

COLECCIÓN CULTURA Y DESARROLLO

Proyecto de Cultura y Desarrollo, Convenio Andrés Bello

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Cuentas satélites de cultura
Manual metodológico para su
implementación en Latinoamérica



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES
Y DE COOPERACIÓN



CONVENIO | ANDRÉS | BELLO

**AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN
INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO**

CONVENIO ANDRÉS BELLO

Bolivia

Chile

Colombia

Cuba

Ecuador

España

México

Panamá

Paraguay

Perú

República Dominicana

Venezuela

Cuentas satélites de cultura

Manual metodológico para su
implementación en Latinoamérica

Francisco Huerta Montalvo

Secretario Ejecutivo

Patricio Hernán Rivas Herrera

Coordinador Área de Cultura

Henry Yesid Bernal Malagón

Coordinador Área de Ciencia y Tecnología

Guillermo Soler Rodríguez

Coordinador Área de Educación

Convenio Andrés Bello

Avenida Carrera 20 n° 85-60

Teléfono: +571 644 9292

Fax: +571 610 0139

www.convenioandresbello.org

Primera edición: enero de 2009

© 2009, Convenio Andrés Bello

© 2009, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID

Derechos reservados. Se permite la reproducción parcial de esta obra citando la fuente.

Coordinación editorial: Área de Cultura del Convenio Andrés Bello

Coordinación general: Omar López

Investigación y textos: Marión Pinot de Libreros

Dirección editorial: José Antonio Carbonell

Revisión de textos: Margarita Londoño

Maqueta: Camilo Umaña

Impresión: D`Vinni S. A.

ISBN 978-958- 698-248- 1

Impreso en Colombia

Printed in Colombia

Cuentas satélites de cultura en Latinoamérica. Consolidación de un manual metodológico para la implementación. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2008.

232 p.

ISBN: 978-958-698-248-1

1. CULTURA. 2. INDUSTRIA CULTURAL. 3. ACTIVIDADES CULTURALES. 4. FINANCIAMIENTO DE LA CULTURA. 5. INDICADORES CULTURALES. 6. CONSUMO CULTURAL.

CONTENIDO

<i>Lista de cuadros</i>	9
<i>Acrónimos</i>	11
<i>Presentación</i>	13
1	
Introducción	20
2	
Definición del campo cultural e identificación de sus productos	30
2.A Definición general de la cultura / 31	
2.B Delimitación del sector de la cultura para la Cuenta Satélite de la Cultura / 34	
2.C Segmentación del campo cultural para la Cuenta Satélite de la Cultura / 38	
3	
Actividades culturales y actividades de producción cultural	44
3.A Actividades y prácticas culturales y su relación con el concepto de producción del SCN 1993 / 45	
3.B Productores de mercado y productores de no mercado / 53	
4	
Productos y actividades característicos; productos conexos	58
4.A Noción de "producto" / 59	
4.B Recomendaciones internacionales / 60	
4.C La propuesta de productos característicos / 61	
4.D Identificar en la práctica los productos y las actividades características, y los productos conexos / 72	
5	
Producción y procesos de producción de los productos característicos y de las actividades culturales	88

5.A	Los agentes de la producción del campo cultural / 89	
5. B	Las cuentas de producción / 94	
5. C	Casos particulares de valoración / 100	
5. D	La contribución económica de la cultura / 104	
5. E	Métodos de estimación / 108	
6		
	Cuadro oferta-utilización de los productos culturales	120
6.A	Productos y Unidades de Producción / 122	
6.B	Oferta y demanda de productos / 124	
6.C	La submatriz de oferta / 125	
6.D	La submatriz de utilización / 127	
6.E	El cuadrante que representa la cuenta de utilización del ingreso primario / 128	
6.F	Visualizar las relaciones con el resto del mundo / 129	
6.G	Métodos de compilación / 131	
7		
	Análisis del gasto y de la financiación del gasto en el campo cultural	140
7.A.	Los principios generales de la cuenta de gasto / 143	
7.B	Determinación de los beneficiarios / 147	
7.C	Determinación de las unidades de financiación / 150	
7.D	Las categorías de operaciones del cuadro de gasto / 151	
7.E	Descripción del cuadro de gastos / 162	
7.F	Métodos de estimación / 162	
8		
	Empleo	172
8.A	Definiciones ligadas con el empleo según las resoluciones de la OIT y las recomendaciones del SCN / 174	
8.B	Particularidades del empleo en los sectores culturales / 182	
8.C	Propuesta de indicadores / 185	
8.D	Reconciliación oferta-demanda / 190	
8.E	Métodos de estimación / 191	
9		
	Indicadores no monetarios	202
	<i>Bibliografía</i>	223

LISTA DE CUADROS

También se encuentran reproducidos en el DVD adjunto para ser descargados, usados y modificados como plantillas

CUADRO 4.1 Productos característicos de la cultura	75
CUADRO 4.2 Actividades características de la cultura y productos característicos asociados	78
CUADRO 4.3 Productos conexos, interdependientes y auxiliares	84
CUADRO 5.1 Cuentas de producción por sectores culturales	114
CUADRO 5.2 Cuenta de producción de la cultura en general	116
CUADRO 5.3 Establecimientos culturales por tamaño: número, producción bruta y Valor Agregado Bruto	118
CUADRO 6.1 Cuadro oferta-utilización de la cultura	134
CUADRO 6.2 Importaciones de productos culturales característicos, y conexos	136
CUADRO 6.3 Exportaciones de productos culturales característicos, y conexos	138
CUADRO 7.1 Cuadro de gasto en cultura y su financiación	164
CUADRO 8.1 Empleo en las actividades culturales	194
CUADRO 8.2 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	196
CUADRO 8.3 Empleo en la cultura desde la perspectiva de la oferta: número de empleos, como empleo único o en situación de multiempleo por ocupaciones	198

CUADRO 9.1	208
Variables no monetarias relacionadas con los libros	
CUADRO 9.2	210
Variables no monetarias relacionadas con los diarios y revistas	
CUADRO 9.3	212
Variables no monetarias relacionadas con los espectáculos	
CUADRO 9.4	214
Variables no monetarias relacionadas con los espectáculos de variedades y de música	
CUADRO 9.5	216
Variables no monetarias relacionadas con el audiovisual (discos y DVDs)	
CUADRO 9.6	217
Variables no monetarias relacionadas con el cine	
CUADRO 9.7	218
Variables no monetarias relacionadas con la televisión	
CUADRO 9.8	220
Variables no monetarias relacionadas con los monumentos	
CUADRO 9.9	221
Variables no monetarias relacionadas con las bibliotecas	

ACRÓNIMOS

CERLALC	Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe
CIU	Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas
CSC	Cuenta Satélite de la Cultura
CPC	Clasificación Central de Productos
EUROSTAT	Oficina Estadística de la Unión Europea
FMI	Fondo Monetario Internacional
IPSFLSH	Institución Privada sin Fines de Lucro que sirve a los Hogares
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OIT	Organización Internacional del Trabajo
SCN 1993	Sistema de Cuentas Nacionales 1993
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

PRESENTACIÓN

La conformación de sistemas de información, el desarrollo de estadísticas e investigaciones que se aproximen a los fenómenos culturales y permitan evidenciar sus distintas manifestaciones, son acciones de gran utilidad para el diseño de políticas en los países de América Latina que han incorporado la cultura en sus estrategias de desarrollo y para la toma de decisiones de los agentes que hacen parte de ella.

Realizar estudios, construir indicadores, elaborar marcos conceptuales y diseñar plataformas y sistemas de información sobre la cultura es sin duda una tarea de grandes dificultades y desafíos en lo conceptual, en lo metodológico y en los mecanismos de operación. Bien se sabe que el fenómeno cultural es complejo y tiene múltiples dimensiones que se interrelacionan. Tal y como lo plantean los estudios que al respecto se vienen desarrollando en las últimas décadas, las transmisiones de contenidos simbólicos y los modos de vida se expresan, relacionan y confrontan en lo social, lo político y lo económico.

Una de las líneas de acción en el campo de la información y conocimiento cultural es la aproximación a sus fenómenos económicos. Más allá de las limitaciones de la ciencia económica para abordar temas culturales, las herramientas de análisis y medición económica pueden ser un instrumento importante para comprender esta dimensión e identificar su relación con los otros ámbitos no característicos de la cultura. En el desarrollo de actividades y expresiones culturales se da una combinación de trabajo y capital y se producen bienes y servicios. Se generan flujos propios de la economía como el valor agregado, se producen y acumulan activos tangibles e intangibles y se

realizan actividades de mercado y de no mercado en las que se dan procesos de toma de decisión frente a la asignación de recursos. Por lo tanto, las herramientas conceptuales de la ciencia económica y las técnicas de medición económica pueden aplicarse y pueden ser útiles para su comprensión.

La aplicación de las herramientas de análisis económico al campo del arte y la cultura data de finales de la década de los sesenta del siglo XX donde se observa un movimiento que viene haciéndose cada vez más visible, logrando mayores niveles de profundidad y consolidando una corriente de investigación propia de la temática. Dan cuenta de ello la creación de la Asociación Internacional de Economía de la Cultura (ACEI), el desarrollo de una revista especializada (*Journal of Cultural Economics*), la publicación de libros sobre temas particulares de la economía de la cultura y series de artículos que tratan de dar relevancia al estado del arte en este campo. Cada vez son más los países que desde los estamentos políticos y la academia realizan mediciones y estudios de esta índole.

En los últimos diez años, los países de habla hispana han venido realizando estudios sobre la economía de la cultura. Varias de estas investigaciones han evidenciado los efectos económicos de la cultura en el valor agregado, el empleo y el comercio exterior. También se han realizado estudios que indagaran sobre lo que hay detrás de estos efectos a través del análisis de las cadenas productivas de los sectores que componen el campo cultural y se han hecho diagnósticos de medición económica de la oferta y la demanda. Estos estudios han sido promovidos por las instituciones culturales, por las sociedades de derecho de autor de los países y por organizaciones internacionales.

Desde 1999, el Convenio Andrés Bello (CAB), organismo internacional intergubernamental del que forman parte doce países de habla hispana,¹ ha llevado a cabo una gestión decidida y persistente para fortalecer la información y el conocimiento de las dimensiones económicas y sociales de la cultura, conjuntamente con la institucionalidad cultural de países de la región y otros organismos internacionales. Ha realizado talleres y seminarios, actividades de asistencia técnica y promoción, y publicación de estudios sobre el tema.

1 Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela. Actualmente están en proceso de adhesión Argentina y Uruguay y se están iniciando gestiones en Brasil.

En el marco del programa Economía y Cultura² ha realizado investigaciones regionales, nacionales y sectoriales de diagnóstico económico y social de las industrias culturales, el patrimonio material y las artes escénicas; unas primeras aproximaciones sobre la participación cultural, como la caracterización del empleo, el consumo y la diversidad cultural, y un análisis de los incentivos económicos a la cultura en los países miembros. De igual forma ha propiciado el fortalecimiento de los sistemas de información cultural de los países de la región y ha propuesto marcos metodológicos como por ejemplo, la medición de las fiestas populares. De estas líneas de acción han surgido sugerencias de política y legislación, que se han comenzado a tener en cuenta en las instituciones del Estado, las empresas culturales y las comunidades artísticas.

Uno de los propósitos del CAB en este programa ha sido el de ofrecer una propuesta metodológica común para la medición económica de la cultura, que sea rigurosa en lo técnico y en lo conceptual, que pueda ser aplicada y que sea la base informativa para la elaboración de políticas culturales.

Varios de los estudios realizados sobre la economía de la cultura, tanto los promovidos por el CAB como por otras instituciones y organismos internacionales, evidenciaron dificultades en la medición lo que impidió llegar a conclusiones de carácter general. Dado que estos temas son relativamente nuevos en las agendas de los países de la región, aún no se han desarrollado sistemas de información confiables y periódicos de las actividades culturales. Por lo tanto, se identificó como una de las necesidades prioritarias la implementación de sistemas de información económica que cubran dichas características y que adicionalmente contaran con altos índices de credibilidad.

Para ello el CAB ha venido construyendo un manual metodológico sobre la implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, plataforma de medición que se interrelaciona con el Sistema de Cuentas Nacionales, tal como sucede en otros sectores como el turismo, el medio ambiente y la salud.

La Cuenta Satélite de Cultura permitirá establecer líneas de base, series históricas y puntos de referencia a partir de los cuales se puede diseñar, monitorear y evaluar futuros proyectos de apoyo a las actividades culturales que amplíen

2 Actualmente, este programa se subsumió en el nuevo programa Cultura y desarrollo.

el acceso a la cultura de tal forma que permita evidenciar su importancia económica, identificar los mecanismos de financiación pública y privada, cuantificar y diagnosticar la fuerza de trabajo, identificar las potencialidades y debilidades de las distintas actividades culturales y abordar temas como la diversidad en la oferta y demanda de sus productos.

La implementación de Cuentas Satélite de Cultura en los países de América Latina ha sido un proceso que se viene gestando desde hace aproximadamente cuatro años. En Colombia, en un trabajo de colaboración entre el Departamento Administrativo Nacional de Estadística y el Ministerio de Cultura de Colombia,³ se realizó una primera medición de la producción de las actividades consideradas características, utilizando las herramientas del Sistema de Cuentas Nacionales, como un primer paso para el desarrollo de una Cuenta Satélite de Cultura. Los resultados de este ejercicio se publicaron en 2007.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y el Banco Central de Chile, también han realizado mediciones de la producción de algunas actividades que conforman el campo cultural. Están actualmente en proceso de aplicar encuestas encaminadas a cubrir el universo de algunas industrias culturales.

El Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística, IBGE, y el Ministerio de Cultura de Brasil realizaron un ejercicio pionero de estadísticas de la cultura, que se pueden constituir como una base para la elaboración de una Cuenta Satélite de Cultura en este país.

El Mercosur Cultural, entidad que abarca a los países de este bloque y otros países invitados, realizó en 2006 un ejercicio sencillo de medición económica regional como un primer paso para la implementación de cuentas satélite de cultura.

Aunque estas iniciativas han tenido un respaldo metodológico y técnico consistente, un aspecto de vital importancia para formalizar este tipo de mediciones radica en la necesidad de contar con una referencia metodológica común. Frente a esta necesidad y ante la inexistencia de recomendaciones precisas en este campo, el Convenio Andrés Bello se ha concentrado en la elaboración de un marco común para los países miembros. A comienzos del 2005, con

3 En su primera fase, hasta 2005, el CAB acompañó ese proceso.

el apoyo financiero inicial del BID, se preparó un documento base en torno al cual se realizaron tres encuentros en los que participaron especialistas en cultura, delegados de la institucionalidad cultural de los países miembros, expertos en la economía de la cultura, expertos en cuentas nacionales de alto nivel⁴ y organismos internacionales.⁵ En enero de 2006 culminó la primera fase del proyecto cuyo resultado fue una versión preliminar del manual metodológico.

A partir de los debates del último de estos encuentros, y en particular el aporte que hicieron en estos los expertos en Cuentas Nacionales y de la experiencia obtenida en la elaboración de los manuales de cuentas satélites en otros campos, se evidenció la necesidad de realizar una segunda versión de esta propuesta.

La segunda fase encaminada a obtener una nueva versión del manual del documento se inició en agosto del 2006 bajo la coordinación de Marión Pinot de Libreros, consultora con amplia y reconocida experiencia internacional en Cuentas Nacionales y en Cuentas Satélite y con el acompañamiento permanente de expertos del Área de Cultura del CAB.⁶

Con el fin de exponer los avances logrados, el CAB realizó un encuentro del 20 al 23 de noviembre del 2007 en Bogotá, Colombia, sede del organismo. Participaron delegados de la institucionalidad cultural nacional y de los departamentos encargados de las Cuentas Nacionales de los países de América Latina que han venido realizando mediciones económicas de la cultura y han

4 Participaron como expertos en cuentas nacionales Jacob Ryten de Canadá, Marión Pinot de Libreros de Francia, José Venegas de Chile, y Evaristo Arrieta y Magdalena Cortés de Colombia. Como expertos en economía de la cultura participaron Bruce Seaman de Estados Unidos, Luis Stolovich de Uruguay, y Ernesto Piedras de México. Como expertos en cultura participaron Paulina Soto Labbé de Chile, Jesús Martín Barbero de España, Germán Rey y Sylvia Amaya de Colombia.

5 Participaron UNESCO y OMPI.

6 Este acompañamiento ha estado principalmente a cargo de Omar López Olarte, Oficial del Área de Cultura, quien coordinó la versión anterior del manual. Han sido también importantes los aportes del Coordinador del Área de Cultura del CAB, Patricio Rivas Herrera, Evaristo Arrieta, Simon Ellis, Director del Departamento de Estadísticas de la UNESCO, David Melo, Director de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia y el experto en cuentas nacionales Enrique Pinzón.

manifestado su interés en implementar Cuentas Satélite de Cultura, así como delegados de organismos internacionales.

Después de este encuentro se realizaron ajustes y se preparó el manual que se publica en esta edición. Se espera que este sea un insumo para las mediciones presentes y futuras que realicen los países de la región y sirva también como marco de referencia para quienes lleven a cabo estudios tanto desde el ámbito público, como privado y académico sobre las dimensiones económicas de la cultura. Se tiene previsto de igual forma articular activamente las instituciones culturales de países miembros y organismos internacionales, para generar una estrategia conjunta y lograr el aval de las Naciones Unidas.

El manual contiene un capítulo general introductorio (capítulo 1), y un segundo capítulo que introduce la definición general de la cultura, hace la delimitación del campo cultural y establece su segmentación. Este capítulo sirve de referencia para todo el resto del documento. En los capítulos 3 y 4, se profundizan las clasificaciones, tanto de actividades productivas culturales como de productos culturales, y se establecen sus contenidos en término de las clasificaciones internacionales de actividades y productos cuyo uso se recomienda en los sistemas de estadísticas económicas (CIIU rev 4 y CPC ver 2.0 respectivamente). El capítulo 5 se dedica a la producción desde las perspectivas tanto de los productos considerados como culturales como de las actividades productivas culturales. En particular, aborda los temas de la valoración y su coherencia con los demás sistemas de representación económica y de la contribución económica de la cultura. El capítulo 6 introduce el cuadro oferta-utilización de los productos culturales, e insiste en la importancia de dar un seguimiento a las importaciones y exportaciones de productos culturales que sean coherentes con los principios establecidos para este marco. El capítulo 7 está dedicado a describir cómo se representa el gasto en cultura y su financiación en la Cuenta Satélite de la Cultura. Puede considerarse como el de mayor importancia dentro del sistema. El capítulo 8 aborda el tema del empleo desde las perspectivas tanto de la oferta de trabajo, como de la demanda. En cuanto a la demanda, insiste en la importancia en diferenciar las ocupaciones culturales de las ocupaciones no culturales. Finalmente, el capítulo 9 propone, para la mayoría de los subsectores, el establecimiento de indicadores no monetarios como complementos indispensables para entender la dimensión económica de la cultura. En los capítulos en que es relevante, una sección introduce a los problemas de medición.

Sin duda el presente manual prestará importantes servicios al propósito de profundizar en nuevas dimensiones de la relación entre cultura y desarrollo.

Francisco Huerta Monsalvo

Secretario Ejecutivo

Convenio Andrés Bello

- 1.1. De acuerdo con el esquema general de las cuentas satélites a carácter funcional descrito en el capítulo XXI del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN 1993) de las Naciones Unidas,¹ el enfoque de la CSC se amolda al marco conceptual de análisis del SCN 1993.
- 1.2. Esta vinculación se justifica por las características mismas del Sistema:
- Se presenta como un marco contable, amplio, exhaustivo y consistente, que ofrece conceptos, definiciones y clasificaciones que pueden adaptarse para la medición económica de las actividades y productos culturales;
 - 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 referencial, pues existe un marco central que cumple esta función;
 - La construcción de conceptos y definiciones con referencia al SCN conduciría a un sistema que tendría un nivel de consenso y tradición propio del SCN 1993 y permitiría comparaciones con otros sectores y entre países;
 - Tiene un carácter universal pues el SCN 1993 es un sistema adoptado (o en vía de adopción) por la mayoría de los países para la medición de sus economías.
- 1.3. Para el país que implemente la CSC, esta debe estar vinculada a su Sistema de Cuentas Nacionales por medio de un proceso dinámico de acercamiento conceptual y estadístico que se operacionaliza por una colaboración entre los responsables de uno y otro sistema.
- 1.4. La representación de los fenómenos culturales, en particular el gasto y su financiación, tomará ciertas libertades a fin de describir y entender la realidad cultural: por ejemplo, en la CSC, las emisiones de radio y de televisión se considerarán como “consumidas” en su totalidad por los radioescucha o televidentes, cualquiera que sea el pago que efectúen directa o indirectamente para su adquisición (véase tabla 7.3). Sin embargo, los principios básicos de medición quedarán claramente relacionados con los del SCN, y se especificarán los procedimientos para pasar de uno a otro sistema.

1 En colaboración y con el apoyo de otros organismos internacionales tales como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial (BM), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD), la Oficina Estadística de la Unión Europea (EUROSTAT).

- 1.5. Este Manual va dirigido a dos universos de usuarios: de una parte a los gestores y actores culturales tanto de la sociedad civil y del Estado, con el fin de proveerles un instrumento para analizar las interrelaciones de sus políticas y acciones con los agregados culturales y el ámbito económico general. De otra parte, va enfocado a los analistas macroeconómicos e investigadores interesados en las dimensiones económicas de la cultura, en particular aquellos que construyen y utilizan las Cuentas Nacionales.
- 1.6. En resumen, se trata de introducir a los especialistas y protagonistas de la cultura en una visión macroeconómica de su campo y a los especialistas de la macroeconomía y economistas en general en la comprensión del mundo de la cultura.
- 1.7. Los propósitos fundamentales de la CSC son los siguientes:
- Determinar los principios para seleccionar las prácticas y productos que conforman el campo cultural y establecer definiciones y clasificaciones siguiendo los conceptos y el marco de análisis inherente al SCN 1993;
 - Determinar los mecanismos de producción e intercambio de los productos culturales e integrar estos análisis dentro de los marcos macroeconómicos sin desconocer las particularidades que los acompañan, como por ejemplo, prácticas culturales que no se inscriben dentro del concepto de producción del SCN 1993 (véase para 3.1.);
 - Determinar los flujos de comercio exterior que afectan a los productos culturales teniendo en cuenta la importancia que pueden tener desde el punto de vista económico como de la preservación de la identidad y la diversidad cultural;
 - Determinar el gasto total en cultura según objeto, naturaleza, y beneficiarios; adquisición de bienes y servicios que benefician directamente a los hogares; activos intangibles tales como obras originales utilizadas en los procesos de producción de los productos culturales; insumos típicamente culturales utilizados en procesos de producción de productos culturales y no culturales; gastos directos de la autoridad pública en la administración y gestión cultural, etc.;
 - Establecer los diferentes procesos por los cuales se financia el consumo cultural: vía subvenciones o transferencias corrientes o de capital de las autoridades públicas al sector privado; financiación de las actividades por el gobierno mediante la producción directa de bienes y servicios o compra de estos productos para el beneficio de la comunidad;

financiación implícita o explícita vía las actividades productivas de las entidades sin ánimo de lucro, la publicidad, el mecenazgo, etc.

- Ofrecer información sobre las características sociales básicas ligadas a la producción de bienes y servicios culturales, en particular la organización de la producción según categorización de los productores: empresas multiestablecimientos involucradas en varias actividades culturales, entidades del Estado, empresarios individuales del sector formal o del informal; la diferenciación de las ocupaciones culturales y no culturales y la caracterización del empleo en las actividades culturales en términos de permanencia, duración, formas de vinculación, etc.;
- Ofrecer indicadores que permitan una caracterización de la oferta y la demanda de los productos culturales (indicadores no monetarios y clasificación según los contenidos de los productos) relacionados con las variables económicas presentadas en la CSC.

1.8. El marco de medición que se propone en este manual parte de la premisa de que la cultura no es solamente un área que requiere importantes niveles de gasto público y de protección, sino que muchas actividades ligadas a ella contribuyen también al bienestar material de la sociedad y al crecimiento de la economía. A su vez, las dinámicas y particularidades económicas afectan cada vez más el desarrollo y la forma en que se manifiesta el hecho cultural. En particular, la globalización y la acelerada transmisión de ciertos productos, favorecida por la explosión de las nuevas tecnologías de la información, están modificando drásticamente estas manifestaciones.

1.9. Una información muy importante para la toma de decisiones sobre el sector cultural consiste en la identificación de las fuentes de financiación y las características de los beneficiarios y usuarios de los productos culturales. La adquisición de los productos característicos de la cultura no siempre se realiza a través de un gasto directo de los hogares que cubriría todos los costos asociados a estos productos. En algunos casos como por ejemplo los espectáculos asociados a la cultura en su sentido clásico (arte lírico, conciertos de música clásica, exposiciones de arte clásico o contemporáneo, etc.), el mantenimiento del patrimonio histórico, los servicios prestados por las bibliotecas y los museos, el Estado interviene en su financiación bien sea con aportes para el sostenimiento del agente que produce los servicios, o sea con compras directas por la autoridad

pública para ser distribuida gratuitamente o a bajos precios a la población en general, o sea con donaciones. La publicidad representa también un fenómeno particular de financiación. De manera adicional, se presenta una gran cantidad de manifestaciones culturales sobre la base de prácticas que no se dan dentro de marcos de producción económica. Por lo tanto es muy importante lograr identificar las distintas formas bajo las cuales el público participa en procesos culturales, con el fin de evaluarlas y fortalecer o reorientar la financiación tanto pública como privada según prioridades que se han de determinar. Por consiguiente, el análisis de los gastos y de sus fuentes de financiación estarán al centro de la representación satélite.

- 1.10. La CSC propuesta se enmarca dentro de un análisis funcional y utiliza conceptos complementarios a los usados en los sistemas de cuentas nacionales. Partiendo de los conceptos de consumo y financiación, el sistema se amplía paulatinamente hasta abarcar otros productos no propiamente culturales pero necesarios para su aparición, creación y apropiación; se trata de calificarlos y medirlos en términos económicos. Para este propósito, se aplican la mayor parte de los conceptos, reglas contables, definiciones y clasificaciones del SCN.
- 1.11. El consumo de algunos bienes y servicios culturales y el desarrollo de prácticas culturales pueden tener como efecto un incremento cualitativo del capital humano. Aquel que lee un libro o una revista no solo obtiene satisfacciones personales durante su lectura, sino que puede adquirir capacidades y conocimientos que incrementan su capacidad productiva y pueden contribuir a la generación de flujos económicos o culturales futuros. Lo mismo ocurre con los servicios de enseñanza y capacitación. Desde esta perspectiva, se puede considerar que más que un consumo, la adquisición de estos productos incrementa el capital humano y es una forma de formación bruta de capital. Sin embargo, la CSC adopta transitoriamente la posición del SCN 1993 de no registrar los efectos de este consumo sobre el capital humano y los considera simplemente como gasto de consumo final. A través de conceptos alternativos utilizados en fases posteriores del proyecto, se podrían considerar estos consumos como participando de la formación de capital y hacer mediciones que tomen en cuenta el incremento en el capital humano existente.

- 1.12. Dentro del mismo orden de ideas, los flujos económicos asociados con las prácticas y productos culturales no necesariamente tienen una incidencia positiva en el “capital cultural” de las naciones. Puede suceder que flujos económicos con impactos económicos positivos generen efectos adversos en el “capital cultural”. Por ejemplo, los contenidos de ciertos productos culturales pueden promocionar la exclusión o la violencia, o prácticas que se desprenden de su uso pueden generar seres humanos “distráidos”.² La plataforma de medición propuesta en este manual no ofrece mecanismos para valorar el capital cultural y sus cambios como consecuencia de las prácticas o los consumos de los productos culturales. En efecto, lo que se suele llamar capital cultural se determina por procesos históricos sociales y culturales y en muchas ocasiones por relaciones de poder. No se ha logrado un consenso mundial en torno a qué deteriora o aumenta el capital cultural. Cuando este discurso haya avanzado, se podrá abrir la posibilidad de generar mediciones que permitan aproximarse a este.
- 1.13. Los conceptos, definiciones, clasificaciones y reglas contables del SCN 1993 son la base sobre la cual se construye la CSC. Estos irán apareciendo a lo largo de los siguientes capítulos cuando se describen los distintos componentes de la Cuenta. Se recomienda por tanto que los responsables de las mediciones de la CSC tengan un buen entendimiento de las recomendaciones del SCN 1993 para aplicarlas en la medición. Una colaboración estrecha con los encargados de la elaboración de las Cuentas Nacionales deberá ser un instrumento eficaz para optimizar esta integración.
- 1.14. La CSC no sólo ofrece información sobre la aparición y los usos de los bienes y servicios culturales en términos monetarios. También se puede complementar con datos no monetarios. Se puede incluir por ejemplo información de cantidad de obras y productos, número de unidades “productoras” para cada actividad, número de asistentes a un espectáculo, número de personas que participan en su montaje, etc. Se pueden también abarcar dimensiones sociales determinantes para la toma de decisiones en el sector, como una caracterización general del empleo o de las personas dedicadas a ciertas prácticas así como desagregaciones de la apropiación por los hogares según los estratos sociales y niveles

2 Por ejemplo libros que promuevan el odio racial.

educativos. Igualmente, tal y como se ha venido mencionando, la cuenta puede incluir cuadros que ubican los productos desde la oferta y la demanda según unidades, géneros y país de origen de los contenidos. Esta información permite una aproximación a la diversidad que fluye por estos productos. Se invita a los países para que desarrollen tales cuadros, con el fin de responder a las necesidades analíticas que puedan surgir.

- 1.15. Es importante entender que la CSC no se presenta como un conjunto de informaciones totalmente nuevas que relacionan cultura y economía: más bien se trata de mirar lo que existe (en particular en las Cuentas Nacionales) desde una perspectiva diferente y solamente después de este análisis, se puede decidir si es necesario recopilar información adicional. La CSC se presenta ante todo como un marco de coherencia, dentro del cual los datos (existentes y/o adicionales) se pueden ubicar y por este proceso, identificar las debilidades y deficiencias del sistema de información y las necesidades de complementarlo. Las informaciones provienen usualmente de fuentes parciales y variadas, de manera que relacionarlas y compatibilizarlas requiere un trabajo estadístico minucioso de evaluación de su calidad y reconciliación de sus resultados. La CSC es un camino para lograr este propósito al ofrecer un marco conceptual relativamente estricto, y relacionado con el uso de manera corriente para analizar y presentar datos económicos relativos a otros campos de la actividad.
- 1.16. Si bien las Cuentas Nacionales representan una referencia conceptual y fuente importante de datos, es necesario para los países que quieren una Cuenta Satélite de Cultura ir más allá de las mediciones actuales del sector en las Cuentas Nacionales: en efecto, la cultura es un sector complejo, con particularidades (como por ejemplo la dificultad de identificar y medir los activos intangibles asociados, o de identificar los agentes productivos informales). Restringir el análisis a lo que captan las Cuentas Nacionales del país conduciría a no profundizar en un verdadero conocimiento del sector. Recomendamos a los países tomar como punto de partida lo que aparece en sus Cuentas Nacionales, pero que traten de complementar, ampliar o corregir las estimaciones cuando fuera necesario. La integración de los datos nuevamente estimados dentro del marco central de las Cuentas Nacionales se debe considerar como un proyecto a mediano plazo, por ejemplo dentro de la perspectiva de una nueva base de evaluación de

las Cuentas Nacionales. La relación entre la CSC y las Cuentas Nacionales de un país debería verse entonces como un proceso dialéctico de acercamiento y al mismo tiempo de progreso permanente en las estimaciones existentes.

- 1.17. Se puede señalar por ejemplo, que el marco central del Sistema de Cuentas Nacionales incluye la medición económica de la producción informal e ilegal.³ Sin embargo, hay que reconocer que es un área difícil y que las estimaciones son frecuentemente muy globales. Dentro del campo cultural, la informalidad y la ilegalidad son fenómenos que generan una cantidad significativa de flujos económicos que no se pueden encarar de manera global. Dentro de los cuadros de producción, oferta y demanda de la CSC, esta producción debe incluirse. La información necesaria para incluir la producción y el gasto asociados con estas actividades se obtendrá bien sea de investigaciones específicas o de estimaciones a partir de las encuestas a los hogares, de los flujos de importación, de los flujos de insumos y otras herramientas.
- 1.18. Los cuadros de La CSC están diseñados con cobertura nacional. Sin embargo, puede ser útil para agentes del sector y encargados de la política obtener información desagregada a nivel de las distintas regiones administrativas o para ciertas áreas geográficas predeterminadas. Todos los cuadros, cuentas y matrices que se proponen aquí pueden adaptarse al nivel subnacional. No se requieren modificaciones en el sistema de medición sino en los procesos de recolección y procesamiento de la información. Algunos cuadros presentarán leves cambios, como los relacionados con el comercio exterior (que puede ser con otras regiones del país o con otros países). Una posibilidad es la construcción de cuadros de las principales variables del sistema, desagregadas para cada una de las regiones.
- 1.19. Se espera que el presente marco metodológico no solo sea útil para la implementación de cuentas nacionales en que se mejore la representación económica de los fenómenos culturales, gracias al estudio de fuentes alternativas y complementarias y al tiempo dedicado a su reconciliación, sino que ante todo sirva para todos aquellos que realicen ejercicios de

3 En algunos contextos llamada la economía "sombra".

medición de actividades culturales en la medida que el uso de conceptos, definiciones y categorías normalizadas y marcos de reconciliación de las diversas fuentes estadísticas ayuden a mejorar la medición y representación de los flujos económicos asociados con la cultura y por ende influya positivamente en la atención que se preste a la cultura como participe del mejoramiento del bienestar económico de la población.

- 1.20. Para terminar, el presente Manual está principalmente enfocado a describir y relacionar conceptos: no es un Manual de implementación, cuya elaboración será una tarea futura que se debe fundamentar en la experiencia de los países. Sin embargo, se incluirán algunas recomendaciones de mediciones en los capítulos en que es relevante.

2

DEFINICIÓN DEL CAMPO CULTURAL E IDENTIFICACIÓN DE SUS PRODUCTOS

2.A Definición general de la cultura

- 2.1. La cultura abarca los rasgos, creencias, convenciones, formas de convivencia, costumbres, imaginarios, sistemas de valores y prácticas simbólicas colectivas e individuales que prevalecen en un grupo.⁴ Esta definición amplia de cultura aparece en estudios antropológicos y sociológicos y varios países la han incorporado con distintos matices, en sus constituciones y legislaciones. La cultura,⁵ según esta definición, se manifiesta en muchas actividades humanas pues hace referencia a los procesos de significación que se dan en las relaciones sociales.

- 2.2. Siguiendo esta definición, todas las actividades humanas tienen un carácter cultural tan pronto generan procesos de significación. Por ejemplo, en una actividad humana central del mundo contemporáneo como la ocupación laboral se presentan gran cantidad de relaciones sociales de significación simbólica. Muchos bienes y servicios, además de tener el valor de uso que les es propio (ex. transporte, alimentación, vestuario) pueden tener otro tipo de valores para quienes acceden a ellos e incluso para quienes los producen. Un carro no solo tiene un uso como medio de transporte, también puede ser un medio de diferenciación social o representar un estilo de vida. Así mismo puede tener

4 Para esta definición de cultura se revisaron las definiciones de la UNESCO, informes del PNUD, de algunas constituciones de los países, y autores como Jean Baudrillard y Néstor García Canclini.

5 Desde esta perspectiva, conjuntos de individuos hacen parte de culturas que se desarrollan, conviven y se entrelazan.

connotaciones especiales como la relación de este con el día en el que fue adquirido.

- 2.3. Otra delimitación de cultura es aquella que la define como un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en generar un procesamiento simbólico.⁶ Según las definiciones de la Convención por la Diversidad Cultural de la UNESCO, las actividades y productos culturales son aquellos cuya función específica es la de transmitir o generar expresiones culturales. Las expresiones culturales a su vez se definen como aquellas que tienen un contenido cultural y este último “se refiere al sentido simbólico, la dimensión artística y los valores que emanan de las identidades culturales o las expresan”. La inclusión de actividades humanas y productos en este conjunto no solo exige que generen procesos de significación simbólica y contengan valores culturales sino que deben constituir su *esencia*. Tal y como lo plantea la Convención por la Diversidad, esta debe ser su función específica. Lo que diferencia a estas de las demás actividades humanas y productos está en que dan forma a una comunicación de mensajes simbólicos. La razón de ser de prácticas como el montaje de una obra de teatro, la escritura de un libro o la realización de una danza ritual está en generar procesamientos simbólicos. Los valores de uso principales de ciertos productos son simbólicos, como es el caso de los discos, los cuadros pictóricos, las fotografías o los programas de televisión.
- 2.4. Si se pretende abordar la medición de las actividades económicas y de los bienes y servicios desde la perspectiva amplia de cultura (primera definición), se debería estudiar toda la economía y sería un trabajo no solo imposible sino sin sentido efectuar la medición económica de todos los procesos de significación que se dan en esta. La segunda definición presenta mayores posibilidades de medición pues la cultura se entiende como un campo determinado del quehacer humano, que incluye acti-

6 Estas definiciones se recogen en el artículo de Claude Martín (2004) *Cultural Industries Economics*. Centre d'études sur les médias y Journal of Media Economics, y la definición de David Throsby (2002): "Las características de las actividades culturales son las siguientes: implican alguna forma de creatividad, en su producción; hacen referencia a la generación y comunicación de significado simbólico; y su producto representa, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual." *Economía y Cultura*, Cambridge University Press, pág.18.

vidades humanas y productos que se diferencian de los demás por las características que presentan en su razón de ser. Todas estas actividades cuyo rasgo común y específico es el de generar procesamiento simbólico, son tanto individualmente como en conjunto, un objeto de vital importancia para las políticas culturales y por lo tanto obtener información de las mismas resulta de gran valor y relevancia.

- 2.5. Para efecto de la elaboración del marco de referencia de la Cuenta Satélite de la Cultura se define al campo cultural como “un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos”.
- 2.6. Las actividades humanas y productos específicos que cobijan esta definición son los determinantes y en muchos casos el eje central de los procesos sociales de significación. Por ello, juegan un papel decisivo en todos los ámbitos que definen la cultura en su sentido amplio.
- 2.7. Esta definición de la cultura subyace en las delimitaciones adoptadas por la mayoría de los estudios y mediciones económicas y ha sido la referencia adoptada en los departamentos de estadísticas culturales de organizaciones como UNESCO,⁷ EUROSTAT y de varios países. Permite tener un marco de referencia y un consenso desde el cual emprender la implementación de la cuenta satélite.
- 2.8. Es importante recabar que según esta definición, la calidad y las formas de los contenidos no son parte de los criterios de selección de las actividades humanas y productos que hacen parte del campo cultural.⁸ Por ejemplo, no sólo se incluyen como bienes y servicios culturales las obras de las artes escénicas, las artes visuales, y los libros de literatura y filosofía, sino también otros productos (en varios contextos considerados de entretenimiento o no artísticos) que son transmisores de mensajes simbólicos,

7 La UNESCO define los productos de las industrias culturales como aquellos que “transmiten ideas, valores simbólicos y modos de vida, informan o entretienen contribuyendo a forjar y difundir la identidad colectiva así como a influir las prácticas culturales”. Es una definición que lleva implícita la definición adoptada en este manual para los productos del campo cultural.

