

**Departamento
Administrativo Nacional de
Estadística**



**Diseño
DSO**

Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales / DSCN

METODOLOGÍA GENERAL CUENTA SATÉLITE DE CULTURA -CSC-

Nov/2017

DIRECTOR TÉCNICO DE SÍNTESIS Y CUENTAS NACIONALES
Giovanni Buitrago Hoyos

COORDINADOR GRUPO DE CUENTAS SATÉLITES
Iván Ernesto Piraquive López

ASESORÍA TÉCNICA
Marion Pinot de Libreros

GRUPO TÉCNICO DANE
Maribel Tarazona Camacho
Francisco Ernesto Carrillo Castillo

GRUPO TÉCNICO MINISTERIO DE CULTURA
Raul Ernesto Casas Valencia
Paola Andrea Angulo Ealo


	METODOLOGÍA GENERAL CUENTA SATÉLITE DE CULTURA -CSC-	CÓDIGO: DSO-CSC-MET-001 VERSIÓN: 2 FECHA: 17/Nov/2017
PROCESO: Diseño		OPERACIÓN O INVESTIGACIÓN ESTADÍSTICA: CSC - CUENTA SATELITE DE CULTURA

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

1. ANTECEDENTES
2. DISEÑO DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA
 - 2.1. DISEÑO TEMÁTICO/METODOLÓGICO
 - 2.1.1. Necesidades de Información
 - 2.1.2. Objetivos
 - 2.1.3. Alcance
 - 2.1.4. Marco de referencia
 - 2.1.5. Plan de resultados (incluye cuadros de salida o resultados)
 - 2.1.5.1. Cuentas de producción
 - 2.1.5.2. El gasto y su financiación
 - 2.1.5.3. Cálculo de valores a precios constantes de 2005 por encadenamiento
 - 2.1.6. Nomenclaturas y Clasificaciones utilizadas
 - 2.2. MÉTODO DE ELABORACIÓN PARA OPERACIONES ESTADÍSTICAS DERIVADAS
 - 2.2.1. Definición de las fuentes de información
 - 2.2.2. Validación de las fuentes de información
 - 2.2.3. Método general de cálculo_Indicadores Monetarios
 - 2.2.3.1. Libros y publicaciones
 - 2.2.3.2. Música
 - 2.2.3.3. Audiovisual y Radio
 - 2.2.3.4. Artes escénicas y espectáculos públicos
 - 2.2.3.5. Educación cultural
 - 2.2.3.6. Juegos y juguetería.
 - 2.2.3.7. Diseño.
 - 2.2.3.8. Artes visuales
 - 2.2.3.9. Creación literaria, musical, teatral y audiovisual
 - 2.2.4. Revisión y análisis de resultados generados
 - 2.2.5. Método general de cálculo_Indicadores No Monetarios
 - 2.2.5.1. Matriz de trabajo del campo cultural
 - 2.3. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS INFORMÁTICAS UTILIZADAS
 - 2.4. DISEÑO DE MÉTODOS Y MECANISMOS PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD
 - 2.5. DISEÑO DEL ANÁLISIS DE RESULTADOS
 - 2.5.1. Análisis estadístico
 - 2.5.2. Análisis del contexto
 - 2.5.3. Comité de personas expertas
 - 2.6. DISEÑO DE LA DIFUSIÓN
 - 2.6.1. Administración del repositorio de datos
 - 2.6.2. Productos e instrumentos de difusión
 - 2.7. PROCESO DE EVALUACIÓN
3. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
4. GLOSARIO
5. BIBLIOGRAFÍA
6. ANEXOS

PRESENTACIÓN

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), como ente rector, coordinador y regulador del Sistema Estadístico Nacional (SEN), y en el marco del proyecto de planificación y Armonización Estadística, trabaja por el fortalecimiento y consolidación del SEN mediante los siguientes procesos: La producción de estadísticas estratégicas; la generación, adaptación, adaptación y difusión de estándares; la consolidación y armonización de la información estadística y la articulación de instrumentos, actores, iniciativas y productos. Estas acciones tienen como fin mejorar la calidad de la información estadística estratégica, su disponibilidad, oportunidad y accesibilidad para responder a la gran demanda que se tiene de ella.

Consciente de la necesidad y obligación de brindar a los usuarios mejores productos, el DANE, desarrolló una guía estándar para la documentación de las metodologías de las operaciones estadísticas derivadas para contribuir a la visualización y entendimiento del proceso estadístico. Con el instrumento, la entidad elabora los documentos metodológicos de sus operaciones estadísticas derivadas que quedan a disposición de los usuarios especializados y del público en general. Allí se presentan de manera estándar, completa y de fácil lectura las principales características técnicas de los procesos y subprocesos de cada investigación, lo que permite su análisis, control y evaluación.

Esta serie de documentos, favorecen la transparencia, confianza y credibilidad de la calidad técnica de la institución para un mejor entendimiento, comprensión y aprovechamiento de la información estadística producida bajo los principios de coherencia, comparabilidad, integralidad y calidad de las estadísticas.

INTRODUCCIÓN

El DANE, en su compromiso por fortalecer la calidad del proceso de producción estadística, y como coordinador de la actividad estadística en el SEN, ha establecido, entre otros aspectos, una serie de lineamientos que estandarizan la estructura de los documentos metodológicos de las operaciones estadísticas, para éste caso las operaciones estadísticas derivadas.

Teniendo en cuenta los lineamientos del SEN para las Estadísticas derivadas, se ha elaborado el presente documento metodológico para la Cuenta Satélite de Cultura (CSC), cuyo propósito es proporcionar un instrumento que permita entender los diferentes procedimientos utilizados para el cálculo de las cuentas de producción, los Balances Oferta-Utilización (BOU) y cuenta del gasto, entre otros cálculos, de cada uno de los sectores culturales señalados en el Manual del Convenio Andrés Bello. Inicialmente se describen los cálculos para nueve segmentos culturales cuyos cuadros de resultados se encuentran publicados en la página web del DANE, para consulta de los usuarios y proveedores de la información.

El documento se compone principalmente de tres partes: en la primera parte se presentan los antecedentes de la CSC; en la segunda se describe el diseño metodológico y el método de elaboración de la operación estadística, y la tercera parte relaciona la bibliografía sobre los tópicos tratados.

1. ANTECEDENTES

Como parte del fortalecimiento de la información cultural para la toma de decisiones, la elaboración y seguimiento de la Cuenta Satélite del Sector Cultural y la generación de estadísticas especializadas, el Ministerio de Cultura en colaboración con el DANE, recomendaron en el "Plan Decenal de Cultura", (CONPES 3162 del 2002), que da origen a la CSC en Colombia en octubre de 2002, mediante un convenio de cooperación técnica entre el Ministerio de Cultura, el DANE, el Convenio Andrés Bello (CAB) y la Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA).

En 2005 se suscribió un nuevo convenio, esta vez entre el DANE y el Ministerio de Cultura con el objeto de cooperar y aunar esfuerzos técnicos, humanos y económicos para la consolidación y actualización permanente de la CSC. Como resultado de este convenio se obtuvo la serie de años 2000 a 2007, base 2000 utilizando las fuentes de información del marco central (Cuentas Anuales bienes y servicios) de las Cuentas Nacionales, que se publicaron en junio de 2009.

