originarias reconocidas, (iii) Frecuencia de participación en fiestas tradicionales y patrias, según cuadro de salida número 27; (iv) Motivos de no asistencia, según cuadro de salida número 28; y (v) Número de sitios arqueológicos declarados patrimonio nacional o patrimonio de la humanidad.

8.48. Finalmente, como recomendación de *indicadores complementarios recomendados* se sugieren: (i) Número de instituciones culturales cuya actividad principal es proteger o promover manifestaciones del patrimonio inmaterial y (ii) Número de denominaciones de origen que protegen conocimientos del patrimonio inmaterial.

Cuadro de salida número 29. 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 número 30. 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

8.49. Esta metodología plantea para cada sector del campo cultural una lista de "Indicadores no monetarios 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 no monetarios ideales". Estos últimos tienen el objetivo de apoyar el desarrollo de análisis más detallados sobre los resultados de las Cuentas Satélite de Cultura.

8.50. 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.

8.51. 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.

Capítulo 9. Fuentes de información y preparación de datos para el cálculo de variables 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 identificarlas fuentes 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 necesariaspara 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 a identificar 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*, con la separación de la que proviene de productos culturales de aquella que proviene de productos no culturales. Esto, con miras a producir las cuentas de gasto.

9.6. **Para los productos característicos culturales** 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), 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. **Para los productos conexos relacionados con un sector cultural determinado**, en vista de la elaboración de las cuentas de gasto y la identificación del gasto cultural total, es necesario establecer las siguientes variables:

- *Usos intermedios y finales de los productos conexos propiamente dichos*, es decir, de aquellos que corresponden claramente a un sector, pero cuyo valor de producción es reducido dentro del valor total de producción del sector, de tal manera que no existe un interés por establecer la cuenta de producción de la actividad que los produce de manera típica;

- *Usos intermedios y finales de los productos conexos auxiliares*, es decir, de aquellos que de por sí no participan de la generación de contenidos simbólicos ni sirven de insumo para esta, sino que hacen posible la transmisión de los contenidos, siendo éste su uso exclusivo (por ejemplo, televisores, radios, computadores);

- *Usos intermedios y finales de los productos conexos interdependientes,* es decir, los productos utilizados como insumos o bienes de capital por los productos culturales, cuya razón de ser es exclusivamente o principalmente para este uso. Es decir, la producción cultural, el apoyo a la actividad cultural, o su uso para crear las condiciones necesarias para que estas sean posibles, sin que su propia naturaleza corresponda a crear, expresar, interpretar, conservar o transmitir contenidos simbólicos.

9.8. 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.

9.9. 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

9.10. 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.

9.11. 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.

9.12. **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 expandea 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 obviamente 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 mejorías 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.

9.13. 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.

9.14. 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.

9.15. 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 administracioneslocales)o privados. Vale la pena mencionar el papel de las emisoras de radio y televisión como compradores de servicios provistos por músicos, artistas, entre otros.

9.16. 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, pueden proveer información sobre los espectáculos que presentan. Los gobiernos también promueven la organización de los productores, las 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.

9.17. 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 obtener 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.

9.18. Información derivada del establecimiento de los equilibrios entre oferta y demanda

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

9.19. 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

9.20. 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.

9.21. 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.

9.22. 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.

9.23. 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

9.24. 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.

9.25. 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.
- 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

9.26. 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.
- Establecer la cuenta de gasto y la financiación del gasto.

a) Cálculo de las cuentas de producción y de generación del ingreso de los productores característicos

9.27. Es necesario empezar por la construcción de los directorios de las unidades estadísticas cuya actividad principal corresponde a cada subsector cultural. Según

el caso y el tipo de información existente, puede tratarse de empresas o de establecimientos; la diferencia entre los dos solamente tiene sentido para las empresas grandes que pueden desarrollar varias actividades de forma simultánea, como las editoriales que son al mismo tiempo imprentas. 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.

9.28. 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:

9.28.1. 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 al aplicar 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.

9.28.2. Si se tiene información en valor, la producción por producto de cada una de las actividades se expresa en precios corrientes.

9.28.3. Si se tiene la información de los registros contables, se debe analizar especialmente la información correspondiente a: (i) los ingresos operacionales, los cuales corresponden a la producción total de la unidad, deben discriminarse en la producción característica de la actividad en estudio y en 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 es el denominado *consumo intermedio*. La diferencia entre el total de la producción y el consumo intermedio es el *valor agregado*.

9.28.4. 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*.

9.28.5. 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.

9.28.6. 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.

9.28.7. 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.

9.28.8. 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.

b) Cálculo de las variables de los balances oferta-utilización o equilibrios de productos

9.29. En la elaboración del balance oferta-utilización o del 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).

9.30. 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.

9.31. 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.

9.32. 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 insumosy, 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.

9.33. 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.

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 dónde 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 (CIIU, Rev 4)	(CPC, Rev 2)
3240Fabricación 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:

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

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

9.34. 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 efectivo (productos de mercado y productos de no mercado)
- El consumo intermedio (terminal y no terminal[39])

[39] 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

- 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
- Las inversiones en activos no financieros de las actividades culturales (excluyendo los productos culturales ya incluidos anteriormente)
- Las transferencias corrientes cuyo valor no se ha incluido antes

9.35. 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 mercadoa 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 disfrutan 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) Cálculo de las variables de empleo

9.36. 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

que su valor se encuentra inmerso en el valor de los bienes y servicios resultado del proceso productivo.

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: CuentaPropia, 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 reportadocomo 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 CIIU, de la siguiente manera:

Código ocupación CIIUO	**Número de ocupados**	**Actividad económica CIIU Primer Empleo-Tipo Empleo**	**Actividad económica CIIU 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: CuentaPropia, 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 remunerado
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
4762	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.

Cuarto paso. Consolidar la información y presentar los cuadros del sistema

9.37. 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

I. 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.

Chile ha sido pionero en el desarrollo de cartografías culturales

En el año 2001, Chile publicó su primeracartografía 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.

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.

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.

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 generar las 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.

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.

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 Satélites 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 acuerdocon 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.

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.

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

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.

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 satélites 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.

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.

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.

II. 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 requirieren 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 e El beneficio 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 satélites a éste; que manejen la diversidad 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 Satélites 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, tal 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 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 recomendaciones 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 información 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 subvención 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 es 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

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 los 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 impuesto 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, 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.

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 subvención 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 sustantivosde 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). *Metodologíade 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.

---------- (2005). *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. 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.