8 Muchos usos cotidianos de la palabra cultura hacen referencia tan solo a unas actividades que cumplen ciertos requisitos de calidad.

como son las películas cinematográficas, las revistas, los periódicos, los programas de variedad de la radio o de la televisión, etc. Esta definición no implica juicios de valor. No diferencia entre una obra de teatro buena y otra mala. Tal y como lo han identificado estudios sociológicos, las valoraciones de la “calidad cultural” se generan y determinan por procesos sociales y culturales. Detrás de muchas de estas valoraciones se presentan exclusiones y conflictos sociales y culturales en los que están implícitas relaciones de poder. Adoptar criterios para determinar lo que es bueno y malo es hacerlo desde un proceso histórico determinado. Esto no es objeto de la CSC que se quiere situar en una posición de neutralidad.

- 2.9. También se elimina la diferenciación entre cultura de masas y cultura de élite, planteándose una noción y un concepto desde una perspectiva más amplia. Se sigue en esto la posición de los investigadores sociales y antropólogos⁹ que consideran que, puesto que los productos asociados con la cultura de masas son portadores de contenidos simbólicos y medios de gran difusión en el mundo contemporáneo, son determinantes en muchos de los procesos culturales actuales.
- 2.10. Tampoco diferencia entre los productos que resultan de procesos de producción organizados y orientados hacia el mercado de aquellos que resultan de prácticas culturales desarrolladas ante todo para la satisfacción de los que las realizan sin relación con una comercialización potencial. Este punto es importante recalcarlo, pues muchas manifestaciones culturales ocurren fuera de la esfera económica, y no dan como resultado la aparición de “productos” reconocidos como tales por los sistemas de representación económica. Por consiguiente, sin denegar su importancia, la CSC por su orientación eminentemente económica, solo podrá dar cuenta marginalmente de estas manifestaciones y de los “productos” que derivan de ellas.

2.B Delimitación del sector de la cultura para la Cuenta Satélite de la Cultura

- 2.11. Ya que la Cuenta Satélite de la Cultura enfoca el análisis en la circulación de los bienes y servicios pertenecientes al sector desde una perspectiva

9 Sobre este tema existe una extensa bibliografía en los documentos de la UNESCO y en recomendados, como Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero.

económica, así como en el estudio de los procesos por los cuales estos productos aparecen, y en los comportamientos que expresan contenidos simbólicos, es necesario determinar con precisión el ámbito de este análisis.

- 2.12. En este contexto, la definición de la cultura se aplica a actividades humanas y a productos (bienes y servicios). La razón de ser de las actividades y de los productos que se seleccionan debe ser crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos.
- 2.13. Hay que subrayar que en esta sección, no se plantean las características de estas actividades y productos desde la perspectiva económica. Se desarrollarán posteriormente.
- 2.14. A la creación de contenidos simbólicos se asocia la actividad de los creadores en todos los campos del arte y de la expresión, tales como los escritores, escultores, autores, diseñadores, arquitectos, periodistas, etc., así como los productos que resultan de esta actividad.
- 2.15. A la expresión e interpretación de contenidos simbólicos se asocian las actividades y productos ligados con las expresiones artísticas tales como las artes escénicas, las artes visuales, la música (tradicional, clásica, popular, etc.), pero también los comportamientos y expresiones rituales y tradicionales.
- 2.16. Las emisiones de radio, de televisión, los espectáculos en vivo, el material escrito, las artes gráficas, etc. son algunos de los productos por los que se transmiten los contenidos simbólicos.
- 2.17. Los museos, los grupos folclóricos, los investigadores sociales, antropólogos, arqueólogos, etc. juegan un papel fundamental en la preservación, estudio y conservación de las tradiciones, los ritos, etc. que constituyen la historia común de los grupos humanos.
- 2.18. Algunos productos y prácticas mencionados anteriormente presentan características que hacen que su inclusión en el campo cultural no gene-

re discusiones. Hay otros que pueden prestarse más a controversia. Por esto, es necesario precisar los criterios utilizados para incluir productos y actividades y aclarar algunos fenómenos particulares que se presentan en el campo cultural.

- 2.19. Los productos de las artesanías tradicionales (véase una discusión más detallada en paraf. 4.17. y 4.48. a 4.53.) son los únicos bienes que se incluyen cuyo valor de uso no es necesariamente simbólico. El principal valor de uso de una silla artesanal es el mismo que la de otra silla: está en servir de asiento a personas. Sin embargo, la producción de las artesanías tradicionales y algunas artesanías contemporáneas supone altos niveles de creatividad y procesamiento simbólico, e incorpora prácticas culturales que hacen parte del patrimonio inmaterial. Por lo tanto son determinantes en los procesos de significación en las sociedades. Por las particularidades, y la imposibilidad de identificarlas en las nomenclaturas de producto del SCN (basadas en la CPC) que no toma en cuenta el grado de desarrollo tecnológico de los procesos de producción, los países tendrán que hacer un estudio específico para cubrir esta actividad y sus productos dentro del campo de la cultura.
- 2.20. Los juegos y la juguetería se incluyen por su dimensión lúdica interactiva de procesamiento simbólico. Sus usos llevan implícitos mundos simbólicos y establecen una relación de creatividad. Estos son un componente fundamental del mundo simbólico de la etapa infantil y de las relaciones que se establecen con el mundo.
- 2.21. La razón de ser de los servicios de algunos tipos de *diseño*¹⁰ es aportar contenidos simbólicos a otros productos y por lo tanto se incluyen en el campo cultural. Sin embargo, no se consideran culturales la gran mayoría de los productos finales a los cuales los servicios de diseño aportan el contenido simbólico pues su principal razón de ser no es generar procesos simbólicos como es el caso de los muebles, los automóviles, etc. Se consideran como culturales los servicios de diseño como insumo y tan solo los productos finales en que estos servicios entran como insumos cuando su principal razón de ser es generar procesamiento simbólico, como el caso de los libros.

10 Más adelante se especifica qué tipo de diseño se incluye.

- 2.22. Otros productos y prácticas que pertenecen al enfoque central del estudio de la cultura son aquellos que al tener un valor simbólico también tienen un valor histórico¹¹ y a través de los cuales se expresan las identidades colectivas. Estos productos y prácticas conforman el *patrimonio cultural* material e inmaterial. Se incluyen algunos productos, y las respectivas actividades de producción que derivan de su uso, exhibición o conservación; también se consideran actividades cuyo resultado no da lugar a transacción económica ni presente ni futura sobre bienes o servicios.
- 2.23. Dentro del *patrimonio cultural material* se incluyen los monumentos históricos, el patrimonio arqueológico, el patrimonio que se resguarda en los museos, los repositorios o archivos de textos impresos y contenidos audiovisuales y objetos con un carácter histórico.
- 2.24. En cuanto al *patrimonio cultural inmaterial*, su reconocimiento oficial se ve reflejado en la convención de 2003 de la UNESCO: “se entiende por patrimonio cultural inmaterial las prácticas, representaciones y expresiones, los conocimientos y las técnicas que procuran a las comunidades, grupos e individuos un sentimiento de identidad y continuidad que es transmitido de generación en generación, y que las comunidades y los grupos recrean permanentemente en función de su medio, su interacción con la naturaleza y su historia”.¹²
- 2.25. En este conjunto se incluyen las tradiciones y expresiones orales, las prácticas sociales, rituales y festividades, los conocimientos y prácticas relacionados con la naturaleza y el universo, y las técnicas propias de la artesanía tradicional. A pesar de su importancia en la conformación de las identidades, no siempre se traducen en “productos” de naturaleza económica de manera que su impacto desde la perspectiva estrictamente económica es menos importante que su importancia cultural.

11 Existe un uso del adjetivo “histórico” que podría cobijar todas las actividades y productos culturales. En este párrafo se hace referencia a una característica de ciertos productos y actividades cuyos contenidos simbólicos hacen parte del pasado que se revitalizan en el presente para un conjunto de individuos.

12 Convenio del 2003 de la UNESCO para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.

2.26. Se puede observar que ciertas áreas del quehacer humano que se pueden considerar dentro del campo cultural pertenecen también a los campos de la educación, la comunicación, el entretenimiento o la religión. Esto refleja simplemente el hecho que los diferentes campos funcionales no son necesariamente mutuamente exclusivos y que existe un traslape entre estas funciones que refleja la multiplicidad de las funciones que pueden cumplir ciertos gastos o transacciones. Es también una de las razones por las cuales sólo se puede introducir la orientación funcional en una cuenta satélite del sistema de Cuentas Nacionales y no dentro del marco central, pues este no puede aceptar sino una sola clasificación funcional.

- En el caso de la educación, la razón de ser de sus actividades y productos es ante todo el generar procesos de aprendizaje y aprensión de los contenidos a través de los mecanismos de exposición, aclaración y evaluación por parte de un tercero; sin embargo, en este proceso, también se transmiten contenidos simbólicos;
- En el caso de la comunicación, la transmisión de información genera frecuentemente procesamientos simbólicos.
- En el caso del entretenimiento, cuyos productos son consumidos en los tiempos de ocio, muchos crean o transmiten contenidos simbólicos (lectura, actuación amateur, visita a museos, asistencias a conciertos, espectáculos, televisión, etc.). Algunos sin embargo, tan solo generan un pasatiempo de experiencias en cuyo caso se excluyen del campo de la cultura (por ejemplo las visitas a parques de atracción).
- La contribución de la actividad religiosa en el campo cultural se encuentra en los diferentes subsectores (libros, música, audiovisual, patrimonio mueble e inmueble, patrimonio inmaterial etc.).

2.C Segmentación del campo cultural para la Cuenta Satélite de la Cultura

2.27. Existen varias categorías de industrias que se han tradicionalmente considerado dentro del campo cultural y que frecuentemente han sido objeto de las mediciones de la importancia económica de la cultura, aunque sus definiciones y delimitaciones no siempre han sido homogéneas tales como:

Las industrias creativas (*creative industries*) definidas como aquellas que tienen su origen en la creatividad individual, la habilidad y el talento, y que tienen un potencial de creación de riqueza y de empleo por medio de la generación y explotación de la propiedad intelectual. Estas industrias incluyen por ejemplo aquellas ligadas a la publicidad, la arquitectura, el mercado del arte y de las antigüedades, la artesanía, el diseño industrial, la moda, el estilismo, las películas, el video, los software de juegos, la música, las artes escénicas, la edición, la televisión, el radio, etc.¹³

Las **industrias culturales** y de la comunicación (*content industries*), que combinan funciones más o menos industriales de concepción, creación y producción con funciones industriales de fabricación a gran escala y de comunicación utilizando soportes físicos o de comunicación. Los productos que se obtienen (i) están basados en la creatividad individual o colectiva; (ii) su materia prima es una creación protegida por el derecho de autor; (iii) son fijados sobre un soporte tangible o electrónico o en servicios de carácter comercial o gratuito; y (iv) son producidos, conservados y difundidos en serie, con circulación generalmente masiva.

La diferencia entre industrias creativas e industrias culturales no es muy definida y ciertos países utilizan indiferentemente las dos denominaciones para referirse al mismo ámbito.

Otros análisis se restringen a un subconjunto de estas, llamado las industrias del entretenimiento (*entertainment industries*).

- 2.28. El campo de la cultura contemplado en la CSC se plantea de manera diferente a las anteriores pues, además de requerir una distinción entre productos y prácticas, incluye campos que tienen características diferentes como los relacionados con la protección y conservación del patrimonio material e inmaterial, y la educación cultural.
- 2.29. El ámbito de la CSC, tal como se establece en este documento si bien es relativamente amplio, y corresponde a las recomendaciones de la UNESCO, no es totalmente exhaustivo, y deja por fuera algunas áreas

13 Department for culture, media and sport (DCMS); Caves, R.E., *Creative Industries, Contracts between Art and Commerce*, Cambridge, EUA, Harvard University, 2000.

TABLA 2.1
Sectores y subsectores que conforman el campo cultural

Sector	Subsector
1. Creación literaria, musical, teatral, etc.	Creación literaria
	Creación musical
	Creación teatral
	Creación audiovisual
2. Artes escénicas y espectáculos artísticos	Teatro
	Danza
	Presentaciones que articulen danza, teatro y música
	Otras formas de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
	Interpretaciones con medios alternativos (audiovisuales, plásticos)
	Presentaciones musicales en vivo
3. Artes plásticas y visuales	Fotografía
	Pintura
	Escultura
	Arte Industrial
	Grabado, Artes Gráficas, Ilustración
4. Libros y publicaciones	Libros
	Publicaciones periódicas
	Otros productos editoriales (partituras, tarjetas postales, carteles, afiches y calendarios)
5. Audiovisual	Cine y video
	Radio
	Televisión
	Multimedia
	Videojuegos
6. Música	Edición de música
	Producción fonográfica
7. Diseño	Arquitectónico
	Gráfico
	Textil
	Moda
	Industrial
	Interactivo
	Joyas
8. Juegos y juguetería	Juegos y juguetería
9. Patrimonio material	Inmueble (centros históricos, monumentos históricos, patrimonio arqueológico)
	Mueble (antigüedades, cuadros históricos, etc.)
	Bibliotecas
	Museos y objetos de colección pública o privada
	Archivos (filmicos, documentales y otros repositorios)
10. Patrimonio natural	Reservas naturales
	Jardines botánicos y zoológicos
	Colecciones de zoología, mineralogía y anatomía
11. Patrimonio Inmaterial	Fiestas (tradicionales y patrias)
	Gastronomía y tradiciones culinarias locales
	Tradiciones vernáculas
	Artesanía indígena, tradicional y contemporánea
	Otras tradiciones y expresiones orales
	Lenguas y dialectos
12. Formación cultural	Formación artística dentro del programa de educación general
	Formación artística especializada
	Formación en mantenimiento del patrimonio, museología, etc.

- como el deporte, que en ciertos países es un área en que se da un fuerte poder de identificación y que pueden desde luego considerar relevante incluir.
- 2.30. Cada país puede elaborar distintos escenarios a partir de sus propias necesidades y disponibilidad de información. Podrían agregarse algunos sectores, por ejemplo el deporte tal y como lo propone la UNESCO, o excluir algunos como la gastronomía o las lenguas y dialectos, o incluir específicamente 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 un nivel territorial), la presente propuesta debería tomarse como una plataforma para la comparación internacional. Luego, cada país que implementa la CSC deberá especificar claramente cuál ha sido el ámbito adoptado, señalar los sectores que se han excluido y presentar separadamente las áreas que le son propias.
 - 2.31. Para fines analíticos, es útil segmentar el campo cultural en “sectores”.¹⁴ Cada uno agrupa productos y prácticas que presentan características comunes en sus formas de expresión. Cada “sector” puede a su vez dividirse en subconjuntos que se denominan subsectores aplicando los mismos criterios.
 - 2.32. La selección y ubicación de los productos y prácticas en los diferentes sectores y subsectores se fundamenta en los mecanismos de producción y expresión, independientemente de sus formatos.
 - 2.33. Por ejemplo, el subsector de los libros incluye tanto los libros impresos en papel, en CD, en dispositivos digitales o accesibles por Internet. En este sentido, es necesario estar al tanto de los avances tecnológicos en los formatos que se están generando en el contexto de las nuevas tecnologías de información y comunicación, especialmente en el caso de los productos audiovisuales.
 - 2.34. Los servicios de interpretación (actores, etc....) se clasifican en el sector

14 El término “sector” utilizado en este contexto no tiene el significado de “sector institucional” utilizado en el SCN1993: solamente se refiere a áreas más específicas del campo cultural.

de las artes escénicas, pues independiente del escenario en el cual se prestan —bien pueden ser asociados a ciertos procesos culturales particulares como la creación de un programa de televisión (actores de televisión), una película (actores de cine), o una obra de teatro o a otro tipo de espectáculo, o pertenecer a todos o algunos de ellos— participan de un mismo proceso de transmisión simbólica en que el actor usualmente representa algo que ha sido creado por otro, pero al mismo tiempo se comunica con el espectador por su propia cuenta, de manera consubstancial al creador.

- 2.35. Las creaciones literaria, musical, poética, teatral, son procesos relativamente similares entre sí, y diferentes de los otros procesos afines de interpretación, y comunicación: su “producto” es un activo intangible, que necesita transitar por un proceso de transmisión para poder ser compartido por otros (una obra musical por ejemplo tiene que ser interpretada, un libro tiene que ser reproducido en un formato legible por terceros, etc.). El proceso mismo de creación es singularmente distinto de los demás procesos de interpretación, transmisión, lo cual justifica la definición de un sector especial para la creación literaria y musical.
- 2.36. En contraposición, en el caso de las artes plásticas y visuales, el proceso creativo genera usualmente un bien que tiene una dimensión material (un cuadro, una escultura, etc.) por medio del cual se realiza el proceso de transmisión, y por consiguiente, se incorpora la creación en el sector del mismo nombre.
- 2.37. El sector de *diseño* incluye las principales áreas en que se aplica el diseño, como vehículo de transmisión de procesos simbólicos. Hay que subrayar sin embargo, que el diseño industrial excluye el componente de diseño puramente funcional de las maquinarias por ejemplo, el cual está solamente orientado a propiciar su adecuado y eficiente funcionamiento sin contemplar categorías estéticas.
- 2.38. Existen algunos servicios, como es el caso de la crítica o la investigación, que se decidió incluir en cada uno de los sectores correspondientes, en lugar de constituir una categoría propia. Una investigación sobre fenómenos musicales entrará dentro del subsector música por ejemplo. En el caso de la formación artística sin embargo, se recomienda tratarla como

un sector particular ya que es una actividad de procesamiento simbólico, que requiere de destrezas particulares en las artes por parte de los docentes y sus servicios no necesariamente se relacionan con los demás sectores del campo cultural.

3

ACTIVIDADES CULTURALES Y ACTIVIDADES DE PRODUCCIÓN CULTURAL

- 3.1. No todas las actividades humanas del campo cultural pertenecen al ámbito de la producción. La producción es por excelencia el ámbito en donde aparecen y se intercambian valores económicos. Definir la relación entre cultura y economía implica en primer lugar que se clarifiquen las particularidades de las prácticas y actividades culturales incluidas dentro del concepto general de producción para luego determinar aquellas que se encuentran dentro de los límites de la producción del SCN 1993, pues esta tiene un alcance más restringido. Luego es necesario interrogarse sobre los valores que deben eventualmente asociarse con los resultados de estas prácticas, y determinar el tratamiento que deben darse a los pagos realizados por terceros para disfrutar de los resultados de las prácticas (en particular en el caso de las artes escénicas) aunque esta discusión se extenderá en los capítulos siguientes, en que se trata de definir y medir la producción y el gasto.

3.A Actividades y prácticas culturales y su relación con el concepto de producción del SCN 1993¹⁵

- 3.2. El SCN 1993 ofrece una definición de la frontera general de la producción que se utiliza ampliamente como referencia en los estudios económicos.

15 Se hace en general referencia al SCN 1993. Para algunos puntos particulares y en los casos en que esta versión revisada es más explícita, la referencia será al SNC 1993 rev 1. Desafortunadamente, para esta versión revisada, no se cuenta todavía (a febrero 29 de 2008) ni con la versión totalmente definitiva, ni con la versión en castellano, así que la traducción será aproximativa...

TABLA 3.1
Frontera general de la producción según el SCN 1993

- | | |
|------|---|
| 6.15 | La producción económica puede definirse como una actividad realizada bajo el control y la responsabilidad de una unidad institucional, que utiliza insumos de mano de obra, capital y bienes y servicios para obtener otros bienes y servicios.... |
| 6.16 | Mientras que los procesos de producción de bienes pueden identificarse sin dificultad, no siempre resulta fácil distinguir la producción de servicios de otras actividades que pueden ser a la vez importantes y útiles. Entre las actividades que no son productivas en un sentido económico se incluyen las actividades humanas básicas como comer, beber, dormir, hacer ejercicio, etc. las cuales no pueden ser realizadas por otras personas en lugar de otra; pagar a otra persona para que haga ejercicio no sirve para mantenerse uno mismo en forma. En cambio, las actividades como el lavado, la elaboración de comidas, el cuidado de los hijos, de los enfermos o de las personas de edad avanzada son actividades que pueden ser realizadas por otras unidades y que, por tanto, quedan dentro de la frontera general de la producción... |

Esta definición se presenta arriba en la tabla 3.1.

- 3.3. Los estudios emprendidos sobre uso del tiempo libre y el trabajo voluntario¹⁶ acogen esta definición amplia de la producción. En estos estudios, se reconoce una actividad como productiva (en un sentido amplio), o esta cae dentro de los límites de la producción si se puede delegar su realización a un tercero y obtener el mismo resultado. Se dice que las actividades que satisfacen este criterio cumplen con la condición de la "tercera persona". Las actividades que no cumplen con ser productivas se llaman **actividades personales**.
- 3.4. Sin embargo, las Cuentas Nacionales utilizan una definición más restringida de la producción. En particular, excluyen la producción de servicios domésticos y personales dentro del mismo hogar (aunque se aplica la condición de la tercera persona), con excepción de aquellos asociados con el empleo de personal de servicio remunerado. Esta exclusión se justifica por varias razones entre las cuales el hecho que los servicios dentro de los hogares tienen poca repercusión sobre el resto de la economía, es difícil y posiblemente sin mucho sentido darles un valor económico, y adicionalmente responde a la necesaria coherencia entre los diferentes sistemas estadísticos, y en particular con las estadísticas de empleo: reconocer como productiva la producción de servicios de un miembro del

16 Véase por ejemplo "Guide to Producing Statistics on Time Use: Measuring Paid and Unpaid Work" UN Department of Economic and Social Affairs, Statistics Department ref. ST/ESA/STAT/SER.F/93 New York 2005.

hogar para el beneficio de esta colectividad (preparación de la comida, cuidado de los niños o enfermos, etc.) implicaría calificarla de ocupada, y por consiguiente, parte de la población económicamente activa y ocupada, lo que echaría al suelo las estadísticas sobre el desempleo y su relación con las actividades de producción.

- 3.5. El estudio de la relación entre cultura y producción podría perfectamente desarrollarse dentro del marco de la producción amplia, y esto podría aportar importantes luces sobre las prácticas culturales desarrolladas dentro de los hogares, y sobre el trabajo voluntario (véase una discusión del trabajo voluntario en el capítulo 8). Sin embargo, la Cuenta Satélite de la Cultura privilegia actualmente la relación con las Cuentas Nacionales, y se acogerán las fronteras de la producción utilizadas en este Sistema.
- 3.6. El SCN 1993 provee un resumen de las actividades que quedan dentro de la frontera de la producción, tabla 3.2.
- 3.7. La producción de bienes es desde luego diferente del caso de producción de servicios y de productos de contenido. En general, todas las actividades productoras de bienes pertenecen al ámbito de la producción del SCN 1993, que estas se desarrollen dentro de un esquema de legalidad o de ilegalidad: la reproducción ilegal de libros, música, etc. para la venta, es una actividad de producción que será necesario tomar en cuenta.
- 3.8. Los productos tales como los cuadros, fotografías, esculturas, CDs, manuscritos, etc., cuando resultan de procesos de producción según el SCN, entran en la categoría de los productos de contenido.
- 3.9. Por consiguiente, cuando los procesos de producción de estos productos son organizados o desarrollados dentro de unidades orientadas hacia el mercado (o con referencia a un mercado), estamos frente a procesos productivos, pero si esta referencia no se da, se trata de una práctica cultural por fuera de este marco:
 - 1 “El productor” es un individuo que ejerce esta actividad (pintar, hacer fotos, etc.) en su tiempo libre porque disfruta de la actividad de creación y satisface así sus necesidades estéticas y “produce” un producto para su propio disfrute o el de sus allegados. Es una

TABLA 3.2
Actividades dentro de las fronteras de la
producción del SCN 1993 rev 1

6.27. ...

- (a) La producción de todos los bienes o servicios que se suministran, o que se piensa 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 y servicios;
- (b) La producción por cuenta propia de todos los bienes que sus productores destinan a su autoconsumo final o a su autoformación de capital;
- (c) La producción por cuenta propia de *productos de contenido (knowledge-capturing products*)* que los productores destinan a su autoconsumo final o a su autoformación de capital con la excepción (por convención) de los que producen 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 servicios domésticos y personales producidos por personal de servicio doméstico remunerado.

* En inglés "knowledge-capturing products": una nueva noción introducida en el SCN1993 rev 1, y que se define así: "se trata de la provisión, el almacenamiento, la comunicación y la difusión de información, consejos y diversión de tal manera que la unidad consumidora puede acceder de manera repetida al contenido de conocimiento conllevado por el producto... Estos productos tienen muchas de las características de los bienes, en particular el hecho que se pueden establecer derechos de propiedad sobre ellos y que pueden utilizarse de manera repetida. Cualquiera que sea su caracterización como bienes o como servicios, estos productos poseen la característica esencial común que pueden ser producidos por una unidad y suministrada a otra, una situación que hace posible la división del trabajo y la emergencia de mercados".

práctica cultural, una actividad "personal" pero no es un proceso de producción y no entra dentro de los límites de la producción.

- 2 Sin embargo, es posible que su "producto" se venda en algún momento posterior, aun cuando no lo haya "producido" con miras a su venta (caso de cuadros por ejemplo, o de cuentos que finalmente son editados...). En este caso, un "producto" que no tenía valor económico pues no estaba "producido", toma un valor de cambio: para las Cuentas Nacionales, la aparición de este valor no se registra como producción pues no existe un proceso productivo detrás de la aparición de este valor. Se considera como una *ganancia en tenencia*¹⁷ para el que lo vende, la aparición

17 La ganancia por tenencia nominal de una cantidad dada de un activo se define como el valor del beneficio devengado al propietario de este activo como consecuencia de una variación de su precio o, más generalmente, de su valor monetario a lo largo del tiempo. (CCN, 1993 párrafo 12.63)

de un valor para algo que inicialmente no tenía ninguno, y se clasifica dentro de las cuentas de “otros cambios en el valor de los activos” como la aparición de un activo para el vendedor, y una formación bruta de capital fijo o una adquisición de objetos valiosos para el que lo compra, valor que aparece en el momento de la transacción pero no de su “producción”. Este análisis se aplica tanto a obras de arte, pinturas, esculturas, como a fotos, originales de libros, música, etc.

- 3 “El productor” considera esta actividad como un “trabajo” y considera que su producto, en algún momento, podrá venderse: hay potencialmente la referencia a un mercado (caso de Van Gogh por ejemplo que nunca vendió un cuadro pero que se consideraba a sí mismo y otros también lo consideraban como un pintor de profesión). En este caso, hace parte de la población económicamente activa ocupada y es un productor. Su producción tiene ahora una realidad económica y social y debería cuantificarse con base en obras del mismo productor, u obras similares por productores similares. Si la obra no se vende, entra a las existencias del productor (o a su stock de bienes valiosos), el que debe considerarse como un empresario independiente.

3.10. En el caso de la producción de **servicios**, el SCN 1993 solo reconoce como servicios producidos aquellos susceptibles de ser vendidos en el mercado, o que son susceptibles de ser provistos por una unidad a otra. Por consiguiente, los tratamientos son más complejos y los casos límites pueden tipificarse así:

- 1 En el caso de un individuo que tiene una práctica cultural para su propia diversión (práctica musical o teatral por ejemplo) que solamente se presenta eventualmente en un marco restringido familiar o de amigos no se trata de una actividad dentro del marco de la producción del SCN 1993 (aunque se puede considerar una producción en sentido amplio, aplicando el criterio de la tercera persona). Por consiguiente, los consumos que requiere para practicar su arte son partes del gasto de consumo final de los hogares usando los límites de la producción según el SCN, del consumo intermedio si se toma una definición de producción ampliada; es el caso también de grupos no formalmente constituidos, que se presentan frente a auditorios restringidos de amigos y familiares y sin remuneración. Si existe un pago, se considerará una *transferencia* entre hogares y no la venta de un servicio, pago que se

incluirá en el cuadro de gasto, pues para los espectadores, corresponde a un gasto en cultura por su función (véase capítulo 7 para. 7.57.).

- 2 Sin embargo, si bien, en el marco de la CSC, no se valora esta actividad, se tratará de incluirla en otros marcos complementarios de registro no monetarios pues tales prácticas hacen parte de la expresión cultural y por consiguiente, hay interés en registrarlas (véase capítulo 9). Además, frecuentemente, requiere de la adquisición de otros bienes y servicios que se incluirán en el cuadro de gasto (véase capítulo 7).
 - 3 En el caso en que los individuos o grupos anteriormente descritos cobran por una presentación a un grupo de espectadores que supera el círculo de familiares y amigos, esta remuneración se considera como una venta (de una producción de mercado o de no mercado véase paras 3.20. a 3.29.). Este caso también cobija las presentaciones callejeras de personas en los medios de transporte, las calles, etc., en que solicitan de los transeúntes una "participación" para su presentación: canto, música, malabarismo, etc. Si bien el transeúnte no tiene la posibilidad de rechazar el servicio: se está "imponiendo" en él, y su única escogencia es el monto del dinero que está dispuesto (o no) a entregar, el "artista" se considera como un autónomo y se reportará usualmente como persona "con empleo" en las encuestas de hogares.
- 3.11. La posibilidad de una transacción económica en un marco que supera el marco de familia y amigos es entonces el criterio básico para considerar una práctica cultural dentro del marco de la producción según el SCN 1993.
 - 3.12. De esta discusión se desprende que la existencia de un proceso productivo no depende solamente del "producto" obtenido, sino de las condiciones institucionales dentro de las cuales ha aparecido.
 - 3.13. Existencia de un proceso productivo y empleo van entonces de la mano. Dos nuevos interrogantes surgen de este análisis: qué pasa con el llamado trabajo voluntario (discutido en el capítulo 8 sobre empleo), y cómo determinar si una producción es de mercado o no de mercado. Este asunto se discute en los paras 3.27. a 3.36. que siguen.
 - 3.14. Estos productos (no obtenidos vía un proceso de producción según el

TABLA 3.3
Cuadro resumen

Tipo de "producto" obtenido	Condiciones de "producción"	Clasificación	Valoración CSC
"Bienes culturales" y productos de contenido	Para la venta y vendidos	Producción SCN	Valor venta producto
	Para la venta no vendidos	Producción SCN	Valor venta producto equivalente
	Sin referencia al mercado: actividad de entretenimiento	Actividad personal: no hay producción	No hay creación de valor cuando aparece
Servicios culturales	Práctica sin presentación	Actividad personal	No hay producción; el pago eventual es una transferencia entre hogares
	Presentación en círculo restringido: familiares y amigos	Producción ampliada pero no SCN	No hay valor de producción: aunque puede darse en una extensión del sistema. Pagos recibidos: transferencia corriente
	Presentación a espectadores en un marco amplio	Producción SCN	Valor venta de mercado o de no mercado

SCN 1993), que pueden ser bienes, servicios o productos de contenido, tienen importancia del punto de vista de la cultura, y si bien no son del ámbito de la producción, se debe tratar de registrarlos en la CSC. Por consiguiente, la CSC adjuntará mediciones complementarias para dar cuenta de lo que pertenece a la producción ampliada, y también lo que no corresponde a producción pero que en esencia, es una importante manifestación cultural, principalmente dentro de los indicadores no monetarios (véase capítulo 9).

3.15. Por esta razón, se excluirán de la **frontera de la producción** las actividades culturales desarrolladas ante todo para la satisfacción de las necesidades estéticas y culturales de los "productores" y sin la intención de ofrecer un bien o servicio **en un intercambio dentro de una esfera que supera el círculo restringido de los amigos, familiares, o miembros de una asociación sin ánimo de lucro de producción de no mercado:**

- Práctica de un instrumento musical (solo o en una agrupación musical);
- Pintura, escultura, foto, escritura, etc. para fines familiares o personales
- Montaje de obras teatrales, etc. por amateurs, centros educativos, clubes, etc.;
- Actividad de cuenteros en el marco familiar, de amigos, etc.;

- Copias de discos de música, DVDs., para uso propio o familiar (diferente de la reproducción ilegal para la venta);
 - Prácticas tradicionales rituales u otras;
 - Encuentros familiares, étnicos, etc.
- 3.16. Asimismo, se excluirán del campo de la producción las actividades desarrolladas en el seno del hogar y de las instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares en una actividad de no mercado aún cuando se puede cobrar unos “derechos” de asistencia (transferencias entre hogares).
- 3.17. A pesar de no hacer parte del ámbito de la producción, estas actividades pueden generar efectos económicos asociados que pueden manifestarse:
- Por compras de bienes y servicios para realizar esta actividad cultural que pueden ser bienes fungibles o servicios (papel, disfraces, arriendo de sala de espectáculo, de amplificadores, etc.) o bienes duraderos, que serán usualmente interdependientes;
 - 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...);
 - Por la transferencia corriente pagada por el eventual “derecho” de asistencia.
- 3.18. Estos casos se explicarán más adelante cuando se defina el gasto cultural (capítulo 7).
- 3.19. Antes de terminar, es importante subrayar la diferencia de estas actividades humanas no productivas con las actividades informales o ilegales, cuya producción sí está destinada al mercado, y que deben incluirse en mediciones de producción y de oferta. Estas se analizarán más adelante.

3.B Productores de mercado y productores de no mercado

- 3.20. En el caso de la cultura, es importante tener clara la diferencia entre las actividades de mercado y las de no mercado pues en muchos de los subsectores de la cultura, coexisten ambas formas de organización, y un mismo producto de consumo individual (cuyo beneficiario se identifica claramente) puede ofrecerse en las dos modalidades como es el caso de los conciertos de música (en auditorios cerrados o al aire libre...), o

de los museos. El Sistema de Cuentas Nacionales (y por consiguiente la Cuenta Satélite de la Cultura) valora de manera distinta la producción de mercado y la producción de no mercado, razón por la cual es necesario identificar si se trata de una producción de mercado con subvención o una producción de no mercado.

- 3.21. Según el SCN 1993, los productores de mercado producen la mayor parte de los bienes y servicios para ser vendidos a precios económicamente significativos, y su producción se valora utilizando este precio, aun cuando pueda existir una subvención para influir en el precio al público. Por el contrario, cuando los productores de no mercado venden sus productos, es a precios no económicamente significativos o frecuentemente aun, no venden sus productos sino que los entregan gratuitamente y el SCN 1993 (y la CSC) valora la producción por sus costos.
- 3.22. La distinción entre una producción de mercado y una producción de no mercado depende entonces de la noción de precios no económicamente significativos. El SCN 1993 (para. 6.40) define estos precios como "... aquellos que no tienen una influencia significativa en las cantidades que los productores están dispuestos a ofrecer o en las cantidades que los compradores desean comprar". La determinación de lo que son precios no económicamente significativos es entonces el centro del debate.
- 3.23. *El Manual de estadísticas de finanzas públicas* del Fondo Monetario Internacional (FMI) presenta mayores precisiones sobre estos aspectos, como se puede constatar en la tabla 3.4.
- 3.24. Hacer la diferencia entre un precio no económicamente significativo y un precio subsidiado es un tema particularmente relevante en el caso de las artes escénicas por ejemplo en que, por existir la enfermedad de costos, muchos productores ofrecen sus espectáculos a precios muy por debajo de sus costos de producción, y cuentan con fuentes importantes de recursos adicionales diferentes a los generados por la taquilla y otras ventas de servicios.¹⁸

18 Basándose en el estudio "Diagnóstico económico de los espectáculos públicos de las artes escénicas en Bogotá: teatro, danza, música y circo" realizado por el CEDE por cuenta del Ministerio de Cultura de Colombia, el Instituto Distrital de Cultura y Turismo de Bogotá y la Secretaría Ejecutiva del Convenio Andrés Bello, se observa

TABLA 3.4
Fondo Monetario Internacional
Manual de estadísticas de finanzas públicas 2001

Son *precios económicamente significativos* los que influyen en forma importante en las cantidades que los productores están dispuestos a suministrar y los compradores a adquirir. Sin embargo, esta definición solo puede aplicarse después de considerar cuidadosamente todos los hechos y circunstancias del caso. Aunque no se pueden ofrecer directrices precisas, está claro que un precio económicamente significativo no tiene que ser tan alto como para cubrir todos los costos de producción. En el otro extremo, un precio es económicamente no significativo si no es cuantitativamente importante ya sea desde el punto de vista de la oferta o de la demanda. Es posible que se cobren precios de este tipo para recaudar algunos ingresos o lograr una cierta reducción del exceso de demanda que puede surgir cuando se prestan servicios en forma totalmente gratuita, pero no tienen por objeto eliminar ese exceso de demanda. El precio solo desalienta la demanda de las unidades con necesidades menos apremiantes, sin reducir apreciablemente el nivel total de la demanda.

- 3.25. En términos de su representación macroeconómica, hay una diferencia entre las dos situaciones que se ilustra en la tabla de la siguiente página.
- 3.26. Para los pagos corrientes que se hacen a las empresas sin más contrapartida que las unidades gubernamentales, incluidas las no residentes, sean considerados como subvenciones, es necesario que se hagan “en función de los niveles de su actividad productiva o de las cantidades, o valores, de los bienes y servicios que producen, venden o importan. [...] Pueden estar destinados a influir en sus niveles de producción, en los precios de venta de sus productos o en la remuneración de las unidades institucionales que intervienen en la producción” (SCN 1993 para. 7.71).
- 3.27. En el caso de las artes escénicas, para que un aporte sea una subvención, tendría por ejemplo que ser proporcional al número de puestos vendidos, al número de presentaciones, a los costos de montaje de las obras, a los números o particularidades de las personas empleadas, etc. En el capítulo 7 que describe los tipos de financiación se tratará de identificar las financiaciones públicas a los sectores culturales que pueden catalogarse como subvenciones (véase para. 7.56.).

(cuadro 3-10) que en promedio, las ventas (incluyendo taquilla, venta de función y clases/talleres) representan menos de 40% de los ingresos de los teatros con sala en Bogotá, y aunque esta proporción es más elevada para los teatros sin sala, los ingresos por ventas no llegan a representar el 60% de los ingresos...