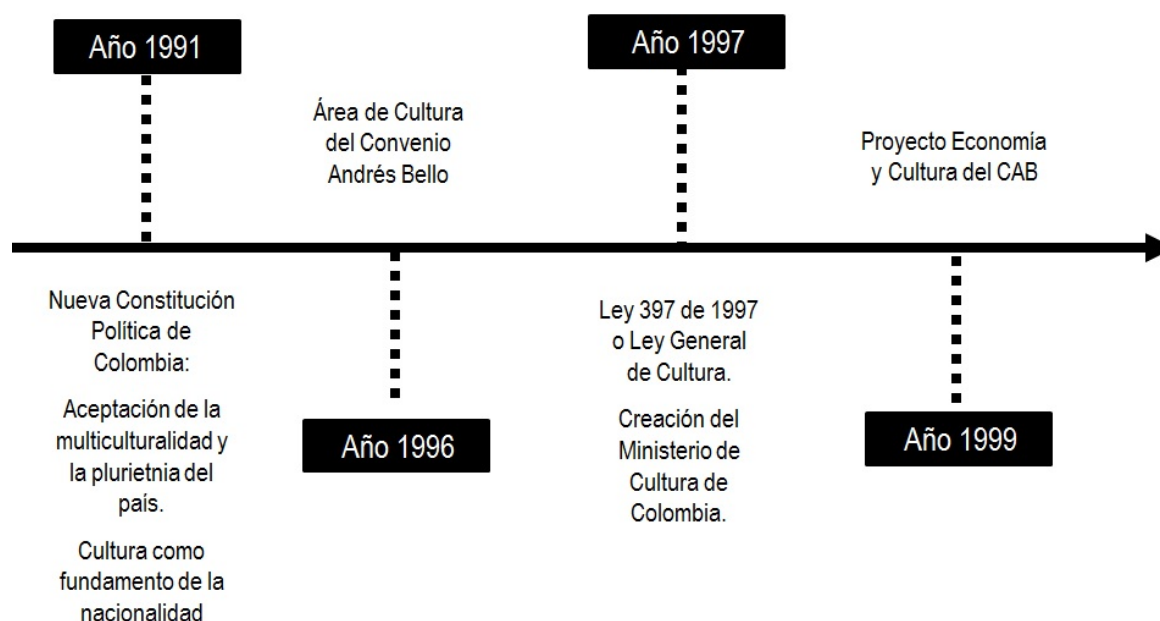
En 2009 el CAB publicó el documento Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su implementación en Latinoamérica.

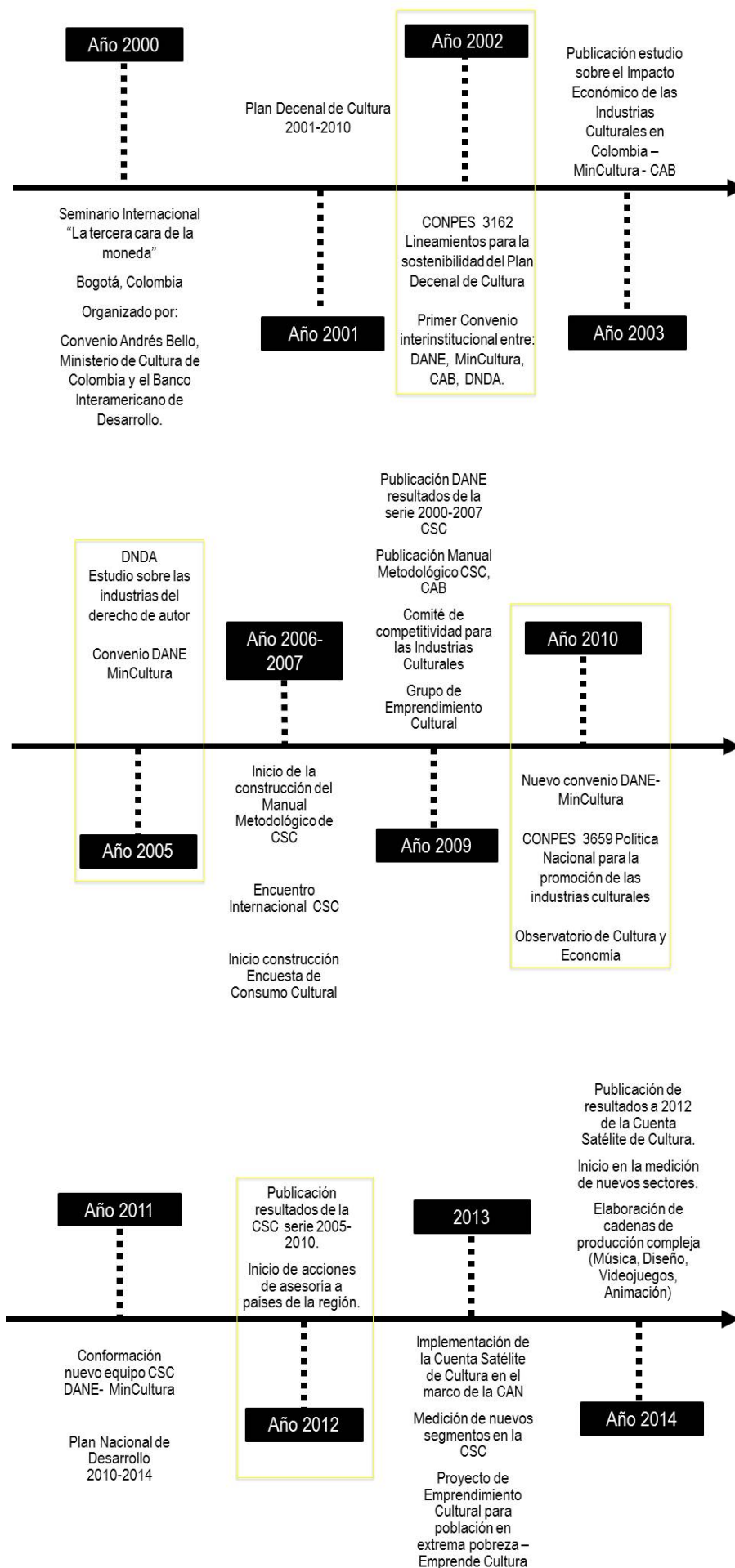
El CONPES 3659, Política Nacional para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia, de 2010, estableció como estrategia de solución al insuficiente desarrollo de las industrias culturales en las regiones y a la carencia de información sobre el tema, el fortalecimiento la CSC en el marco del Convenio celebrado entre el DANE y el Ministerio de Cultura. Asimismo, el DANE transferirá a las regiones la metodología de medición de la Cuenta Satélite en la medida en que ellas lo soliciten.