TABLA 3.5

<p>Teatro: producción de mercado con subvención: Supóngase un teatro que recibe una subvención de 10.000 para cada representación de la obra</p> <p>Si el valor de la taquilla es 50.000, este valor representa el valor de su producción a <i>precio de adquisición o de comprador</i> (el precio que pagan los espectadores).</p> <p>Es por este valor que se representa en las Cuentas Nacionales (y en el cuadro de gasto del capítulo 7)</p> <p>Para el productor, el <i>valor de su producción a precios básicos</i> (que representa su ingreso bruto) es: $10.000 + 50.000 = 60.000$</p> <p>Valor de la producción a precios de comprador = valor de la producción a precios básicos + impuestos sobre el producto – subvenciones sobre el producto</p> <p>Este precio es independiente de los costos de producción: le puede generar una ganancia o una pérdida (un excedente de operación positivo o negativo...)</p> <p>Teatro: producción de no mercado: precio no económicamente significativo</p> <p>Valor de la taquilla: 50.000</p> <p>Costos totales de producción: 700.000</p> <p>Valor de la producción a precios de comprador: 700.000</p> <p>En este caso, para las Cuentas Nacionales, los que “compran” la producción son los:</p> <p>Espectadores que pagan: 50.000 El mismo productor de no mercado $(700.000 - 50.000) = 650.000$</p> <p>El excedente de explotación del productor es necesariamente 0</p>
--

- 3.28. Para un producto de no mercado, su precio de venta, cuando existe, es totalmente desligado de la ley del equilibrio de la oferta y de la demanda vía los precios (un precio no económicamente significativo) y los recursos recibidos de las entidades gubernamentales se consideran como una transferencia corriente de la entidad “financiadora” a un productor de no mercado.
- 3.29. Institucionalmente, los productores de no mercado tienen que ser entidades del gobierno, o entidades privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares. No pueden ser empresarios privados (cuyos ingresos netos derivados de operaciones de producción no pueden ser sistemáticamente negativos). En ambos casos, su financiación no deriva principalmente de

sus ventas, sino de otros tipos de ingresos: se considerarán parte del gobierno o como un establecimiento de una institución privada sin fines de lucro que sirve a los hogares (IPSFLH) según el tipo de control ejercido por algún nivel de gobierno: nacional, departamental, regional o local (véase más adelante).



4

PRODUCTOS Y ACTIVIDADES

CARACTERÍSTICOS;

PRODUCTOS CONEXOS

- 4.1 No todas las prácticas y manifestaciones culturales son del orden de la economía pues no necesariamente se refieren a producción o intercambio, tales como los define el SCN 1993, para el cual "El análisis económico de la producción se ocupa principalmente de actividades que dan lugar a productos que pueden suministrarse o proveerse a otras unidades institucionales" (SCN 1993 para 6.6).
- 4.2 Como la CSC está enfocada a mirar la cultura desde el punto de vista económico, es necesario definir los productos que van a ser la base de la medición económica. Para la CSC, los productos son el resultado de las actividades consideradas como productivas.

4. A Noción de "producto"

- 4.3 La clasificación CPC se aplica a productos y los relaciona con actividades productivas (identificadas en la clasificación CIIU) por medio de las cuales estos "aparecen". Como ya se explicó no todos los entes materiales o inmateriales que pertenecen al campo cultural y que crean o transmitan contenidos simbólicos son productos. Por ejemplo, las fiestas y las celebraciones que hacen parte del *patrimonio inmaterial*, si bien representan una forma de expresión cultural, no necesariamente se expresan en términos de productos (bienes o servicios ofrecidos por una unidad institucional a otra y que tienen un valor económico). Existen también objetos tales como esculturas, dibujos, fotografías, CDs, que aunque

tienen una realidad material, no necesariamente resultan de una actividad económica de “producción” en el sentido de las Cuentas Nacionales (véase parag. 3.8.). Los “productos” que se considerarán en la CSC son entes que resultan de procesos reconocidos como procesos económicos de producción.

4. B Recomendaciones internacionales

4.4 El SCN 1993 ofrece recomendaciones sobre el procedimiento a seguir para elaborar una Cuenta Satélite a carácter funcional. Recomienda primero determinar con precisión su alcance en términos de los productos que abarca.

- 21.61. El primer paso consiste en definir los bienes y servicios que se consideran específicos de este campo. Conviene distinguir en este contexto dos tipos de bienes y servicios específicos: los bienes y servicios característicos y los bienes y servicios conexos. La primera categoría comprende los productos que son típicos del campo en estudio. El interés se centra en el estudio de la forma en que se producen estos bienes y servicios, de las clases de productores que intervienen, de los tipos de mano de obra y capital fijo que se utilizan y de la eficiencia del proceso de producción, y por tanto, de la asignación de recursos. [...].
- 21.62. La segunda categoría, los bienes y servicios conexos, incluye productos cuyas utilidades interesan porque encajan claramente en el concepto de gasto en un campo dado, sin llegar a ser típicos de ese campo, bien por su naturaleza, bien por estar clasificados en categorías más amplias de productos. [...] La frontera precisa entre los productos característicos y los conexos depende de la organización económica de cada país y de la finalidad de la cuenta satélite.

SCN 1993 paras. 21.61. y 21.62.

4.5 Las Cuentas Nacionales recomiendan determinar dos categorías de productos relacionados con un área funcional: los *productos característicos* y los *productos conexos*. En el caso de la cultura, los productos conexos se descompondrán adicionalmente en tres categorías distintas: los productos conexos propiamente dichos (típicos del campo pero cuyo proceso de producción no se considera como característico por pertenecer a una categoría más amplia), los productos auxiliares (requeridos para el ejercicio de una práctica cultural) y los productos interdependientes

(insumos usados casi exclusivamente por las actividades características de producción cultural).

4. C La propuesta de productos característicos

- 4.6 Con el fin de orientar las mediciones económicas, se presenta en el cuadro 4.1 (por su tamaño, este cuadro se encuentra al final del capítulo) la lista de los productos (llamados **característicos** del campo cultural o simplemente **culturales**) identificados en términos de la clasificación internacional (CPC ver. 2.0) y clasificados según los sectores culturales que se han identificado previamente (Tabla 2.1).
- 4.7 Para la selección de los productos característicos del campo cultural se utilizó la Clasificación Central de Productos (CPC), versión 2.0, en su máximo nivel de desagregación (subclase) en categorías a cinco dígitos. Esta clasificación se basa en las características de los bienes y en la naturaleza de los servicios prestados. De nuevo, se determinaron como productos culturales aquellos *cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos*. Adicionalmente, estos productos deben representar una parte sustancial del producido por la(s) actividad(es) CIIU a 4 dígitos de la(s) que son típicos; es decir, que debería también existir un interés claro en considerar como cultural la actividad por medio de la cual son producidos.
- 4.8 La aplicación de estos criterios conduce por ejemplo a excluir de los productos característicos *los servicios de diseño y desarrollo de aplicaciones de IT (83141) o los videojuegos (38580)* pues las actividades de la CIIU (6201 *Actividades de programación informática*, y 5820 *publicación de programas informáticos* respectivamente) que los producen de manera típica también producen muchas otras aplicaciones que no son culturales. Estos productos se consideran como conexos propiamente dichos.
- 4.9 Se puede observar que la clasificación CPC se refiere a categorías de productos y no a productos elementales. Estas categorías pueden incluir exclusivamente productos del campo cultural (caso por ejemplo del producto 96310 *Servicios de interpretación* [actores, bailarines, etc.]), o si bien no incluyen únicamente productos culturales (como es el caso de la subclase 39120 *Servicios de diseño industrial*) estos constituyen

una parte importante de las categorías correspondientes o conforman un grupo de productos elementales que se consideran importantes dentro del análisis de la cultura, y que clasificaciones más detalladas pueden ayudar a identificar.

- 4.10 La selección de productos se hizo inicialmente a nivel de los subsectores culturales establecidos. Sin embargo, se encontró que la clasificación internacional de productos si bien presenta un gran progreso con relación a sus versiones anteriores, es todavía demasiado agregada como para permitir una identificación detallada de productos culturales, y cuando esta identificación era posible, en muchos casos no se podía llegar al nivel de los subsectores culturales, como era la intención inicial. Así que la clasificación se hizo solamente a nivel de sector.

4.C.1 Casos particulares

- 4.11 En el caso del subsector de las *artes escénicas*, se incluyen no solamente los servicios prestados por los autores (96320 servicios prestados por los autores, bailarines, etc....) e intérpretes (96310 Servicios de interpretación) sino también los servicios de producción y presentación de espectáculos (96220). Aquellos de promoción y organización (96210), así como los servicios de explotación de sitios de operación y salas de espectáculos (96230) se tratan como productos interdependientes (véase parag. 4.38.) pues su función es primordialmente una función de apoyo y su nivel de producción está totalmente dependiente de los servicios de producción correspondientes y participan solo de manera marginal a la creación, expresión o transmisión de contenidos simbólicos.
- 4.12 En el caso del sector *audiovisual*, separar los productos característicos de los productos interdependientes¹⁹ requiere resaltar la parte creativa dentro de productos con un componente altamente técnico y sopesar su grado de importancia relativa. Por consiguiente, la clasificación que se propone es sujeta a discusión (véase cuadro 4.3 al final del capítulo).
- 4.13 En algunos casos, debe observarse que ciertos productos de la CPC (lo mismo ocurre para ciertas actividades) corresponden solamente parcial-

19 En la siguiente sección se enuncia qué son los productos interdependientes.

mente a un sector determinado; es el caso por ejemplo del producto 96320 *Servicios prestados por autores, bailarines, compositores*, etc. cuyos componentes pueden pertenecer a los sectores de las artes escénicas, o al de las artes plásticas y visuales. Lo mismo ocurre en el caso de muchos de los productos clasificados dentro del sector de diseño, pues su identificación requiere ejercicios especiales en la recolección de información y en la identificación en las nomenclaturas, ya que estos productos son íntimamente ligados con los de diseño técnico funcional. Algo similar sucede con la arquitectura y la ingeniería civil que no es siempre posible separar: mientras el diseño arquitectural, por su elemento de búsqueda estética, se incluye como producto cultural, no es el caso del producto de la actividad de diseño técnico. Solo una mayor desagregación que la que actualmente se recomienda a nivel internacional permitirá identificar los productos culturales incluidos en estas categorías, o asignarlos correctamente a los sectores culturales correspondientes.

- 4.14 Se puede observar que las clasificaciones se refieren tanto a copias como a originales. Cuando un agente accede a la copia de un original, esta copia tiene el componente de creación del original y su uso tiene un valor simbólico. En cada una de las copias está la creación y el valor simbólico aportado por el original. Es decir, las características consideradas como culturales se replican en cada copia del original. Por esta razón son productos culturales tanto las obras originales como las copias.

- 4.15 Dentro de las copias se incluyen los libros, discos, películas, revistas, videos y periódicos destinados a la venta legal e ilegal y todos aquellos se consideran productos característicos. De igual forma, se incluyen como productos culturales los servicios de emisión de radio y televisión, las funciones de obras de teatro, danza y música y los servicios de exhibición de películas.

- 4.16 Como se señaló, no es posible asociar productos identificados en la CPC a todos los sectores culturales y subsectores culturales.

- 4.17 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. Dichos objetos cumplen usualmente una función

utilitaria, y tienden a adquirir la categoría de obra de arte pues cada objeto es único, y expresa los valores culturales de un contexto social al cual contribuye a caracterizar. Se consideran como productos característicos culturales, aunque además de su valor cultural, tienen un valor de uso.

- 4.18 El caso de la comercialización especializada de productos tales como los libros se discutirá más adelante (véase paras. 4.22. y 4.23.).
- 4.19 El subsector del *patrimonio natural*, no solo incluye productos y actividades que cumplen las condiciones del párrafo 2.5 sino también algunos recursos naturales de los que se desprenden contenidos simbólicos y tienen un carácter patrimonial de acuerdo a las definiciones de la UNESCO. Si bien no son productos producidos, su estudio, conservación y la generación de su acceso para el público son productos en el sentido de la CPC y hacen parte del sector cultural.

4.C.2 Las actividades características

- 4.20 Es importante subrayar que las actividades cobijadas son aquellas cuyo resultado de producción son productos característicos. Es así como algunas de estas actividades se realizan bajo la responsabilidad de agentes que no necesariamente son los que aportan el componente simbólico principal del producto característico que deriva de su actividad. Es el caso por ejemplo de los editores que se encargan y asumen la responsabilidad de llevar a cabo la actividad de producir libros. Aunque editar libros lleva usualmente procesos implícitos de creación, su actividad no aporta el contenido simbólico principal del producto característico que producen. Sin embargo, por la importancia de su responsabilidad en la difusión de productos culturales, se incluye la actividad de los editores dentro de las actividades características.
- 4.21 Las actividades que tienen que ver con la difusión de los productos producidos en serie presentan una particular dificultad para su clasificación. Los canales de *comercialización al por menor* pueden considerarse como los medios por los cuales un cierto número de productos culturales son puestos a disposición de los “consumidores”: se trata del comercio al por menor y alquiler de libros, publicaciones, discos, CDs etc. También se incluye las ventas de boletas para espectáculos.

- 4.22 No todas se pueden tratar de la misma manera. En la realidad, un cierto número de comercios especializados, en particular los librerías, 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 que estos productos son tratados de la misma manera que cualquier otro tipo de producto de consumo que venden al público.
- 4.23 Por consiguiente, el comercio especializado se tratará como una actividad cultural característica, y su producto (el margen de distribución) será un producto característico, mientras el comercio no especializado no se considerará como característico. El margen que produce se incluirá sin embargo en el gasto pues el gasto se registra a precios de adquisición (véase parag. 7.34.).
- 4.24 Las actividades de las galerías de arte por medio de las que artistas como escultores, pintores, etc. pueden vender su producción constituyen desde luego también una excepción por la importancia del contenido simbólico que se agrega allá, que no se reduce al simple comercio de obras de artes, sino que aporta servicios similares a los de los museos.
- 4.25 Las actividades de exhibición de películas no se consideran dentro de las actividades de distribución sino dentro de la producción ya que es durante el tiempo en el que se accede al servicio que se desprenden los usos simbólicos.
- 4.26 Las agencias de publicidad en cuanto administran los presupuestos de publicidad de las empresas no desarrollan una actividad característica de la cultura. Sin embargo, sus actividades de creación de contenido y material publicitario sí se incluyen en el sector de diseño mientras los productos mismos se clasifican con el soporte correspondiente (editorial, audiovisual).
- 4.27 Debe reiterarse que también se consideran como actividades productivas la producción no autorizada de copias de libros, discos, etc. para la ven-

ta. Sin embargo, la reproducción para el uso personal está por fuera del marco de la producción (véase parag. 3.15.).

- 4.28** La lista de las actividades características de la cultura aparece en el cuadro 4.2. al final del capítulo. Puesto que las clasificaciones de productos son más detalladas que las clasificaciones de actividades, la dificultad previamente enunciada de asignar un producto identificado como cultural a un solo “sector” es amplificada: por ejemplo, la actividad 9000: actividades de arte y entretenimiento y creatividad consta realmente de una gran diversidad de subactividades con producciones típicas tan diversas como *las obras originales de autores, compositores, y otros artistas, excepto las artes escénicas, los pintores y los escultores* (CPC 96330), producto asignado al sector Creación literaria, musical, teatral, etc., *los servicios de producción y presentación de espectáculos para las artes escénicas* (CPC 96220), y *los servicios de interpretación* (CPC 96310), etc. asignados al sector de las artes escénicas, *los servicios de promoción y organización de espectáculos para las artes escénicas* (CPC 96210) y *los servicios de explotación de sitios de operación y salas de espectáculos para las artes escénicas* (CPC 96230) que se consideran como productos conexos, etc. Es decir que sería deseable contar con una mayor desagregación de actividades para poder realmente separar actividades características más puras y asignarlas por sector.
- 4.29** Por definición de los productos característicos, que son aquellos que hacen parte del campo cultural y para los cuales existe interés en seguir sus procesos de producción, el sistema no considera actividades conexas dentro de su campo. Por consiguiente, cuando se trate de medir el impacto de la cultura en una economía por medio de un indicador de PIB y de empleo, se tomarán solo en cuenta las actividades culturales, el PIB y el empleo que generan.
- 4.30** Sin embargo, como se señaló anteriormente, los países que hayan desarrollado clasificaciones más detalladas de productos y actividades asociados con la cultura podrán identificar más actividades características.
- 4.31** Mediciones más sofisticadas y avanzadas podrán ampliar este ámbito para incluir los efectos de la demanda inducida en otros bienes y servi-

cios, y la generación de PIB y empleo correspondiente. Estas mediciones están por fuera del alcance actual de esta recomendación. (Véase parag. 5.54 a 5.58)

4.C.3 Los productos conexos

- 4.32 Los productos conexos incluyen tres subcategorías: los productos conexos propiamente dichos, los productos auxiliares y los productos interdependientes.
- 4.33 Los *productos conexos propiamente dichos* son aquellos productos cuya valor de producción representa poco dentro del valor total de la producción de las actividades (identificas con su código CIIU a 4 dígitos) que los producen de manera típica, pero que sin embargo tienen claramente la característica de ser culturales. Su lista aparece en el cuadro 4.3.
- 4.34 Sin embargo, ciertos países pueden considerar conveniente y posible desagregar la clasificación de actividades, de manera a identificar una subcategoría de productores específicamente orientados hacia la producción de estos productos, en cuyo caso se podrían clasificar como característicos y las actividades que los producen también se clasificarían como características.
- 4.35 Ejemplos de estos los *servicios de arrendamientos con o sin opción de compra de cintas de video discos (CPC 73220)*: muchos países deberían ser capaces de separar los establecimientos dedicados especialmente a estas actividades, aunque la CIIU a 4 dígitos no contempla esta categoría.
- 4.36 Las dos categorías siguientes agrupan productos que si bien son importantes para entender y representar la cultura, los procesos de producción de estos productos no harán parte del campo de la cultura y no se incluirán en el cálculo del valor agregado generado por la cultura. Sin embargo, el gasto en la adquisición de estos productos se incluirá en el gasto cultural (véase capítulo 7 parag. 7.33.).
- 4.37 Los productos llamados *auxiliares*, son productos que de por sí no participan de la generación de contenidos simbólicos, ni sirven de insumos para esta, sino que hacen esta transmisión posible siendo este su uso ex-

clusivo. En este conjunto se incluyen bienes destinados a ser utilizados en la producción o reproducción de productos culturales para su consumo 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 o los proyectores de películas cinematográficas. Por su intermedio, es posible recibir las emisiones de radio y televisión, oír música o ver obras escénicas pregrabadas, y se convierten de una cierta manera en una extensión necesaria del “consumidor”.

- 4.38** La tercera categoría incluye bienes y servicios llamados *interdependientes*. Los bienes y servicios interdependientes abarcan productos, utilizados como insumos o bienes de capital por los productores culturales, que pueden considerarse como “esclavos” de la actividad cultural, es decir que su razón de existir, es exclusivamente o principalmente para servir como insumo o bien de capital para la producción cultural o para apoyar una actividad cultural o crear las condiciones para que sea posible, sin que su propia naturaleza sea de crear, expresar, interpretar, conservar o transmitir contenidos simbólicos.
- 4.39** Esta categoría incluye bienes y servicios de naturaleza bastante variada tales como:
- Bienes como las cámaras de video y fotográficas, que pueden ser utilizados, sea como bien de capital para la producción de productos culturales, por ejemplo por los productores para la televisión, o el cine, sea también para el gasto de consumo final de los hogares que compran estos aparatos para su propio uso y diversión y para “producir” imágenes, películas, etc. También se incluyen otros productos cuyo uso se da casi exclusivamente para desarrollar actividades o prácticas que se incluyen en el campo cultural tales como los instrumentos musicales utilizados tanto por los profesionales como los amateurs;
 - Los *servicios de gestión cultural* que son de dos clases: los prestados por los estamentos del Estado, que regulan, orientan, 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 las asociaciones gremiales. Son servicios principalmente de soporte y los agentes que los producen asumen muchas veces la responsabilidad de organizar, gestionar, financiar manifestaciones culturales diversas. Se refieren también a los servicios ofrecidos por las asociaciones que protegen

grupos especiales como grupos étnicos, y minoritarios, los servicios prestados por organizaciones internacionales que apoyan y promocionan actividades culturales, los servicios prestados por organizaciones gremiales del sector y por las sociedades de gestión de derechos de autor;

- También se agrupan otros bienes y servicios que por su esencia claramente no son culturales, pero cuyo uso depende totalmente de actividades consideradas como culturales. Ejemplos con la tinta para impresión, los CDs vírgenes, los servicios de impresión o los servicios de edición a contrato.

4.40 La lista de estos productos aparece en el cuadro 4.3.

Casos particulares

Edición e impresión de productos impresos

4.41 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 abordaremos los procesos productivos del libro. Las labores propias de la actividad de edición de libros son 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 reimpressiones;
- Asumir los riesgos de estos tirajes y promocionar el título en el mercado;
- Contratar los servicios de preimpresión, 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).

4.42 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 que saldrá a la venta, impreso o en formato digital, es decir el producto reproducido, sea bajo forma de libro, o bajo otra forma transable. Los agentes involucrados en la actividad de edición pueden también vender sus servicios de manera contractual.

4.43 La actividad de impresión consiste en desarrollar los procesos de manufactura para reproducir las copias a partir del título original (que contiene todos los valores aportados por la actividad de edición). Su producto es un servicio que sirve como consumo intermedio (producto conexo) para la actividad productiva de la edición. Las unidades de producción que realizan la actividad de impresión asumen la responsabilidad tan solo de las labores de reproducción que le 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.

4.44 En la nomenclatura de productos CPC Ver. 2.0, a cinco dígitos, ambos tipos de productos se clasifican en subclases distintas. Los productos típicos de la edición (actividad CIU 5811, 5813 o 5819) se incluyen dentro de los bienes industriales (32210, 3229, etc.), y también como servicios cuando se prestan a terceros (89110) mientras el producto típico de la impresión (actividad 1811 y 1812) es siempre un servicio (8912).

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

- 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 más valor agregado genera. 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);

- Establecimientos cuya actividad principal es otra distinta a la edición e impresión para los que la edición de libros es una actividad secundaria. Este caso sucede usualmente en establecimientos dedicados a la enseñanza y formación o en entidades públicas.
- 4.46 En los casos en los que la edición se registra como actividad secundaria de un establecimiento, la producción correspondiente se debe incluir en la cuenta satélite de cultura pero como producción secundaria de un establecimiento perteneciente a otra rama de actividad (externalización de las actividades auxiliares). Sumar esta producción dentro de los productos de edición permite una evaluación más adecuada de los productos obtenidos.
- 4.47 Los productos y actividades de la edición son característicos del campo cultural. Los servicios de impresión son consumidos por la actividad de edición y se consideran conexos. Por su importancia para el análisis de la actividad de edición, se tendrá particular interés en aislar los servicios de impresión. Cuando se describa la matriz oferta se volverá a abordar este tema.

Las artesanías

- 4.48 Una artesanía es un producto realizado predominantemente a mano, o con herramientas o maquinarias relativamente simples, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanía. Dichos objetos cumplen usualmente una función utilitaria, y tienden a adquirir la categoría de obra de arte pues cada objeto es único, y expresa los valores culturales de un contexto social al cual contribuye a caracterizar.
- 4.49 En América Latina, se suele considerar tres categorías de artesanías:

Artesanía indígena

- 4.50 Son bienes útiles, rituales y estéticos, que constituyen la expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas. Son elaborados para satisfacer necesidades simbólicas a la vez que materiales. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el

potencial de cada recurso del entorno geográfico, conocimiento que se transmite de generación en generación.

Artesanía tradicional popular

- 4.51 Son objetos útiles y, al mismo tiempo, estéticos, realizados usualmente en forma anónima por determinada comunidad a partir de materiales, generalmente procedentes de su entorno. Esta actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura de una comunidad determinada. Sus tradiciones provienen de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales de la visión del mundo de los diferentes grupos que se influenciaron, y se siguen influenciando mutuamente.

Artesanía contemporánea o neoartesanía

- 4.52 Son objetos útiles y estéticos en cuyo proceso se sincretizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socioculturales y niveles tecnoeconómicos. Culturalmente, presentan una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y la originalidad de cada pieza.
- 4.53 Estos productos considerados como artesanales son distintos de las manualidades, o de las copias de productos originalmente artesanales pero producidos en gran escala, por procesos crecientemente industrializados de producción en serie. Si los primeros se consideran como productos culturales, y su producción pertenece al campo cultural, no es el caso de los segundos.

4.D. Identificar en la práctica los productos y las actividades características, y los productos conexos

- 4.54 Un primer paso para la elaboración de las Cuentas Satélite de la Cultura es establecer las listas de productos y actividades que van a ser el objeto principal del estudio.

- 4.55 Para esto, es necesario revisar las clasificaciones y las listas propuestas, para establecer si el ámbito de la cultura tal como se propone aquí corresponde al interés o al enfoque que se quiere dar a la Cuenta en el país. Se ha señalado la posibilidad de incluir el deporte o la religión y ciertos países pueden plantear su inclusión. Otros pueden poner en duda la relevancia de incluir como por ejemplo el sector de los juegos y juguetes y estas modificaciones se pueden considerar.
- 4.56 Usualmente, para la elaboración de las Cuentas Nacionales, se habrá hecho un primer trabajo de asignación de los productos y actividades productivas observados por los procesos estadísticos corrientes (encuestas anuales estructurales de industria y de servicios) en las clasificaciones usadas en estas Cuentas, usualmente determinadas por agregación de categorías de la CIIU para actividades, y de la CPC para productos.
- 4.57 Sin embargo, si bien este primer trabajo de clasificación de todos los bienes y servicios y actividades es importante, no puede ser suficiente para la Cuenta Satélite de la Cultura, que requiere de una parte un grado mucho mayor de detalle de las categorías relevantes, con el fin de poder describir realmente los procesos de producción en toda su complejidad, y de otra, reclasificaciones como en el caso de los servicios de imprenta o la producción de artesanías (considerados como característicos de la cultura).
- 4.58 Un trabajo importante consiste en identificar los productos y las actividades en términos de la CPC y de la CIIU propuestos en el marco de la CSC dentro de las clasificaciones existentes, y establecer las agrupaciones, por lo menos en los “sectores” que se han sugerido.
- 4.59 En el caso de las actividades identificadas en la CIIU Rev. 4 a 4 dígitos que pertenecen simultáneamente y de manera parcial a sectores culturales diferentes, como es el caso por ejemplo de la *actividad 9000 actividades de arte y entretenimiento y creatividad*, para elaborar las cuentas por sectores culturales (cuadro 5.1), si no es posible desagregarla en las partes que corresponden a cada sector, se recomienda asignarlas a uno solo de ellos (el que parece predominante en las condiciones locales). Lo mismo ocurre en el caso de los productos: si la clasificación existente no permite identificar productos elementales más detallados que la clasificación CPC a 5 dígitos, los productos se asignarán a un solo sector.

- 4.60** Fuera del marco general de las encuestas a los sectores productivos, es posible que la institucionalidad cultural haya desarrollado estudios específicos en ciertas áreas del ámbito cultural, y es también el momento para tratar de referenciar estos trabajos con las clasificaciones que se propone utilizar en la CSC.
- 4.61** Es particularmente importante tratar de ver si los sistemas de observación estadística existentes permiten identificar todas las actividades y productos que se proponen en el marco conceptual y las dificultades de observación que pueden existir: es el caso por ejemplo de los productos y actividades que pertenecen al sector de la creación literaria, musical, teatral, etc., o si será necesario proceder temporalmente a mediciones indirectas mientras se desarrollan nuevos procedimientos de observación.

CUADRO 4.1
Productos característicos de la cultura

	Sector	Productos	CPC rev 2
1	Creación literaria, musical, teatral etc.	Concesión de licencias para el derecho de uso de obras originales de recreación, literarias o sonoras	73320
1	Creación literaria, musical, teatral, etc.	Obras originales de autores, compositores, y otros artistas, excepto las artes escénicas, los pintores y los escultores	96330
2	Artes escénicas	Servicios de producción y representación de espectáculos para las artes escénicas	96220
2	Artes escénicas	Servicios de interpretación (actores, etc.)	96310
2	Artes escénicas	Servicios prestados por autores, bailarines, compositores, escultores y otros artistas, excepto servicios de interpretación	96320 (P)
3	Artes plásticas y visuales	Pinturas, dibujos y pasteles; grabados, estampas y litografías originales; obras originales de arte escultórico y estatuario, de cualquier material	38961
3	Artes plásticas y visuales	Servicios de retratos fotográficos	83811
3	Artes plásticas y visuales	Servicios de fotografía publicitaria y servicios conexos	83812
3	Artes plásticas y visuales	Servicios de fotografía y videografía de eventos	83813
3	Artes plásticas y visuales	Servicios especializados de fotografía	83814
3	Artes plásticas y visuales	Servicios de restauración, copia y retoque de fotografías	83815
3	Artes plásticas y visuales	Servicios prestados por autores, bailarines, compositores, escultores y otros artistas, excepto servicios de interpretación	96320 (P)
4	Libros y publicaciones	Textos escolares impresos	32210
4	Libros y publicaciones	Libros generales impresos	32220
4	Libros y publicaciones	Libros profesionales, técnicos y universitarios	32291
4	Libros y publicaciones	Libros infantiles impresos	32292
4	Libros y publicaciones	Otros libros impresos	32299
4	Libros y publicaciones	Revistas y publicaciones periódicas impresas diarias	32300
4	Libros y publicaciones	Periódicos y publicaciones periódicas de interés general impresas que no sean diarias	32410
4	Libros y publicaciones	Periódicos y publicaciones periódicas impresas profesionales, de negocios o académicas que no sean diarias	32420
4	Libros y publicaciones	Otros periódicos y publicaciones periódicas impresas profesionales que no sean diarias	32490
4	Libros y publicaciones	Mapas y cartas hidrográficas o similares (incluso mapas de pared, planos topográficos y globos terráqueos), impresos, excepto en forma de libros	32510
4	Libros y publicaciones	Postales ilustradas y tarjetas impresas	32530
4	Libros y publicaciones	Pinturas, diseños, y fotografías impresas	32540
4	Libros y publicaciones	Material de publicidad comercial, catálogos comerciales y artículos análogos	32620
4	Libros y publicaciones	Calendarios impresos y calcomanías	32630
4	Libros y publicaciones	Audilibros en discos, cassetes u otros medios físicos	47691
4	Libros y publicaciones	Discos, cassetes y otros medios físicos con contenidos de texto	47692
4	Libros y publicaciones	Otros discos y cassetes sin contenidos de música	47699
4	Libros y publicaciones	Servicios especializados de comercio al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería	62251
4	Libros y publicaciones	Libros on-line	84311
4	Libros y publicaciones	Revistas y periódicos on-line	84312

CUADRO 4.1

Productos característicos de la cultura / continuación

	Sector	Productos	CPC rev 2
5	Audiovisual	Películas, expuestas o desarrolladas, incorporen o no sonido o con solo el sonido	38950
5	Audiovisual	Películas u otros contenidos de media en discos, casetes u otro tipo de medio físico	47620
5	Audiovisual	Venta de tiempo de publicidad en radio o televisión (excepto a comisión)	83632
5	Audiovisual	Download de películas y otros contenidos de video	84331
5	Audiovisual	Servicios de agencias de noticias a periódicos y revistas	84410
5	Audiovisual	Servicios de agencias de noticias para medios audiovisuales	84420
5	Audiovisual	Originales de broadcast (emisiones) de radio	84611
5	Audiovisual	Originales de broadcast (emisiones) de televisión	84612
5	Audiovisual	Programas de canales de radio	84621
5	Audiovisual	Programas de canales de televisión	84622
5	Audiovisual	Servicios de emisión (broadcasting)	84631
5	Audiovisual	Servicios de distribución de programas a los hogares (paquetes básicos)	84632
5	Audiovisual	Servicios de distribución de programas a los hogares (paquetes discrecionales)	84633
5	Audiovisual	Servicios de distribución de programas a los hogares (pagar por ver)	84634
5	Audiovisual	Servicios de producción de programas de televisión, películas cinematográficas y cintas de video	96121
5	Audiovisual	Servicios de producción y programación de radio	96122
5	Audiovisual	Originales de programas de cine, video, televisión y radio	96123
5	Audiovisual	Servicios de edición audiovisual	96131
5	Audiovisual	Servicios de efectos visuales	96134
5	Audiovisual	Servicios de animación	96135
5	Audiovisual	Servicios de titulación, subtítulo y traducción	96136
5	Audiovisual	Servicios de edición de sonido y de diseño	96137
5	Audiovisual	Otros servicios de postproducción	96139
5	Audiovisual	Servicios de proyección de películas cinematográficas	96151
5	Audiovisual	Servicios de proyección de video	96152
6	Producción y edición musical	Partituras impresas o manuscritas	32520
6	Producción y edición musical	Discos, casetes y otros dispositivos de música grabada	47610
6	Producción y edición musical	Servicios especializados de comercio al por menor de equipos de radio y televisión y discos audio y video y casetes grabados	62242
6	Producción y edición musical	Download de audio de música	84321
6	Producción y edición musical	Servicios de grabación sonora	96111
6	Producción y edición musical	Servicios de grabación en vivo	96112
6	Producción y edición musical	Originales de productos sonoros	96113
7	Diseño	Planos y dibujos de arquitectura o ingeniería y otros planos y dibujos para fines industriales, comerciales y topográficos o fines análogos, originales trazados a mano; textos manuscritos; reproducciones fotográficas y copias carbónicas de dichos artículos	Solo arquitectura 32550 (P)
7	Diseño	Servicios de asesoramiento y prediseño arquitectónicos	83211
7	Diseño	Servicios de diseño arquitectónico/proyectos residenciales	83212
7	Diseño	Servicios de diseño arquitectónico/proyectos no residenciales	83213
7	Diseño	Servicios de diseño arquitectónico/proyectos de restauración	83214 (P)
7	Diseño	Servicios de planificación urbana	83221 (P)
7	Diseño	Servicios de planificación rural	83222 (P)
7	Diseño	Servicios de planeación de proyectos maestros	83223 (P)
	Sector	Productos	CPC rev 2
7	Diseño	Servicios de consultoría de arquitectura paisajista	83231

CUADRO 4.1
Productos característicos de la cultura / continuación

	Sector	Productos	CPC rev 2
7	Diseño	Servicios de arquitectura paisajista	83232
7	Diseño	Servicios de diseño de interiores	83911
7	Diseño	Servicios de diseño industrial	83912
7	Diseño	Otros servicios de diseño especial	83919
7	Diseño	Diseño de originales	83920
8	Juegos y juguetería	Muñecos de figura humana, de animales y otros	38520
8	Juegos y juguetería	Partes y piezas de muñecos	38530
8	Juegos y juguetería	Rompecabezas	38550
8	Juegos y juguetería	Otros juguetes incluyendo instrumentos musicales	38560
8	Juegos y juguetería	Juegos de cartas	38570
	Juegos y juguetería	Servicios de comercio especializado al por menor de juegos y juguetería	62253
9	Patrimonio material	Sellos de correos o timbres fiscales, matasellos postales, sobres de primer día de emisión, sobres postales, colecciones y piezas de interés zoológico, botánico, mineralógico, anatómico, histórico, etnográfico o numismático. Antigüedades	38962
9	Patrimonio material	Servicios de bibliotecas	84510
9	Patrimonio material	Servicios de archivos	84520
9	Patrimonio material	Servicios relacionados con museos excepto lugares y edificios históricos	96411
9	Patrimonio material	Servicios de conservación de lugares y edificios históricos	96412
10	Patrimonio natural	Servicios de reservas naturales	96421
10	Patrimonio natural	Servicios de jardines botánicos y zoológicos	96422
11	Patrimonio inmaterial	Productos artesanales cualquiera que sea su material de base	
12	Formación artística	Servicios de educación cultural	92911
	Todos los sectores	Servicios de investigación y desarrollo experimental en otras humanidades	81229
	Todos los sectores	Servicios interdisciplinarios de investigación y desarrollo experimental	81300
	Todos los sectores	Originales de investigación y desarrollo	81400

CUADRO 4.2

Actividades características de la cultura y productos característicos asociados

Sector		Actividades características		Productos característicos
		CIU REV 4	Descriptiva	CPC rev 2
1	Creación literaria, musical, teatral etc.	7740	Arrendamiento de propiedad intelectual y productos similares excepto derechos de autor	73320
1		9000 (P)	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad	96330
2	Artes escénicas	9000 (P)	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad	96220
2				96310
2				96320 (P)
3	Artes plásticas y visuales	7420	Actividades de fotografía	83811
3				83812
3				83813
3				83814
3				83815
3		9000 (P)	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad	38961
3				Actividades de arte y entretenimiento y creatividad
4	Libros y publicaciones	5811	Publicación de libros	32210
4				32220
4				32291
4				32292
4				32299
4				32510
4				47691
4				47692
4				47699
4				84311
4		5813	Publicación de periódicos, diarios y revistas	32300
4				32410
4				32420
4				32490
4				83631
4				84312
4		5819	Otras publicaciones	32530
4				32540
4				32620
4				32630
4	4761	Venta al por menor de libros, periódicos y otros artículos de papelería	62251	

CUADRO 4.2
Actividades características de la cultura y productos característicos asociados / continuación

Productos característicos	
	Descriptiva
	Concesión de licencias para el derecho de uso de obras originales de recreación, literarias o sonoras
	Obras originales de autores, compositores, y otros artistas, excepto las artes escénicas, los pintores y los escultores
	Servicios de producción y representación de espectáculos para las artes escénicas
	Servicios de interpretación
	Servicios prestados por autores, bailarines, compositores, escultores y otros artistas, excepto servicios de interpretación
	Servicios de retratos fotográficos
	Servicios de fotografía publicitaria y servicios conexos
	Servicios de fotografía y videografía de eventos
	Servicios especializados de fotografía
	Servicios de restauración, copia y retoque de fotografías
	Pinturas, dibujos y pasteles; grabados, estampas y litografías originales; obras originales de arte escultórico y estatuario, de cualquier material;
	Servicios prestados por autores, bailarines, compositores, escultores y otros artistas, excepto servicios de interpretación
	Textos escolares impresos
	Libros generales impresos
	Libros profesionales, técnicos y universitarios
	Libros infantiles impresos
	Otros libros impresos
	Mapas y cartas hidrográficas o similares (incluso mapas de pared, planos topográficos y globos terráqueos), impresos, excepto en forma de libros
	Audiolibros en discos, casetes u otros medios físicos
	Discos, casetes y otros medios físicos con contenidos de texto
	Otros discos y casetes sin contenidos de música
	Libros on-line
	Revistas y publicaciones periódicas impresas diarias
	Periódicos y publicaciones periódicas de interés general impresas que no sean diarias
	Periódicos y publicaciones periódicas impresas profesionales, de negocios o académicas que no sean diarias
	Otros periódicos y publicaciones periódicas impresas profesionales que no sean diarias
	Venta de espacio de publicidad en medios impresos (excepto a comisión)
	Revistas y periódicos on-line
	Postales ilustradas y tarjetas impresas,
	Pinturas, diseños, y fotografías impresas
	Material de publicidad comercial, catálogos comerciales y artículos análogos
	Calendarios impresos y "transfers"
	Servicios especializados de comercio al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería

CUADRO 4.2
Actividades características de la cultura y productos característicos

Sector		Actividades características		Productos característicos
		CIU REV 4	Descriptiva	CPC rev 2
5	Audiovisual	5911	Actividades de producción de películas, videocintas y programas de televisión	38950 (P)
5				47620
5				84331
5				96121 (P)
5				96123
5		5912	Actividades de postproducción de películas, videocintas y programas de televisión	38950 (P)
5				96131
5				96134
5				96135
5				96136
5				96137
5				96139
5		5914	Actividades de proyección de películas	96151
5				96152
5		6010	Difusión de radio	83632 (P)
5				84611
5				84621
5				84631 (P)
5				96122
5		6020	Programación y actividades de transmisión de televisión	83632 (P)
5				84612
5				84622
5				84631 (P)
5				96121 (P)
5		6110	Actividades de telecomunicaciones por cable	84632 (P)
5				84633 (P)
5				84634 (P)
5		6120	Actividades de telecomunicaciones inalámbricas	84632 (P)
5				84633 (P)
5				84634 (P)
5		6130	Actividades de telecomunicaciones por satélite	84632 (P)
5				84633 (P)
5				84634 (P)
5	6391	Actividades de agencias de noticias	84410	
5			84420	

CUADRO 4.2

Actividades características de la cultura y productos característicos / continuación

Productos característicos	
	Descriptiva
	Películas, expuestas o desarrolladas, incorporen o no sonido o con solo el sonido
	Películas u otros contenido de media en discos, casetes u otro tipo de medio físico
	Download de películas y otros contenidos de video
	Servicios de producción de programas de televisión, películas cinematográficas y cintas de video
	Originales de programas de cine, video, televisión y radio
	Películas, expuestas o desarrolladas, incorporen o no sonido o con solo el sonido
	Servicios de edición audiovisual
	Servicios de efectos visuales
	Servicios de animación
	Servicios de titulado, subtítulo y traducción
	Servicios de edición de sonido y de diseño
	Otros servicios de post producción
	Servicios de proyección de películas cinematográficas
	Servicios de proyección de video
	Venta de tiempo de publicidad en radio y televisión (excepto a comisión)
	Originales de broadcast (emisiones) de radio
	Programas de canales de radio
	Servicios de emisión (broadcasting)
	Servicios de producción y programación de radio
	Venta de tiempo de publicidad en radio y televisión (excepto a comisión)
	Originales de broadcast (emisiones) de televisión
	Programas de canales de televisión
	Servicios de emisión (broadcasting)
	Servicios de producción de programas de televisión, películas cinematográficas y cintas de video
	Servicios de distribución de programas a los hogares (paquetes básicos)
	Servicios de distribución de programas a los hogares (paquetes discrecionales)
	Servicios de distribución de programas a los hogares (pagar por ver)
	Servicios de distribución de programas a los hogares (paquetes básicos)
	Servicios de distribución de programas a los hogares (paquetes discrecionales)
	Servicios de distribución de programas a los hogares (pagar por ver)
	Servicios de distribución de programas a los hogares (paquetes básicos)
	Servicios de distribución de programas a los hogares (paquetes discrecionales)
	Servicios de distribución de programas a los hogares (pagar por ver)
	Servicios de agencias de noticias a periódicos y revistas
	Servicios de agencias de noticias para medios audiovisuales

CUADRO 4.2

Actividades características de la cultura y productos característicos

Sector		Actividades características		Productos característicos
		CIU REV 4	Descriptiva	CPC rev 2
6	Producción y edición musical	5920	Actividades de grabación y publicación de grabaciones sonoras	32520
6				47610
6				84321
6				96111
6				96112
6		96113		
6		4762	Ventas al por menor de grabaciones musicales y videográficas en almacenes especializados	62242
7	Diseño	7110 (P)	Actividades de arquitectura e ingeniería; y actividades conexas de asesoramiento técnico	32550(P)
7				83211
7				83212
7				83213
7				83214(P)
7				83221(P)
7				83222(P)
7				83223(P)
				83231
				83232
7		7410	Actividades especializadas de diseño	83911
7				83912
7				83919
7				83920
8	Juegos y juguetería	3240	Fabricación de juegos y juguetes	38520
8				38530
8				38540
8				38550
8				38560
8				38570
8				38590
9	Patrimonio material	9000 (P)	Actividades de arte y entretenimiento y creatividad	38962
9		9101	Actividades de bibliotecas y archivos	84510
9				84520
9		9102	Actividades de museos y preservación de lugares históricos	96411
				96412
10	Patrimonio natural	9103	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques naturales	96421
10				96422
12	Formación artística	8542	Educación cultural	92911
	Todos los sectores	7220 (P)	Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades	81229(P)
				81300(P)
				81400(P)

Productos característicos	
	Descriptiva
	Partituras impresas o manuscritas
	Discos, casetes y otros dispositivos de música grabada
	Download de audio de música
	Servicios de grabación sonora
	Servicios de grabación en vivo
	Originales de productos sonoros
	Servicios especializados de comercio al por menor de equipos de radio y televisión y discos audio y video y casetes grabados
	Planos y dibujos de arquitectura o ingeniería y otros planos y dibujos para fines industriales, comerciales y topográficos o fines análogos, originales trazados a mano; textos manuscritos; reproducciones fotográficas y copias carbónicas de dichos artículo
	Servicios de asesoramiento y prediseño arquitectónicos
	Servicios de diseño arquitectónico para proyectos residenciales
	Servicios de diseño arquitectónico para proyectos no residenciales
	Servicios de diseño arquitectónico para proyectos de restauración
	Servicios de planificación urbana
	Servicios de planificación rural
	Servicios de planeación de proyectos maestros
	Servicios de consultoría de arquitectura paisajista
	Servicios de arquitectura paisajista
	Servicios de diseño de interiores
	Servicios de diseño industrial
	Otros servicios de diseño especial
	Diseño de originales
	Muñecos
	Muñecos de figuras humanas
	Partes de muñecos de figuras humanas
	Rompecabezas
	Otros juguetes como instrumentos musicales
	Juegos de cartas
	Otros juegos (de mesa, didácticos, etc.)
	Sellos de correos o timbres fiscales, matasellos postales, sobres de primer día de emisión, sobres postales, colecciones y piezas de interés zoológico, botánico, mineralógico, anatómico, histórico, etnográfico o numismático, antigüedades
	Servicios de bibliotecas
	Servicios de archivos
	Servicios relacionados con museos excepto lugares y edificios históricos
	Servicios de conservación de lugares y edificios históricos
	Servicios de reservas naturales
	Servicios de jardines botánicos y zoológicos
	Servicios de educación cultural
	Servicios de investigación y desarrollo experimental en otras humanidades
	Servicios interdisciplinarios de investigación y desarrollo experimental
	Originales de investigación y desarrollo

CUADRO 4.3

Productos conexos propiamente dichos, interdependientes o auxiliares

Sector(es) relacionado(s)		Descriptiva productos	CPC REV 2.
Productos conexos propiamente dichos			
2	Artes escénicas	Servicios de reservación para tiquetes de eventos, entretenimiento y servicios de recreación y otros servicios de reservación	85539
5	Audiovisual	Servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de cintas de video y discos	73220
5	Audiovisual	Contenidos de "streaming" video	84332
6	Producción y edición musical	Contenidos de "streaming" audio	84322
7	Diseño	Servicios de diseño y desarrollo de aplicaciones de IT	83141
7	Diseño	Servicios de diseño y desarrollo de redes y sistemas	83142
7	Diseño	Servicios de planificación, creación y colocación de publicidad	83611
7	Diseño	Desarrollo de concepto y diseño de publicidad	83613
7	Diseño	Otros servicios de publicidad	83620
8	Juegos y juguetería	Videojuegos	38580
8	Juegos y juguetería	Juegos en línea	84391
11	Patrimonio inmaterial	Artículos utilizados para carnavales, festividades y otros actividades de entretenamiento	38991
11	Patrimonio inmaterial	Servicios de protección de grupos especiales	95993
12	Gestión cultural	Servicios prestados por organizaciones y entidades extraterritoriales	99000
Varios	Varios sectores	Servicios de reserva para eventos, diversión y otros servicios de recreación	85539

Productos interdependientes

2	Artes escénicas	Micrófonos y sus soportes; altavoces; auriculares (cascos), miniauriculares y conjuntos combinados de micrófono con altavoz; amplificadores eléctricos de audiofrecuencia; equipos amplificadores eléctricos del sonido	47331
2	Artes escénicas	Servicios de promoción y organización de espectáculos para las artes escénicas	96210
2	Artes escénicas	Servicios de explotación de sitios de operación y salas de espectáculos para las artes escénicas	96230
2	Artes escénicas	Otros servicios para las artes escénicas y espectáculos	96290
3	Artes plásticas y visuales	Colores para la pintura artística, la enseñanza y la pintura de rótulos, colores para modificar los matices, colores para esparcimiento y colores análogos	35120
3	Artes plásticas y visuales	Tintas para escribir y para dibujar y otras tintas	35140
3	Artes plásticas y visuales	Placas, películas, papeles, cartulinas y tejidos fotográficos, impresionados pero sin revelar	38941
3	Artes plásticas y visuales	Placas y películas expuestas o desarrolladas, distintas de películas de cine	38942
3	Artes plásticas y visuales	Lentes objetivos para cámaras, proyectores o ampliadoras o reductoras fotográficas	48321
3	Artes plásticas y visuales	Cámaras fotográficas (incluso cinematográficas)	48322

CUADRO 4.3

Productos conexos propiamente dichos, interdependientes o auxiliares / continuación

Sector(es) relacionado(s)		Descriptiva productos	CPC REV 2.
Productos interdependientes			
3	Artes plásticas y visuales	Proyectores cinematográficos, proyectores de dispositivos y otros proyectores de imágenes excepto lectores de microfilms	48323
3	Artes plásticas y visuales	Aparatos fotográficos de "flash", incluso bombillas de "flash"; ampliadoras y reductoras (excepto para cine); aparatos y equipo para laboratorios fotográficos; negatoscopos y pantalla de proyecciones	48324
3	Artes plásticas y visuales	Preparaciones químicas para uso fotográfico, excepto barnices, adhesivos y similares; productos no mezclados para uso fotográfico, presentado en porciones medidas o presentado para su venta al por menor en una forma que sea lista para uso	48341
3	Artes plásticas y visuales	Placas fotográficas y película y película instantánea sensibilizada no expuesta	48342
3	Artes plásticas y visuales	Partes y piezas para los productos de la clase 4832	48353
3	Artes plásticas y visuales	Otros servicios fotográficos	83819
3	Artes plásticas y visuales	Servicios de procesamiento fotográfico	83820
4	Libros y publicaciones	Papel periódico	32121
4	Libros y publicaciones	Papeles y cartones fabricados a mano	32122
4	Libros y publicaciones	Otros papeles y cartones sin revestir, del tipo utilizado para escribir, imprimir u otros usos gráficos, bandas continuas para la fabricación de tarjetas perforadas y papel para cinta perforada	32129
4	Libros y publicaciones	Papeles y cartones mixtos, no revestidos superficialmente ni impregnados	32141
4	Libros y publicaciones	Papeles y cartones revestidos con caolín u otras sustancias inorgánicas	32143
4	Libros y publicaciones	Otros papeles y cartones, guata de celulosa y redes de fibras de celulosa, revestidos, impregnados, cubiertos de plástico, coloreados superficialmente, decorados superficialmente o impresos, en rollos u hojas	32149
4	Libros y publicaciones	Tipos de imprenta, planchas o cilindros preparados para las artes gráficas, piedras litográficas impresas u otros elementos de impresión	32800
4	Libros y publicaciones	Tinta de impresión	35130
4	Libros y publicaciones	Máquinas para encuadernar; máquinas para componer tipos de imprenta y máquinas análogas; máquinas impresoras y máquinas auxiliares de las artes gráficas (excepto máquinas impresoras de offset con alimentación de papel en hojas del tipo de oficina)	44914
4	Libros y publicaciones	Partes y piezas para los productos de la subclase 44914; partes y piezas de máquinas impresoras en offset con alimentación de papel en hojas del tipo de oficina	44922
4	Libros y publicaciones	Máquinas impresoras en offset con alimentación de papel en hojas del tipo de oficina	45150
4	Libros y publicaciones	Servicios de impresión y conexos, a comisión o por contrato	89121
4	Libros y publicaciones	Servicios editoriales, a comisión o por contrato	89110
5	Audiovisual	Cámaras digitales	47125
5	Audiovisual	Aparatos de transmisión que incorporan un aparato de recepción	47211
5	Audiovisual	Aparatos de transmisión que no incorporan un aparato de recepción	47212
5	Audiovisual	Cámaras para televisión	47213
5	Audiovisual	Cámaras de grabación de video	47214
5	Audiovisual	Monitores y proyectores que no incorporan receptores de televisión y que no son utilizados principalmente para sistemas de procesamiento automático de datos	47314
5	Audiovisual	Partes y piezas para los productos de las subclases 47211 a 47213, 47311 a 47313 y 47220	47403
5	Audiovisual	Medios magnéticos no grabados, excepto las tarjetas con una cinta magnética	47530
5	Audiovisual	Medios ópticos no grabados	47540
5	Audiovisual	Dispositivos de almacenamiento no volátiles en estado sólido	47550

CUADRO 4.3
Productos conexos, interdependientes o auxiliares /continuación

Sector(es) relacionado(s)	Descriptiva productos	CPC REV 2.	
Productos interdependientes			
5	Audiovisual	Otros medios de grabación, incluyendo matrices y masters para la producción de discos	47590
5	Audiovisual	Tarjetas con bandas magnéticas	47910
5	Audiovisual	Tarjetas inteligentes	47920
5	Audiovisual	Lentes objetivos para cámaras, proyectores o ampliadoras o reductoras fotográficas	48321
5	Audiovisual	Proyectores cinematográficos, proyectores de diapositivos y otros proyectores de imágenes excepto lectores de microfilms	48323
5	Audiovisual	Partes y piezas para los productos de la clase 4832	48353
5	Audiovisual	Servicios de mantenimientos de equipos y aparatos de radio, televisión comunicación	88234
5	Audiovisual	Servicios de transferencia y duplicación de masters	96132
5	Audiovisual	Servicios de corrección del color y de restauración digital	96133
5	Audiovisual	Servicios de distribución de programas de televisión, películas cinematográficas y cintas de video	96140
6	Producción y edición musical	Pianos y otros instrumentos de teclado con cuerdas	38310
6	Producción y edición musical	Otros instrumentos musicales de cuerda	38320
6	Producción y edición musical	Instrumentos musicales de viento (incluso órganos de tubos, acordeones e instrumentos metálicos de viento)	38330
6	Producción y edición musical	Instrumentos musicales cuyo sonido se produce o debe amplificarse eléctricamente	38340
6	Producción y edición musical	Otros instrumentos musicales (incluso instrumentos de percusión, cajas de música y orquestriones); reclamos; silbatos, cuernos de llamada y otros instrumentos de boca para llamada y señales	38350
6	Producción y edición musical	Partes y accesorios para instrumentos musicales; metrónomos, diapasones y artículos análogos de todas clases	38360
6	Producción y edición musical	Servicios de reproducción de medios grabados con base en un contrato o un anticipo	89122
6	Producción y edición musical	Servicios de grabación sonora	96111
6	Producción y edición musical	Servicios de grabación en vivo	96112
6	Producción y edición musical	Grabación de sonido de originales	96113
12	Gestión cultural	Servicios administrativos de actividad recreativa, cultural y religiosa	91124
12	Gestión cultural	Asociaciones culturales y de recreación (otras que deportivas)	95997
Varios	varios sectores	Otros servicios de soporte (gerencia de derechos y manager)	58999

CUADRO 4.3
Productos conexos, interdependientes o auxiliares/continuación

Sector(es) relacionado(s)	Descriptiva productos	CPC REV 2.	
Productos auxiliares			
4	Audiovisual	Receptor de radio (excepto los utilizados en vehículos) combinados o no con aparatos de grabación o de reproducción de sonido o un reloj	47311
4	Audiovisual	Receptor de radio que no puede utilizarse sin una fuente externa de energía, del tipo de los utilizados en vehículos	47312
4	Audiovisual	Receptores de televisión, que sean o no combinados con receptores de radio, o aparatos de grabación o de reproducción de sonido o video	47313
4	Audiovisual	Aparatos de grabación o de reproducción de sonido	47321
4	Audiovisual	Aparatos de grabación o de reproducción de video	47323
4	Audiovisual	Servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de televisores, radios, grabadores de video y equipo y accesorios conexos	73210
4	Audiovisual	Servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de cintas de video y discos	73220
Varios	Varios sectores	Servicios de arrendamiento con o sin opción de compra de otros artículos n.c.p. (instrumentos, libros, cámaras, etc.)	73290

5 PRODUCCIÓN Y PROCESOS
DE PRODUCCIÓN DE
LOS PRODUCTOS
CARACTERÍSTICOS Y DE LAS
ACTIVIDADES CULTURALES

- 5.1. Dentro de la institucionalidad cultural, hay un gran interés en mostrar que el sector de la cultura no solamente es un área importante a nivel del desarrollo individual de las personas y de la formación de la identidad, y que por lo tanto, podría considerarse como un área de demanda de recursos que siempre requiere financiación y apoyo, sino que también es un área que puede aportar a la generación de ingreso 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 aportado por la cultura. El capítulo 8 tratará del empleo que es también un aspecto importante del aporte de la cultura a la economía.
- 5.2. En este capítulo, después de describir los agentes de la producción del campo cultural, se explicará la forma de las cuentas de producción y sus métodos de valoración y se presentarán las particularidades de ciertas actividades culturales. Finalmente, se discutirá la selección del indicador de Valor Agregado (o PIB) para representar la importancia económica de la cultura, sin desconocer la importancia de mirar sus efectos indirectos e inducidos sobre las demás actividades económicas.

5. A Los agentes de la producción del campo cultural

- 5.3. La noción de actividad económica que se presentó en el capítulo anterior es una noción abstracta: se refiere a un proceso de producción caracteri-

zado por una serie de insumos, bienes de capital, una tecnología, trabajo, y unos productos obtenidos como resultado de este proceso.

- 5.4. En la práctica, las actividades económicas no se pueden observar directamente. Existen dos tipos de unidades estadísticas cuyos procesos productivos son observables y observados por los sistemas estadísticos usualmente existentes: las empresas y los establecimientos. 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 1993 para 5.21.). Los establecimientos son partes de empresas que son más homogéneas que ellas desde el punto de vista de la producción y por este motivo, son las unidades estadísticas que se utilizan en las Cuentas Nacionales cuando se estudia la producción. Por consiguiente, se utilizarán también en la CSC. Sin embargo, todavía pueden presentar heterogeneidad de tal manera que además de su actividad principal, pueden desarrollar otras actividades consideradas como secundarias.
- 5.5. Adicionalmente a establecimientos que proveen su producción a otras unidades económicas por fuera de las empresas, las empresas pueden también incluir actividades auxiliares, que son actividades cuyos productos se suministran exclusivamente a los otros establecimientos de la misma empresa sin que haya oferta por fuera de ella. Por ejemplo, una empresa puede tener una unidad de transporte que solamente transporta productos como apoyo a las otras unidades de la empresa; o un centro de cómputo, cuyos costos se pueden identificar pero que no presta servicios a terceros. Una editorial puede tener su propia imprenta que solamente trabaja para ella sin vender sus servicios a terceros; unidades encargadas del diseño dentro de grandes empresas de muebles, automóviles, etc. pueden solamente ofrecer su producción a otras unidades dentro de la misma empresa. Estas unidades auxiliares cuya producción típica es un producto característico de la cultura también se deberán tomar en cuenta en la CSC.
- 5.6. Las actividades culturales que se han definido en el capítulo anterior pueden desarrollarse, sea en establecimientos cuya actividad principal es una

actividad cultural, sea en establecimientos en los que la actividad cultural que desarrollan es una actividad secundaria o aun como actividad auxiliar dentro de una empresa multiestablecimiento. Todas estas situaciones son de interés para la CSC.

- 5.7. Adicionalmente, y teniendo en cuenta el capítulo anterior, es también importante tratar de establecer si la actividad cultural se desarrolla según el modo de mercado, o de no mercado, pues esto influye sobre los métodos de valoración de la producción y de su oferta (véase parag. 3.21.).
- 5.8. Estos establecimientos pueden constituir o ser parte de entidades más grandes, que pueden tener formas jurídicas y tamaños muy distintos. En ciertas circunstancias, estas formas jurídicas y tamaños podrán también constituir un criterio adicional de clasificación de los establecimientos.
- 5.9. Los tipos de entidades y de estructuras en que se pueden dar actividades culturales consideradas como productivas (en el sentido de las Cuentas Nacionales) son los siguientes:
- Establecimientos que hacen parte de empresas constituidas en sociedad (anónimas, limitadas, sucursales extranjeras) que incluyen más establecimientos. La actividad principal de estos establecimientos puede hacer parte del campo cultural o hacer parte de otros sectores no culturales con una producción secundaria cultural. Es el caso por ejemplo de establecimientos que realizan actividades como la producción cinematográfica, musical, televisiva o editorial, que hacen parte de grandes empresas multinacionales. En algunas de estas empresas se presentan integraciones verticales u horizontales entre las diferentes actividades que desarrollan. Son productores de mercado.
 - Dentro del caso antes mencionado, pueden darse establecimientos auxiliares que producen servicios considerados como culturales exclusivamente a otros establecimientos dentro de la misma empresa: aunque esta producción no se comercializa, el SCN 1993 recomienda considerar esta actividad productiva como actividad de mercado. Dentro del marco central del SCN, no se da un valor económico, ni a la producción de esta actividad, ni al consiguiente consumo intermedio de esa producción por la empresa de que hace parte: en la CSC, se recomienda sin embargo hacer esta estimación para así poder tomar en cuenta el carácter cultural de la producción, su producto y el empleo que genera. Se recuerda que

su efecto es neutro en cuanto al valor agregado global generado por la empresa (se adiciona el mismo valor como producción y como consumo intermedio) pero no es neutro en término del estudio del sector “cultural”.

- Empresas no financieras constituidas o no en sociedad que operan con un solo establecimiento. Es el caso de muchas de las empresas medianas y pequeñas que realizan actividades específicas de las industrias culturales como editoriales, productoras musicales, y otras como galerías de arte, compañías de danza y teatro. Son productores de mercado y usualmente su actividad principal es cultural.
- Numerosos centros docentes, universidades etc., tienen una editorial en la que publican trabajos, ensayos, etc., de sus profesores y alumnos: también tienen a veces pequeños museos en donde se exponen las obras de sus alumnos, y también otras obras de interés para la comunidad. Usualmente, estos constituyen establecimientos separados para los que se tienen aislados ingresos y costos corrientes de producción; sin embargo, existen situaciones en que es imposible separar esta actividad cultural como un establecimiento separado y aparecerá entonces simplemente como una actividad cultural secundaria de estos centros docentes (cuya actividad principal es la educación).
- Establecimientos que operan como si fueran instituciones sin ánimo de lucro que producen servicios culturales para el público en general para los cuales se cobra un derecho de entrada. Pueden ser establecimientos separados dentro de empresas privadas, centros docentes privados o públicos.
 - Si este derecho cubre o es relacionado con los costos generales de producción, son entidades de mercado.
 - Si una parte importante de sus ingresos provienen de aportes privados o públicos, debe analizarse la naturaleza de los aportes públicos que reciben para determinar si se trata de una IPSFLSH que produce principalmente servicios de no mercado, o si se trata de una unidad de producción de mercado que recibe una subvención, en cuyo caso debe tratarse como la categoría anterior.
- Establecimientos no constituidos en sociedad que no tienen necesariamente personería jurídica separada, que son parte del sector gobierno pero que realizan actividades productivas culturales de no mercado. Dentro de estos se encuentran museos, bibliotecas, salas de concierto, teatros, centros de investigación, etc. Son considerados como productores de servicios de no mercado, parte de los gobiernos, nacionales, regionales, departamentales o locales según el caso.

- *Empresas unipersonales.* En este conjunto se incluyen los creadores que producen originales de obras musicales, visuales, literarias, etc. Se incluyen también aquellos artistas que prestan servicios a los establecimientos antes enumerados sin ser empleados de ellos como es a veces el caso de los intérpretes, actores, arquitectos así como los hogares que se dedican de manera independiente a actividades como las artesanías. En muchos países estos productores son considerados como informales es decir que en su gran mayoría, no son legalmente establecidos como empresas y por consiguiente, difíciles de observar por los medios estadísticos tradicionales de observación de servicios que se concentran en unidades formales. En encuesta a hogares, las empresas unipersonales que se incluyen aquí corresponden a las personas que se declaran como trabajadores independientes con ocupación cultural. Son productores de mercado.
- 5.10. Los dos casos que siguen están por fuera del marco de la producción del SCN y no se incluirán en el estudio de la producción cultural:
- Asociaciones culturales financiadas principalmente por las cotizaciones y participaciones voluntarias (en dinero o especie) de sus miembros; pueden no tener el estatuto jurídico de entidad sin ánimo de lucro aunque operan como si lo fueran. Montan espectáculos ante todo para el disfrute de sus miembros, pero también pueden hacer presentaciones públicas pero en un marco restringido de conocidos en que es posible que pidan una participación. No están dentro del marco de la producción del SCN ni de la CSC sino dentro del marco de la producción ampliada.
 - Actividades culturales desarrolladas dentro del seno de colegios, universidades, y en general de centros docentes (teatro, canto, música, etc.): pueden recibir aportes de los inscritos; el centro docente puede también hacer aportes, financiando por ejemplo un profesional del ramo, o prestando las instalaciones físicas para hacer las presentaciones; es posible que hagan de vez en cuando presentaciones en que se pide a los asistentes una participación pero sin que sean realmente presentaciones de tipo público, es decir que su audiencia es restringida: el caso es similar al anterior. No están dentro del marco de la producción del SCN ni de la CSC sino dentro del marco de la producción ampliada.
- 5.11. Finalmente, grupos más o menos permanentes e informales que ofrecen espectáculos a la demanda: cuenteros, grupos de música rock, baladistas, mariachis, serenateros... se considerarán frecuentemente como produc-

tores informales, con una producción esporádica de mercado. Sin embargo, es necesario subrayar que será difícil observarlos por su falta de institucionalidad y permanencia si no es por intermedio de las entidades que contratan sus servicios.

5. B Las cuentas de producción

- 5.12. Las cuentas de producción presentan la valoración de las actividades productivas, e incluyen tanto el valor de su producción por categoría de productos producidos como sus costos directos de producción. Es a partir de las cuentas de producción que es posible establecer, de una parte, el ingreso primario generado en el proceso productivo, y que se distribuye a los agentes involucrados bajo forma de salarios (remuneración al factor trabajo), excedente bruto de explotación (remuneración al factor capital), ingreso mixto (para los que aportan al mismo tiempo trabajo y capital) y la apropiación de la autoridad pública directamente desde el proceso de producción (impuestos a la producción), y de otra parte, las interrelaciones con las otras actividades productivas por medio del consumo de bienes y servicios producidos por ellas.
- 5.13. A diferencia del cuadro central de las Cuentas Nacionales, en que en los cuadros oferta utilización y las cuentas de producción, los agentes económicos que se observan y se presentan son los establecimientos que se agrupan según su actividad principal (las ramas de actividad), las cuentas de producción de la CSC, agruparán y presentarán, de una parte los establecimientos cuya actividad principal es cultural (las ramas de actividad culturales), y de otra, las actividades secundarias culturales de los establecimientos cuya actividad principal es no cultural así como las unidades auxiliares que desarrollan una actividad cultural dentro de establecimientos, que estos sean o no culturales. Los establecimientos y las actividades se agruparán según la clasificación de actividades identificadas como culturales siguiendo la clasificación CIIU rev. 4 y que se propone en el cuadro 4.2. Por ejemplo, en el caso del sector *Libros y publicaciones*, además de los establecimientos pertenecientes a las casas editoriales, se incluirán también los departamentos de edición de los centros docentes, centros de investigación, etc. que se dedican a atender las necesidades editoriales de las entidades a que pertenecen sin tener necesariamente una organización separada.

- 5.14. El beneficio que se deriva de esta presentación, es que permite incluir la totalidad de la producción de los productos característicos, sin importar si corresponden o no a la actividad principal del productor: esto es particularmente importante en el caso de la cultura, pues, como ya se mencionó ampliamente, es frecuente y significativo el caso en que la producción cultural no es la actividad principal de los agentes económicos, como las publicaciones y libros publicados por las universidades u otros centros de investigación, u otras formas de cultura como las artes escénicas, las artes plásticas o la conservación del patrimonio.
- 5.15. Las cuentas de producción de las actividades culturales desarrolladas por establecimientos no culturales deberán estimarse, pues no existe observación directa de todas sus cuentas o por lo menos de sus cuentas completas (si no serían establecimientos separados...). Esta estimación se debe hacer a partir de los pocos datos que se pueden obtener y de la observación de los procesos de producción en los establecimientos pertenecientes a las ramas culturales, partiendo de ciertas hipótesis (tecnologías de productos o de actividades).
- 5.16. Las partidas de estas cuentas son formalmente las mismas que las cuentas de producción del SCN 1993. El valor bruto de producción se registra como un recurso de las actividades, y como usos o empleos²⁰ se registran los consumos intermedios y el consumo de capital fijo (CKF) de estas mismas actividades. El saldo de la cuenta es el valor agregado bruto (VAB) que se obtiene como diferencia entre el valor bruto de producción (VBP) y el valor total del consumo intermedio (CI) o el valor agregado neto (VAN) cuando también se resta el consumo de capital fijo (que corresponde aproximadamente al valor estimado de la pérdida de valor de los activos tangibles e intangibles utilizados en el proceso productivo):

$$\underline{\text{VAB}} = \underline{\text{VBP}} - \underline{\text{CI}}$$

$$\underline{\text{VAN}} = \underline{\text{VBP}} - \underline{\text{CI}} - \underline{\text{CKF}}$$

- 5.17. Es interesante también conocer cómo se hace la repartición del valor agregado entre los diferentes factores de producción, trabajo y capital y

20 El término empleo, en este caso tiene un uso contable.

el gobierno así que se presentará también la cuenta llamada de generación del ingreso primario del SCN que tiene la forma siguiente:

Cuenta de generación del ingreso primario	
Remuneración de los asalariados	Valor agregado (bruto/neto)
Impuestos sobre la producción	
Subvenciones (-)	
Excedente de explotación (bruto/neto)	
/Ingreso mixto	

5.B.1 Sistemas de valoración de la producción

- 5.18. Los contenidos precisos de cada una de las partidas dependen del método de valoración utilizado para la producción y si se toma en cuenta el consumo de capital fijo.
- 5.19. En general, en las Cuentas Nacionales, la producción se registra a *precios básicos* y los usos a *precios de comprador*. El precio básico representa el ingreso efectivo para el productor mientras el precio de comprador es el precio efectivamente pagado por el comprador.
- 5.20. “El *precio básico* es el monto a cobrar por el productor al comprador por una unidad de un bien o servicio producido como producto, menos cualquier impuesto por pagar y más cualquier subvención por cobrar por esa unidad de producto como consecuencia de su producción o venta...”. (SCN 1993 para 6.205). En este sistema de registro, “cualquier impuesto a pagar realmente sobre una unidad de producto se trata como si fuera pagado por el comprador directamente al gobierno, en lugar de integrarse en el precio pagado al productor y recibido por él; a la inversa, cualquier subvención sobre una unidad de producto se trata como si fuera recibida directamente por el comprador y no por el productor”. (SCN 1993 parag. 6.206).
- 5.21. La producción se puede también medir utilizando los *precios de*

productor. “El *precio de productor* es el monto a cobrar por el productor del comprador por una unidad de un bien o servicio producido como producto, menos el IVA u otro impuesto deducible análogo facturado al comprador...” (SCN para 6.205). En el caso de los servicios, el que compra directamente al productor es el consumidor final (por ejemplo, el que asiste a un espectáculo) de suerte que con la valoración de la producción a precios de productor, la única diferencia entre el precio pagado por el consumidor y el registrado en el sistema como ingreso del productor es el IVA y otros impuestos análogos. En este sistema de representación es el productor quien paga los otros impuestos que recaen sobre los productos (con cargo al valor agregado a precios de productor) y es también el que recibe las subvenciones.

- 5.22. El “*precio de comprador* es la cantidad pagada por el comprador, excluido el IVA deducible o impuesto deducible análogo, con el fin de hacerse cargo de una unidad de bien o servicio en el momento y lugar requeridos...” (SCN 1993 parag. 2.215). Este precio no se utiliza para valorar la producción (la oferta) sino solamente para valorar los usos de los bienes y servicios, pues representa el costo para el comprador.
- 5.23. Según el método de valoración utilizado para la producción, el valor agregado será a precios básicos o a precios de productor: la diferencia entre los dos se debe al monto de impuestos y subvenciones a los productos producidos excepto IVA e impuestos análogos, que se encontrará en las partidas de impuestos y subvenciones.

5.B.2 Presentación del formato

- 5.24. Los cuadros 5.1 y 5.2 (al final del capítulo) presentan las cuentas de producción de las actividades características culturales de los sectores culturales y de la cultura en general. Las actividades se desagregan según sean estas de mercado o de no mercado. Incluyen, de una parte los establecimientos cuya actividad principal es cultural y en este caso, se toma en cuenta también sus producciones secundarias, y de otra parte la actividad productiva de los establecimientos que tienen una actividad secundaria o auxiliar cultural, en cuyo caso solo se toma en cuenta su actividad de producción cultural.

- 5.25. La razón de este trato diferencial es que se considera que para los establecimientos pertenecientes a las ramas de actividad culturales, las actividades secundarias son fuentes adicionales pero secundarias de financiación (una cafetería, venta de productos derivados), mientras en el caso de los establecimientos con actividad secundaria o auxiliar cultural, esta tiene muchas veces una función poco importante frente a la actividad principal del establecimiento (centro docente, empresa industrial, comercial o financiera etc.), que es la que le brinda implícitamente su financiación principal.
- 5.26. Adicionalmente, en algunos países, y para ciertos sectores, puede ser relevante separar la producción de mercado formal de la que obtienen los productores informales en particular, porque las fuentes de información son diferentes. Adicionalmente para los productores informales, esta producción se estimará a veces de manera indirecta (consumo por otras actividades culturales productivas como es el caso por ejemplo de artistas, músicos, y otros). En ciertos casos también, podrá ser interesante desagregar las clasificaciones por ramas de actividad para tomar en cuenta la forma jurídica de las empresas a las que pertenecen los establecimientos.
- 5.27. Los establecimientos se clasifican en ramas de actividad de acuerdo a su actividad principal. Cuando se presenta la producción de los establecimientos que pertenecen a las ramas culturales, también se incluyen sus actividades secundarias que pueden, ya sea ser culturales y pertenecer al mismo sector cultural, o ser culturales pero pertenecientes a otro sector cultural, o finalmente ser no cultural. Adicionalmente, en el caso de las cuentas de los sectores (cuadro 5.1), los productos del sector pueden ser producidos también de manera secundaria por otras ramas de actividad cultural pero que pertenecen a otro sector cultural, o por otras ramas de actividad no culturales.
- 5.28. El cuadro 5.3 (al final del capítulo) propone identificar, para cada una de las actividades CIIU pertenecientes a un sector cultural, los establecimientos que la conforman, clasificados por tamaño de empleo determinado por el número de puestos de trabajo permanentes en una fecha determinada (véase capítulo 8). Siguiendo la misma clasificación, este cuadro recoge la producción bruta y el valor agregado bruto de cada una de

estas categorías. Este cuadro debe ayudar a tener una visión más clara de la concentración de la producción, y ser un auxiliar importante en entender el funcionamiento de los diferentes sectores culturales.

5.B.3 El valor agregado

- 5.29. El valor agregado corresponde al valor aportado por cada establecimiento o actividad en la cadena de conformación del valor de los bienes y servicios producidos. El valor terminal de un bien o servicio involucra el valor del trabajo de los distintos agentes económicos y los insumos y capital que lo hicieron posible. El valor agregado de un establecimiento es un valor global que corresponde al proceso productivo global desarrollado en este establecimiento y por consiguiente se refiere al mismo tiempo a su actividad principal y a sus actividades secundarias. El valor agregado no se puede observar directamente, sino que es un saldo contable que resulta de la diferencia entre el valor de la producción y el valor de los insumos de un establecimiento o de una actividad.
- 5.30. El valor agregado de las actividades culturales que se obtiene en las cuentas de producción hace referencia a lo producido por los productores residentes en el país. Abarca no sólo lo que se genera por lo que se consume e invierte dentro del país, sino también el valor agregado generado en las exportaciones, es decir, de la producción nacional que se vende por fuera de la economía de referencia.
- 5.31. El valor agregado permite evaluar la importancia de una actividad económica en una economía y mide el ingreso primario generado por la actividad de producción. El uso del valor agregado asegura que no se generan doble contabilidades que podrían aparecer si se sumaran los valores del total de las producciones pues una parte de la producción de ciertas actividades sirve de insumo para la producción de otros productos por otras actividades.

5.B.4 El consumo intermedio

- 5.32. El consumo intermedio representa los bienes y servicios utilizados como insumos en un proceso de producción. Dentro de los productos que sirven de consumo intermedio para la producción de productos carac-

terísticos es relevante tratar separadamente las diferentes categorías de insumos: los otros productos característicos (que por servir de insumos para producir otros productos característicos se llamarán **productos no terminales**: véase capítulo 7), los productos conexos, sean estos conexos propiamente dichos, auxiliares o interdependientes (véase parag. 4.32. a 4.40. y cuadro 4.3), pues su identificación tendrá importancia cuando se establece el cuadro de gasto, y finalmente los otros insumos.

- 5.33. El estudio del consumo intermedio de ciertas actividades culturales y de su composición por producto puede volverse un instrumento poderoso para conocer el valor de ciertas producciones para las cuales no existe necesariamente información directa: se trata en particular de la producción del sector de la *creación literaria, musical, teatral y otro* o de la producción de otros productores que son productores autónomos (véase parag. 8.12.) que venden su producción a otros sectores como el de las artes escénicas, de los libros y publicaciones, audiovisual o música. Conociendo los insumos de estos productos no terminales por estas actividades, que son usualmente más organizadas, pueden convertirse en una fuente importante para la estimación de la producción de estos productores informales autónomos.
- 5.34. De la misma manera, estas cuentas de producción deben permitir identificar y evaluar la importancia de los productos interdependientes, cuyo análisis se profundizará en el cuadro de oferta-utilización en el capítulo 6.

5. C Casos particulares de valoración

5.C.1 La producción de no mercado

- 5.35. En el caso de la producción de no mercado, por definición, no existe precio de mercado por el cual valorar la producción. Se debe entonces valorar la producción por los costos de producción en que el productor ha incurrido, incluyendo el consumo de capital fijo.

5.C.2 La producción del sector creación literaria, musical, teatral, etc.