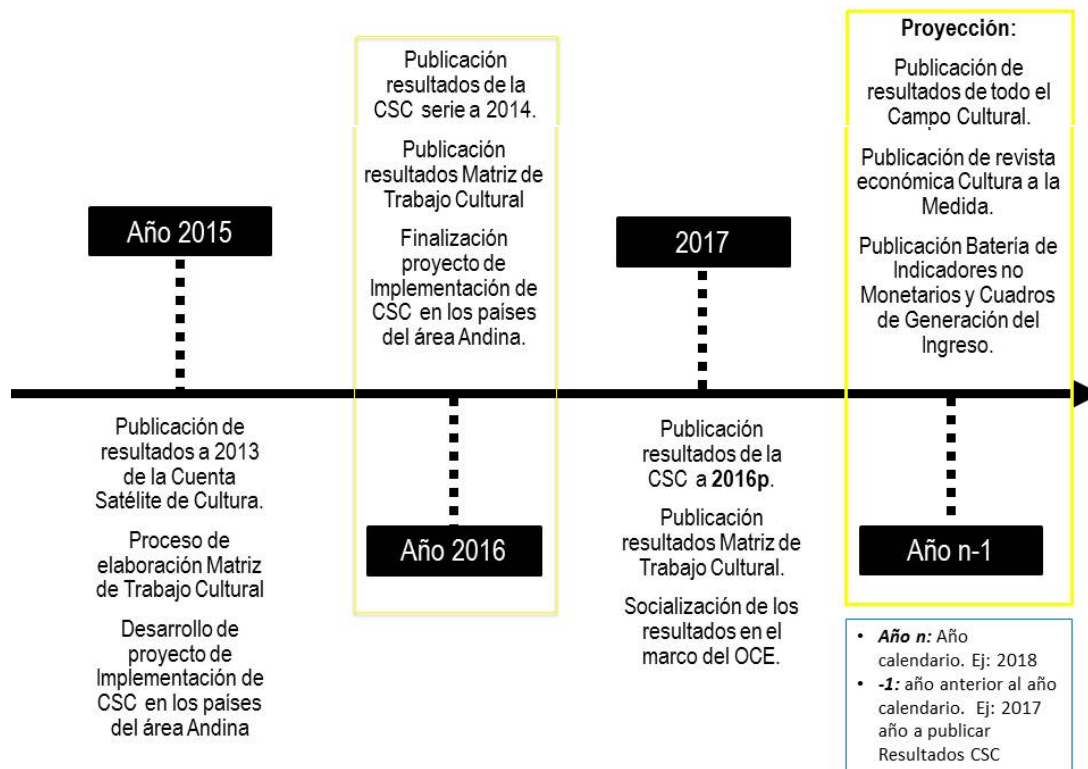
En 2010 el Ministerio de Cultura y el DANE protocolizaron un nuevo convenio de cooperación técnica (1804, marzo 2010 a 2015), para elaborar la CSC, considerando los lineamientos conceptuales y metodológicos del Manual del CAB, y con la conformación de un equipo de trabajo conformado por cuatro investigadores, dos de cada entidad, se viene desarrollando esta investigación. Este convenio tiene una vigencia de 5 años, prorrogables según interés de las partes. Por lo anterior y teniendo en cuenta los compromisos y avances de la CSC, y atendiendo la importancia de las actividades desarrolladas y los resultados obtenidos en la cooperación interinstitucional, consideran pertinente prorrogar por 5 años más el convenio interadministrativo (marzo de 2020).

En el año 2016 el Convenio Andres Bello, oficializó una actualización de la Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica, realizada en el año 2015. Metodología que se está aplicando actualmente en la CSC _ Colombia, teniendo en cuenta algunos cambios presentados con respecto a la primera versión del año 2009. En la tabla 1 se podrán observar las modificaciones realizadas en la serie de años que se han presentado resultados en la CSC de Colombia.

Imagen 1. Línea de tiempo de los antecedentes de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC)







2. DISEÑO DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA

2.1. DISEÑO TEMÁTICO/METODOLÓGICO

2.1.1. Necesidades de Información

Considerando la Constitución Política de Colombia de 1991 y la Ley General de Cultura de 1997, surgió la necesidad de elaborar mediciones económicas del sector cultural, como componente del desarrollo. Con lo anterior se abarcaron aspectos de vital importancia como: la oferta y la demanda de las industrias culturales; la dignificación de los trabajadores de la cultura; el turismo cultural y el patrimonio cultural, y la cultura como eje en los planes territoriales y sectoriales de desarrollo.

La Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento (Ley 1014 de 2006) adjudica responsabilidades institucionales acerca de la promoción del emprendimiento y, en el contexto del sistema formal de educación en todos sus niveles, establece mecanismos para promover la creación de nuevas empresas articuladas con las cadenas productivas. Asimismo, determina tanto el compromiso de fijar recursos públicos para el soporte de las redes de emprendimiento registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como la gestión de acuerdos con los organismos financieros para elaborar los planes de negocios de los empresarios que surjan y que sirvan como garantía para el autorización de créditos y la generación de condiciones para que en las regiones aparezcan fondos de inversionistas que apoyen a las nuevas empresas.

El Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 construyó unos lineamientos de competitividad y productividad considerando la identificación en las regiones y sectores partícipes sus apuestas productivas y estrategias competitivas. El Ministerio de Cultura promovió la elaboración de la Agenda Interna para el Sector Cultura, Medios y Publicidad, en consenso con varios actores privados del sector cultural, acopiando las demandas y apuestas, generando respuestas institucionales dirigidas a enfrentar los retos que plantea, en el contexto de las políticas públicas, el desarrollo de las industrias culturales en el país.

El documento Conpes 3162 de 2002, Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001- 2010, buscó fortalecer el Ministerio de Cultura y reorganizar el sector cultural por medio de un diagnóstico de los problemas de información, financiación, legislación y gestión. Es así como propuso la creación de indicadores, estadísticas y la elaboración de la CSC como un instrumento que cumplirá con esos requerimientos.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo (2006-2010) se promovió la estrategia de competitividad por medio del desarrollo empresarial y tecnológico, con el propósito de realizar una inclusión en los mercados internacionales para una competencia eficaz en el mercado local. El desarrollo de las empresas implicaba instaurar programas de promoción de la innovación y de estrategias puntuales de productividad y competitividad para las microempresas y para las pymes, considerando:

- El incremento de la productividad y la competitividad de las empresas.
- La eliminación de barreras de acceso a mercados financieros, tecnológicos y de información.
- El fomento de la formalización empresarial.
- La promoción de la asociatividad empresarial.
- El acceso a economías de escala por medio de las compras estatales.
- El fomento del apoyo a la cultura del emprendimiento.

Con estas herramientas se buscaba articular a las entidades del campo artístico y cultural, para visibilizarlas como generadoras de empleo y desarrollo social ante la sociedad en general y las instituciones encargadas de liderar la implementación de las políticas mencionadas, como son: el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; el SENA; el Sistema Nacional de Competitividad y las entidades territoriales (municipios y departamentos), que participan de manera relevante en consejos regionales de competitividad y espacios locales que son fundamentales para el desarrollo de las industrias culturales en Colombia.

Esta agenda interna para la productividad y la competitividad del sector cultural, de los medios de comunicación y la publicidad, es el contexto en el que se evidencia la necesidad de realizar investigaciones que ayuden a la implementación de todas las acciones de fomento de las industrias culturales, una de las cuales es la CSC.

2.1.2. Objetivos

a. Objetivo general

Crear un sistema de información focalizado, continuo, y comparable, que permita la valoración económica de los productos culturales, y de las actividades que los generan.

b. Objetivos Específicos

1. Caracterizar el campo cultural, estableciendo sus fronteras, límites y taxonomía.
2. Identificar los productos culturales, las actividades que los generan, determinando sus usos y los mecanismos de producción, intercambio y consumo.
3. Realizar una medición económica de la producción de los segmentos culturales establecidos en el Manual del Convenio Andres Bello_ CAB o por solicitud de incluir algún segmento específico y que cumpla con los criterios de inclusión en el campo cultural.
4. Brindar la información sobre la oferta y la demanda de los productos culturales, incorporando información monetaria y no monetaria.
5. Determinar los flujos de comercio exterior de los productos culturales.
6. Medir el empleo en las actividades culturales
7. Establecer y analizar el gasto y el consumo cultural, según su objetivo, naturaleza y beneficiarios.
8. Identificar indicadores monetarios y no monetarios (complementarios) relevantes para la explicación de las variables económicas establecidas en la medición del campo cultural.
9. Determinar la evolución y contribución de la economía de la cultura en la economía nacional.
10. Contribuir en 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, 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 partícipe del mejoramiento del bienestar económico de la población.
11. Servir de modelo con otros países de América latina en cuanto a la aplicabilidad del Manual_ CAB
12. Proveer un instrumento para analizar las interrelaciones de sus políticas y acciones con los agregados culturales y el ámbito económico general a los diferentes gestores y actores culturales tanto de la sociedad civil y del Estado.

2.1.3. Alcance

Las cuentas satélites son una extensión del Sistema de Cuentas Nacionales que comparte sus conceptos, definiciones y clasificaciones. Permiten ampliar la capacidad analítica a un área de interés específico.