- 5.36. La producción del sector creación literaria, musical, teatral, etc., consta

- de dos productos principales: la posición CPC 96330 *Obras originales de autores, compositores, y otros artistas, excepto las artes escénicas, los pintores y los escultores*, y la posición 73320 *Concesión de licencias para el uso de obras originales de recreación, literarias y sonoras*.
- 5.37. El primero de ellos es un activo intangible, que es necesario a la producción del segundo. La inclusión de la producción de originales literarios, musicales, artísticos, cinematográfico dentro del marco de la producción plantea inmediatamente el problema de su valoración. ¿Cuál es el valor económico que se le debe asignar a estos originales, y cuál es su relación con la producción del segundo producto *concesión de licencias*?
- 5.38. El tratamiento que debe darse a la producción de los originales y de las copias en la CSC, debe seguir las recomendaciones del SCN 1993 para su tratamiento (véase SCN 1993 parag. 6.143 a 6.147).
- 5.39. Básicamente, se explica que “la producción de libros, grabaciones, películas, programas de informática, cintas, discos, etc., es un proceso en dos fases, la primera de las cuales es la producción del original y la segunda la producción y uso de copias del original. La producción de la primera fase es el original mismo, sobre el cual puede establecerse la propiedad jurídica o de hecho, mediante el derecho de autor, la patente o el secreto. El valor del original depende de los ingresos efectivos o esperados provenientes de la venta o uso de sus copias en la segunda etapa, que han de cubrir los costos del original así como aquellos en que se incurre al producir las copias”.
- 5.40. Por consiguiente, el original debe considerarse como un activo intangible, que va a utilizarse en procesos futuros de generación de flujos de derechos de autor u otros derechos de uso. Como para todo activo intangible, su valor intrínseco debería estimarse a partir de una estimación del valor presente de los flujos esperados de ingresos brutos que genera para el autor bajo la forma de derechos de autor, derechos de uso, derechos de reproducción, etc.
- 5.41. Como usualmente el productor del original mantiene sus derechos patrimoniales sobre el mismo (puede ceder derechos de reproducción, pero estos hacen parte de la segunda fase del proceso de producción identi-

cada por la SCN), su valor de producción debe registrarse en el momento en que termina (si su producción se extiende sobre más de un periodo contable, en teoría deberían registrarse productos en proceso...), y en teoría por el valor presente del flujo esperado de ingresos. El producto se adiciona al capital fijo del productor. El valor capitalizado de este capital fijo debe depreciarse a medida que se utiliza (consumo de capital fijo igual a la disminución del valor presente de los flujos esperados de ingresos) en la producción de derechos de uso o de copia. El consumo de capital fijo del año correspondiente a este intangible es igual a la disminución del valor capitalizado del flujo de ingresos futuros esperados.

- 5.42. La dificultad es que, a menos que haya normas contables precisas sobre la manera de registrar estos intangibles, (y que adicionalmente, haya información directa de los creadores, lo que es dudoso, salvo en ciertos casos como el cine...) en la mayoría de los casos cuando no hay transacción sobre el original mismo y los derechos patrimoniales que le son asociados, la información disponible solamente se refiere al flujo de ingresos generados (segunda fase) mas no a la producción del activo intangible si no existe transacción sobre este activo. Y por consiguiente, no será posible hacer aunque sea una estimación de estos montos y solamente se registrarán los flujos de renta, mas no la producción del intangible al origen de este proceso.
- 5.43. Si se observa que en la mayoría de los casos, salvo en el de grandes éxitos literarios, discográficos o de cine, la realización de los flujos de los ingresos se da por un monto importante en el primer año, el omitir registrar el activo intangible puede no generar grandes errores. Solamente en el caso de obras para las que se espera un gran éxito, se volvería importante evaluar el intangible producido.
- 5.44. En este caso, para evitar la doble contabilización, el agregado que debería utilizarse es el Valor Agregado Neto o el Producto Interno Neto, pues el uso del intangible en la producción de derechos de autor no aparece como consumo intermedio sino como consumo de capital fijo de la actividad de producción de derechos de autor.

5.C.3 Determinación del valor agregado en el caso de la producción cinematográfica, ciertos proyectos escenográficos y otros

- 5.45. En la producción cinematográfica y en ciertos proyectos escenográficos, 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 (o reciben una remuneración muy baja) ni se les paga honorarios, sino que se consideran como socios del proyecto, y su trabajo se remunera como una proporción de los ingresos netos esperados generados por la taquilla u otras formas de comercialización del producto (Derechos de proyección por TV, derechos de reproducción por DVD, etc.). Es decir que comparten el riesgo del proyecto con el productor de la obra.
- 5.46. En estas circunstancias, se presentan dos dificultades: de una parte, calificar la relación entre el productor y estos otros participantes: son socios y sus ingresos entran en la categoría de ingreso mixto en que se remunera al tiempo el capital aportado y el trabajo, son empleados y su remuneración es parte de la remuneración al trabajo, o aportan un insumo (por ejemplo, su actuación, el procesamiento de los soportes físicos de las obras filmicas) y lo que se les paga hace parte del consumo intermedio (véase capítulo 8). La decisión que se toma incidirá sobre los agregados valor agregado o PIB, y su repartición, así que es necesario que la decisión se tome sobre bases objetivas.
- 5.47. En efecto, pagos considerados como consumos intermedios vendrán en deducción del valor de la producción para el cálculo del valor agregado generado por este proyecto, mientras las remuneraciones a los asalariados y el ingreso mixto son partes del valor agregado generado por este proceso.
- 5.48. A nivel de la asignación del valor agregado por sectores, culturales y no culturales, tratar los pagos como consumos intermedios tiene como efecto establecer una cadena de producción, que se queda dentro del sector en el caso de los artistas, pues estos se consideran como productores de servicios culturales característicos, pero se externaliza en el caso de los servicios insumidos considerados como interdependientes o no culturales.

- 5.49. En el caso de los asociados que aportan también bienes de capital y tecnología (luminotecnia, tratamiento de la película, infraestructura física en que desarrolla la película, etc...). el requerimiento que se les hace versa usualmente sobre el resultado obtenido, mas no sobre la manera de hacerlo: no hay relación de dependencia en su aporte al proyecto. No son realmente parte activa de las decisiones sobre la obra, y se puede considerar que su pago vía participación en los ingresos no tiene implicaciones sobre las orientaciones mismas del proyecto, sino que constituye solamente un procedimiento para diferir en el tiempo la remuneración por los insumos de servicios que han aportado y que deriva por su parte de la combinación de factores de producción: insumos, bienes de capital y trabajo.
- 5.50. Se recomienda en este caso considerar que los servicios prestados son consumos intermedios para la producción de la obra cinematográfica, cuya valoración debería suministrar el productor (este valor muy posible-mente debe figurar por lo menos en un presupuesto proforma de la obra a realizar...).
- 5.51. En el caso de los otros socios que aportan trabajo y que son remunerados por el resultado de la taquilla, se recomienda considerar que económicamente, se está frente a una remuneración al trabajo causada, o un consumo intermedio (si son autónomos, véase capítulo 8) pero cuyo pago ha sido diferido con promesa de reembolso a cargo del producido de la taquilla u otras formas de comercialización del producto.
- 5.52. En un análisis económico integral, sería necesario hacer una estimación de los valores correspondientes de remuneración al trabajo, con el correspondiente registro de un pasivo a favor de estos agentes, el que va amortizándose a medida que el producto se "vende".
- 5.53. Como la CSC se limita por el momento a examinar la producción y los gastos, estos otros elementos de la cuenta que pertenecen a la cuenta financiera no se registran.

5. D La contribución económica de la cultura

- 5.54. La contribución económica de una actividad productiva se mide usual-

- mente por su valor agregado o por el PIB que se genera, (sea en valor bruto o en valor neto), agregados que solamente se diferencian por el monto de impuestos a los productos que le corresponde a la actividad.
- 5.55. El valor agregado de las actividades culturales características o su PIB corresponden al ingreso primario generado por todas las actividades económicas consideradas como características de la cultura, y que han sido presentadas en el cuadro 4.2. Por definición, no incluye las actividades de producción de los productos conexos.
- 5.56. En la representación actual, se dice por ejemplo que 1.000 pesos de producción en cultura producen 600 pesos de valor agregado si la relación VA/producción es de 0,6.
- 5.57. Esta medición es aditiva, es decir que la suma de todos los valores agregados de actividades económicas definidas de tal manera que sean mutuamente exclusivas es igual al total del valor agregado en la economía, y la suma de todos los valores de PIB tiene también esta propiedad. Se puede entonces hablar de manera comparativa de la participación de cada actividad en el Valor Agregado o PIB total y la suma de las participaciones es exactamente igual al 100%.
- 5.58. Ciertos analistas han criticado esta clase de indicadores, aduciendo que no da cuenta de la cadena de efectos indirectos e inducidos generados por la cultura, cuya importancia sería entonces mucho mayor que lo que presentan estos indicadores. Según ellos, si bien 1.000 pesos de producción en cultura producen "directamente" 600 de ingresos primarios, tal como se reporta en los efectos "directos", no debe olvidarse que los 400 pesos restantes (1.000-600) corresponden a bienes o servicios consumidos en el proceso de producción, y que estos también han sido producidos (o importados), es decir que si se tiene en cuenta la cadena de producción, a estos 600 pesos de efectos directos sobre el ingreso primario debería también agregarse el valor agregado en la generación de los 400 pesos de insumos. Ha sido necesario producir estos insumos, y en su producción, se ha generado un ingreso primario, etc.... Es decir, que no solamente la producción cultural (como todo proceso de producción) genera un ingreso primario, representado por su valor agregado (o el PIB generado), sino que existe también una cadena de efectos sobre

las actividades que les suministran insumos, y sobre las que suministran insumos a aquellas, etc., es decir que el efecto se transmite por un efecto de “insumo-producto” a todo el aparato productivo, un efecto que se agota tanto más rápido cuanto más dependientes de insumos importados son las actividades: las pérdidas (*leakages* en inglés). De allí, el interés en el análisis de las cadenas de producción para el análisis económico de la cultura, y el deseo que los agregados que se generen den cuenta de estas relaciones de la cultura con otros productos y actividades.

- 5.59. Un efecto similar puede también estimarse hacia delante: la actividad de producción cultural genera ingresos primarios que son distribuidos a los agentes económicos que participan en ella: estos agentes, principalmente los hogares, pero también el gobierno general y los dueños del capital compran bienes y servicios, cuya producción genera no solo un consumo intermedio, y su cadena de efectos indirectos, sino también unos ingresos primarios, etc....
- 5.60. En otras palabras, los efectos multiplicadores de un aumento de la producción de la cultura son mucho más importantes que los reportados por el cálculo de la contribución directa, y ciertos estiman unos multiplicadores extremadamente elevados en que la relación entre gasto y efectos directos, indirectos e inducidos pueden llegar a más de 3... es decir que efectos directos+indirectos+inducidos representan más de tres veces los efectos directos.
- 5.61. Debe señalarse que hacer los cálculos de los efectos indirectos e inducidos por cualquier sector económico requiere disponer de una gran cantidad de información, no solamente sobre el sector de la cultura, sino sobre todos los productos y procesos de producción de una economía: de una parte, deben conocerse en detalle los consumos intermedios de las actividades culturales, en que se separan los productos producidos nacionalmente de los productos importados (con la desagregación entre valor básico, márgenes de comercialización y transporte, e impuestos a los productos). Esto sin embargo no es suficiente, pues hay que conocer también, con el mismo detalle, los procesos de producción de los insumos de origen nacional de las actividades culturales, y sucesivamente.
- 5.62. En cuanto a los efectos inducidos, para calcularlos, es necesario conocer

los mecanismos de distribución primaria y secundaria de los ingresos y su apropiación por los diferentes agentes económicos, para poder establecer las cadenas de adquisición de bienes y servicios que resultan de estos ingresos incrementales, etc.

- 5.63. Desafortunadamente, porque son complejos y requieren muchos datos reconciliados dentro de marcos como los de las Cuentas Nacionales, frecuentemente estos cálculos son “alegres”, resultan de reglas de tres muy simplificadas que frecuentemente no toman en cuenta las situaciones siguientes:
- Primero, el hecho que, en general, las actividades de servicios tienen un efecto indirecto restringido pues son básicamente actividades de mano de obra, con pocos insumos, y sus insumos son también principalmente servicios, y
 - Segundo, que en muchos de ellos, cuando hay insumos de bienes, (por ejemplo en la producción de libros, discos, etc.) estos insumos son frecuentemente importados, y por consiguiente, la cadena de efectos se va “perdiendo” para la economía nacional;
 - Finalmente, no debe olvidarse que, al tratarse de efectos indirectos e inducidos, estos valores agregados y PIB de las actividades ya no son aditivos, pues recogen el valor agregado generado en la producción de más productos que los que corresponden estrictamente a la cultura, así que la suma de las participaciones de actividades económicas mutuamente exclusivas teniendo en cuenta efectos directos, indirectos e inducidos supera muy ampliamente el 100% del VA (o el PIB) total de la economía.
- 5.64. Es la razón por la cual, el uso de las mediciones indirectas e inducidas no se recomiendan, o solamente pueden representar agregados complementarios.
- 5.65. Antes de cerrar este capítulo, es necesario también recordar que un país con una proporción alta de su valor agregado (o PIB) producido por actividades características de la cultura no tiene necesariamente un nivel elevado de prácticas culturales o de consumo cultural: esto se debe a que el valor agregado no solo se genera sobre producciones destinadas al mercado nacional, sino también sobre exportaciones: un país de iletrados podría tener un valor agregado alto en las actividades de impresión y edición de libros destinados a la exportación. En el otro extremo, poblacio-

nes que no son integradas al mercado pueden tener prácticas culturales fuertemente integradoras sin que se genere valor agregado.

5. E Métodos de estimación

- 5.66.** La elaboración de las cuentas de producción de las actividades culturales es un gran reto, y si se quiere hacer bien, requiere de mucha información y de mucho entendimiento de la manera en que operan los diferentes sectores culturales. No se puede simplemente adaptar los datos que pueden aparecer en las Cuentas Nacionales o en las encuestas estructurales generales, sino que es necesario, para cada uno de los sectores culturales, interrogarse sobre su modo propio de operar y la calidad de su representación en los marcos generales de captura de información.
- 5.67.** Los procedimientos son diferentes, si se trata de una estimación para un año base, en que la evaluación debe hacerse en nivel, y para un año corriente, en que lo que se busca es básicamente desarrollar una estimación del periodo que sea consistente con la estimación realizada en el año o periodo anterior, y la evaluación se hará principalmente en evolución o cambio con relación al periodo anterior.
- 5.68.** En todos los casos, es necesario establecer los directorios básicos de las entidades cuyas cuentas deben incluirse en las cuentas de producción sectorial y total para la cultura, y luego definir estrategias particulares para las diferentes categorías de agentes que son los siguientes:
- a. Los establecimientos de mercado que pertenecen a las ramas de actividad culturales de mercado del sector formal;
 - b. Los establecimientos de no mercado que pertenecen a las ramas de actividad culturales de no mercado del sector formal;
 - c. Las actividades secundarias del sector cultural de establecimientos de mercado (o de no mercado) que no pertenecen a las ramas de actividad culturales del sector de estudio;
 - d. Las actividades auxiliares;
 - e. Los agentes de la producción que pertenecen al sector informal.
- 5.69.** Con excepción de los agentes del sector informal, en que puede ser difícil establecer directorios, por su gran movilidad, así que sus métodos de estimación tendrán que ser diferentes, la creación de directorios de

establecimientos es una operación inicial de una gran importancia para la medición económica, tanto para evaluaciones en nivel como para evaluaciones en evolución. 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, ligadas por ejemplo a las funciones de control de la autoridad pública a todos los niveles, las entidades que atiendan al público y que por lo tanto están obligados a tener permisos de operación, los beneficiarios de transferencias, los listados de impuestos, (en algunos casos, la unidad puede ser la empresa, y habrá que volver a nivel de establecimiento...), las asociaciones profesionales, los gremios, etc. Este trabajo debe realizarse tanto para un cálculo en nivel como en evolución. En un cálculo en evolución, será necesario seguir de cerca los cambios de cobertura debidos a nuevos establecimientos, cierre de establecimientos existentes, fusiones, cambios de razón social, etc.

- 5.70. Estos universos serán las bases muestrales (en caso de observaciones por muestra) o los universos de referencia para reajustar las informaciones (pues siempre son incompletas).
- 5.71. **Los establecimientos de mercado** serán frecuentemente cobijados por las encuestas estructurales de industria y de servicios. Sin embargo, es necesario verificar la relevancia de los procesos de recopilación de los datos y expansiones de cara a las particularidades de las actividades que corresponden al sector: por ejemplo, que los datos correspondientes a los servicios de edición permiten identificar los montos pagados por derechos de autor (lo que puede convertirse en una fuente para identificar dichos derechos como producción del sector de la creación...); que los datos correspondientes a la prensa permiten identificar las ventas de espacio publicitario como un producto diferente de las ventas de los ejemplares; que las actividades de televisión permiten identificar las diferencias entre administradores de canales, y los diferentes tipos de programadores (programas de "consumo" como los noticieros y los programas de variedades, vs. Programas de "inversión" como las telenovelas), etc. Será también necesario establecer cómo se trata la remuneración del trabajo aportado por los diferentes estamentos (véase parag. 5.45. a 5.55.). Deberá también tomarse en cuenta que para un cierto número de actividades (el cine, el montaje de obras de teatro), la unidad "establecimiento" puede

tener una vida efímera, ligada a la vida de la obra correspondiente, y que por consiguiente, los instrumentos corrientes de observación estadística pueden presentar fallas en la cobertura, que será necesario verificar con otras fuentes de información (como permisos por ejemplo...).

- 5.72. La observación de los **establecimientos de no mercado** posiblemente requiere acudir a otros tipos de fuentes, ya sean establecimientos de carácter público, de financiación principalmente pública, o privados. En muchos de los casos, las entidades públicas están sometidas a una vigilancia particular, y deben remitir informes siguiendo un formato preestablecido, o cuyo contenido es fijado pero el modo de presentación es propia a cada entidad. Una vez identificados aquellos establecimientos, o que pertenecen a las ramas de actividad culturales, o que desarrollan una actividad característica cultural a título secundaria o auxiliar, es necesario conseguir los informes que presentan, y posiblemente dar un tratamiento particular a cada uno de estos. En cuanto a las entidades sin ánimo de lucro, en numerosos países también están sometidas a controles particulares. En el caso de los establecimientos de no mercado, frecuentemente se trabajarán la información en nivel, es decir, que se cuenta en teoría con todos los establecimientos y con una información completa. Sin embargo, esta situación debe comprobarse, y la información faltante debe estimarse.
- 5.73. La identificación de los establecimientos que producen productos característicos como producción secundaria o auxiliar puede presentar mayores dificultades todavía, pues se requiere que las estadísticas permitan esta identificación. Inicialmente, es importante tener un cierto conocimiento de las estructuras dentro de las cuales estas producciones se dan, para ir a buscar la información, o incitar a que se produzca: por ejemplo, las universidades usualmente tendrán una editorial para publicar sus libros de textos o sus investigaciones: también será el caso de centros de investigación; los bancos pueden patrocinar galerías de arte, y el investigador tendrá que descubrir cómo se organiza esta actividad y cómo las cuentas económicas de estas instituciones dan cuenta de esto.
- 5.74. Como ya se ha comentado, la cultura es un área en que una gran cantidad de actores pertenecen al ámbito informal, y en que las relaciones de trabajo no siempre está formalizadas, y usualmente tampoco se inscriben en el largo plazo. Esto es cierto, tanto para los "empresarios" que tienen

la iniciativa de los procesos productivos, como de los demás participantes en estos procesos. Las formas de organización no son uniformes, sino que cada sector cultural, y subsectores dentro de cada sector, pueden tener formas de organización preponderantes propias, diferentes de las que se dan en otros sectores: es el caso por ejemplo de las artes escénicas, y todas las actividades ligadas a la radio, la televisión (en que cada proyecto tiene su propia dinámica, y su forma de vincular socios o proveedores de fuerza de trabajo). Es necesario desarrollar de antemano un buen conocimiento descriptivo de la forma como opera la producción en los diferentes sectores, para poder buscar, recopilar e interpretar las informaciones, casi siempre parciales, que se pueden recolectar, y tratar de darles una coherencia analítica. Como ya se señaló, un punto particularmente importante para establecer la cuenta de producción, es determinar si la vinculación al proyecto se da como socio (la remuneración es un ingreso mixto o parte del excedente bruto de explotación), como empleado (la remuneración es una remuneración al trabajo) o como proveedor de un bien o servicio (la remuneración es una compra de servicios, un consumo intermedio).

- 5.75. La estimación de la producción de las entidades informales debe basarse, tanto en una estimación directa, como un porcentaje (estimado) de la oferta del sector formal, como también a partir de elementos de la demanda, sea como demanda final (estimación de las compras de libros o discos "piratas"), sea como consumo intermedio de actividades formales (actores contratados como proveedores independientes, derechos de autores pagados por editoriales o directores de teatro, etc....)
- 5.76. Debe cuidarse de tener un buen seguimiento de los posibles cambios en los métodos de contratación, ya sea por cambios en la legislación que pueden volver obligatorias ciertas modalidades (por ejemplo afiliación obligatoria a sistemas de protección social por parte del empleador) o cambios en los regímenes fiscales que pueden volver algunos métodos de contratación más favorables y que, por consiguiente, pueden llegar a modificar los tratamientos que se habían desarrollado.
- 5.77. Para los establecimientos pertenecientes a las ramas de actividad cultura, no existen, a priori, mayores dificultades en establecer sus cuentas de producción y de generación del ingreso primario, una vez se tiene clari-

dad sobre los tratamientos particulares que se deben dar a los diferentes métodos de vinculación, así como el tratamiento que debe darse a la producción y uso de intangibles bajo la forma de originales literarios, musicales, de teatro, y otros.

- 5.78. Queda por definir cómo asignar costos de producción a las actividades culturales secundarias y auxiliares de establecimientos no culturales o pertenecientes a otros subsectores culturales. La literatura sobre insumo-producto ha intensamente debatido la manera de efectuar tales imputaciones. Una manera sencilla de hacer esta clase de imputación es suponer que la relación entre los costos de producción de las ramas de actividad que producen típicamente un producto y su producto típico, se aplica *ceteris paribus* a las producciones secundarias o auxiliares de las otras ramas de actividad.



CUADRO 5.1
Cuentas de producción por sectores culturales
SECTOR XXX

		CIU xxx			CIU...			Total establecimientos pertenecientes al sector		
		Mercado		No mercado	Mercado		No mercado	Mercado		No mercado
		Formal	Informal		Formal	Informal		Formal	Informal	
Productos característicos del sector										
	p1									
	p2									
	p3									
	Total									
Otros productos característicos de otros sectores										
s1										
s2										
s3										
Total otros sectores										
Total productos culturales característicos										
Productos conexos (prop. dichos)										
Productos auxiliares										
Productos interdependientes										
Otros productos no culturales										
	CPC1									
	CPC2									
Total otros productos no culturales										
Total producción										
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									
Total productos culturales										
Productos conexos (todos)	Producto Con1									
	Producto Con2									
	...									
	Producto Conn									
Otros productos no culturales	Producto CPC1									
	...									
	Producto CPCm									
Total consumo intermedio por producto										
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										

Solo se presenta la producción completa de los establecimientos cuya actividad principal pertenece al sector X
Por consiguiente, solo la producción de los productos característicos de este sector es completa

CUADRO 5.2

Cuenta de producción de la cultura en general

		Sector 1			Sector....	
		Mercado		No mercado	Mercado	
		Formal	Informal		Formal	Informal
Productos característicos del sector						
	p1					
	p2					
	p3					
	<i>Total</i>					
<i>Total productos culturales característicos</i>						
<i>Productos conexos propiamente dichos</i>						
<i>Productos auxiliares</i>						
<i>Productos interdependientes</i>						
Otros productos no culturales						
	CPC1					
	CPC2					
<i>Total otros productos no culturales</i>						
Total producción						
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 interdependientes	Producto CPC1					
	Producto CPC1					
Otros productos no culturales	Producto CPC1					
	Producto CPCm					
Total consumo intermedio por producto						
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						

CUADRO 5.3

Establecimientos culturales por tamaño: número, producción bruta y Valor Agregado Bruto

Establecimientos clasificados por tamaño de empleo (puestos de trabajo permanentes)	CIIU* xxx			CIIU*...
	Mercado		No mercado	Mercado
	Formal	Informal		Formal
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

6 CUADRO OFERTA-UTILIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS CULTURALES

- 6.1. El objetivo del cuadro oferta-utilización (su formato se presenta en el cuadro 6.1, al final del capítulo) es representar la oferta y los usos de los bienes culturales dentro del marco global de una economía. Su propósito es revelar las interrelaciones económicas de la cultura con las demás actividades, incluyendo no solamente 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, etc.
- 6.2. Esta interrelación se manifiesta de diversas maneras: por la producción primero, en que ciertas ramas de actividad no culturales pueden también proveer a título secundario y auxiliar bienes y servicios culturales como se reveló en el cuadro de producción del capítulo anterior. Esta interrelación se manifiesta también por los productos culturales que pueden ser utilizados como insumos por otras ramas productivas no culturales, esto concierne los productos de diseño y de decoración entre otros. También ramas no culturales pueden requerir insumos como por ejemplo revistas o libros técnicos.
- 6.3. Adicionalmente, el cuadro oferta-utilización enfoca los otros usos económicos de los productos que circulan en una economía: consumo por los hogares, formación de capital, etc., no solamente aquellos producidos por residentes, sino también toma en cuenta las importaciones. Si se quiere entender la cultura en toda su extensión, es necesario tomar en cuenta las relaciones con el resto del mundo, que económicamente se manifiestan a través de las importaciones y exportaciones de bienes y servicios así como de transacciones sobre intangibles. Estos cuadros

permiten visualizar el origen y destino de productos culturales y brindan elementos para su análisis, que deben complementarse con datos no monetarios (véase capítulo 9).

6.A Productos y Unidades de Producción

- 6.4. Los cuadros oferta-utilización de la cultura derivan de la representación de la producción y circulación de los bienes y servicios en el SCN 1993 y aplican los mismos conceptos y principios de clasificación. En este sistema, las transacciones relativas a los bienes y servicios se presentan desde dos ópticas: la óptica de los productos que pueden ser bienes, servicios o productos de contenido (ex: libros); y la óptica de las unidades de producción (ex: un establecimiento que edita libros). En este caso, y a diferencia del estudio de la producción (presentado en el capítulo 5), la unidad estadística será el establecimiento, y todos los establecimientos se clasificarán de acuerdo a su actividad principal, sea esta cultural o no cultural, es decir por ramas de actividad.
- 6.5. Los cuadros oferta-utilización son similares a los cuadros que se encuentran en las Cuentas Nacionales en su concepción básica. Solo se diferencian en cuanto a las clasificaciones de productos y actividades que se utilizan. Además, se presentan los productos culturales derivados de las actividades auxiliares, tanto como producto producido por las ramas correspondientes como en los consumos intermedios de las otras ramas; los totales de producción de productos característicos y conexos deben ser iguales a los totales establecidos en el cuadro de producción del capítulo 5.
- 6.6. Estas clasificaciones, no solamente presentan de manera particular los bienes culturales característicos y conexos y las ramas de actividad culturales características, sino que también resaltan las ramas de actividad que consumen bienes y servicios culturales en sus procesos de producción. Los demás productos y ramas se presentan de manera más agregada.
- 6.7. Desde el punto de vista de los productos, en un periodo determinado, la oferta de todo bien, servicio, o productos de contenido cultural o no cultural, la constituyen lo producido por los productores residentes de este país (P) y las importaciones (M). Por definición, si se toma también

como uso el hecho de quedar en las existencias (y como fuente los bienes que provienen de las existencias del periodo anterior), todos estos bienes y servicios tienen un uso en la economía. Algunos de estos 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 final en la economía (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 periodo, 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:

$$P + M = CI + CF + FBKF + X + \Delta E + ANOV \quad (\text{EC 6.1})$$

- 6.8. Al mismo tiempo, y dentro del mismo cuadro, se pueden representar las cuentas de producción de las actividades productivas. De una parte, para cada clase de actividad, se presenta su producción desagregada según los tipos de productos producidos a precios básicos, obteniendo así su producción detallada por productos y el valor total de esta producción. Es posible describir los insumos que se utilizan en estos procesos de producción, también utilizando una clasificación, en que se presentan separadamente productos característicos y productos conexos en sus tres subcategorías de productos conexos propiamente dichos, productos auxiliares, e interdependientes y finalmente otros productos.
- 6.9. En la representación y el análisis oferta-utilización, estas dos representaciones están totalmente integradas: Un solo cuadro matricial integra varias submatrices lo que permite representar la producción desde el punto de vista de los productos obtenidos (en fila) y de las ramas de actividad que los producen (en columna); de la misma manera, para cada uno de los productos, su consumo intermedio es igual al consumo intermedio de los productos por las diferentes ramas de actividad (matriz de consumos intermedios o de absorción).

6.B Oferta y demanda de productos

- 6.10. La oferta de bienes y servicios resultante de la producción de las actividades culturales características ya se ha descrito en el capítulo 5. En el presente cuadro, la presentación va a ser un poco distinta ya que ahora, los productores son estrictamente ramas de actividad agrupadas según su actividad principal. Por consiguiente, las actividades secundarias y auxiliares culturales se asignarán a las ramas de actividad a que pertenecen y su producción aparecerá como productos secundarios o auxiliares de estas ramas de actividad.
- 6.11. Los productos se clasifican en característicos y conexos (con sus subcategorías) agrupados por subsectores, y otros. Si los cuadros se hacen por sector o subsector, los productos característicos de este sector o subsector se pueden presentar con mayor detalle.
- 6.12. Los bienes y servicios tienen un valor monetario diferente según la fase en que se encuentran entre el momento en que se producen y en el que son adquiridos por su utilizador último. Adicionalmente, estos precios pueden mirarse desde diferentes perspectivas: el gasto para el comprador, su desembolso inmediato, el ingreso efectivo para el vendedor (deduciendo los impuestos que debe remitir al Estado), el ingreso aparente para el vendedor (sin deducir los impuestos).
- 6.13. En el análisis de las Cuentas Nacionales, los diferentes precios que se utilizan en la valoración de los flujos son los siguientes: el precio *básico* (PB) cuando los productos salen del proceso de producción (y que corresponde al ingreso neto del productor), el precio *productor* (PP) que se registra al mismo momento pero que representa un ingreso bruto, antes de deducir los impuestos al producto distintos al IVA (IPR) (que los productores tienen que remitir al Estado). En cuanto al precio *comprador* (PC) representa el valor pagado por el que lo adquiere en última instancia, una vez deducida la parte del IVA que no se causa (caso de insumos de los productores o de los bienes destinados a salir del país como exportaciones). En este caso, al precio de productor se agregan el valor aportado por los que los comercializan (márgenes de comercio, (MGC)), los que los transportan (márgenes de transporte, (MGT)) y la parte de los impuestos al valor agregado sobre los productos, (IP) que el comprador no puede deducir.

$$PC = (PB + IPR) + MGT + MGC + IP = PP + MGT + MGC + IP \quad (EC 6.2)$$

- 6.14. Debe señalarse que en el caso de los servicios, la producción y el consumo ocurren en el mismo momento y, en general, no hay márgenes de comercialización ni de transporte. Pueden, sin embargo, existir algunos intermediarios como es el caso por ejemplo de los vendedores de tiquetes de entrada a ciertos espectáculos que se tratarán aparte, ya que trabajan usualmente a comisión.
- 6.15. Los equilibrios oferta-utilización presentan una desagregación de la oferta y la demanda para cada uno de los productos específicos del campo cultural según la ecuación (EC 6.1). En cada uno de los rubros del equilibrio se incluyen los márgenes de comercio y transporte (si se trata de bienes), y los impuestos y subvenciones a los productos, en todos los casos. Se deben establecer para cada uno de los productos que se han identificado como característicos y conexos.
- 6.16. Para los productos no culturales, se deben también transcribir similares equilibrios, deducidos de los cuadros correspondientes de las Cuentas Nacionales, pero de manera agregada.

6.C La submatriz de oferta

- 6.17. La 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. Para cada rama de actividad se presenta el valor total de su producción (a precios básicos), distribuido 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), sumando los valores de producción correspondiente a cada una de las ramas de actividad, se obtiene la producción total del producto.
- 6.18. Adicionalmente, una columna presenta las importaciones (valoradas a

precios CIF) y 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 de nuevo que cuando se trata de servicios, no hay usualmente márgenes de comercialización ni de transporte.

- 6.19. Es necesario destacar el tratamiento de los márgenes de transporte y comercialización en particular de aquellos que se consideran como productos culturales característicos. El Sistema de Cuentas Nacionales utiliza un procedimiento de gran elegancia para representar, al mismo tiempo, la oferta de los bienes a precio 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 (cuadro 6.1.).
- 6.20. Dentro del cuadrante de oferta, la producción de bienes se registra a precios básicos, y las ramas de actividad correspondiente al transporte y al comercio registran dentro de su producción los márgenes brutos de transporte y de comercio.
- 6.21. La columna "márgenes de comercio y transporte" se utiliza para transferir los montos totales de estos márgenes, que aparecen en ella por su monto total con signo negativo 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.
- 6.22. La construcción de estas matrices requiere un trabajo cuidadoso de revisión de las fuentes de información utilizadas. Deben identificarse todos los productos que son considerados como producción (incluyendo la producción de los establecimientos auxiliares). 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 identificando separadamente y en detalle los productos característicos y los conexos.

TABLA 6.1

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

Productos	Ramas	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 que recaen.

6. D La submatriz de utilización

- 6.23. La submatriz de utilización de la CSC se compone de un cuadro de consumos intermedios y otro que abarca las demandas finales. Utiliza una estructura similar a la submatriz de oferta en que los productos aparecen en fila. Adicionalmente, sigue exactamente la misma clasificación que la submatriz de oferta, de manera que se puedan establecer, por fila, la igualdad entre oferta total y utilización total de cada una de las categorías de producto que se han identificado.
- 6.24. 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 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). Sumando en fila, se obtiene el total del consumo intermedio del producto (j) en la economía, mientras sumando en columna, se obtiene el total del valor del consumo intermedio de la rama de actividad (i).
- 6.25. En el cuadro de usos finales aparecen, para cada uno de los productos, las distintas demandas que se causaron en el periodo estudiado: las exportaciones; el consumo final de los hogares y del gobierno; la formación bruta de capital, que se descompone en formación bruta de capital fijo, variación en las existencias y la adquisición menos cesión de objetos valiosos.

- 6.26. Para cada producto, la suma del total del consumo intermedio y de los usos finales da el total de los usos económicos de producto en el periodo, igual al total de la oferta.

**6. E El cuadrante que representa la cuenta de
utilización del ingreso primario**

- 6.27. Es posible complementar este cuadro con la presentación de la cuenta del ingreso primario, y primero establecer el valor agregado de las ramas de actividad.
- 6.28. Por 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.
- 6.29. Se puede observar que el valor agregado de las ramas de actividad culturales difiere del valor agregado de las actividades culturales que se había calculado y presentado en el capítulo 5: en efecto, solo incluye ahora el valor agregado de los establecimientos que pertenecen a las ramas de actividad culturales, y se omite el valor agregado generado por las actividades secundarias y conexas de las ramas no culturales. Por consiguiente, solamente incluye una parte del valor agregado cultural. Sin embargo, su mayor ventaja es que corresponde a una medición que se puede observar, sin necesidad de recurrir a hipótesis de cálculo, como es el caso del valor agregado cultural.
- 6.30. Luego, se presentan también los otros componentes del valor agregado: remuneración a los asalariados, impuestos a la producción netos de las subvenciones, ingreso mixto (consumo de capital fijo) y excedente de explotación. La apropiación del valor agregado entre los dueños del capital (excedente de explotación), empleados (remuneración a los asalariados) y dueños con una función mixta (ingreso mixto) es un elemento importante para complementar la óptica de gastos que se presentará en el capítulo 7. Este elemento se complementará en el capítulo 8.

- 6.31. Este cuadro se debería complementar con indicadores no monetarios para así poder transformar estos valores en número de obras, de títulos, de representaciones, de discos, de películas, de entradas a cine, etc. Estos se presentarán en el capítulo 9.

6. F Visualizar las relaciones con el resto del mundo

- 6.32. Las relaciones con el resto del mundo en términos de exportaciones, pero 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.
- 6.33. El cuadro oferta-utilización permite precisar estas relaciones desde una óptica económica, y estas se pueden presentar con un grado variado de detalles: en una misma línea del cuadro, se presentan los productos producidos nacionalmente, y aquellos que son importados. Para los países que lo estimen necesario, el cuadro oferta-utilización puede también establecerse separadamente para los productos de origen nacional y los que son importados.
- 6.34. Los cuadros 6.2 y 6.3 que se proponen enfocan sobre estas relaciones con el resto del mundo, tanto en cuanto se refiere a productos característicos como a productos conexos.
- 6.35. Existen dificultades estadísticas serias para establecer la magnitud de los flujos de comercio exterior, dificultades que han sido identificadas por la UNESCO en un reciente estudio sobre el comercio exterior de bienes y servicios culturales²¹ para el periodo. Estas dificultades son de varias clases y en particular, tienen que ver con los temas siguientes:
- En primera instancia, frecuentemente, 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 son 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

21 Véase International Flows of Cultural Goods and Services, 1994 – 2003 – UNESCO Institute for Statistics.

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, más no a los derechos de autor e intangibles que le son asociados y 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 representa el país de origen de los contenidos, una variable importante para evaluar la penetración de los contenidos por país; esto es particularmente importante si se tiene en cuenta la creciente deslocalización de la producción en serie de productos tales como los discos, DVDs, libros, juguetes, etc.;
- La identificación del origen cultural de los contenidos también se dificulta, pues muchos creadores residen en países diferentes a su país de origen, o muchas producciones en particular cinematográficas son coproducciones entre socios con diferentes referencias culturales;
- Muchas transacciones, más que todo en productos audiovisuales, tienen lugar entre empresas pertenecientes a un mismo grupo empresarial, y por consiguiente, no quedan registradas o quedan registradas por valores nominales que no corresponden a valores de mercado;
- El desarrollo del comercio electrónico que permite la adquisición de contenidos de música, libros, publicaciones, películas, sin movimiento de soporte físico, que por consiguiente quedan por fuera de los registros aduaneros y de la Balanza de Pagos.

6.36. La conciencia de estas dificultades debe conducir los países a revisar las fuentes de información existentes: Registros aduaneros para los bienes y soportes físicos de intangibles, y registros de Balanza de pagos para los servicios, y explorar posibilidades alternativas: información de los productores, tarjetas de crédito para el comercio electrónico, o estadísticas de accesos a descargas de material por internet, etc.

6.37. Finalmente, debe señalarse que los equilibrios de productos incluyen tanto los productos producidos e importados legalmente como los productos "piratas", ya sean estos de producción nacional, o también aquellos importados de manera fraudulenta. El cuadro no presenta sino los valores de compra y de venta, así que no manifiestan necesariamente la magnitud efectiva del fenómeno en términos de ejemplares vendidos: por esto

necesita ser complementado por indicadores en unidades físicas como por ejemplo número de títulos y número de ejemplares vendidos.