La Cuenta Satélite de Cultura CSC, corresponde a un sistema de información económica continua, confiable y comparable de los bienes y servicios culturales y las actividades que los generan y, en general, del campo cultural que está conformado por los siguientes segmentos: Creación _Derechos de autor; Artes escénicas y espectáculos artísticos.; Artes plásticas y visuales; Libros y publicaciones; Audiovisual.; Música; Diseño; Juegos y juguetería; Patrimonio material; Patrimonio inmaterial; Educación Cultural.

Sin embargo el manual del CAB para las CSC, es un referente metodológico, y cada país está en la libertad, de incluir nuevos segmentos, excluir otros o medirlos dentro de otros segmentos ya conformados dentro campo cultural.

Es por esto que a pesar de las numerosas discusiones en escenarios internacionales, en las cuales se ha propuesto la inclusión de las actividades y productos relacionados con el deporte y la religión, la CSC se limita a realizar las mediciones de los segmentos del campo cultural antes mencionados y dejará la investigación de estos otros para estudios semejantes con diferentes alcances.

2.1.4. Marco de referencia

a. Marco teórico

En la década de los 70 se reconoció a la economía de la cultura como un campo de investigación propio de la ciencia económica, como indican el libro *Performing Arts: The Economic Dilemma* de Baumol y Bowen, la revista especializada *The Economics of the Arts: Selected Readings* dirigida por Mark Blaug, y la *Association for Cultural Economics International (ACEI)*, y cuyo objetivo es diferenciar la cultura en su sentido antropológico, de la cultura entendida en función de las expresiones culturales sujetas al análisis económico. Con esto se buscaba centrar la atención al análisis sobre temas como: la identificación de las formas de organización de las actividades culturales, la descripción del funcionamiento del mercado del arte y de los modelos de consumo de los bienes y servicios culturales.

Al analizar que los temas culturales son objeto de medición económica, se debe tener presente la relación estrecha que existe entre "Cultura y Economía". Esta relación generó una amplia proliferación de conceptos desde los años noventa con los que se procuró describir mejor el conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares, industriales, productoras y distribuidoras de productos culturales.

Durante los años noventa Australia y el Reino Unido incorporaron el término industrias creativas al debate de la economía de la cultura, con el objetivo de incluir otros nichos que comenzaban a cobrar relevancia en la economía de estos países, como: la moda, el diseño o la arquitectura. Se trató de una postura que defendió a la legislación sobre los derechos de autor y conexos e incluyó un listado más amplio de bienes y servicios culturales, entre los que se encontraban las patentes, las marcas y los productos finales del diseño.

Posteriormente se presentaron otras propuestas para la delimitación de las actividades y los productos culturales relacionados con el desarrollo de nuevas tecnologías de la información (redes, medios, interactividad), la segmentación de las audiencias, y la urgencia de adaptar las técnicas de creación a la denominada cibercultura.

Es así como han surgido nociones como: industrias de contenido; industrias del entretenimiento; industrias de contenido e información, e industrias protegidas por el derecho de autor o la denominada economía naranja .¹

En Colombia este concepto fue aprobado mediante la Ley 1834 del 23 de Mayo de 2017, por medio de la cual se fomenta la economía creativa ley naranja y se define como:

"La Economía naranja, es un conjunto de actividades que de manera encadenada permite que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Incluye la economía cultural y las industrias creativas, así como las áreas de soporte para la creatividad" Ibid 1. (BID, 2013).

De otra parte, la sociología de la cultura, y particularmente en la propuesta de Pierre Bourdieu .², un campo es un espacio social de acción y de influencia en el que convergen relaciones sociales específicas. Estas relaciones quedan definidas por la posesión o producción de una forma particular de capital, propia del campo en cuestión. Cada campo es autónomo, y la posición hegemónica o subalterna de los participantes en el interior del campo depende de las normas específicas del mismo. El conjunto estructurado de los campos, además de sus influencias recíprocas y las relaciones de dominación entre ellos, define la estructura social. Esta noción es una de las bases conceptuales utilizadas para la definición del objeto de estudio de la CSC, como es el Campo Cultural.

Con base en los aportes de la Sociología de la Cultura, con su concepción de los campos, de la Economía de la Cultura y su descripción del funcionamiento de los mercados del arte y de los modelos de consumo de los bienes y servicios culturales, y de los requerimientos del SCN, se llegó a una definición funcional para la CSC del Campo Cultural.

¹ Se trata de un texto del BID que busca estimular el debate en América Latina y el Caribe sobre la contribución de la creatividad como un elemento integral del desarrollo económico y social que se apoya en estudios y bases de datos internacionales. Entre las fuentes destacadas se encuentran la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la reconocida firma consultora Oxford Economics y la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), y otras.

² Las Reglas del Arte. Génesis y estructura del campo literario (1997); Capital cultural, escuela y espacio social (2001); entre otros.

b. Marco conceptual

Durante los últimos siglos se viene trabajando en las ciencias sociales, en particular desde la antropología, en la conceptualización y definición de cultura. Se ha querido encontrar un paradigma Científico que organice el conocimiento total sobre la cultura. Incluso aquellos que reconocen la existencia de múltiples paradigmas proponen establecer uno que sea el más eficaz y el que tenga la mayor capacidad para explicar la totalidad de los fenómenos culturales. Desde las ciencias sociales se ha propuesto una definición operativa, compartida por varias disciplinas:

Se puede afirmar que la cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de significación, o, de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social. Néstor García Canclini, "Diferentes, desiguales y desconectados. 2004 pág. 34

Con esta definición se pretende afirmar que la cultura no es sólo un conjunto de obras de arte, de libros, o una suma de objetos materiales cargados con signos y símbolos.

"La cultura se presenta como procesos sociales, y parte de la dificultad de hablar de ella deriva de que se produce, circula y se consume en la historia social. No es algo que aparezca siempre de la misma manera. De ahí la importancia que han adquirido los estudios sobre recepción y apropiación de bienes y mensajes en las sociedades contemporáneas. Muestran cómo un mismo objeto puede transformarse a través de los usos y reapropiaciones sociales".

Ese interés por el intercambio y apropiación de los productos culturales ha promovido el desarrollo de investigaciones con el propósito de hacer una aproximación a las estrechas relaciones entre economía y cultura. A pesar de todas las limitaciones de la ciencia económica para abordar temas culturales, las herramientas de análisis y medición económica son un instrumento importante para comprender la dimensión cultural e identificar su relación con los otros ámbitos económicos y sociales.

Se ha podido establecer que la cultura realiza un aporte importante a las economías de los países, y de esta contribución se han comenzado a identificar los aportes específicos de las industrias culturales al crecimiento de las economías nacionales. No obstante, es necesario diseñar mecanismos de medición de los beneficios humanos y sociales que éstas producen.

Una manera de realizar la valoración económica de los fenómenos culturales es la elaboración de una CSC que desarrolle una medición de las actividades culturales comparable y compatible con la de las demás actividades económicas, y su metodología, presentación y resultados están en correspondencia con el Sistema de Cuentas Nacionales de Naciones Unidas.

Para efecto de la medición económica de las expresiones culturales el Manual del CAB_2016 ha propuesto definir el campo cultural como:

"Un conjunto de actividades humanas y sus elaboraciones, cuya razón de ser es la creación, interpretación, transmisión, conservación, preservación, gestión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos referidos a las artes y el patrimonio". (Convenio Andrés Bello, Cuenta Satélite de Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica 2016, p 33).

Las actividades humanas y productos específicos incluidos en esta definición son los que determinan los procesos sociales de significación. Esta definición de la cultura establece los parámetros adoptados por la mayoría de las investigaciones y mediciones económicas y ha sido utilizada por los departamentos de estadísticas culturales de organizaciones como Unesco y Eurostat.

La CSC de Colombia se propone realizar una delimitación funcional del campo cultural, basándose en una metodología que abarque la totalidad de sus expresiones, y que permita una valoración económica de sus productos y de las actividades que los generan, así como del contexto social y económico en los que se presentan, tales como el patrimonio y la educación cultural.

Según una revisión de las mediciones elaboradas previamente tanto en el marco central de las cuentas nacionales como en la primera versión de la CSC, la nueva etapa de esta investigación ha adoptado las pautas conceptuales y técnicas del Manual del CAB. Este surgió por la necesidad de los países latinoamericanos de contar con una referencia metodológica común, y porque en diferentes encuentros de especialistas en la economía de la cultura, expertos de alto nivel en cuentas nacionales y delegados de la institucionalidad cultural de organismos internacionales, se hizo evidente el requerimiento de un documento con estas características.

Como consecuencia de los debates que se desarrollaron en estos encuentros y, en particular, por el aporte que hicieron los expertos en cuentas nacionales y además por la experiencia en la elaboración de los manuales de cuentas satélites en otros campos, se hizo clara la necesidad, para los países que quieren profundizar en el conocimiento del sector cultural, complementar y mejorar las mediciones existentes, con el convencimiento de que este es un sector complejo, con particularidades tales como la dificultad de identificar y medir los activos intangibles asociados a las actividades y productos culturales, como también a los agentes productivos informales.

La actualización del Manual Metodológico del CAB_2016, segmenta el campo cultural de la siguiente manera y representados en el gráfico de la derecha:

- Creación _ Derechos de autor
- Artes escénicas y espectáculos artísticos.
- Artes plásticas y visuales.
- Libros y publicaciones.
- Audiovisual.
- Música.
- Diseño.
- Juegos y juguetería.
- Patrimonio material.
- Patrimonio inmaterial.
- Educación Cultural.

Precisamente con la pretensión de profundizar en los análisis y complementar los resultados obtenidos en las investigaciones anteriores y en concordancia con los nuevos desarrollos metodológicos mencionados, la CSC avanza en el estudio de los segmentos del campo cultural, como fueron definidos en el Manual Metodológico del CAB_2016, lo cual implica emprender una valoración, en algunos casos, diferente a las mediciones realizadas previamente de las actividades y productos culturales.

La CSC se presenta un marco dentro del cual la información existente en los estudios previos y los datos adicionales aportados en esta nueva etapa, se puedan contextualizar identificando las debilidades y deficiencias de la investigación, por lo cual es importante desarrollar un trabajo estadístico minucioso de evaluación de su calidad y validación de sus resultados.

Con respecto a la primera Guía metodológicos del año 2009, se han presentado modificaciones con respecto a la Guía actualizada en el año 2016. Algunos de esos cambios son transversales a toda la Cuenta Satélite que como es el caso de la eliminación el Segmento Patrimonio Natural, a futuro esta medición la realizará Cuenta Satélite del Medio Ambiente, por otra parte se delimitó el objeto del estudio del campo cultural a las artes y el patrimonio.

En la siguiente tabla, se muestran otros cambios metodológicos para de realizar la medición de la CSC, por serie de años.

Tabla. 1 Cambios metodológicos presentados en la Cuenta Satélite de Cultura, por serie años.

Serie	Sectores/Segmentos Culturales	Cambios Metodológicos	Documento Metodológico
Años 2000-2007 Base 2000	Actividades de Edición e Impresión	* El Sector editorial se ubica entre las actividades industriales.	Elaboró el Ministerio de Cultura y DANE CONPES 3162
	Transmisión de Radio y Televisión y Suscripción por cable	* Se incluyen tanto los productos característicos como los conexos. * Incluye 7 Sectores.	
	Publicidad, Fotografía, Investigación y Desarrollo Cultural	* Se denominan Sectores Culturales * Se utilizaron las mismas fuentes que aportaron información para las actividades y productos culturales del marco central de las cuentas nacionales	
	Servicios de esparcimiento y culturales		
	Museos de no mercado		
	Educación Artística		
Años 2005-2014 Base 2005	Libros y publicaciones	Los trabajos de Edición hacen parte fundamental del campo cultural como productos y actividades típicas. Los trabajos de Impresión aunque son indispensables para la producción de los libros, diarios, revistas y demás publicaciones, son un ejercicio conexo.	Manual Metodológico del Convenio Andrés Bello 2009 CONPES 3659 CONVENIO DANE - MINCULTURA
	Creación literaria, musical, teatral, etc.	* Se definen y discriminan los productos característicos y los conexos y las actividades que los generan.	
	Artes escénicas y espectáculos artísticos	* Se amplía el número de fuentes de información.	
	Artes plásticas y visuales	* Se amplían a 13 Segmentos culturales	
	Audiovisual	* Se hace mayor énfasis en el uso de indicadores no monetarios	
	Música	* Se denominan Segmentos Culturales	
	Diseño	* Se utilizaron fuentes adicionales y complementarias a las utilizadas en el marco central de las cuentas nacionales.	
	Juegos y juguetería	* Se incluye el segmento patrimonio, material, natural e inmaterial.	
	Creación Publicitaria	* Se mide la Creación Publicitaria, Aunque no es un Segmento	
	Patrimonio material	incluido en el manual del CAB, 2009, se calcula por solicitud del Gremio.	
	Patrimonio Natural	* Publicación Matriz de trabajo del Campo cultural 2007-2013	
Años 2005-año N Base 2005	Creación-Derechos de Autor.	Incluye la Creación literaria, musical y teatral, referente exclusivamente los derechos morales y patrimoniales	Actualización Manual Metodológico del Convenio Andrés Bello 2016
	Diseño	Se modifica el nombre de Creación Publicitaria por Diseño publicitario, medido en la serie 2005-2014, de manera separada. Se continua con los 8 subsegmentos	
	Juegos y juguetería	Juegos y Juguetería. No incluye videojuegos.	
	Artes escénicas y espectáculos públicos	Incluye el Teatro, Danza, y las otras formas de artes escénicas. Se traslada Música en vivo al Segmento Música.	
	Artes visuales	Incluye las Artes plásticas (incluye representaciones de origen mixto). Fotografía; Artes gráficas e ilustración	
	Música	Incluye las presentaciones en vivo; Edición de Música; Producción fonográfica.	
	Audiovisuales y radio	Incluye Cine y video; Radio; Televisión; Juegos on line, Videojuegos.	
	Libros y publicaciones	Según el Manual del CAB_2016, en éste segmentos se incluyen las bibliotecas, para Colombia en la CSC, la medición se hará en patrimonio material. Se continua con la medición de Libros, publicaciones periódicas y Otros Productos editoriales (partituras, tarjetas postales, Carteles, afiches y calendarios)	
	Educación cultural	Se modifica el nombre Formación artística, por Educación Cultural. Según el manual del CAB_2016, solo considera la educación no formal y la Educación superior. Para Colombia en la CSC, se continuará con la medición en todos los niveles Educativos (Básica, Media y Superior)	
	Patrimonio Material	En este segmento se miden las bibliotecas y los Museos, archivos culturales y Otros patrimonios mueble e inmueble.	
	Patrimonio inmaterial	Se elimina las tradiciones vernáculas. Se incluye Fiestas tradicionales y patrias, concinas tradicionales, artesanías y Lenguas.	
	* Se continua con los cálculos y publicación de la Matriz de Trabajo del campo cultural, ampliando la cobertura y fuentes de información.		
	CAMBIOS METODOLÓGICOS GENERALES MANUAL CAB_2016		
* Se elimina el Segmento Patrimonio Natural, será medido por la Cuenta Satélite del Medio Ambiente			
* Se delimito el objeto del estudio del campo cultural a las artes y el patrimonio.			

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura_DANE - MinCultura

c. Marco legal

El sector cultural tiene como marco legal general a la Constitución Política de Colombia de 1991, la cual determina el papel de la cultura en la Nación y procura el estímulo a: la socialización, el reforzamiento de las libertades políticas y la producción de riqueza material y espiritual, sustentándose en: el artículo 70 (La cultura como base de la nacionalidad); el artículo 20 (El derecho a la información); el artículo 67 (La educación como derecho fundamental), y el artículo 40 (Participación en el ejercicio del control político).