- 6.38. Los cuadros propuestos toman en cuenta los diferentes ajustes a los datos originales que es necesario hacer además de la conversión CIF/FOB para los bienes importados (registrados FOB país de origen en la Balanza de Pagos, pero CIF en las Cuentas Nacionales). Se trata, de una parte, de un ajuste por valuación, para llegar al valor ajustado, para tener en cuenta valores diferentes asignados por contenido, y luego el ajuste por comercio ilegal.
- 6.39. Estos cuadros pueden también ampliarse para tomar en cuenta los diferentes países de origen, pero clasificados según el origen del contenido y no según el origen geográfico de la importación. La diferencia puede ser grande si se toma en cuenta la creciente importancia de Asia en la producción de bienes.

6. G Métodos de compilación

- 6.40. La elaboración del cuadro oferta-utilización se apoya parcialmente en el trabajo desarrollado para elaborar las cuentas de producción. Incluye tanto elementos de demanda como de oferta. Se desarrolla en el mismo proceso, a fin de evitar inconsistencias en las estimaciones de la producción, por no contar con todos los elementos de juicio para evaluar su consistencia.
- 6.41. El cuadro oferta-utilización, se elabora en varias etapas: en una primera, se hace a nivel de cada producto y rama de actividad; luego se cotejan los "equilibrios", con el fin de establecer su consistencia, lo cual puede conducir a revisar el trabajo hecho.
- 6.42. El trabajo se desarrolla diferentemente, si se trata de una estimación en nivel para un año de base, o en evolución para periodos corrientes.
- 6.43. Es necesario definir en primer lugar a qué nivel de agregación se va a realizar el trabajo: si es demasiado agregado, el riesgo es dejar de lado aspectos importantes de los productos y actividades ligados a la cultura, en particular los productos "no terminales" que sirven de insumos para otros

productos que se clasifican en el mismo rubro. Si se realiza a nivel demasiado fino, el riesgo es de no ser capaz de avanzar, por faltar mucha de la información requerida, perderse en los detalles y perder perspectiva.

- 6.44.** Para cada uno de los sectores culturales, es necesario comenzar por agrupar productos a nivel de la CPC.
- 6.45.** Determinadas estas categorías, se recopila la información correspondiente:
- Importaciones y exportaciones: se obtienen de las estadísticas de aduanas para los bienes, o de la Balanza de Pagos para los servicios. Las observaciones hechas (parag. 6.33 a 6.40) deben generar ajustes, que pueden ser muy importantes;
 - Producción: los comentarios del capítulo 5 se aplican integralmente para esta variable;
 - Consumos intermedios: es importante separar los de las ramas de actividad culturales (consumos no terminales) de los de las otras ramas. Si bien los cuadros de insumo producto 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 la CSC, que en su proceso de construcción pueden apartarse de los niveles y agregados de las Cuentas Nacionales;
 - Consumo final de las administraciones; en ciertos subsectores, la intervención de las administraciones públicas, por compras de servicios de mercado o producción y consumo de producciones de no mercado puede ser significativa, y se deben estudiar con cuidado las informaciones de que se puede disponer;
 - Consumo de los hogares (a partir de encuestas de ingresos y gastos), o encuestas especiales sobre hábitos de lectura, de visitas a museos, cines, etc. No debe descartarse el consumo de los visitantes no residentes que en Cuentas Nacionales, a nivel de productos, está también incluido en esta categoría de usos.
- 6.46.** Se trata de establecer el equilibrio en valor entre la oferta (básicamente producción e importaciones) y la demanda. Las diferencias que se observan pueden surgir: de diferencias en métodos de valoración (verificar el tratamiento de los impuestos y subvenciones, de los márgenes de transporte y comercialización (caso de los bienes)); en cobertura; en periodo

de referencia; en falta de información para una variable que se sabe diferente de cero pero para la cual no existe información, etc. Se puede tratar de introducir cantidades físicas para verificar la consistencia de la información utilizada, y es donde los indicadores no monetarios pueden tener alguna importancia.

- 6.47. Los cálculos en años corrientes (evolución) se establecen en general a partir de indicadores de evolución. En el caso de la cultura, estos indicadores serán principalmente en valor, pues la noción de “volumen” que se utiliza en macroeconomía es difícil de establecer.

CUADRO 6.1

Cuadro oferta-utilización de la cultura

Productos		Oferta total a precios de comprador	Márgenes de comercialización y transporte	Impuestos a los productos	Subvenciones a los productos	PRODUCCIÓN INTERNA			
						Oferta a precios básicos	Sector 1	Sector 2	
Sectores	Productos								
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 característicos									
Productos conexos prop. dichos									
Productos auxiliares									
Productos interdependientes									
Otros productos no culturales									
Total general									
		Usos totales a precios de comprador				CONSUMO INTERMEDIO			
						Total a precios de comprador	Sector 1	Sector 2	
Sectores	productos								
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 característicos									
Productos conexos									
Productos auxiliares									
Productos interdependientes									
Otros productos no culturales									
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						

CUADRO 6.2

Importaciones de productos culturales característicos, y conexos

			Importaciones			
			Comercio legal			
			Valor registrado*			Valor ajustado**
Sectores			Importaciones (Valor FOB)	Ajuste CIF/FOB	Importaciones (valor CIF)	Importaciones (Valor FOB)
Sector 1	Productos					
	Producto 1.1					
	Producto 1.2					
	Producto 1.3					
	<i>Total productos característicos</i>					
	Productos conexos propte dichos					
	Productos auxiliares					
	Productos interdependientes					
	Total productos de sector					
Sector 2	Productos					
	Producto 2.1					
	Producto 2.2					
	Producto 2.3					
	<i>Total productos característicos</i>					
	Productos conexos propte dichos					
	Productos auxiliares					
	Productos interdependientes					
	Total productos de sector					
Sector 3	Productos					
	Producto 3.1					
	Producto 3.2					
	Producto 3.3					
	<i>Total productos característicos</i>					
	Productos conexos propte dichos					
	Productos auxiliares					
	Productos interdependientes					
	Total productos de sector					
.....						
	Total general					
	Total productos característicos					
	Total productos conexos propte dichos					
	Total productos auxiliares					
	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 6.3

Exportaciones de productos culturales característicos, y conexos

		Exportaciones	
		Comercio legal	
Sectores	Productos	Valor registrado*	Valor ajustado**
		Exportaciones (Valor FOB)	Exportaciones (Valor FOB)
Sector 1			
	Producto 1.1		
	Producto 1.2		
	Producto 1.3		
<i>Total productos característicos</i>			
	Productos conexos propte dichos		
	Productos auxiliares		
	Productos interdependientes		
Total productos de sector			
Sector 2			
	Producto 2.1		
	Producto 2.2		
	Producto 2.3		
<i>Total productos característicos</i>			
	Productos conexos propte dichos		
	Productos auxiliares		
	Productos interdependientes		
Total productos de sector			
Sector 3			
	Producto 3.1		
	Producto 3.2		
	Producto 3.3		
<i>Total productos característicos</i>			
	Productos conexos propte dichos		
	Productos auxiliares		
	Productos interdependientes		
Total productos de sector			
.....			
Total general			
	Total productos característicos		
	Total productos conexos propte dichos		
	Total productos auxiliares		
	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 el 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

7

ANÁLISIS DEL GASTO Y DE
LA FINANCIACIÓN DEL GASTO
EN EL CAMPO CULTURAL

- 7.1. En el capítulo 5, la cultura se miraba desde el punto de vista de las actividades productivas involucradas en la “producción” de productos culturales: se presentaban los agentes productores, calificados de diferentes maneras, de acuerdo con las industrias a que pertenecían, la organización de su producción (formal/informal), (mercado/no mercado), y se establecían sus costos de producción y el valor agregado generado. Este valor agregado se considera como un agregado interesante para medir la importancia económica de la cultura en un país desde una óptica de la producción. Sin embargo, 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 su desarrollo: como ya se señaló, se podría dar el caso de una economía en que se editan libros, se hacen películas, todas exportadas, generan empleo e ingreso, pero sin ningún efecto sobre el consumo y desarrollo cultural de su población.
- 7.2. Por esta razón, el presente capítulo quiere enfocar la relación entre economía y cultura desde el punto de vista del gasto de los agentes residentes. Esta óptica es complementaria a la óptica de producción. Ahora, lo que se quiere medir es el gasto total de los residentes (y 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 financia la

cultura? Quiénes, dentro de los hogares se benefician y en cuánto, cuáles son los “productos” en que el gasto es mayor, etc.

- 7.3. Para desarrollar este análisis, es necesario en primer lugar establecer la definición de gasto en cultura que se va a utilizar en un país.
- 7.4. El gasto en cultura no solamente va a incluir los gastos para la adquisición de bienes y servicios culturales (en sentido estricto de los productos característicos o más ampliamente, incluyendo ahora los productos conexos de los tres tipos mencionados (parag. 4.32. a 4.48.) excluidos del análisis desde la óptica de la producción) sino también un cierto número de otros gastos 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.
- 7.5. El gasto en cultura en un sector cultural determinado y para la cultura en general va a incluir las categorías siguientes:
 - (a) El gasto establecido según el principio del beneficiario (véase sección 7. B.2), por los diferentes agentes económicos, de los bienes y servicios característicos y conexos que figuran en las listas que se han presentado (véase cuadros 4.1. y 4.3). Estos bienes y servicios pueden ser de origen nacional o importado y 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 no incluidos en la categoría anterior, es decir que no son ni característicos ni conexos. Este gasto puede por ejemplo referirse a construcciones y edificaciones, equipo, material de oficina, material de transporte, tierras, terrenos, etc.;
 - (c) Las adquisiciones específicas necesarias a las prácticas culturales por agentes que no son productores característicos, que no corresponden ni a productos característicos ni a productos conexos, tales como por ejemplo el vestuario para representaciones teatrales;
 - (d) Los gastos realizados (o la renunciación 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) a (c).

- 7.6. No se incluyen los gastos colaterales (externalidades) asociados por los hogares con un consumo cultural, como por ejemplo, el pago asociado con el transporte para ir a un espectáculo, y en general el consumo de bienes y servicios no culturales (transporte, restaurantes, consumo de alimentos, etc.), 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 pertenecientes a otros sectores culturales (como CDs, juguetes, etc.) en los almacenes de los teatros, museos, etc., aun si representan una producción secundaria del mismo productor del producto cultural y una fuente adicional de ingresos. Estos serán excluidos del gasto cultural.

7. A. Los principios generales de la cuenta de gasto

- 7.7. El objetivo de la cuenta de gasto es mostrar cuál es el gasto en cultura, quiénes son los beneficiarios últimos de este gasto, y quién está pagando por este gasto. Dentro de esta perspectiva, el beneficiario será el que “disfruta” del producto cultural: el que compra el libro, el que ve el espectáculo de teatro, música, o danza, el televidente, etc. La unidad de financiación será el que paga para que el beneficiario pueda recibir el valor total asignado a este gasto. El valor utilizado para registrar el “disfrute” será el precio de comprador para los productos de mercado, el precio de costo para los productos de no mercado.
- 7.8. Esta perspectiva es diferente de la que se utiliza en las Cuentas Nacionales y esta diferencia se discute en la sección 7.B.
- 7.9. 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 ofrecido (libro, disco, CD, cuadro, etc.).

- 7.10. Otras veces, quienes adquieren o se benefician de los productos no son necesariamente quienes realizan la totalidad de los gastos correspondientes al valor que el productor registra como ingreso de la producción. Esto sucede en los servicios ofrecidos gratuitamente como los eventos culturales públicos, las bibliotecas, etc.; los servicios en donde los precios cobrados no son económicamente significativos como los museos; productos cuyos mercados presentan particularidades tales como las artes escénicas o el cine; o productos como los servicios provistos por los programadores de televisión donde la mal llamada inversión publicitaria²² 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).
- 7.11. Los cuadros para describir las cuentas satélites de tipo funcional se construyen a partir de los conceptos utilizados por el SCN 1993: hay diferentes categorías de productos que conforman el campo cultural en cuanto a su uso económico: hay productos de los que disfrutan los hogares, hay productos incorporados por procesos de transformación en otros productos, culturales o no, hay bienes de capital y hay objetos valiosos. Los productos pueden ser de no mercado o de mercado, y esto también es una característica importante para determinar quiénes pagan por ellos así como el sistema utilizado para valorarlos.
- 7.12. La financiación se da también por diferentes mecanismos: compra directa por los hogares, compra efectiva o adquisición “ficticia” por las administraciones públicas y las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares para ser distribuidas gratuitamente (o casi gratuitamente) a los hogares, producción por las mismas entidades de gobierno, compras por los productores como consumo intermedio o bien de capital o como “inversión publicitaria”, financiación vía transferencias, subvenciones o préstamos, etc.
- 7.13. En la elaboración del cuadro de gasto, se debe tener cuidado de no incurrir en duplicaciones. Se pueden presentar en varias circunstancias: por ejemplo cuando unos productos culturales característicos o conexos (en particular los interdependientes) se utilizan para la producción de otros

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

productos culturales, como es el caso de los servicios de actuación que sirven de insumos para la producción de espectáculos. En el cuadro de gasto, estos productos consumidos se tratarán separadamente como productos “no terminales”.

- 7.14. Una dificultad surge cuando un producto correspondiente a un sector cultural es utilizado por otro sector cultural como consumo intermedio: a nivel del sector en que se origina la producción, parece un producto terminal; sin embargo, para el sector consumidor su valor participa del producto obtenido. Pero es un producto no terminal para la cultura en general: es el caso de la actuación que es un producto del sector de las artes escénicas (producto aparentemente terminal para este sector) que es un insumo de la producción cinematográfica. Por este motivo, será necesario identificar esta particularidad en el cuadro de gasto, con el fin de efectuar “limpiamente” la consolidación de la cultura a nivel general y eliminar todos los consumos intermedios internos a un sector o a la cultura en general.
- 7.15. Los valores de los consumos no terminales dentro de un mismo sector, y entre sectores se derivan de los consumos intermedios observados en las cuentas de producción presentadas en el capítulo 5 (cuadros 5.1. y 5.2.), en las que los consumos intermedios de las actividades características en productos culturales característicos y conexos se identifican separadamente.
- 7.16. El caso de los bienes de capital es más complejo. El análisis económico y el registro de los costos de producción toman en cuenta el uso de los bienes de capital dentro de los procesos de producción, utilizando la partida de “Consumo de capital fijo”. Sin embargo, la producción y adquisición del bien de capital se da en un periodo anual determinado, mientras su uso y el registro económico de su uso se reparten durante toda su vida útil que se extiende por definición más allá de este periodo. Con el fin de tomar en cuenta el gasto en bienes de capital en el momento en que se hace, pues es un elemento de política importante, se registrará el gasto en formación de capital en el momento en que se realiza la inversión, sin tratar de corregir la posible duplicación en el futuro generado por la inclusión del consumo de capital fijo dentro del valor del producto obtenido (vía los costos de producción).

- 7.17. Sin embargo, en el caso por ejemplo de los originales y las copias, el valor intrínseco del original (valor de producción de un activo intangible), es igual al flujo esperado de ingresos generados (véase parag. 5.41. y 5.42.). Estos ingresos frecuentemente se materializan en su mayor parte durante el primer periodo (caso de los originales de las películas cinematográficas, las telenovelas, los discos de música de variedad, pero también los originales de libros). De registrarse en un mismo periodo o en periodos muy vecinos de una parte la producción y gasto en el intangible, y el flujo de servicios derivados conduciría a una duplicación. En estos casos, se recomienda medir los activos intangibles producidos no financieros utilizando el valor neto del consumo de capital fijo del mismo periodo (que en muchos casos resultará en un valor cercano a cero).
- 7.18. En cuanto a los financiamientos que se dan por transferencias, el sistema será cuidadoso en evitar las duplicaciones: estas pueden ocurrir en el caso de las producciones de no mercado, en que, de una parte, la entidad productora del servicio hace una transferencia implícita del valor de la producción a los usuarios (espectadores, visitantes de un museo, etc.) pero por otra parte, recibe una transferencia u otro tipo de aporte del gobierno para su funcionamiento.
- 7.19. 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) para los que se benefician del gasto, es decir que en todas las líneas del cuadro de gasto, la suma de las financiaciones del mismo gasto provistas por los diferentes agentes es siempre igual a la suma total del gasto por los diferentes usuarios o beneficiarios del mismo.
- 7.20. Inicialmente, se recomienda establecer el cuadro de gasto para cada uno de los sectores de la cultura que se han determinado. Sin embargo, según las necesidades, el cuadro de gasto se puede también establecer en un nivel de detalle superior (subsector). Adicionalmente, se podrán establecer cuadros de gasto por categorías de unidades de financiación, con un mayor detalle en términos de los medios de financiación utilizados con el fin de poder comparar los métodos de financiación y los sectores culturales favorecidos.

TABLA 7.1

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 y esta financiación aparecerá en el cuadro de financiación del sistema (véase ejemplo 1)

..

7.21. Las clasificaciones de agentes utilizadas son derivadas de las clasificaciones institucionales de las Cuentas Nacionales.

7. B Determinación de los beneficiarios

7.22. Los beneficiarios se van a determinar según el llamado principio del beneficiario y no según el principio de la compra ni el de adquisición que son los principios que se utilizan en el marco central de las Cuentas Nacionales, y en las cuentas de producción y de oferta-utilización presentadas en los capítulos anteriores.

7.B.1 El principio de adquisición

7.23. Registrar a los hogares como beneficiarios de la cultura solamente en el caso de aquellos bienes y servicios por los que pagan es demasiado restrictivo: existen muchas manifestaciones culturales que disfrutan los hogares y para las cuales se pueden designar como beneficiarios de las mismas, tales como las manifestaciones callejeras financiadas por las autoridades (o por el sector privado) o la televisión abierta, o espectáculos en que los

TABLA 7.2

Siguiendo el ejemplo anterior, en el cuadro de gasto, se tiene:

Consumo final efectivo de los hogares en productos característicos de no mercado		100
Usuarios/beneficiarios	Columna hogares	100
Unidades de financiación	Columna hogares	10
	Columna gobierno	90

hogares no pagan, o pagan precios muy por debajo de su valor.

- 7.24.** A diferencia de las versiones anteriores, el SCN 1993²³ toma en cuenta parcialmente esta situación por medio de la utilización del principio de adquisición para registrar el consumo final de los hogares. Las adquisiciones de bienes y servicios por una unidad no solo incluyen aquellos que se adquieren por medio de su compra directa, sino que, en el caso de los hogares, debe también agregarse el valor de los bienes y servicios recibidos sin contrapartida como transferencia social en especie.
- 7.25.** Las *transferencias sociales en especie* son transacciones que solo concierne a los hogares como beneficiarios de las mismas. Su valor se establece a partir del valor de los servicios individuales de no mercado producidos por los establecimientos pertenecientes a los sectores institucionales gobierno general (administraciones públicas) e 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, etc. que son producidos como productos de no mercado (venta eventual a un precio no económicamente significativo (véase Sección III/C). 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 gratuitamente o a precios simbólicos a la población (espectáculos callejeros frecuentemente financiados por administraciones

23 SCN93 parag. 9.32. a 9.34.

públicas locales...).

- 7.26. 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 cual la autoridad pública (o la IPSFLSH) transfiere conceptualmente un ingreso (la transferencia) y el gasto correspondiente a los hogares que se benefician efectivamente del gasto por medio del establecimiento o la entidad que presta el servicio.
- 7.27. Esto obviamente concierne principalmente a los hogares, y como contrapartida a los establecimientos de producción de servicios culturales de no mercado de las entidades de gobierno y entidades privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares.
- 7.28. Según este principio, en el cuadro de gasto, el valor de los servicios de no mercado producidos (o comprados) por las entidades culturales públicas y privadas que el sistema de Cuentas Nacionales considera en primera instancia como “consumidos” por la misma entidad que los produce o adquiridos por la administración como consumo final, serán atribuidos a los hogares que asistan a estos espectáculos que son considerados como los que adquieren estos servicios, que el sistema de representación les transfiere por medio de las llamadas transferencias sociales en especie.

7.B.2 El principio del beneficiario

- 7.29. El principio de adquisición que se aplica en las Cuentas Nacionales para los gastos realizados por las Instituciones Privadas sin Fines de Lucro que sirven a los hogares y las entidades de las administraciones públicas, que benefician a los hogares, se extenderá en la Cuenta de Gasto de la Cuenta Satélite de la Cultura, en lo que llamaremos principio del beneficiario, a dos áreas especiales:
- Las entidades, cualquiera que sea su naturaleza (pueden ser productores del sector privado) que contratan algún tipo de espectáculo para sus empleados (para fiestas de fin de año o celebraciones especiales, etc.) o para la población en general (desfiles, animaciones callejeras, etc.) aparecerán como **financiando** una adquisición de bienes y servicios culturales por parte de sus empleados o de los que asistan

a los espectáculos los que aparecerán como beneficiarios;

- Los hogares que escuchan el radio, miran la televisión, se considerarán como “beneficiarios” de las emisiones de radio y televisión por ser los que disfrutan de estas emisiones que son “compradas” por las empresas que pautan, tal como se explica en la tabla 7.3. (Veáse pág. 152).

7.30. Como consecuencia, debe señalarse que en el cuadro de gasto de la CSC, la clasificación de los gastos va a ser diferente de la clasificación por uso económico que se utiliza en el cuadro oferta-utilización presentado en el capítulo 6: en los ejemplos antes enunciados, los gastos de las empresas clasificados como consumos intermedios según los principios del SCN⁹³ y aplicados en el cuadro oferta-utilización se consideran como financiación de un gasto asignado como consumo final a los hogares. Habrá también otras diferencias, en particular con el tratamiento de las tasas diferenciales de impuestos y de las deducciones (véase capítulo 7 Anexo 1).

7.B.3 Clasificación de los beneficiarios

7.31. El sistema identifica como usuarios/beneficiarios a las categorías siguientes:

- Los hogares (en su función de consumidor)
- Ramas de actividad culturales de mercado (incluye los hogares en su función de productor)
- Ramas de actividad culturales de no mercado
- Las administraciones públicas (como consumidor colectivo)
- Los demás agentes residentes
- El resto del mundo.

7. C Determinación de las unidades de financiación

7.32. De la misma manera, el sistema identifica como unidades de financiación a las categorías siguientes:

- Las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares (IPSFLSH)
- Las administraciones públicas (y sus subsectores)
- centrales
- regionales

- locales
- Los hogares (en su función de consumidor)
- Los demás agentes residentes
- El resto del mundo.

7.D Las categorías de operaciones del cuadro de gasto

- 7.33. Inicialmente, para cada "sector" cultural, las transacciones económicas de gasto que le pertenecen se agruparán, en líneas, en las 4 categorías que se han establecido en el parag. 7.5., es decir:
- (a) El gasto (principio del beneficiario) en la adquisición, por los diferentes agentes económicos, de los bienes y servicios característicos y conexos pertenecientes a este sector cultural;
 - (b) El gasto en otros bienes de capital por las actividades características culturales y que no están incluidos en la categoría anterior;
 - (c) Las adquisiciones (principio del beneficiario) específicas en productos no característicos ni conexos que son requeridos para las prácticas culturales de no productores que se asocian a un sector cultural determinado; por ejemplo las compras de vestuario por un grupo de teatro amateur;
 - (d) Los gastos realizados (o la renunciación a ingresos como en el caso de las exenciones de impuestos) por parte de los agentes económicos para sustentar las actividades culturales que pertenecen al sector cultural de referencia y que no son contrapartida o financiación de las adquisiciones anteriores.
- 7.34. Es importante señalar que en este sistema, las compras, adquisiciones, ventas, etc., se valoran utilizando el principio del beneficiario y el precio es el precio efectivo de la transacción para las transacciones de mercado, el precio de costo para las transacciones de no mercado. Como consecuencia, y a diferencia del tratamiento de los productos de no mercado ilustrado en las tablas 7.1 y 7.2, en el caso de los productos de mercado, las subvenciones otorgadas a los productores se tratan en la rúbrica "transferencia" y no en la línea del producto correspondiente pues el gasto de los hogares se registra por el precio pagado por ellos (precio de mercado), que es un precio "subsidiado" (esto se ilustra en la tabla 7.4).
- 7.35. El detalle utilizado en la identificación de los productos depende de las fuentes de información que pueden existir en cada país: Se presentaron

TABLA 7.3

Consumo de servicios televisivos financiados por la publicidad

El caso de los medios televisivos y de radio, (que también puede aplicarse parcialmente al caso de la prensa y publicaciones periódicas) es algo complejo y requiere de una mayor explicación.

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 cerrada) 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.

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 por los televidentes (abonos) o los aportes de los gobiernos. En el caso de las revistas, los periódicos u otras publicaciones periódicos comerciales, los ingresos que reciben los establecimientos productores no solo provienen de la venta de los ejemplares sino (y más que todo) de la venta de espacio para publicidad y anuncios limitados y a veces también de una subvención del gobierno a la prensa escrita.

Los canales a su vez utilizan estos recursos para comprar a programadoras de televisión programas que producen ellas mismas, o adquieren de otros productores nacionales o internacionales. Pueden también comprar derechos de transmisión de películas, de espectáculos deportivos o culturales como conciertos, representaciones teatrales u 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), también compran a productores 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 también incluye el tiempo de antena para que sean presentados en el tiempo asignado para esto.

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.

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*, de una parte, mandan a elaborar los anuncios publicitarios, y por esto contratan los servicios de creativos por un monto de 200, y de otra, compran tiempo de antena de las programadoras, por 900. (la diferencia con el monto que reciben es su margen);
- *Las programadoras* reciben, de una parte, 100 de los televidentes, y de otra parte 900 por venta de tiempo de antena. A su vez, gastan 950 en compras de programas de entretenimiento de todo tipo, incluyendo deportes, pagos de derecho de transmisión de películas, emisiones de diversión, etc.

- *Los productores de programas y creativos:* reciben en total por ventas 950 (de las programadoras y producen un producto que es un programa de televisión) y 200 a pautaadores comprados por intermedio de las agencias de publicidad y que son los cortes de publicidad.
- *Los hogares:* Adquieren realmente dos productos: de una parte, los programas de televisión, para los que pagan 100, y reciben 900 “comprados” por su beneficio por los pautaadores; de otra parte, mensajes publicitarios que ellos no pagan pero que valen 200.

La representación contable simplificada es la siguiente:

Empresa privada		Publicista	
Compra publicidad	1.200	Compra mensajes	200
		Compra tiempo antena	900
			Venta publicidad 1.200
Productores programas		Programadoras	
Mensajes	200	Otros programas	950
Otros programas	950		Pago hogares 100
			Venta tiempo antena 900
Hogares			
Pago programadoras	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 gastos.

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

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

Los eventuales aportes del gobierno se tratarán como subvenciones.

listas de productos característicos y conexos para cada uno de los sectores (cuadros 4.1 y 4.3). Tal vez, no sea posible llegar a este nivel de detalle. Sin embargo, cuanto más alto el detalle, más interesantes los resultados obtenidos.

- 7.36. Para las otras categorías de gastos, en cada caso, los países deberán desarrollar las clasificaciones que respondan a sus necesidades analíticas: es decir, por actividades CIIU para la formación de capital; generar una clasificación ad-hoc para el gasto relacionado con las prácticas culturales; y siguiendo la clasificación por tipo de unidades de financiación para la última categoría.

**7.D.1 Clasificación económica de los bienes
y servicios característicos y conexos**

- 7.37. Los productos característicos y conexos del campo cultural se han definido previamente. Su lista según la clasificación CPC rev. 2 se encuentra en el cuadro 4.1 para los productos característicos, en el cuadro 4.3 para los productos conexos.
- 7.38. De acuerdo a los agentes que disfrutan de ellos y de sus usos económicos, se subdividen en las siguientes clases:
- (1.1) Consumo final efectivo (principio del beneficiario)
 - (1.2) Consumo intermedio (principio del beneficiario)
 - (1.3) Formación bruta de capital fijo
 - (1.4) Variación de existencias
 - (1.5) Adquisición neta de objetos valiosos
- 7.39. En la primera categoría **[(1.1) Consumo final efectivo (principio del beneficiario)]**, se incluyen los bienes y servicios que hacen parte de lo que las Cuentas Nacionales consideran como parte del **consumo final efectivo** de los hogares y de las administraciones públicas o los que son parte del consumo intermedio de los productores pero benefician directamente los hogares.

Se trata de tres categorías distintas de productos:

TABLA 7.4
Producción de mercado con subvención

Supongamos ahora el caso de un grupo de teatro que opera según un principio de mercado, pero que por una política de precios impuesta (o propiciada) por el gobierno o por las circunstancias que han sido reconocidas por el mismo gobierno, no cobra una entrada que le permita cubrir sus costos de producción, y por consiguiente, el gobierno le da una subvención, sea por obra montada, o proporcional a las entradas vendidas.

Sus costos son como figura en el cuadro que sigue. El ingreso por entradas representa 350 y la subvención es de 670.

Según los principios de las Cuentas Nacionales en el caso de una producción de mercado, el valor de la producción a precio de comprador se estima por el valor de las ventas.

Se tiene entonces: A precios de utilización (el precio pagado por el consumidor):

Consumo intermedio	100	Entradas	
Remuneración al trabajo	800	(gasto consumo final de los hogares)	350
Depreciación (CKF)	100		
Excedente de explotación	20		
Subvención	- 670		
Total costos netos	350	Valor de la producción	350

El excedente de explotación (aquí 20) es el valor que equilibra los ingresos por ventas y la suma de los costos de producción (incluyendo la subvención): en este caso, la subvención (un costo negativo pues es un ingreso) permite generar un ingreso operativo positivo pues es superior al excedente de los costos de operación sobre los ingresos por entrada.

En el cuadro de gasto se tiene:

Consumo final efectivo en productos característicos:		350
Usuarios/beneficiarios	Columna Hogares	350
Unidad de financiación	Columna Hogares	350
Transferencias corrientes específicas		670
Usuarios/beneficiarios	Columna: productores de mercado	670
Unidad de financiación	Columna: Gobierno	670

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

- Estos son 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 que los espectadores pagan precios que se acercan a los costos (véase parag. 3.20. a 3.29.). También incluyen bienes finales que, aunque tienen valores utilitarios es decir que su uso no crea procesos simbólicos, llevan implícitos prácticas artesanales en los que se manifiestan procesos de creación, expresión y manifestación de contenidos simbólicos. Se incluyen también las compras por los hogares de productos auxiliares (televisores, radios, lectores de CDs) o interdependientes tales como instrumentos musicales u otros como papel especial, tintas, material para la práctica de la pintura artística, adquiridos por los hogares para la práctica particular de un arte; usualmente, su contenido será similar al del consumo final efectivo de los hogares en bienes y servicios de mercado del cuadro oferta-utilización (capítulo 6) excepto por las diferencias generadas por la diferencia entre el concepto de adquisición y el del beneficiario (financiación por la publicidad, espectáculos “adquiridos” por productores para el beneficio de sus empleados u otros, etc.).

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

- En esta categoría, se incluyen, principalmente servicios, de que las personas disfrutan sin incurrir en el costo de su adquisición, o en que el precio pagado no tiene relación directa con los costos de producirlos, y cuya adquisición corresponde al concepto de transferencias social en especie de las Cuentas Nacionales: incluye principalmente los espectáculos callejeros o públicos financiados por las autoridades, las emisiones de radio y de televisión abierta, las entradas a museos o bibliotecas, etc.

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

- En esta categoría, se incluyen el valor de los servicios de no mercado

colectivo (registrados a precios de costo) de administración de la cultura en general, que resulta de la actividad de gestión de la institucionalidad cultural: ministerios, etc. que la Cuenta Satélite de la Cultura considera productos interdependientes (véase parag. 4.39.)

- 7.40. La categoría siguiente **(1.2) Consumo intermedio** agrupa los productos característicos o conexos que son adquiridos por actividades productivas con el fin de servir de insumos para llevar a cabo procesos productivos, de los cuales aparecen otros bienes y servicios, sean no culturales, sean culturales. Excluye aquellos consumos intermedios de las Cuentas Nacionales llevados a la categoría anterior, pues corresponden a bienes y servicios adquiridos por los productores pero que “disfrutan” los hogares.
- 7.41. Como se señaló anteriormente, es necesario hacer una distinción entre procesos de producción que no dan lugar a productos culturales característicos, (clasificados en la última columna de la cuenta de producción de la cultura del capítulo 5) y aquellos que dan lugar a productos culturales característicos (las columnas detalladas de la cuenta de producción de la cultura del capítulo 5). Los insumos utilizados en los primeros tipos de procesos se consideran como terminales pues se incorporan en productos que no se consideran como culturales, mientras aquellos utilizados en los segundos se consideran como no terminales pues su valor se incorpora en los productos culturales obtenidos (véase parag. 5.9. y 5.10.).
- 7.42. Dentro de la categoría de los consumos intermedios terminales, se incluyen por ejemplo los servicios de las distintas clases de diseño (de objetos, de muebles, de automóviles, de inmuebles, etc.). Deben excluirse sin embargo de esta categoría los servicios de diseño que se incorporan como insumos para la producción o renovación de bienes de capital cultural y del patrimonio material cultural puesto que en este caso, son “no terminales” ya que se incorporan a otro bien cultural.
- 7.43. Dentro de la categoría de consumos intermedios no terminales, se incluyen por ejemplo los servicios de los actores, músicos intérpretes, cantantes, directores, etc. que usualmente no son consumidos directamente por el público, sino que son insumos para la obtención de productos tales como los espectáculos en vivo los cuales sí son consumidos por el público.

- 7.44. Las cuentas de producción (cuadros 5.1 y 5.2) proveen el detalle de los consumos intermedios considerados como no terminales (los consumos intermedios en productos característicos y conexos de las actividades características) así como los consumos intermedios terminales (los consumos intermedios en productos característicos y conexos) de las actividades no características.
- 7.45. **La formación bruta de capital fijo (1.3)** incluye todos los productos culturales característicos y conexos que han sido producidos y que son 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 por ejemplo un instrumento musical puede ser considerado sea como bien de consumo final (si lo compra un individuo para una práctica individual o fuera del marco de la producción), o como bien de capital si se adquiere para utilizarlo dentro de una práctica profesional.
- 7.46. En el cálculo del gasto total en cultura, se recomienda excluir aquellos activos para los que se estima que la realización de sus flujos esperados de ingresos ocurre dentro de un plazo de tiempo muy corto (1 año, máximo 2), (caso de los originales de películas cinematográficas, de telenovelas, cuya vida "productiva" frecuentemente no supera el año o dos) pues ya se toma en cuenta este valor realizado en el valor de los flujos de productos culturales registrados en las otras categorías (principalmente como consumo final) (véase parag. 5.37 a 5.45 y parag. 7.17.).
- 7.47. **La variación de existencias (1.4)** da la posibilidad, para un cierto número de bienes (libros, CDs, televisores, etc....) 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, por ejemplo los instrumentos musicales, cuya manufactura puede requerir tiempo, más allá de un periodo contable.
- 7.48. **La adquisición neta de objetos valiosos (1.5)** 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 pic-

tóricas o esculturas de artistas contemporáneos) o de un intercambio de obras existentes.

7.D.2 Adquisiciones netas de bienes de capital no financieros no culturales por las actividades culturales

- 7.49. Siguiendo las recomendaciones del SCN 1993 para la elaboración de los cuadros de gasto de las cuentas satélites, se considera la adquisición neta de bienes de capital no financieros por las actividades culturales 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 (SCN 1993 Anexo capítulo 13): Según estas recomendaciones, se incluye en el gasto la totalidad de los gastos en bienes de capital (tangibles o intangibles, producidos o no producidos) de las actividades características: puesto que parte de este gasto que corresponde a productos característicos y conexos ya se ha incluido en las categorías anteriores y solo se incluye aquí lo que corresponde a otros productos.
- 7.50. 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 la tabla 7.5.

7.D.3 Adquisiciones de otros bienes y servicios para la realización de prácticas culturales

- 7.51. En esta categoría, se van a incluir todas las adquisiciones de bienes y servicios (fuera de los bienes y servicios característicos y conexos) requeridas por las prácticas culturales que no son consideradas dentro de los límites de la producción.
- 7.52. En efecto, se considera que estas adquisiciones hacen parte del gasto cultural, pues hacen posible los mismos procesos culturales.
- 7.53. Tratándose de los otros productos necesarios a las prácticas culturales

TABLA 7.5
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

no productivas de las personas, todos corresponden necesariamente a consumo final.

7.D.4 Transferencias

- 7.54. Se refieren a las *transferencias corrientes y de capital* que no están incorporadas en los valores que se presentan en las categorías anteriores. Se excluyen por ejemplo las transferencias sociales en especie, que ya figuran en el valor del consumo final efectivo. También se excluyen los aportes que financian la adquisición de activos no financieros de las actividades características, es decir la adquisición neta de activos no producidos e intangibles así como la formación bruta de capital en productos característicos de las actividades no características.
- 7.55. Incluyen las *subvenciones* a la producción recibidos por los productores pues estos representan un ingreso adicional del productor de mercado, por fuera de los ingresos directos por ventas de sus productos en el mercado (véase tabla 7.4).

- 7.56. En el caso de las transferencias para el funcionamiento o mantenimiento de entidades que producen servicios culturales de no mercado, (usualmente pagadas por las autoridades públicas) estas transferencias que reciben no se deben confundir con las transferencias sociales en especie que estas realizan. Sin embargo, sus montos están fuertemente relacionados pues usualmente, esas transferencias para funcionamiento tienen el objeto de cubrir los excedentes de los costos totales de las entidades productoras de servicios culturales sobre sus ingresos. Son transferencias recibidas por los productores de no mercado, mientras las transferencias sociales en especie son transferencias que ellas pagan a sus “usuarios”. Para analizar correctamente y comparar las fuentes de financiación de la cultura, será necesario, en una fase posterior, consolidar las financiaciones concedidas por los establecimientos de producción de no mercado del sector cultural de referencia, con las transferencias que reciben para tener una visión más acertada de la financiación del sector por las administraciones públicas y de las IPSLSH.
- 7.57. Se incluyen también en esta categoría los pagos realizados por los asistentes a representaciones que no representan “producciones”. Estas transferencias son pagadas por hogares a otros hogares, Por definición, no son contrapartidas de valores correspondientes a bienes o servicios.

Por la importancia que representan las transferencias a los sectores de la cultura y su análisis, se recomienda una desagregación bastante detallada de las transferencias así:

- Subvenciones a ramas de mercado
 - Directos
 - Vía exenciones de impuestos
- Transferencias de funcionamiento a ramas de no mercado (por categoría de unidades de financiación)
- Otras transferencias
 - Sector de las Administraciones públicas
 - Sector de las IPSFLSH
 - Otros sectores residentes
 - Patrocinios
 - Mecenas
 - Sin exención

Con exención
Otros
Resto del mundo.

7. E Descripción del cuadro de gastos

- 7.58. En el cuadro de gasto que aparece en el cuadro 7.1, las columnas representan, de una parte los usuarios/beneficiarios (columnas de la izquierda) y de otra parte las unidades de financiación (columnas de la derecha). Para cada línea, el valor total gastado por o en favor de los beneficiarios debe ser igual al valor de la financiación.
- 7.59. La columna del centro lleva las diferentes transacciones, siguiendo la clasificación que se ha presentado en 4 categorías con las consiguientes subclasificaciones.
- 7.60. La tabla 7.6 ilustra las diferentes formas que puede tomar la financiación del gasto en cultura, así como unas explicaciones del tratamiento que debe darse a unos modos específicos de financiación vía exenciones o deducciones de impuestos. Finalmente, el Anexo da algunas explicaciones sobre los tratamientos concretos que deben darse en algunas circunstancias presentadas esquemáticamente en la tabla 7.6.