En segunda instancia la política se sustenta en algunos manifiestos y declaraciones internacionales, como: la Declaración de Caracas; el Manifiesto IFLA-Unesco sobre Bibliotecas Públicas; la Declaración de Florianópolis sobre Productos y Servicios de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones; la Declaración de Papallacta sobre Sociedades de la Información y TIC. En lo referente al Patrimonio Cultural de la Nación la Constitución Política de 1991, en su artículo 72, establece que está bajo la protección del Estado.

La preocupación por el fortalecimiento de las industrias culturales ya se encuentra presente en la regulación cultural de nuestro país, desde el mismo marco que establece la Ley General de Cultura de 1997. La ley, al tiempo que desarrollaba el reconocimiento de la cultura como un derecho de carácter universal, y que reconoce que como tal implica un compromiso explícito del Estado en términos de financiación y gasto social, caracterizaba también al sector cultural como un sector productivo capaz de aportar al desarrollo económico de la nación, generando crecimiento y empleo en condiciones de equidad, tanto para los agentes y organizaciones de la actividad cultural como para toda la sociedad. Este doble y complementario carácter de la cultura como derecho universal y como potencial productivo es desarrollado ampliamente por el Plan Nacional de Cultura 2001-2010: "Hacia una ciudadanía democrática cultural", cuando hace referencia directa a las industrias culturales como creadoras de nuevas expresiones y símbolos, y como generadoras de canales de comunicación que tejen la red de significaciones de la sociedad.

Asimismo, el Plan en su interés por gestionar una agenda intersectorial entre economía y cultura, establece estrategias de impulso a las industrias culturales. Tales estrategias hacen énfasis en la vinculación de las políticas sociales y económicas del Estado a las organizaciones del campo cultural, mediante el fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas, el diseño de líneas especiales de crédito, la implementación de programas de capacitación empresarial, el incentivo a las experiencias exitosas y la creación de viveros e incubadoras empresariales especializadas en el sector.

Por su parte, el documento Conpes 3.162 de 2002: "Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001-2010", en concordancia con el Plan, caracteriza a las industrias culturales como vehículos del diálogo intercultural, del conocimiento, la creatividad, la información, los procesos educativos, el entretenimiento y la construcción de sociedades más democráticas. Recomienda fomentar seis frentes:

1. El desarrollo de incentivos fiscales y tributarios.
2. La implementación de líneas de fomento financiero.
3. El fortalecimiento de las asociaciones de creadores, productores y distribuidores.
4. La formación artística y técnica de los actores del sector.
5. La protección de los derechos de autor.
6. La búsqueda y apertura de mercados internacionales.

De igual manera, y partiendo de estos lineamientos comunes, el Plan para las Artes 2006-2010 tuvo como objetivo el reconocimiento de las prácticas artísticas como factor de desarrollo sostenible y renovación de la diversidad cultural y principio de la ciudadanía cultural. Como tal, la economía creativa se ha incluido como uno de los principios del enfoque sobre el cual se erigen las estrategias y acciones de la Política Pública para las Artes, en cuanto se manifiesta que el desarrollo profesional de las vocaciones y talentos artísticos es un derecho que implica la consolidación del arte como un subsector socioeconómico con características específicas. Para ello se ha planteado articular las políticas culturales con las demás políticas económicas de fomento, haciendo mención explícita de la legislación que promueve el desarrollo integral de las Mipymes, atendiendo las necesidades y las particularidades del sector con el propósito de mejorar la calidad de vida de los artistas y demás agentes que conforman este campo.

Las referencias normativas citadas muestran que toda agenda de impulso a las industrias culturales y creativas debe estar estrechamente vinculada a la regulación y a las políticas de desarrollo del emprendimiento, las Mipymes y la competitividad de los sectores productivos. En nuestro país, este marco de regulación está constituido principalmente por la Ley 590 de 2000 (de Desarrollo de las Mipymes), la Ley 1014 (de Fomento de la Cultura del Emprendimiento), el Sistema Nacional de Competitividad, que asume la implementación de la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, y por el actual Plan de Desarrollo "Estado comunitario, desarrollo para todos.

Cada uno de estos marcos regulatorios estableció instrumentos que pueden y deben ser implementados para el desarrollo de las industrias del campo cultural. La Ley 590 de 2000, que tuvo por objeto promover el desarrollo integral de las Mipymes en consideración de sus aptitudes para generar empleo, el desarrollo regional y la integración de sectores económicos, estableció responsabilidades en torno a la promoción de la participación de las Mipymes en las compras públicas, la realización de ferias y exposiciones para facilitarles el acceso a mercados y la creación del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Mipymes (Fomipyme), con miras a financiar programas, proyectos y actividades para el desarrollo empresarial y tecnológico de las Mipymes y aplicar instrumentos no financieros dirigidos al fomento y promoción de las Mipymes mediante cofinanciación no reembolsable de programas, proyectos y actividades.

En la siguiente tabla 2 se indican las normas trasversales al sector cultura.

Tabla 2. Normas transversales a la Cuenta Satélite de Cultura _CSC.

NORMAS TRANSVERSALES AL SECTOR CULTURA	DESCRIPCIÓN
Constitución Política de Colombia de 1991	Artículos 20, 40, 67, 70 y 72
Ley 1834 del 23 de Mayo de 2017	Por medio de la cual se aprueba la "convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales", firmada en París el 20 de octubre de 2005.
Ley 1516 de Febrero 2012	Por medio de la cual se aprueba la "Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales", firmada en París el 20 de octubre de 2005.
Ley 1304 de junio 03 de 2009	Por medio de la cual se aprueba el "convenio de unidroit sobre los bienes culturales robados o exportados ilícitamente", firmado en roma el 24 de junio de 1995.
Ley 1174 de diciembre 27 de 2007	Por medio de la cual se declara el repentismo como patrimonio artístico, social y cultural de la nación"
Ley 1075 de 31 de julio de 2006	Por medio de la cual se aprueba el tratado cultural y educativo entre el gobierno de la republica de colombia y el gobierno de la republica 'de honduras", hecho en la ciudad de santa fé de bogotá a los veintisiete (27) días del mes de abril de mil novecientos noventa y nueve (1999)
Documento CONPES 3162 de 2002	Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001-2010"
Ley 397 de 1997 _Ley General de Cultura de 1997	Fortalecimiento de las industrias culturales. Reglamentada parcialmente por los Decretos Nacionales 833 de 2002 , 763 , 2941 de 2009, 1100 de 2014.
Ley 1185 de 2008.	Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 –Ley General de Cultura– y se dictan otras disposiciones.
Ley 1014 del 26 de enero de 2006	Fomento de la Cultura del Emprendimiento
Ley 1a. del 26 de marzo de 1834 (Ley de Depósito Legal).	Ley de Depósito Legal.
Ley 44 de 1993, el decreto 460 del 16 de marzo de 1995 y el decreto 2150 de 1995.	El depósito legal en Colombia
Plan nacional de cultura 2001-2010, "hacia una ciudadanía democrática y cultural"	Tiene como propósito fundamental propiciar la construcción de una ciudadanía democrática cultural que, desde las especificidades culturales de los sujetos, tenga una presencia efectiva en el escenario de lo público y desde allí forje las bases para una convivencia plural.
Ley 1341 de 2009	Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones"
Ley 590 de 2000	Ley de desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas
Ley 25 de 1985).	Por la cual se conceden facultades extraordinarias al Presidente de la República para crear el Fondo de Seguridad Social del Artista Colombiano y se dictan otras disposiciones.
Ley 9 de 1989 _Ley de Reforma Urbana de 1989	Por la cual se estipula la necesidad de considerar el patrimonio cultural dentro de esta reforma.
Decreto 1080 del 26 de Mayo de 2015	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Cultura"
Estatuto Tributario	Beneficios tributarios para algunos actividades culturales
Ley 84 de 1988	Régimen tributario para entidades sin ánimo de lucro