7. F Métodos de estimación

- 7.61. El cuadro de gasto depende estrechamente del cuadro oferta-utilización, y este último se constituye en la fuente principal de información para su elaboración.
- 7.62. Todos los gastos en adquisición de productos culturales característicos y conexos contemplados en el cuadro oferta-utilización se incluyen en este cuadro de gasto, aunque puede ser que su clasificación se modifique.
- 7.63. Adicionalmente, se agregan las adquisiciones de bienes y servicios no culturales para el desarrollo de prácticas culturales no productivas (partida 2.) así como la formación de capital de los establecimientos culturales en bienes y servicios no culturales (partida 3.). También se incluye un análisis de las transferencias que no hacen parte del cuadro oferta-utilización pues no se refiere a bienes y servicios sino que se trata de operaciones de

redistribución del ingreso.

- 7.64. Para los bienes y servicios culturales característicos y conexos, es necesario estudiar en detalle las diferentes partidas que figuran en consumo intermedio y en consumo de las administraciones, con el fin de determinar quién disfruta del producto: si son los hogares, se les debe asignar el valor total como consumo, y el gasto de consumo intermedio del agente se convierte en fuente de financiación. Las demás partidas no se modifican.
- 7.65. Las subvenciones se deben tratar como transferencia de la administración a la entidad productora (partida 4.).
- 7.66. En cuanto a la formación de capital, su ámbito excede el de la formación bruta de capital fijo, (pues incluye también tierras, terrenos y otros activos no producidos) y su monto se debe establecer a partir de la información contable de los productores.
- 7.67. Las transferencias del gobierno general a sus ramas de no mercado se deducen de las cuentas de las Administraciones Públicas establecidas por las Cuentas Nacionales, así como la mayoría de las demás transferencias.
- 7.68. Las transferencias imputadas que resultan de tasas de impuestos diferenciales, o de deducciones de impuestos deben establecer caso por caso calculando cuánto sería el impuesto en el caso general y cuánto es el impuesto en estas condiciones particulares, siguiendo la metodología establecida. El estudio de la legislación vigente, y posiblemente consultas con las entidades de control fiscal deberían permitir hacer las estimaciones pertinentes.

TABLA 7.6

Ilustración del tratamiento de un cierto número de mecanismos de financiación del gasto en cultura

Descripción	Análisis en términos del cuadro oferta-utilización
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
Gastos de los hogares en productos no culturales para la realización de prácticas culturales	Gasto de consumo final de los hogares
Gastos de los hogares en contribuciones voluntarias para una práctica fuera del ámbito de la producción	Transferencia corriente entre hogares
Gastos de los establecimientos culturales en productos intermedios culturales (diseño)	Consumo intermedio de los establecimientos
Gastos de los establecimientos no culturales en productos intermedios culturales (diseño)	Consumo intermedio de los establecimientos
Otros mecanismos de financiación privada	
Publicidad en radio, televisión, prensa: valor del gasto en publicidad de los pautaadores neto de los márgenes de la agencia de publicidad	Consumo intermedio de los pautaadores en cuña publicitaria y tiempo de antena
Patrocinio: Aporte de recursos en contraprestación de la difusión de mensajes promocionando el patrocinador o por uso de los productos	Transferencia corriente (o de capital) del patrocinador al patrocinado
Mecenazgo: Transferencia de recursos sin contraprestación alguna a través de donaciones	
Estas donaciones no implican ninguna exención al impuesto de renta	Transferencia corriente (o de capital) del mecenas al beneficiario
Estas donaciones implican alguna exención al impuesto de renta	Transferencia corriente (o de capital) del mecenas al beneficiario
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
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
Financiación de proyectos o programas (inversión):	
Financiación de proyectos específicos como la puesta en escena de un espectáculo o la realización de un festival.	Subvención

	En el cuadro de gastos
	Consumo final efectivo (productos de mercado y productos de consumo individual de no mercado (1.1.1) o (1.1.2) (beneficiario: hogares; Financiación: hogares)
	Adquisiciones para prácticas culturales (2.1) (beneficiario: hogares; Financiación: hogares)
	Otras formas de transferencia (4.3.3) (beneficiario: hogares; Financiación: hogares)
	Consumo intermedio no terminal (1.2.2) (beneficiario: productores de mercado o de no mercado; Financiación: productores de mercado o de no mercado)
	Consumo intermedio terminal (1.2.1) (beneficiario: productores de mercado o de no mercado; Financiación: productores de mercado o de no mercado)
	Consumo final efectivo (productos de mercado y productos de consumo individual de no mercado (1.1.1) o (1.1.2) (beneficiario: hogares; Financiación: todos los agentes residentes y no residentes)
	Otras transferencias corrientes: patrocinio (4.3.1) (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; Financiación: todos los agentes residentes o no residentes)
	Otras transferencias corrientes: mecenazgo sin exenciones de impuestos (4.3.2.1) (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; Financiación: todos los agentes residentes o no residentes)
	Otras transferencias corrientes: mecenazgo con exenciones de impuestos (4.3.2.2) (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; Financiación: 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 como se muestra en el Anexo 1 b) de una parte como un menor valor de la donación, un mayor impuesto pagado por el mecenaz (fuera del ámbito de la cuenta de gasto), y una transferencia del Estado al beneficiario de la transferencia.
	Transferencia de funcionamiento a ramas de no mercado (4.2) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de no mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente)
	Transferencia de funcionamiento a ramas de no mercado (4.2) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de no mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente)
	Subvenciones directas a las ramas de mercado (4.1.1) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente)

TABLA 7.6

Ilustración del tratamiento de un cierto número de mecanismos de financiación del gasto en cultura (continuación)

Descripción	Análisis en términos del cuadro oferta-utilización
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)	Subvención
Financiaciones selectivas: A partir de una convocatoria se seleccionan los proyectos según una comisión de expertos	Subvención
Transferencias para financiar los estudios y la manutención de artistas a través de becas o pasantías	Transferencia corriente a los hogares
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)
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
Entradas falladas (financiación indirecta)	
Incentivos	
Exenciones a los impuestos a la renta para los que realizan donaciones. Véase caso mecenazgo	No se registra
Exenciones a los impuestos a la renta para los que realizan inversiones en proyectos culturales. Véase mecenazgo	No se registra
Alivios fiscales (a los productores)	
Exenciones a los impuestos al valor agregado	No se registra
Exenciones a los impuestos de renta a los productores y creadores culturales	No se registra
Exenciones a otros impuestos directos	No se registra
Exenciones a los aranceles	No se registra
Financiaciones privadas o públicas	
Donaciones de instrumentos musicales	
Profesionales	Formación de capital bruto del profesional (financiada por una transferencia de capital en especie)
Particulares no profesionales	Gasto de consumo final de los hogares (financiada por una transferencia corriente en especie a hogares)

En el cuadro de gastos	
	Subvenciones directas a las ramas de mercado (4.1.1) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente)
	Subvenciones directas a las ramas de mercado (4.1.1) (beneficiario: Ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente)
	Otras formas de transferencias (4.3.3) (beneficiario: hogares; Financiación, el nivel del gobierno general correspondiente)
	Consumo intermedio o formación de capital (productos de mercado) (beneficiario: usualmente: productor de no mercado; Financiación: la unidad que regala el libro)
	Consumo final efectivo (productos de mercado(1.1.1) (beneficiario: hogares; Financiación: el nivel correspondiente del gobierno general)
	Otras transferencias corrientes: mecenazgo con exenciones de impuestos (4.3.2.2) (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente) para el monto de impuesto exonerado. Este monto se trata como se muestra en el Anexo 1 b) como un menor valor de la donación y un mayor impuesto pagado por el mecenaz (fuera del ámbito de la cuenta de gasto), y una transferencia del Estado al beneficiario de la donación
	Otras transferencias de capital específicas (5.): (beneficiario: productores culturales de mercado o de no mercado; Financiación: el nivel del gobierno general correspondiente) para el monto de impuesto exonerado. Este monto se trata como se muestra en el Anexo 1 b) como un mayor impuesto pagado por el mecenaz (fuera del ámbito de la cuenta de gasto), y una transferencia de capital del Estado al beneficiario de la inversión
	Subvenciones a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).
	Subvenciones a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).
	Subvenciones a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).
	Subvenciones a las ramas de mercado vía exenciones o tasas preferenciales de impuestos (4.1.2) (beneficiario: ramas de actividad culturales de mercado; Financiación: Gobierno central): la contrapartida sería un mayor impuesto (fuera del ámbito de la cuenta de Gasto).El monto de impuesto exonerado se trata como un mayor impuesto y una subvención recibida
	Adquisiciones menos disposiciones de activos fijos tangibles (1.3.1) (beneficiario: productor cultural de mercado; Financiación: todos los agentes residentes o no residentes)
	Consumo final efectivo; productos de mercado (1.1.1.) (beneficiario: hogares; Financiación: todos los agentes residentes o no residentes)

CUADRO 7.1
Cuadro de gasto en cultura y su financiación

TOTAL	Usuarios/beneficiarios							
	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		
							1.	Adquisición de productos característicos y conexos (por productos clasificados según....)
							1.1	<i>Consumo final efectivo (principio del beneficiario)</i>
							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	<i>Consumo intermedio (principio del beneficiario)</i>
							1.2.1	Consumo intermedio terminal (por actividades no culturales)
							1.2.2	Consumo intermedio no terminal (por actividades culturales)
							1.2.2.1	Consumo intermedio de productos característicos o conexos por actividades culturales del mismo subsector
							1.2.2.2	Consumo intermedio de productos característicos o conexos por actividades culturales de otros subsectores
							1.3	<i>Formación bruta de capital fijo</i>
							1.3.1	Adquisiciones menos disposiciones de activos fijos tangibles
							1.4	<i>Variación de existencias</i>
							1.5	<i>Objetos valiosos (adquisición neta)</i>
							2.	Adquisiciones para prácticas culturales (principios del beneficiario)
							2.1	<i>Otros productos</i>
							3.	Inversión en activos no financieros de las actividades culturales en productos no culturales
							3.1	<i>Formación bruta de capital fijo</i>
							3.2	<i>Tierras, terrenos y otros activos no producidos</i>
							4.	Transferencias corrientes específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)
							4.1	<i>Subsidios a las ramas de mercado</i>
							4.1.1	Directos
							4.1.2	Via exenciones o tasas preferenciales de impuestos
							4.2	<i>Transferencias de funcionamientos a ramas de no mercado</i>
							4.3	<i>Otras transferencias corrientes</i>
							4.3.1	Patrocinios
							4.3.2	Mecenazgo
							4.3.2.1	Mecenazgo sin exenciones de impuestos
							4.3.2.2	Mecenazgo con exenciones de impuestos
							4.3.3	Otras formas de transferencias (participaciones voluntarias para obras fuera del marco de la producción)
							5.	Transferencias de capital específicas (no contrapartidas de cuentas anteriores)
							TOTAL BRUTO	
							TOTAL NETO*	

CAPÍTULO 7**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, sea 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 deducción de impuestos para los benefactores o unidades de financiación de la cultura, se debe considerar que el aporte neto del benefactor a la diferencia entre su aporte efectivo y la deducción de impuesto 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, la 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**

Impuestos +200

Gastos

Transferencia a entidad cultural +200

ENTIDAD CULTURAL**Ingresos**

Transferencias recibidas	+800
Del sector privado	+(800-200)
Del gobierno	+200

Gastos

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

- 8.1. La relación entre la cultura y el empleo es compleja: como ya se ha visto, existen muchas prácticas culturales que no involucran procesos de producción, y por ende no generan empleo pues el hecho de ser empleado está ligado a la existencia de un proceso considerado como de producción en el SCN 1993 (véase parag. 3.13.).
- 8.2. 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) y estas formas tienen que identificarse y caracterizarse. Hay otras maneras de involucrarse en un proceso cultural: sea a través de empleo voluntario, o a través de prácticas activas o pasivas (como espectador u oyente), y también en estos casos, habrá que identificar y dar una medición a estas formas: Esto es el objeto de los estudios de uso del tiempo, un campo muy amplio de estudio, complementario del enfoque del presente Manual, y que no se tratará dentro del marco actual. Sin embargo, es un tema que merece reflexión, y se desarrollará en el futuro, a partir de la experiencia de los países.
- 8.3. Para establecer sobre bases objetivas las relaciones entre cultura y empleo, es necesario empezar por definir claramente las categorías que se van a utilizar. Luego, se expondrán algunas particularidades de las prácticas y actividades productivas que se dan en el sector de la cultura, antes de poder dar recomendaciones de tratamientos y presentación de cuadros que muestren cómo el empleo se relaciona con la cultura.

8.A Definiciones ligadas con el empleo según las resoluciones de la OIT y las recomendaciones del SCN

8.A1 Persona empleada

- 8.4. Las definiciones oficiales de lo que es una persona con empleo o empleada son bastantes complejas, deben tomar en cuenta una gran variedad de situaciones que pueden presentarse. Para simplificar, se citará aquí solamente los aspectos que parecen importantes en la mayoría de las situaciones relacionadas con la cultura: puede decirse que “Se considerará como “personas con empleo” a todas las que tengan más de cierta edad y que durante un breve periodo de referencia, una semana o un día, estuvieran en cualquiera de las siguientes categorías:

Con “empleo asalariado”:

- i. “Trabajando”: personas que durante el periodo de referencia hayan realizado algún trabajo (al menos una hora en el periodo de referencia) por un sueldo o salario en dinero o en especie;
- ii. “Con empleo pero sin trabajar”: personas que, habiendo trabajado en su empleo actual, no estaban trabajando temporalmente durante el periodo de referencia y mantenían un vínculo formal con su empleo...

b. Con “empleo independiente”:

- i. “Trabajando”: las personas que durante el periodo de referencia hayan realizado algún trabajo (al menos una hora en el periodo de referencia) para obtener beneficios o ganancia familiar, en dinero o en especie;
- ii. “Con una empresa pero sin trabajar”: las personas que, teniendo una empresa –sea industrial, comercial, de explotación agrícola o de prestación de servicios–, estaban temporalmente ausentes del trabajo durante el periodo de referencia por cualquier razón específica.

.... Debería considerarse como personas con empleo independiente a los empleadores, trabajadores por cuenta propia y miembros de cooperativas de producción, y clasificarse como “trabajando” o “con empleo pero sin trabajar”, según sea el caso.

.... Debería considerarse como personas con empleo independiente a los

trabajadores familiares no remunerados que estén trabajando, sin consideración al número de horas trabajadas...".²⁴

8. A2 Los puestos de trabajo

- 8.3. Una persona puede tener varios puestos de trabajo. "Un puesto de trabajo (*a job* en inglés) 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. La unidad institucional puede ser el propietario de una empresa no constituida sociedad; en tal caso la persona se denomina autónomo y obtiene un ingreso mixto".²⁵ El puesto de trabajo en que la persona percibe los ingresos más altos, o el puesto de trabajo al que dedica más tiempo será su puesto de trabajo principal; los otros puestos serán puestos de trabajo secundarios.
- 8.4. De manera simétrica, un puesto de trabajo único puede ser ocupado por más de una persona (trabajo a tiempo parcial).
- 8.5. "...En el plano práctico, mientras que las encuestas de hogares pueden ofrecer datos sobre el empleo y los puestos de trabajo o sobre ambos, las encuestas a establecimientos solo proporcionan datos sobre los puestos de trabajo...".²⁶
- 8.6. "El empleo no forma parte del Sistema (de Cuentas Nacionales), pero sí los puestos de trabajo; un puesto de trabajo es como una transacción mientras que una persona ocupada no lo es".²⁷
- 8.7. Utilizando una fuente basada en las actividades productivas, se podrán contar los puestos de trabajo ofrecidos, por cada uno de los sectores, subsectores, y total, pero no el número de personas empleadas: esto deriva del hecho que una persona puede tener más de un puesto de trabajo: un puesto principal y eventualmente uno o más puestos secundarios, sea en

24 Resolución sobre estadísticas de la población económicamente activa, del empleo, del desempleo y del subempleo, adoptada por la decimotercera Conferencia Internacional de Estadígrafos del Trabajo, OIT, (octubre de 1982).

25 SCN 1993 parag. 17.8.

26 SCN 1993 parag. 17.6.

27 SCN 1993 parag. 17.7.

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 al sector de la cultura, se da sin embargo con frecuencia en este sector pues muchos de los puestos de trabajo en los sectores culturales no son, ni intensivos en términos de dedicación, ni permanentes en el tiempo, ni bien remunerados, lo que obliga frecuentemente a las personas a ocupar diferentes puestos de trabajo que parcialmente se traslapan sobre el mismo periodo de referencia (semana, día, mes, etc.), sea para generar un ingreso suficiente para su sustento, o para asegurarse contra periodos de desempleo.

- 8.8. Para evaluar el empleo (entendido como el número de personas empleadas), será necesario partir de información recolectada directamente de los hogares, en que los individuos pueden informar sobre su situación de empleo, y los diferentes puestos de trabajo que ocupan en las diferentes actividades económicas (aunque 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).
- 8.9. Para la CSC, se medirán principalmente los puestos de trabajo (una óptica de demanda) pero se tratará también de medir el empleo en la cultura (una óptica de oferta).

8. A3 Asalariados, socios o autónomos y proveedores de servicio

- 8.10. Una diferencia crucial para el análisis del empleo en la cultura (principalmente en el sector de la producción cinematográfica, la música, las artes escénicas, etc.) es la que existe entre el empleo como asalariado, al que corresponde una remuneración de los asalariados, el trabajador autónomo u socio cuya remuneración es un ingreso mixto, y el agente económico proveedor de un servicio a la entidad productora y que por consiguiente no tiene ninguna forma de relación laboral y cuyo pago por la entidad compradora del servicio es un consumo intermedio (véase una discusión preliminar en la sección 5.C.3).
- 8.11. En el empleo asalariado, existe "...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 la empresa a cambio de una remuneración en dinero o en especie. La remuneración se fundamenta normalmente en el tiempo dedicado al trabajo o en algún otro indicador objetivo de la cantidad de trabajo realizado".²⁸
- 8.12. "En cambio, los trabajadores autónomos son las personas propietarias, individual o en forma conjunta, de las empresas no constituidas en sociedad en las que trabajan, excluidas las empresas no constituidas en sociedad clasificadas como cuasisociedades.
- 8.13. Los autónomos son personas que trabajan para sí mismos y, en el SCN 1993, las empresas de las que son titulares no se distinguen ni como entidades jurídicas separadas ni tampoco como unidades institucionales separadas. Los trabajadores autónomos perciben ingresos mixtos y no remuneración de los asalariados".²⁹
- 8.14. A diferencia de un asalariado, en que el monto que se le paga depende de la cantidad de trabajo que provee, con independencia de los resultados obtenidos (aunque los resultados esperados pueden ser la base del salario acordado), el monto pagado al trabajador autónomo depende del resultado efectivamente obtenido.
- 8.15. Es necesario también tener claridad sobre la diferencia entre un empleado, que vende su fuerza de trabajo contra una remuneración, un socio de la operación de producción, y que recibe una participación en los ingresos generados por la unidad bajo forma de ingreso mixto, y el autónomo que simplemente es un proveedor de servicio a la unidad de producción, sin ser ni empleado, ni socio, servicio que se trata como un insumo (un consumo intermedio) de la operación de producción.
- 8.16. El proveedor de servicio es totalmente independiente con relación a la entidad productora, y 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.

28 SCN 1993 parag. 7.23. y 7.24.

29 SCN 1993 parag. 7.25. y 7.26.

- 8.17. 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 (cuasisociedad) formal o informal.
- 8.18. El mayor efecto de esta diferencia es sobre 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, es decir que 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 véase parag. 5.46. a 5.54.).
- 8.19. De allí la importancia de poder diferenciar entre los diversos modos de participación en un proceso de producción.
- 8.20. Para efectos de la CSC, se considerará que si existe un contrato de trabajo definido o indefinido, pero que estipula la relación de empleado (con en particular el pago de los aportes a la seguridad social por parte del empleador), entonces el beneficiario es un empleado, temporal o permanente, mientras en el caso contrario, se considerará la persona como un proveedor, que vende un servicio a la entidad contratante. Adicionalmente, existirán también socios de los proyecto que aportan trabajo y capital y cuya remuneración se considerará como constituyente del ingreso mixto.

8. A4 El trabajo voluntario

- 8.21. El tema del trabajo voluntario y de su tratamiento en las CSC es relevante si se trata de entender y describir los procesos de producción que se dan en la cultura.
- 8.22. No parece que haya una definición internacional del trabajo voluntario o de los trabajadores voluntarios.
- 8.23. Según concepto de la OIT, para que un trabajo sea voluntario, es necesario que no se reconozca remuneración, ni en especie ni en dinero, y que el trabajo sea realmente voluntario es decir ni forzoso (prisioneros) ni obligatorio como sería el caso de ciertos países en que es posible desarro-

llar un trabajo social como alternativa a la prestación del servicio militar obligatorio, por ejemplo.

- 8.24. Siguiendo los principios del SCN 1993 y la medición de la producción y del empleo que deriva de ellos, las recomendaciones para los Censos de Población de la próxima ronda especifican que “son trabajadores voluntarios aquellos que participan en procesos de producción de bienes para alguna entidad (empresa/institución/hogar) o de servicios para una **entidad de mercado**. Aquellos que trabajan sin tener remuneración para un hogar o una entidad sin ánimo de lucro que sirve a los hogares (IPS-FLH) no se consideran como ocupados.” Esto es lo que ilustra el cuadro que sigue: el trabajo voluntario (no remunerado) que se considera como participante de una actividad productiva es la que corresponde a la producción de servicios de mercado en un hogar productor (por ejemplo, los ayudantes familiares sin remuneración en establecimientos de alojamientos, negocios de comida, tiendas, o trabajo artesanal), que participan a la producción de bienes por cuenta propia (jardines familiares) o los que participan de la producción de bienes de las Instituciones privadas sin fines de lucro. El trabajo voluntario en asociaciones, clubes, asociaciones de vecinos o amigos no es un factor de producción de una actividad productiva según el SCN. (ver tabla 8.1, pág. 180)
- 8.25. Dentro de este contexto, si este trabajo sin remuneración se presta por ejemplo en el marco de una actividad de mercado por una IPSFLSH (por ejemplo, un director de teatro dirige una obra que se presenta a un auditorio amplio contra un derecho de entrada aun cuando no cubre los costos de producción), se deberá considerar que es un trabajo voluntario cuya remuneración se deberá imputar como costo, y la contrapartida será una transferencia en especie recibido por el establecimiento productor de la obra del director (es decir que económicamente, el trabajo del director tiene un valor que hace parte de los costos de producción, pero este valor es “regalado” por el director a la unidad productora de la obra).
- 8.26. La intensidad del trabajo voluntario contabilizado o no como factor de producción, en entidades produciendo para el mercado y en otras, es una variable importante para evaluar la importancia de la cultura y de las prácticas para un país o para una cierta fracción de la población.

TABLA 8.1

Para entender el trabajo voluntario

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		
	Sociedad y cuasi-sociedad	Hogares y empresas constituidas en sociedad	Institución privada sin fines de lucro que sirve a los hogares
Actividad productiva			
Según el SCN	Si	Si	Si
Producción ampliada	Si	Si	Si
Remunerado	Empleo con remuneración a los asalariados	Empleo con remuneración a los asalariados; o ingreso mixto	Empleo con remuneración a los asalariados;
No remunerado (en el PIB)		Parte del ingreso mixto total del hogar	remuneración imputada
No remunerado (excluido del PIB)			

Producción de no mercado					
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		
Si	No	Si	No	Si	
Si	Si	Si	Si	Si	Si
			Empleo con remuneración a los asalariados		Empleo con remuneración a los asalariados
Parte del ingreso mixto total del hogar					
	Imputación del valor de los servicios	Servicios voluntarios gratuitos	Servicios voluntarios gratuitos		

8. B Particularidades del empleo en los sectores culturales

8. B1 Relaciones informales de trabajo

- 8.27. Como se ha señalado ampliamente a lo largo de este documento, una de las particularidades del área de la cultura, es que en muchos de sus sectores prevalecen organizaciones informales de producción y, cuando hay empleados, relaciones informales de trabajo. Para muchas obras de teatro por ejemplo, aun en el sector de mercado, los artistas son contratados para un periodo que corresponde a las representaciones esperadas, un número que puede volverse mayor o menor según el éxito que pueda encontrar la obra con el público. Esta precariedad afecta tanto a los asalariados como a los independientes que venden sus servicios a los productores de obras. Sus contratos frecuentemente implican que también corren con el riesgo asociado con la obra pues sus contratos son usualmente por tiempos determinados, que se pueden ampliar si la obra tiene el éxito esperado o reducirse en el caso contrario, frecuentemente sin que haya reconocimiento alguno de indemnizaciones.

8. B2 Precariedad y volatilidad

- 8.28. Esta precariedad de los puestos de trabajo en muchos sectores de la cultura va asociada también con una gran volatilidad de los proyectos que constituyen económicamente (y a veces también jurídicamente) procesos de producción separados los unos de los otros. Las personas que participan de ellas pasan fácilmente y frecuentemente de un proyecto a otro, de una obra a la otra.
- 8.29. Recordando que las mediciones de empleo no corresponden a flujos como es el caso de la producción (acumulado de la producción de un periodo) sino a situaciones de "stock" en un momento determinado, es necesario tomar "fotos" de la situación en periodos particulares, por ejemplo en momentos de alta actividad y en periodos de baja actividad, con el fin de hacer un seguimiento a la situación en el curso de un periodo de tiempo determinado.

8. B3 Una misma persona ocupa más de un puesto de trabajo

- 8.30. Por las mismas razones de precariedad y volatilidad, una misma persona

podrá ocupar simultáneamente varios puestos de trabajo (multiactividad), que pueden todos pertenecer al mismo sector cultural (un actor puede trabajar en una obra de teatro y en una producción cinematográfica, o para la televisión), o corresponder a sectores diferentes (un empleo en un sector no cultural que provee estabilidad en los ingresos, y un empleo en un sector cultural que corresponde a su interés). Por consiguiente, será importante tratar de hacer mediciones tanto de puestos de trabajo (a partir de encuestas a los productores) como de personas empleadas en los sectores de la cultura y por ocupaciones a partir de encuestas de hogares en que es posible indagar con las personas acerca de los diferentes puestos de trabajo que ocupan en una cierta fecha.

8. B4 Trabajadores que aportan el bien de capital (músicos con sus instrumentos)

- 8.31. Una situación particular se presenta en el caso por ejemplo de los músicos que trabajan en una orquesta en que ellos deben aportar también su instrumento de música. En términos económicos, esto quiere decir que proveen no solamente su fuerza de trabajo, sino también el bien de capital que van a utilizar para realizar su trabajo. Esto ocurre no solamente en el caso de orquestas constituidas ad hoc para unas pocas representaciones, sino también en orquestas constituidas de manera estable.
- 8.32. Teóricamente, debería considerarse que el pago (remuneración a los asalariados o consumo intermedio) que reciben cobija al mismo tiempo la remuneración de su trabajo, y el alquiler del instrumento, alquiler que sería considerado como un consumo intermedio del productor del concierto, mientras cada músico debería considerarse como un productor (informal) de servicios de arrendamientos de instrumentos musicales aun cuando por otra parte, para su trabajo de interpretación, es un empleado.

8. B5 Dificultad frecuente en definir el tiempo de trabajo

- 8.33. Para actividades ligadas con la creación en 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 quiere generar indicadores alternativos de intensidad de uso del factor trabajo, por medio de las horas

trabajadas o establecer empleos equivalentes de tiempo completo.

- 8.34. En otros sectores, como por ejemplo el de la música o de las artes escénicas, 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.
- 8.35. Por consiguiente, en muchos de los sectores, será necesario determinar indicadores ad hoc que tomen en cuenta las particularidades del tipo de actividad que se desarrolla.

8.6 Ocupaciones culturales y ocupaciones no culturales en las actividades culturales

- 8.36. No todos los puestos de trabajo en los sectores culturales son ocupaciones culturales, y no todas las ocupaciones culturales necesariamente se desarrollan dentro de establecimientos dedicados a actividades culturales. Teatros no solamente emplean actores sino también contadores, administradores, personal de taquilla, personal de servicios varios, electricistas, etc. Lo mismo ocurre en muchas de las actividades culturales.
- 8.37. Por consiguiente, es importante, cuando se hacen mediciones de empleo, separar los puestos de trabajo entre aquellos que corresponden a ocupaciones claramente culturales de los que se refieren a ocupaciones no culturales y es lo que se tratará de establecer en los cuadros que se proponen.
- 8.38. Las clasificaciones internacionales de ocupación están actualmente en un proceso de revisión (ISCO 08) y deberían estar disponibles en 2008. Esta revisión va enfocada a mejorar la representación de las ocupaciones en los servicios. Temporalmente, se podrá utilizar la clasificación internacional de ocupaciones (ISCO 88), sobre cuya base, se hizo una selección de ocupaciones culturales, que se encuentran en el anexo 1 de este capítulo.

8. B7. Educación y formación de los trabajadores de la cultura

- 8.39. En cuanto a la educación y la formación de los trabajadores de la cultura,

existen dos clases de preocupaciones: de una parte, es importante establecer su nivel en educación formal, con el fin de compararlo con aquel correspondiente a otras actividades y con el nivel de remuneración con el fin de establecer si este corresponde con los posibles ingresos esperados, dado su nivel de capital humano acumulado.

- 8.40. Una segunda preocupación tiene que ver con 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 de profesionalismo alcanzado.
- 8.41. A pesar de la importancia e interés de estos aspectos, no se presentará ninguna propuesta concreta.

8. C Propuesta de indicadores

8. C1 Indicadores de demanda de trabajo

1 Indicadores no monetarios

- 8.44. Para tomar en cuenta la compleja relación entre cultura y empleo, es necesario no solamente medir el empleo formal, organizado, dentro de parámetros de estabilidad y de continuidad, sino tratar también de captar formas de vinculación menos permanentes, y que se dan por fuera de los marcos formales de la contratación laboral.
- 8.45. Es la razón por la cual el cuadro que se propone (cuadro 8.1) abarca un cierto número de situaciones que parecen de interés:
- Primero, el *empleo permanente*, que permite conocer el número de puestos de trabajo ofrecidos por las actividades culturales clasificadas por sector; en esto se incluyen los cargos de asalariados con contratos a término indefinido o por un periodo 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 anteriormente en el cuadro 5.3.;
 - En segundo lugar, el cuadro establece el número de *asalariados temporales*, con un contrato de trabajo (implícito o explícito) cuyo término es limitado (para una obra, para una temporada, para un

evento especial): por su naturaleza eminentemente temporal, la observación del empleo debe hacerse en fechas determinadas, por lo menos cada trimestre, y aplicando las definiciones de “empleo” que se han recordado anteriormente (véase parag. 8.4. a 8.22.);

- En tercer lugar, además de los asalariados, los establecimientos culturales pueden involucrar *permanente o temporalmente* 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);
- Finalmente, y como dato adicional, y con el fin de dar reconocimiento a algunas formas particulares de vinculación de personas a proyectos culturales llevados por establecimientos culturales, parece de interés tratar de establecer aquellos *contratistas* que aportan también su trabajo, pero son remunerados como productores independientes (actores, luminotécnicos, ingenieros de sonido) y cuya prestación es también usualmente reducida en intensidad y tiempo. Con el fin de evitar duplicaciones, solamente se tomará en cuenta estos contratistas que pertenecen a ramas de actividad no culturales.
- Es también importante tratar de identificar las situaciones de *trabajo voluntario* cuyo aporte muy posiblemente no se toma en cuenta en las estadísticas corrientes, y que deberían por tanto adicionarse, como gasto de remuneración adicional, y como transferencia en especie recibida en el cuadro de gasto.

8.46. Adicionalmente, 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. Se mencionó anteriormente que las actividades culturales no solo requieren habilidades en su campo especializado, sino que también requieren otros tipos de oficios. Esta diferenciación es importante, principalmente cuando se quiere relacionar oferta y demanda, y en particular hacer estudios sobre la posibilidad de empleo de las personas que estudian carreras relacionadas con la cultura.

8.47. En una fase posterior, los países podrán desarrollar una mayor desagregación de estas categorías, sea a nivel de las ramas de actividad (utilizando

- la clasificación CIIU de las ramas de actividad), o desagregando más a nivel de las ocupaciones.
- 8.48. Fuera del número de puestos de trabajo y el número de personas empleadas, se han desarrollado varios indicadores no monetarios ligados a la utilización y a la oferta de trabajo.
 - 8.49. Estas mediciones tratan de tomar en cuenta el hecho que un puesto de trabajo ocupado no representa necesariamente la misma intensidad de trabajo: algunos pueden ser de tiempo completo, otros de tiempo parcial con toda la variedad posible de casos de duración normal de la jornada, y de desarrollo parcial de la misma.
 - 8.50. Por consiguiente, se complementa el número de puestos de trabajo con un indicador de esa intensidad, expresada en número de horas trabajadas, y luego, si es posible, en empleos equivalentes a tiempo completo (este indicador no se ha incluido en la tabla 8.1. por falta de espacio, pero puede ser importante).
 - 8.51. Para desarrollar estas mediciones, es necesario obviamente definir cuáles de las horas deben considerarse como trabajadas (en qué medida deben incluirse tiempos dedicados a transporte, pausas, trabajo personal fuera del establecimiento, etc.), como tomar en cuenta el trabajo nocturno y en días festivos, y cuál es una jornada normal de trabajo que se ha de tomar como referencia. Estas pueden variar de país a país y entre actividades.
 - 8.52. La OIT ha propuesto definiciones, que han sido transcritas también en el SCN 1993 (véase SCN 1993 parag. 17.11. a 17.18.).
 - 8.53. Como se ha señalado anteriormente (véase parag. 8.31), para observar el empleo, hay que tomar una "foto" de la situación en una fecha determinada, pues las situaciones en el empleo pueden fluctuar de manera importante en el tiempo, más que todo por la importancia de 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, en general, el

periodo mensual es un intervalo de tiempo relevante para el cual pueden tener información.

1.2 Indicadores monetarios

- 8.54.** Los indicadores monetarios relacionados con el empleo 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.
- 8.55.** 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.
- 8.56.** Estos valores se presentan en el cuadro 8.1 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.
- 8.57.** Hay que señalar que los costos de utilización del factor trabajo son mayores, pues también incluyen los impuestos sobre el uso del factor trabajo, así como costos relacionados con la contratación, la capacitación, etc., que no se pueden considerar como beneficiando empleados particulares, y por ende, que no se pueden asignar a la remuneración de individuos particulares.
- 8.58.** Los indicadores no monetarios deben tener las mismas referencias que los indicadores monetarios es decir que los ingresos reportados deben referirse a los mismos empleos que los que se reportaron. Desde la perspectiva de los productores, deben reportar los pagos causados que corresponden al trabajo que se ha remunerado en el periodo de referencia (en general un mes).

2. Indicadores de oferta de trabajo

- 8.59.** Si bien por el lado de la oferta de trabajo, se podría también desarrollar

- indicadores no monetarios y monetarios, la recomendación actual sólo abarca los aspectos no monetarios.
- 8.60.** Dos tipos de informaciones son interesantes: una tiene que ver con los empleos en las ramas de actividad culturales, el cual se aproxima más a la información recolectada desde la perspectiva de la demanda de empleos en las ramas de actividad culturales, y otro tiene una óptica de ocupación más socioeconómica.
- 8.61.** En el primer caso (cuadro 8.2), se trata de establecer el número y las características de las personas que tienen una vinculación laboral a la cultura, sea por desempeñar un solo empleo que se encuentra en uno de los sectores de la cultura, o por desempeñar varios empleos, dentro de los cuales por lo menos uno está dentro de un establecimiento perteneciente al sector de la cultura. Estos empleo(s) pueden corresponder al empleo principal (determinado en términos de ingresos o de dedicación (véase parag. 8.5.)), o pueden corresponder a segundos empleos. Sin embargo, como ya se ha visto, un empleo en un sector cultural o no cultural puede corresponder a una ocupación cultural o no cultural.
- 8.62.** El cuadro 8.2 trata de tomar en cuenta todas estas circunstancias. Requiere que se identifiquen primero las personas empleadas en los diferentes sectores culturales pero 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, para que en cada una de estas categorías se establezca si se trata de una ocupación cultural o no cultural.
- 8.63.** Luego se identifican los que están en situación de multiempleo, y que pertenecen a dos subcategorías diferentes según el sector a que pertenece el empleo principal: un sector cultural (primera categoría) y se identifica el sector cultural a que pertenece, o un sector no cultural (segunda categoría). Luego se cuentan los números de segundos empleos según las categorías de empleos y el sector, cultural o no cultural, correspondiente, así como la ocupación desarrollada.
- 8.64.** El cuadro 8.3 se interesa en los empleos de las personas, desde el punto

de vista de las ocupaciones. ¿Cuáles de las personas empleadas tienen una ocupación cultural? ¿Es esta ocupación cultural el empleo principal, o es un empleo secundario? Cuántos de los puestos secundarios corresponden a ocupaciones culturales. Y para complementar estas mediciones, ¿cuántas son las horas trabajadas en estas ocupaciones en el periodo de referencia?

- 8.65. El cuadro 8.3 se estructura de manera similar al cuadro 8.2, en que se diferencian las situaciones de empleo único y las situaciones de multiempleo, y se establecen las ocupaciones principales y secundarias.
- 8.66. Podría complementarse en el futuro con un cuadro de remuneraciones, que permitiría que se comparen las remuneraciones por tipo de ocupaciones, y según si la ocupación es única, principal o secundaria, lo cual podría proveer material para reflexionar sobre la remuneración en las ocupaciones culturales comparada con la que se paga en otras ocupaciones.
- 8.67. Tratándose de empleos, pero observados ahora desde la perspectiva de los hogares, los periodos de referencia deben corresponder a los que se usan en las encuestas a hogares. Son usualmente la semana inmediatamente anterior al periodo de la encuesta, y será también la referencia que debe usarse en el cuadro.

8. D Reconciliación oferta-demanda

- 8.68. Para los países que logran establecer estos tres cuadros de empleo, se plantea un trabajo investigativo interesante que consiste en tratar de analizar de manera conjunta y reconciliar estas dos visiones sobre el empleo en la cultura.
- 8.69. Los datos no tienen por qué coincidir pues se diferencian en muchos aspectos: el periodo de observación (1 mes para la demanda, un periodo semanal no totalmente homogéneo entre los informantes para la oferta), el método de observación, las variables observadas: el puesto de trabajo y el empleo, posiblemente la cobertura, etc.
- 8.70. Sin embargo, las diferencias no pueden ser demasiado grandes, y es necesario buscarles una explicación estadística (cobertura; inteligencia

de las preguntas y de las clasificaciones requeridas; etc.) con el fin de ir mejorando paulatinamente estas fuentes.

8. E Métodos de estimación

- 8.71. La estimación del empleo como fenómeno de demanda o como fenómeno de oferta debe hacerse de manera separada. Como fenómeno de demanda, la fuente principal son los establecimientos productivos mientras como fenómeno de oferta, se observa a partir de encuestas a los hogares (encuestas sobre fuerza de trabajo).
- 8.72. Es ahora un procedimiento corriente agregar datos sobre empleo en las encuestas estructurales, principalmente desde que las Cuentas Nacionales han incorporado datos de empleo dentro de sus cuadros.
- 8.73. Sin embargo, tal como se señaló, el empleo en las actividades culturales presenta características que hacen difícil la aprensión del fenómeno en encuestas anuales, más adaptadas para medir el empleo permanente, mientras el empleo en las actividades culturales se ha caracterizado por su precariedad y temporalidad.
- 8.74. 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 más precisamente el fenómeno.
- 8.75. Por el lado de la oferta de empleo, la mayoría de los países han implementado observaciones periódicas (trimestrales o aun 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 periodo de referencia.
- 8.76. Las dificultades que se presentan en estas investigaciones es que no es posible obtener de los individuos una caracterización detallada de sus empleadores en término de su actividad económica principal, ni del tipo de ocupación desempeñada.

- 8.77. Ha habido experiencias de observación del empleo en ciertos sectores culturales a partir de las personas empleadas efectivamente en actividades determinadas, preguntándoles su ocupación, y otros empleos. Estas investigaciones pueden ir en complemento y en ilustración de encuestas más generales a toda la población.



CUADRO 8.1**Empleo en los sectores culturales según el tipo de vinculación**

Período de referencia:

		Empleados						Puestos de trabajo
		Permanentes			Temporales			
		Puestos de trabajo	Horas trabajadas	Remuneración	Puestos de trabajo	Horas trabajadas	Remuneración	
1. Creación literaria, musical, teatral, etc.	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
2. Artes escénicas y espectáculos artísticos	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
3. Artes plásticas y visuales	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
5. Audio-visual	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
6. Música	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
7. Diseño	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
8. Juegos y juguetería	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
9. Patrimonio material	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
10. Patrimonio natural	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
11. Patrimonio inmaterial	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
12. Formación artística	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
TOTAL	Ocupaciones culturales							
	Ocupaciones no culturales							
	TOTAL GENERAL							

CUADRO 8.2

**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	1. Creación literaria, musical, teatral, etc.	2. Artes escénicas y espectáculos artísticos	3. Artes plásticas y visuales	4. Libros y publicaciones	5. Audiovisual	6. Música
Un solo empleo en una rama de actividad cultural						
Empleado permanente*						
Empleado temporal*						
Socio permanente*						
Socio 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*						
Socio permanente*						
Socio temporal*						
Voluntario sin remuneración*						
Número total de segundos empleos por rama de actividad (incluyendo en no culturales)						
Empleado permanente*						
Empleado temporal*						
Socio permanente*						
Socio 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
Número total de segundos empleos por rama de actividad (incluyendo en no culturales)						
Empleado permanente*						
Empleado temporal*						
Socio permanente*						
Socio temporal*						
Voluntario sin remuneración*						

* Para cada una de las categorías de empleo, se podrá también determinar la ocupación, clasificada globalmente como cultural/no cultural

CUADRO 8.3

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	213 Profesionales de la informática	214 Arquitectos, ingenieros y afines	245 Escritores, artistas creativos y ejecutantes	313 Operarios de equipos eléctricos y electrónicos	347 Profesionales de nivel medio de actividades artísticas, espectáculos y deportes	414 Empleados de bibliotecas y servicios de correos y afines
Un solo empleo en una ocupación cultural						
Empleado permanente						
Número						
Horas trabajadas						
Empleado temporal						
Número						
Horas trabajadas						
Socio permanente						
Número						
Horas trabajadas						
Socio temporal						
Número						
Horas trabajadas						
Voluntario sin remuneración						
Número						
Horas trabajadas						
MULTIEMPLEO: número total de personas con al menos un empleo en una ocupación cultural						
Número de individuos con empleo principal en una ocupación cultural						
Características de este empleo principal						
Empleado permanente*						
Empleado temporal*						
Socio permanente*						
Socio temporal*						
Voluntario sin remuneración*						
Número total de segundos empleos en ocupaciones no culturales						
Empleado permanente*						
Empleado temporal*						
Socio permanente*						
Socio temporal*						
Voluntario sin remuneración*						
Número de individuos con empleo principal en un ocupación no cultural pero segundo(s) empleo(s) en ocupaciones culturales	X	X	X	X	X	X
Número total de segundos empleos por tipo de ocupación (incluyendo en no culturales)						
Empleado permanente*						
Empleado temporal*						
Socio permanente*						
Socio temporal*						
Voluntario sin remuneración*						

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

CAPÍTULO 8**Anexo****Ocupaciones "culturales" de ISCO 88**

- 213 PROFESIONALES DE LA INFORMÁTICA
 - 2131 Creadores y analistas de sistemas informáticos
 - 2132 Programadores informáticos
 - 2139 Profesionales de la informática, no clasificados bajo otros epígrafes
- 214 ARQUITECTOS, INGENIEROS Y AFINES
 - 2141 Arquitectos, urbanistas e ingenieros de tránsito
 - 2149 Arquitectos, ingenieros y afines, no clasificados bajo otros epígrafes
- 245 ESCRITORES, ARTISTAS CREATIVOS Y EJECUTANTES
 - 2451 Autores, periodistas y otros escritores
 - 2452 Escultores, pintores y afines
 - 2453 Compositores, músicos y cantantes
 - 2454 Coreógrafos y bailarines
 - 2455 Actores y directores de cine, radio, teatro, televisión y afines
- 313 OPERADORES DE EQUIPOS ÓPTICOS Y ELECTRÓNICOS
 - 3131 Fotógrafos y operadores de equipos de grabación de imagen y sonido
 - 3132 Operadores de equipos de radiodifusión, televisión y telecomunicaciones
- 347 PROFESIONALES DE NIVEL MEDIO DE ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, ESPECTÁCULOS Y DEPORTES
 - 3471 Decoradores y diseñadores
 - 3472 Locutores de radio y televisión y afines
 - 3473 Músicos, cantantes y bailarines callejeros, de cabaret y afines
 - 3474 Payasos, prestidigitadores, acróbatas y afines
- 414 EMPLEADOS DE BIBLIOTECAS Y SERVICIOS DE CORREOS Y AFINES
 - 4141 Empleados de bibliotecas y archivos
 - 4143 Codificadores de datos, correctores de pruebas de imprenta y afines
- 731 MECÁNICOS DE PRECISIÓN EN METALES Y MATERIALES SIMILARES
 - 7312 Constructores y afinadores de instrumentos musicales
 - 7313 Joyeros, orfebres y plateros

- 732 ALFAREROS, OPERARIOS DE CRISTALERÍAS Y AFINES
 - 7321 Alfareros y afines (barro, arcilla y abrasivos)
 - 7322 Sopladores, modeladores, laminadores, cortadores y pulidores de vidrio
 - 7323 Grabadores de vidrio
 - 7324 Pintores decoradores de vidrio, cerámica y otros materiales
- 733 ARTESANOS DE LA MADERA, TEJIDOS, CUERO Y MATERIALES SIMILARES
 - 7331 Artesanos de la madera y materiales similares
 - 7332 Artesanos de los tejidos, el cuero y materiales similares
- 734 OFICIALES Y OPERARIOS DE LAS ARTES GRÁFICAS Y AFINES
 - 7341 Cajistas, tipógrafos y afines
 - 7342 Estereotipistas y galvanotipistas
 - 7343 Grabadores de imprenta y fotograbadores
 - 7344 Operarios de la fotografía y afines
 - 7345 Encuadernadores y afines
 - 7346 Impresores de serigrafía y estampadores a la plancha y en textiles
- 742 OFICIALES Y OPERARIOS DEL TRATAMIENTO DE LA MADERA, EBANISTAS Y AFINES
 - 7422 Ebanistas y afines
 - 7424 Cesteros, bruceros y afines
- 743 OFICIALES Y OPERARIOS DE LOS TEXTILES Y DE LA CONFECCIÓN Y AFINES
 - 7433 Sastres, modistos y sombrereros
- 825 OPERADORES DE MÁQUINAS DE IMPRENTA, ENCUADERNACIÓN Y FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE PAPEL
 - 8251 Operadores de máquinas de imprenta
 - 8252 Operadores de máquinas de encuadernación

INDICADORES
NO MONETARIOS

- 9.1. Los países que se preocupan por la cultura han desarrollado una gran variedad de indicadores no monetarios sobre los sectores de la cultura que tienen que ver tanto con los aspectos de oferta como de demanda y los hábitos de consumo cultural de la población.
- 9.2. En los cuadros que se presentan en este capítulo, se ha hecho una selección de un cierto número de indicadores relevantes, con la esperanza de que muchos países estén en capacidad de establecerlos. Ofrecen información no monetaria sobre los bienes y servicios culturales. Abordan la oferta y demanda, o lo que usualmente se llama variables de producción y consumo no monetarias. También se propone en ciertos casos la desagregación de estas unidades según el país de origen y las categorías de género propias de cada sector.
- 9.3. Debe señalarse que es ante todo una propuesta que cada país debe ir enriqueciendo con su propia experiencia e intereses. En particular, las clasificaciones que se proponen deberán ser revisadas por cada país para ceñirse a las particularidades nacionales y a los intereses de política. Su objetivo es dar una perspectiva complementaria a los datos en valor que aparecen en los otros cuadros del Manual.
- 9.4. En ciertos casos la propuesta es bastante agregada (por ejemplo las importaciones se presentan de manera global, los géneros no son mayormente desagregados), se invita a cada país para que desarrolle, en la medida de sus posibilidades e interés, una mayor desagregación pues esta información es importante para la toma de decisiones. Un tema de vital importancia en este campo es la diversidad cultural y los procesos

de identidad. Buena parte de las políticas culturales en la actualidad tiene como base la promoción de la diversidad y el fortalecimiento de los procesos de identidad. Una política cultural acertada se mide también por la diversidad de contenidos que fluyen por los bienes y servicios culturales adquiridos por su población. Por lo tanto resulta de gran importancia obtener información cómo qué tanta de la creación nacional y de otros países fluye por estos bienes y servicios. Determinar si proviene de un solo país, o si tan solo se ofrecen unos géneros determinados dejando de lado otros.

- 9.5. Los cuadros ofrecen información sobre la oferta en unidades no monetarias propias a cada una de las áreas consideradas: número de títulos y número de ejemplares, tratándose de los libros y material audiovisual, número de obras presentadas y número de funciones, para los espectáculos, horas de difusión para la televisión, número de bibliotecas, número de volúmenes y número de consultas, y número de personas atendidas, para las bibliotecas, etc.
- 9.6. La medición de la demanda en ciertas circunstancias presenta más dificultades, pues la "compra" como operación económica no agota el proceso cultural: la compra de un libro (operación económica) no es lo mismo que su lectura (proceso cultural). Sólo el cuadro relacionado con los libros trata de capturar este aspecto, pero es un campo cuya exploración es de gran interés, y que será necesario ampliar en el futuro a partir de las experiencias adquiridas.
- 9.7. En los cuadros que se presentan a continuación se trata de determinar las variables de unidades no monetarias más significativas en términos de oferta y demanda, usualmente desagregadas en término de los géneros propios de cada sector. Se trata de productos finales, que benefician a los hogares (según los principios del cuadro de gasto).
- 9.8. No se han establecido indicadores para todos los sectores, no por falta de interés, sino por la dificultad que representa. Es así como no hay indicadores para el sector de diseño, o el de los juegos y juguetes.
- 9.9. El cuadro 9.1 se refiere al subsector de los libros. En América Latina, el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe

(CERLALC) ha hecho una importante labor en caracterizar el mercado y el comportamiento de los compradores de libros y los lectores; los cuadros propuestos se derivan de la información producida y recopilada por esta organización. En las informaciones relacionadas con hábitos de lectura, los países tendrán que definir con precisión los parámetros de clasificación: frecuencias de referencia, etc. Para volver los datos comparables a nivel internacional y eliminar el efecto de la diferencia en el tamaño de la población, se recomienda expresar las variables como un % de la población de referencia.

- 9.10. El cuadro 9.2 se refiere al área de los diarios y revistas: se trata de conocer el número de títulos, su tiraje, las compras efectivas así como una discriminación por género. Para los diarios, se diferencia entre los que se venden durante los días ordinarios, de las ediciones dominicales, pues en ciertos países el ejemplar dominical presenta particularidades de mercado. También se mencionan los diarios y revistas importadas, para ellos, se establece la demanda nacional. Como las publicaciones tienen periodicidad diferente, se habla en cada caso de ventas promedio por periodo y ventas totales por año cuando se procede a la consolidación.
- 9.11. El cuadro 9.3 se refiere al área de los espectáculos de escena, tanto en términos del teatro, de la danza, de la música, u de otros espectáculos como los circenses. En este, se trata de captar, no solamente los que son del orden de la producción, sino también estos espectáculos presentados dentro del marco de actividades culturales no productivas, en la medida que esto sea posible (véase capítulo 3, sección III.A). En este caso también se trata de medir la diversidad, en términos de número de espectáculos montados (novedades) y número de espectáculos presentados, así como su intensidad en términos de número de funciones y de espectadores.
- 9.12. El cuadro 9.4 se dedica a recopilar indicadores relacionados con los espectáculos de variedades y de música. Este cuadro separa las representaciones gratuitas de las que se pagan, y para estas últimas, las entradas gratuitas de las que se pagan. El cuadro se presenta por género y también separa los casos en que se presentan solamente artistas nacionales, de los que presentan artistas extranjeros. Los países pueden perfectamente extender esta clasificación en términos de los países que se quieren aislar. En este caso, se plantea también la cuestión de lo que se denomina nacional

y extranjero, pues esta denominación puede cubrir varias realidades: el país de residencia del artista, y la referencia cultural de su contenido:²⁰ ambos aspectos son interesantes, y los países podrán determinar cuál es su interés principal, o combinar las dos ópticas.

- 9.13. El cuadro 9.5 se refiere al sector audiovisual, limitado a los discos de música y a los DVDs (y otros soportes) por los que se transmiten tanto la imagen como el sonido. Esta área es particularmente difícil pues es donde los cambios tecnológicos se dan con la mayor rapidez. En efecto, los modos de adquisición van modificándose de paso con la mayor penetración del internet en el diario vivir de las poblaciones, generándose un mayor uso de las adquisiciones de música y de videos en línea, que los sistemas estadísticos penan en capturar. En este cuadro, de una parte se trata de recoger elementos de creación, con el número de títulos depositados o nuevos disponibles, y de otra parte, las ventas, que se diferencian por el contenido.
- 9.14. El cuadro 9.6 se centra en el cine; se trata de captar, de una parte la producción nacional de películas, tomando en cuenta el fenómeno de coproducción, y de otra, el elemento de consumo, por medio de las entradas por género y nacionalidad de la obra (con las dificultades anteriormente señaladas de identificar la nacionalidad). En este caso, es difícil relacionar con indicadores similares la oferta (aquí en términos del número de películas) y la demanda (aquí expresada en términos de número de entradas). Los países pueden tratar de aislar algunas de las películas de mayor éxito, y construir indicadores más detallados, incluyendo por ejemplo el número de pantallas en que esta película particular se ha presentado, la duración de la temporada, etc.
- 9.15. El cuadro 9.7 se concentra en la televisión, tanto abierta como la televisión cerrada. En cuanto a la televisión abierta, recoge información sobre las horas dedicadas a ciertos contenidos, en valores absolutos y en porcentaje. Debería ser posible completar esta óptica de oferta, con una de demanda, a través de estadísticas de audiencia, también clasificadas por tipo de programas.

20 Juanes y Shakira residen en los Estados Unidos, y por tanto, son no residentes en Colombia. ¿Cómo debe calificarse, desde una óptica cultura, su participación en conciertos en Colombia?

- 9.16. El cuadro 9.8 trata de aproximarse a indicadores del patrimonio material; indaga sobre los monumentos, bajo el control de la nación, de la autoridad local o de los particulares. Habiendo identificado los más importantes (clasificados de acuerdo con el número de visitantes por año), se indaga por el número total de visitantes, el número de visitantes que pagan y el número de grupos escolares atendidos, como indicador del esfuerzo para introducir los niños al conocimiento de su patrimonio.
- 9.17. Finalmente, el cuadro 9.9 propone indicadores ligados a las bibliotecas, y su actividad de préstamo de material escrito o de video.

CUADRO 9.1**Indicadores no monetarios relacionados con los libros****Producción de títulos por novedades/reediciones y reimpressiones**

Libros		Total	Didáctico	Interés general	Literatura	Ciencia, tecnología, profesional	Artes, recreación y deportes	Religión
Sistema legal								
	Títulos							
	Novedades (%)		X	X	X	X	X	X
	Reediciones/reimpressiones (%)		X	X	X	X	X	X
Sistema ilegal (ediciones piratas)								
Producción de títulos (legal e ilegal) por 100.000 habitantes			X	X	X	X	X	X
Total ejemplares								
Tiraje promedio								
Ejemplares vendidos al mercado nacional								
Ejemplares exportados (libros con contenido editorial)								
Ejemplares importados								

Nota: la suma de las exportaciones y ventas en el mercado nacional puede ser diferente del tiraje por las existencias

Hábitos de lectura

Tipos de lectura	Género		Nivel educativo			Edad	
	Hombre	Mujer	Bajo	Medio	Alto	Joven	Adulto
Libros impresos							
Internet							
Navega en internet por diversión/ocio							
Revistas impresas/virtuales							
Diarios o periódicos impresos/virtuales							
No lee							

Variable observada: % de la población en este tramo que lee.

Lectura de libros en tiempos de ocio	Género		Nivel educativo			Edad	
	Hombre	Mujer	Bajo	Medio	Alto	Joven	Adulto
Frecuencia de lectura							
Frecuentes							
Todos o casi todos los días							
Una o dos veces por semana							
Ocasionales							
Alguna vez al mes							
Alguna vez al trimestre							
No lectores							

Número de libros leídos en el último trimestre*	Género		Nivel educativo			Edad	
	Hombre	Mujer	Bajo	Medio	Alto	Joven	Adulto
Ninguno							
Uno							
Dos							
Tres							
Cuatro							
Cinco							
De seis a diez							
Más de diez							

* Trimestre, o año, o....

CUADRO 9.2
Indicadores no monetarios relacionados con diarios y revistas

Diarios	Circulación diarios nacionales					
	Nacional				Regional	
	Número títulos	Total tirada	Total ventas	Total suscripciones	Número títulos	T
Diario (excepto domingo)*						
de a						
de a						
de a						
de a						
Total ejemplares						
Dominical*						
de a						
de a						
de a						
de a						
Total ejemplares						
* Clasificados por rangos de tiradas						
Revistas y otras publicaciones periódicas	General	Ciencia	Historia	Pasatiempos	Culturales	
Nacionales						
Semanales						
Número de títulos						
Tirada promedio por período						
Ventas promedio por período						
Bimensuales						
Número de títulos						
Tirada promedio por período						
Ventas promedio por período						
Mensuales						
Número de títulos						
Tirada promedio por período						
Ventas promedio por período						
Bimestrales						
Número de títulos						
Tirada promedio por período						
Ventas promedio por período						
Trimestrales						
Número de títulos						
Tirada promedio por período						
Ventas promedio por período						
Otras frecuencias						
Número de títulos						
Tirada promedio por período						
Ventas totales por año						
Total nacionales						
Número de títulos						
Tirada promedio por período						
Ventas totales por año						
Importados						
Número de títulos						
Ejemplares promedio por período						
Ventas totales por año						

CUADRO 9.3

Indicadores no monetarios relacionados con las artes escénicas y la música

Espectáculos	Número de espectáculos montados (estreno)		Número de espectáculos presentados		Número de presentaciones	
	Profesional	Aficionado	Profesional	Aficionado	Profesional	
					De 1 a 20 presentaciones	De 20 a 50 presentaciones
Teatro						
Danza						
Clásica						
Folclórica						
Música						
Clásica						
Jazz						
Popular						
Circo						
Otros tipos de espectáculos						
TOTAL						

CUADRO 9.4

Indicadores no monetarios relacionados con espectáculos de variedades y de música

	Género clásico	Género nacional	Comedia musical	Jazz e improvisación
Número total de representaciones				
Pagando				
Gratuitas				
Representaciones pagando				
Número de entradas pagas				
Número de entradas gratuitas				
Con solo artistas nacionales				
<i>Número total de representaciones</i>				
Pagando				
Gratuitas				
<i>Representaciones pagando</i>				
Número de entradas pagas				
Número de entradas gratuitas				
Con solo artistas extranjeros				
<i>Número total de representaciones</i>				
Pagando				
Gratuitas				
<i>Representaciones pagando</i>				
Número de entradas pagas				
Número de entradas gratuitas				
Con artistas nacionales y extranjeros				
<i>Número total de representaciones</i>				
Pagando				
Gratuitas				
<i>Representaciones pagando</i>				
Número de entradas pagas				
Número de entradas gratuitas				

CUADRO 9.5

Indicadores no monetarios relacionados con el sector audiovisual (discos y DVDs)

		Número de títulos depositados		
DISCOS de música		Total	Clásico	Variedades nacionales
Número de títulos				
Ventas de discos de música	Total	Clásico	Variedades internacionales	Variedades nacionales
Discos compactos				
Todos soportes + libro				
Video musicales				
Descargas internet (?) (títulos)				
	2005	2006	2007	
Ventas de DVD (u otros soportes) por género				
Películas nacionales				
Películas extranjeras				
Animación (LM)				
Otros				
Ficción, series TV				
Serías de animación				
Música nacional o extranjera				
Otros				
Número de nuevos títulos disponibles				
Películas en DVD (u otros soportes)				
Número de títulos disponibles				
Películas nacionales				
Películas norteamericanas				
Otras películas				

CUADRO 9.6

Indicadores no monetarios relacionados con el cine

Producción de películas (Largo Metrajes)			
Número	2005	2006	2007
Totalmente nacionales			
Coproducción mayormente nacional			
Coproducción mayormente extranjera			
Otras			
Total			

Equipamiento			
	2005	2006	2007
Número de establecimientos			
Número de salas			
Número de butacos			
Entradas			

Si es relevante, este cuadro se puede establecer no solamente a nivel nacional sino por regiones o por ciudades importantes

Entradas			
	2005	2006	2007
Por nacionalidad de la obra			
Nacional			
Norteamericana			
Otras nacionalidades			
Total			
Por género			
Animación			
Documental			
Comedia			
Otros			
Total			
Por meses			
Enero			
Febrero			
Marzo			
Abril			
Mayo			
Junio			
Julio			
Agosto			
Septiembre			
Octubre			
Noviembre			
Diciembre			
Total			

CUADRO 9.7

Indicadores no monetarios relacionados con la televisión

	2005	2006	2007
Televisión abierta			
Número de canales			
Públicos			
Cobertura nacional			
Cobertura local			
Sin ánimo de lucro			
Cobertura nacional			
Cobertura local			
Privados, con ánimo de lucro			
Cobertura nacional			
Cobertura local			
Número de hogares con por lo menos un receptor de televisión			
Proporción de hogares con por lo menos un receptor de televisión			
Televisión cerrada y por suscripción			
Número de operadores			
Cobertura nacional			
Cobertura local			
Número de suscriptores			
Cobertura nacional			
Cobertura local			

Los programas de los canales nacionales de televisión abierta	Noticias	Magazin/ documentales	Deportes	Telenovelas
En horas				
Públicos				
Sin ánimo de lucro				
Privados con ánimo de lucro				
En porcentaje				
Públicos				
Sin ánimo de lucro				
Privados con ánimo de lucro				

CUADRO 9.8

Indicadores no monetarios relacionados con monumentos

	Número de monumentos	Número total de visitantes	Número de visitantes que pagan	Número de grupos escolares atendidos
Monumentos Nacionales				
De xx a xx visitas				
Listar				
De xx a xx visitas				
Total general				
Monumentos públicos que dependen de la autoridad local				
Listar por departamentos				
Total nacional				
Monumentos privados				
Total nacional				

Totales de cada categoría, y listar los más importantes en número de visitantes por año

Si la información lo permite, separar los visitantes entre nacionales y extranjeros

CUADRO 9.9

Indicadores no monetarios relacionados con las bibliotecas

	Número de establecimientos	Número de volúmenes (31 diciembre)			Adquisiciones en el año	Volúmenes dados de baja en el año	Número de volúmenes prestados en el año	Número de personas atendidas
		Libros impresos	Otros medios	Total				
Bibliotecas Nacionales								
*								
Bibliotecas públicas municipales o de barrios								
*								
Bibliotecas universitarias								
*								

* Total, y listar las más importantes



BIBLIOGRAFÍA

- ADDES, Association pour le développement de la documentation sur l'économie sociale, "Les associations en France et leur contribution au PIB".
- Argentina, Secretaría de Cultura Presidencia de la Nación, "Cuenta Satélite de Cultura: primeros pasos hacia la construcción en el MERCOSUR cultural".
- Benhamou, Françoise, *L'économie de la Culture*, París, La Découverte – Repères, 2004.
- Caves, R.E., *Creative Industries, Contracts between Art and Commerce*, Department for culture, media and sport (DCMS), 2000.
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe – CERLALC, *Panorama de la edición en Iberoamérica – el espacio del libro*, 2006.
- Convenio Andrés Bello, Serie Economía y Cultura, *Los trabajadores del sector cultural en Chile. Estudio de caracterización*, 2004.
- Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, 2003.
- La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*, 2005.
- Fondo Monetario Internacional, *Manual 5º de balanza de pagos*, 1993.
- Manual de estadísticas de finanzas públicas*, 2001.
- Kaminski, Philippe, *Le Compte Satellite des Institutions sans But Lucratif en France*, París, ADDES, 2006.
- McCarthy, Kevin F.; Brooks, Arthur; Lowell, Julia; Zakaras, Laura, *The Performing Arts in a New Era*, Rand, 1999.
- Ministère de la Culture et de la Communication – France, *Les notes statistiques du DEPS*, nº16, enero 2006.
- "Aperçu Statistique des industries culturelles", 2006.
- "Chiffres clés", 2007.

- Ministerio de Cultura de Colombia, Instituto Distrital de Cultura y Turismo (IDCT), Secretaría Ejecutiva Convenio Andrés Bello (SECAB), "Diagnóstico económico de los espectáculos públicos de las artes escénicas en Bogotá: teatro, danza, música y circo", Universidad de los Andes, Bogotá, octubre 2006.
- Naciones Unidas, *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las Actividades Económicas CIIU Revisión 4*, New York 2007.
- Clasificación Central de Productos CPC Ver 2*
New York (en proceso... 2008).
- Guide to Producing Statistics on Time Use: Measuring Paid and Unpaid Work*, New York, 2005.
- Sistema de Cuentas Nacionales* (en colaboración con el FMI, OECD, Eurostat, Banco Mundial), New York 1993.
- OECD, "International Measurement of the Economic and Social Importance of Culture", preparado por John C. Gordon y Helen Beilby-Orrin, 2006.
- Statistics Canada, *The Canadian Satellite Account of Nonprofit Institutions and Volunteering: Testing the Handbook of Nonprofit Institutions In the Canadian System of National Accounts*, Johns Hopkins University and United Nations Statistical Division (junio 2001).
- Canadian Framework for Culture Statistics*, Research Paper, Culture, Tourism and the Center for Education Statistics.
- Throsby, David, *Economía y cultura*, Cambridge University Press, 2001.
- UNESCO – Institute for Statistics, *International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003*. Defining and capturing the flows of global cultural trade.
- World Intellectual Property Organization, *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-based Industries*, Ginebra, 2003.

Glosario

Actividad cultural característica

Una actividad cultural característica es una actividad productiva cuya producción típica es un producto cultural característico

Activo fijo

Los activos fijos son activos tangibles o intangibles que se obtienen como resultado de procesos de producción y que a su vez se usan repetida o continuamente en otros procesos de producción durante más de un año.

Activo fijo tangible

Activos fijos que comprenden: las viviendas; los otros edificios y estructuras; la maquinaria y equipo, y los activos cultivados.

Activo fijo intangible

Activos fijos constituidos por la exploración minera, los programas de informática, los originales para esparcimiento, literarios y artísticos, y los otros activos fijos intangibles destinados a ser utilizados durante más de un año.

Beneficiario de un gasto cultural

El beneficiario de un gasto cultural es el agente económico que se beneficia de este gasto, que haya o no pagado total o parcialmente por él.

Bienes o servicios individuales

Los bienes o servicios individuales son esencialmente "privados". Sus características son las siguientes:

- (a) Se puede observar y registrar la adquisición del bien o servicio por un hogar individual o por un miembro del mismo, y también el momento en que tiene lugar;
- (b) El hogar tiene que haber aceptado el suministro del bien o servicio y tiene asimismo que dar los pasos necesarios para que ello sea posible, por ejemplo asistir a una escuela o ingresar a una clínica;
- (c) El bien o servicio ha de ser tal que su adquisición por un hogar o una persona, o posiblemente por un grupo pequeño y restringido de personas, excluya la adquisición por otros hogares o personas.

Consumo de capital fijo

En términos generales, el consumo de capital fijo se puede definir como la declinación experimentada, durante el periodo contable, en el 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 de los hogares

El consumo final efectivo de los hogares Incluye el valor de todos los bienes y servicios de consumo individuales adquiridos por los hogares residentes. Incluye tres conjuntos de bienes y servicios:

- (a) Los adquiridos mediante gastos que realizan los propios hogares;
- (b) Los adquiridos como transferencias sociales en especie de las IPSFLSH;
- (c) Los adquiridos como transferencias sociales en especie del gobierno general.

Consumo final efectivo del gobierno general

El consumo final efectivo del gobierno general incluye los servicios de consumo colectivos prestados por el gobierno general a la comunidad o a grandes secciones de la misma.

Consumo intermedio

El consumo intermedio consiste en el valor de los bienes y servicios consumidos como insumo por un proceso de producción, excluidos los activos fijos cuyo consumo se registra como consumo de capital fijo.

Cuadro de gasto

El cuadro de gasto de la CSC es el cuadro mediante el cual se presentan los gastos en cultura según beneficiarios y financiadores.

Cuenta Satélite de la Cultura (CSC)

Marco contable coherente y sistemático, derivado del de las Cuentas Nacionales, dispuesto en cuadros cuyas entradas están interrelacionadas, y que presentan información detallada del funcionamiento y de las características económicas de la Cultura.

Cuenta de producción

La cuenta de producción del SCN registra la producción como actividad económica por medio de la cual un productor utiliza insumos para obtener productos.

Cultura: definición amplia

La cultura abarca los rasgos, creencias, convenciones, formas de convivencia, costumbres, imaginarios, sistemas de valores y prácticas simbólicas colectivas e individuales que prevalecen en un grupo.

Cultura: definición operativa

La cultura se define como un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos.

Depreciación

La depreciación es un registro contable por medio del cual se toma en cuenta, como costo de producción, la pérdida de valor de los activos fijos como resultado de su uso en los procesos de producción.

Empleo asalariado

Un empleo asalariado resulta de 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 la empresa a cambio de una remuneración en dinero o en especie.

Empleo equivalente a tiempo completo

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 trabajadas dividido por el promedio anual de horas trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo.

Entidad de mercado

Ofrece productos a precios económicamente significativos; entidades cuya producción está sometida a las fuerzas de la oferta y la demanda.

Financiador

En el cuadro de gasto, corresponde a los agentes que pagan por los bienes y servicios o transferencias recibidas por los beneficiarios

Gasto de consumo final del gobierno general y de las IPSFLSH

Gastos efectuados por el gobierno general y las IPSFLSH en una amplia gama de bienes y servicios de consumo, ya se trate de servicios colectivos o de ciertos bienes o servicios individuales.

Gasto en cultura

El gasto en cultura incluye los gastos para la adquisición de bienes y servicios culturales 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.

Impuestos sobre la producción y las importaciones

Los impuestos sobre la producción y las importaciones incluyen los impuestos sobre los productos y otros impuestos sobre la producción, que consisten principalmente en los impuestos sobre la propiedad o uso de tierras y terrenos, los edificios u otros activos utilizados en la producción, y sobre la mano de obra empleada o sobre la remuneración pagada a los asalariados.

Impuestos sobre los productos

Los impuestos por pagar sobre los productos son los impuestos sobre los bienes y servicios cuando estos se producen, suministran, venden, transfieren a disponen de otra manera por sus productores; más los impuestos y derechos sobre las importaciones que han de pagarse cuando los bienes entran en el territorio económico al cruzar la frontera, o cuando los servicios de presentan a unidades residentes por unidades no residentes.

Industrias creativas

Las industrias creativas son aquellas que tienen su origen en la creatividad individual, la habilidad y el talento, y que tienen un potencial de creación de riqueza y de empleo por medio de la generación y explotación de la propiedad intelectual.

Industrias culturales

Las industrias culturales y de la comunicación (content industries) combinan funciones más o menos industriales de concepción, creación y producción con funciones industriales de fabricación a gran escala y de comunicación utilizando soportes físicos o de comunicación.

Ingreso mixto

Es el saldo contable de la cuenta de distribución primaria del ingreso que corresponde a las empresas no constituidas en sociedad propiedad de los hogares en que el propietario(s) o los miembros del mismo hogar aportan mano de obra no remunerada de una clase similar a lo que podrían aportar trabajadores remunerados. Este saldo contable contiene implícitamente un elemento de remuneración del trabajo realizado por el propietario o por otros miembros del hogar que no puede identificarse por separado del rendimiento obtenido por el propietario como empresario.

Objetos valiosos

Los objetos valiosos se definen como bienes 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.

Patrimonio cultural

El patrimonio cultural incluye aquellos productos y prácticas que al tener un valor simbólico también tienen un valor histórico y a través de los cuales se expresan las identidades colectivas.

Patrimonio cultural inmaterial

Se entiende por patrimonio cultural inmaterial las prácticas, representaciones y expresiones, los conocimientos y las técnicas que procuran a las comunidades, los grupos e individuos un sentimiento de identidad y continuidad que es transmitido de generación en generación, y que las comunidades y los grupos recrean permanentemente en función de su medio, su interacción con la naturaleza y su historia.

Patrimonio cultural material

El patrimonio cultural material incluye los monumentos históricos, el patrimonio arqueológico, el patrimonio que se resguarda en los museos, los repositorios o archivos de textos impresos y contenidos audiovisuales y objetos con un carácter histórico.

Persona ocupada

Una persona ocupada es la que, durante el periodo de referencia estuviera en cualquiera de la situación siguiente: con empleo asalariado, sea trabajando o con empleo pero sin trabajar, o con empleo independiente, sea trabajando o con una empresa pero sin trabajar.

PIB Producto Interno Bruto

El producto interno bruto es una medida del valor creado por la actividad productiva de las unidades institucionales residentes. Consta principalmente de la suma de los valores agregados brutos. Hay que adicionar los impuestos netos de subvención sobre los productos y sobre la producción.

Principio de adquisición

El principio de adquisición es el principio utilizado en las Cuentas Nacionales por el cual las adquisiciones de bienes y servicios individuales por el gobierno general y las IPSFLSH se asignan a los hogares beneficiarios.

Principio del beneficiario

El principio del beneficiario es el principio utilizado en la CSC por medio del cual se asigna un gasto al que se beneficia de él, independientemente de si ha pagado o no por él.

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 interés en considerar la actividad que lo produce como característico de la cultura.

Producto (cultural) conexo

Un producto cultural conexo es un producto que tiene un interés estudiar en un análisis económico de la cultura, sin que sea característico.

Producto (cultural) conexo**propriadamente dicho**

Un producto conexo propriadamente dicho es un producto cuya valor de producción representa poco dentro del valor total de la producción de las actividades (identificas con su código CIIU a 4 dígitos) que lo produce de manera típica, pero que sin embargo tiene claramente la característica de ser cultural.

Producto (cultural) auxiliar

Un producto llamado auxiliar es un producto que de por sí no participa de la generación de contenidos simbólicos, ni sirve de insumos para esta, sino que hace esta transmisión posible siendo este su uso exclusivo.

Producto (cultural) interdependiente

Los bienes y servicios interdependientes abarcan productos, utilizados como insumos o bienes de capital por los productores culturales, que pueden considerarse como "esclavos" de la actividad cultural, es decir que su razón de existir, es exclusivamente o principalmente para servir como insumo o bien de capital para la producción cultural o para apoyar una actividad cultural o crear las condiciones para que sea posible, sin que su propia naturaleza sea de crear, expresar, interpretar, conservar o transmitir contenidos simbólicos.

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 no terminal

En la Cuenta Satélite de la 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 la Cuenta Satélite de la Cultura se considera que un producto característico es terminal cuando aun se usa como consumo intermedio en algún proceso de producción, este proceso no conduce a obtener productos característicos.

Producto, producción de mercado

Se denomina **producción de mercado** a aquella que es vendida a precios que son económicamente significativos o que es dispuesta de otra manera en el mercado, o que se piensa destinar a su venta o disposición en el mercado

(otro) Producto, producción de no mercado

La (otra) producción de no mercado consiste en bienes y servicios individuales o colectivos producidos por las IPSFLSH 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 su conjunto.

Puesto de trabajo

Un puesto de trabajo (a job en inglés) 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.

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.

Servicios colectivos

Los servicios colectivos se prestan de forma colectiva a la comunidad en su conjunto. Sus características se resumen como sigue:

- (a) Se pueden prestar simultáneamente a cada uno de los miembros de la comunidad o a determinadas secciones de la misma;
- (b) La utilización de estos servicios suele ser pasiva y no requiere un acuerdo explícito una participación activa de todos los individuos implicados;
- (c) La prestación de un servicio colectivo a un individuo no reduce el monto disponible para los restantes individuos de la misma comunidad o de una sección de esta: No existe rivalidad en la adquisición.

Subvención

Son pagos corrientes sin contrapartida que las unidades gubernamentales 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.

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/hogar) o de servicios para una **entidad de mercado**. En circunstancias diferentes, no se trata de trabajo en el sentido del SCN 1993.

Transferencia

Una transferencia se define como una transacción mediante la cual una unidad institucional suministra un bien, un servicio o un activo a otra unidad institucional sin recibir de esta ninguna contrapartida en forma de bien, servicio o activo.

Transferencia corriente

Una transferencia que no es de capital es una transferencia corriente.

Transferencia de capital

Una transferencia de capital puede ser en especie o en dinero. Una transferencia de capital en especie implica la transferencia de la propiedad de un activo diferente de las existencias. Una transferencia de dinero es de capital cuando se halla ligada a, o depende de, la adquisición o disposición de un activo (distinto de las existencias) por una o ambas partes implicadas en la transacción.

Transferencia social en especie

Las transferencias sociales en especie son las contrapartidas de los montos de los gastos en consumo individual de las IPSFLSH y del gobierno general.

Valor Agregado (Bruto, Neto)

El valor agregado (bruto o neto) pretende medir el valor adicional creado por un proceso de producción.