Fuente: Grupo de trabajo _CSC. DANE-MINCULTURA

De igual forma se han podido establecer algunas normas que aplican a cada segmento en particular

Tabla 3. Normas relacionadas con los segmentos del campo cultural

Segmentos culturales	Resoluciones / leyes / Decretos
Creación-Derechos de Autor.	Ley 1835 del 09 de Junio de 2017
	Ley 44 de 1993.
	Ley 460 de 1995.
	Ley 1403 del 19 de julio de 2010
	Ley 1291 de marzo 6 de 2009
Diseño	
Juegos y juguetería	Resolución Número 3388 de 2008 (Septiembre 8) Modificado por la resolución 3117 de 2015
	Ley 18 del 22 de enero de 1990
Artes escénicas y espectáculos públicos	Ley 1493 de Diciembre 2011
	Ley 1686 del 06 de Diciembre de 2013
	Ley 1645 del 12 de Julio de 2013
	Ley 1647 del 12 de Julio de 2013
	Ley 1633 del 07 de Junio de 2013
	Ley 1736 del 21 de Noviembre de 2014
	Ley 1705 del 08 de Enero de 2014
	Ley 1706 del 08 de Enero de 2014
	Ley 1550 de Julio 5 de 2012.
	Ley 1316 de julio 13 de 2009
Ley 1170 de diciembre 07 de 2007	
Artes visuales	
Música	Ley 1824 del 4 de Enero de 2017
	Ley 1493 de Diciembre 2011
Audiovisuales y radio	Ley 1556 de Diciembre 2012
	Ley 1507 de Enero de 2012
	Ley 1827 del 23 de Enero de 2017
	Decreto 358 de 2000
	Ley 814 de 2003 (Ley de Cine).
	Ley 1601 del 21 de Diciembre de 2012
Ley 1262 de diciembre 26 de 2008	
Libros y publicaciones	Decreto 374 de 1985
	Ley 98 del 22 de Diciembre de 1993
Educación cultural	Ley 1064 del 26 de julio de 2006
	Ley 1014 del 26 de enero de 2006
	Decreto 3011 de 1197
	Decreto 1290 de 2009
	Ley 30 de 1992
Ley 115 de 1994- Ley General de Educación	

Elaboró: Grupo de Trabajo CSC_ DANE-MINCULTURA

Segmentos culturales	Resoluciones / leyes / Decretos
Patrimonio Material	Ley 1754 del 25 de Junio de 2015
	Ley 1499 de diciembre de 2011
	Ley 1644 del 12 de Julio de 2013
	Ley 1859 del 31 de Julio de 2017
	Ley 1818 del 28 de Diciembre de 2016
	Ley 594 de 2000 (Ley de Archivos).
	Ley 80 de 1989
	Ley 1435 enero 2011
	Ley 1402 del 15 de julio de 2010
	Ley 1317 de julio 13 de 2009
	Ley 1213 de julio 16 de 2008
	Ley 1129 del 15 de Febrero de 2007
	Ley 1068 del 29 de Julio de 2006
	Ley 1067 del 29 de Julio de 2006
	Ley 1056 del 26 de Julio de 2006
	Ley 1036 del 25 de Julio de 2006
Patrimonio inmaterial	Ley 1756 del 02 de Julio de 2015
	Ley 1767 del 07 de Septiembre de 2015
	Ley 1756 del 02 de Julio de 2015
	Ley 1498 de diciembre de 2011
	Ley 1472 de julio 2011
	Ley 1439 de Febrero de 2011
	Ley 1499 de diciembre de 2011
	Ley 1439 de Febrero 2011
	Ley 1598 del 21 de Diciembre de 2012
	Ley 1601 del 21 de Diciembre de 2012
	Ley 1602 del 21 de Diciembre de 2012
	Ley 1550 de Diciembre 2012
	Ley 1522 del 20 de Abril de 2012
	Ley 1701 del 27 de Diciembre de 2013
	Ley 1645 del 12 de Julio de 2013
	Ley 1772 del 6 de Enero de 2016
	Ley 1812 del 27 de Octubre de 2016
	Ley 1516 de Febrero 2012
	Ley 1381 del 25 de enero de 2010
	Ley 1379 del 15 de enero de 2010
	Ley 1393 del 12 de Julio de 2010
	Ley 1353 de agosto 26 de 2009
	Ley 1272 de enero 05 de 2009
	Ley 1078 de 31 de julio 2006
	Ley 1052 de 26 de julio 2006
	Ley 1046 de 26 de julio 2006
	Ley 1045 de 26 de julio 2006
	Ley 1040 de 26 de julio 2006
	Ley 1037 de 25 de julio 2006
	Ley 1025 de 24 de Mayo 2006
	Ley 1022 de 24 de Abril de 2006
	Ley 1026 del 2 de junio de 2006
	Ley 997 del 29 de noviembre de 2005
	Ley 993 del 2 de Noviembre de 2005
	Ley 965 del 12 julio de 2005
	Ley 958 del 21 junio de 2005
	Ley 983 del 12 de agosto de 2005
	Ley 957 del 20 junio de 2005

d. Referencias internacionales

Los análisis económico en el campo del arte y la cultura data de finales de la década de los sesenta del siglo XX donde se observa un movimiento que se fue haciendo cada vez más visible, logrando mayores niveles de profundidad y consolidando una corriente de investigación propia de la temática. Dan cuenta de esto: la creación de la Asociación Internacional de Economía de la Cultura (ACEI); el desarrollo de una revista especializada Journal of Cultural Economics, así como la publicación de libros sobre temas particulares de la economía de la cultura y series de artículos que daban relevancia al estado del arte en este campo.

Cada vez más países desde los estamentos políticos y la academia realizan mediciones y estudios de esta índole y en los últimos años, países de habla hispana han realizado 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. Asimismo se han realizado estudios que indagan 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 han sido promovidos por instituciones culturales, sociedades de derecho de autor de los países y organizaciones internacionales.

Los estudios realizados sobre la economía de la cultura que han sido promovidos por el CAB y por 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.

La CSC de Colombia parte de dos referentes internacionales: el Manual metodológico del CAB, y la base conceptual y metodológica establecida en los sistemas recomendados por las organizaciones internacionales denominados SCN 1993 y SCN 2008.

El Manual metodológico del CAB se ha creado con el propósito de ofrecer una propuesta metodológica común para la medición 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.

El SCN permite la elaboración y presentación de datos económicos en un formato destinado al análisis económico, a la toma de decisiones y a la formulación de política económica. Este marco contiene cuentas que son a la vez completas, coherentes e integradas. Las cuentas en sí mismas presentan, en forma condensada, un gran volumen de información detallada, organizada de acuerdo con determinados principios y percepciones acerca del funcionamiento de la economía. Constituyen un registro completo y pormenorizado de las complejas actividades económicas que tienen lugar dentro de una economía y de la interacción entre los diferentes agentes o grupos de agentes económicos, que tiene lugar en los mercados o en otros ámbitos (SCN 2008, parágrafo. 1.1).

Los Sistemas de Cuentas Nacionales, en sus dos versiones fueron elaborados por el grupo intersecretarial de trabajo sobre cuentas nacionales, conformado por la Comisión de la Comunidad Europea (Eurostat), el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE), Naciones Unidas (NU) y sus Comisiones para América Latina, Europa, Asia y el Pacífico, África y el Sudeste Asiático y la colaboración de los países.

El SCN 2008 mantiene el mismo marco teórico básico de SCN 1993, pero incluye nuevas metodologías y profundiza los alcances de una amplia gama de temas generados por la evolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones, las cuales afectan el desarrollo de muchas de las actividades culturales.

En lo referente a convenios y cooperaciones internacionales, Colombia ha contado con la sede y apoyo de distintos organismos nacionales e internacionales que han aportado al desarrollo de políticas culturales y específicamente a iniciativas en materia de mediciones económicas en el campo cultural. Como es el caso de: Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), Convenio Andrés Bello (CAB), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalc), Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), Organización de Estados Americanos (OEA), Comunidad Andina (CAN), Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Unesco, Mercosur (SIC-SUR), Fondo de Cooperación Solidaria (FEMCIDI).

Respecto a éste último convenio con el Fondo de Cooperación Solidaria _FEMCIDI, a inicios del año 2012, Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú coincidieron en llevar a cabo las Cuentas Satélite de la Cultura (CSC) como una estrategia de armonización que contemplara la aplicación de metodologías homogéneas y comparables, la generación de mecanismos de medición económica –como la participación de las actividades culturales en el total de la economía de cada país, por ejemplo– y la producción de información estadística del campo cultural. Es así como los cuatro países acordaron desarrollar el proyecto «Elaboración e implementación de las Cuentas Satélite de la Cultura, CSC, en los Países del Área Andina». Dicha propuesta fue presentada a la Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI) de la Organización de los Estados Americanos, y se recibió la aprobación para su financiamiento en diciembre de 2013, dándose inicio a la ejecución del proyecto en julio de 2014 y entregando resultados en el año 2017. Siendo importante la experiencia de Colombia dado se estado de avance en la cobertura de segmentos culturales y una amplia serie de años calculados.

Para éste convenio los cuatro países acordaron calcular indicadores monetarios y no monetarios. De los indicadores monetarios, se obtuvo la medición de la cuenta de Producción y los Balance Oferta Utilización de los segmentos: Editorial, Audiovisual, Música y Artes escénicas y por otra parte para los no monetarios, se obtuvo el empleo para estos cuatro

segmentos, así mismo para el segmento Audiovisual, se obtuvo el número de asistentes a salas de Cine, y para televisión, se determinó el número de cadenas nacionales; para el Segmento Libros y publicaciones, se determinó el número total de títulos con ISBN; para el segmento Música: se obtuvo la venta de música grabada.

En el documento “Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, CSC, en los países del Área Andina”, se encuentra la metodología desarrollada y los resultados obtenidos.

Por otra parte es importante destacar que Colombia es el país abanderado en la cobertura de los segmentos del campo cultural propuestos por el manual del CAB, así como en poseer los cálculos más actualizados según el año calendario de referencia. De acuerdo a una tabla presentada por la CEPAL, y actualiza por el equipo de trabajo de la CSC, se observa Colombia y Argentina poseen la información más actualizadas, con la diferencia que Colombia presenta mayor cobertura de los segmentos que Argentina.

Tabla 4. Cuentas Satélites de cultura _CSC, por país, según segmento calculado.

Segmentos Culturales Guía Metodológica_ CAB	Colombia CSC Base 2005	ARGENTINA CSC Base 2004	Chile CSC Base 2009	COSTA RICA Base 2011	España CSC Base 2008	México CSC Base 2008	Uruguay CSC Base 2005	FEMCIDI* (Colombia, Peru, Ecuador, Bolivia) CSC Base 2005
Últimos resultados	2016p	2016	2015	2012	2011	2015Pr	2009	2007
Creación-Derechos de Autor.	Creación-Derechos de Autor.							
Diseño	* Diseño Publicitario			Publicidad (Sector Diseño y Servicios Creativos)		Diseño y servicios creativos		
Juegos y juguetería	Juegos y juguetería					Artesanías y juguetes tradicionales		
Artes escénicas y espectáculos públicos	Artes escénicas y espectáculos públicos	Artes escenicas	Danza, Teatro y espectáculos artísticos		Artes Escénicas	Artes escenicas y espectáculos	Artes escénicas (que incluyen teatro, danza y música en vivo)	Artes Escénicas
Artes visuales	Artes visuales		Artes Visuales, Fotografía y Radio		Artes plásticas (incluye Diseño)	Artes Plásticas y Fotografía	Artes plásticas y Visuales	
Música	Música	Show musicales	Música fonogramada			Música y conciertos	Música	Música
Audiovisuales y radio	Audiovisuales y radio	Cine, Filmes exhibidos, internet, Televisión	Audiovisual	Audiovisual	Audiovisual y multimedia	Medios Audiovisuales	Audiovisual	Audiovisual
Libros y publicaciones	Libros y publicaciones	Libros, impresiones y prensa	Libros y publicaciones	Editorial	Libros y prensa	Libros, impresiones y prensa	Libros y publicaciones	Libros y publicaciones
Educación cultural	Educación cultural						Formación Cultural	
Patrimonio Material		Museos y licencias de exportación de obras de arte			Patrimonio Archivos y bibliotecas	Patrimonio	Museos y bibliotecas	
Patrimonio inmaterial								

Elaboró: Equipo de Trabajo CSC_Colombia; Documento Cuenta Satélite de Cultura en IBEROAMERICA_CEPAL.

p: provisional Pr: Preliminar * Solo se ha calculado Diseño publicitario

FEMCIDI: Fondo de Cooperación Solidaria_Fondo Financiado por la OEA

2.1.5. Plan de resultados (incluye cuadros de salida o resultados)

A continuación se hace una descripción de los cuadros de resultados que se presentan para la CSC:

2.1.5.1. Cuentas de producción

- La valoración económica de la producción se realiza para las actividades que dan lugar a productos que pueden ser suministrados de un agente económico a otro. En el caso particular de la CSC, esta valoración se refiere exclusivamente a los procesos productivos de los establecimientos que tengan, como producción principal, aquellos productos considerados en el Manual del CAB como característicos de la cultura. La cuenta de producción realiza la valoración tanto de la producción total como de los insumos utilizados en este proceso. La producción es desarrollada bajo la responsabilidad, el control y la gestión de una unidad institucional, la cual utiliza mano de obra y activos para transformar los bienes y servicios usados como insumos en otros bienes y servicios.

- El consumo intermedio es el valor de los bienes y servicios utilizados como insumos en un proceso de producción; estos bienes o servicios pueden ser transformados o consumidos en el mismo proceso.

- El valor agregado tiene como propósito la medición total del valor adicional creado en el proceso de producción, por lo cual debería ser calculado incluyendo la valoración del consumo de capital fijo como un importante costo de producción. No obstante, en la práctica, esta variable es difícil de medir como también es difícil efectuar una estimación consistente, por lo tanto, para la CSC se calculará el valor agregado bruto.

La ecuación de una cuenta de producción es:

$$\text{Producción} - \text{consumo intermedio} = \text{Valor agregado}$$

A continuación se presenta el formato del cuadro de la cuenta de producción, que es el formato único utilizado en la publicación de los resultados por actividad de los segmentos culturales y que de igual forma se ha establecido un procedimiento denominado cuadros de salida que contiene la ruta de acceso a la información publicada, la definición de los que es un cuadro de producción, Balance Oferta-Utilización (BOU) y cuadros del gasto.

Imagen 2. Ejemplo presentación cuadro Cuenta de Producción.

Cuadro
Cuenta Satélite de Cultura
Cuenta de Producción
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD
Serie (AÑOS)
Valores a precios corrientes o constantes

unidad de medida:

Conceptos	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	...n
1. Cuenta de producción									
P.1 Producción									
P.2 Consumo intermedio									
B.1 Valor agregado bruto									

Fuente:
Cálculos

Balances Oferta-Utilización (BOU)

Corresponde a un análisis del total de las variables de la oferta, en contraposición con el total de las variables de la demanda de un bien o servicio en particular. La oferta de un producto proviene, ya sea de la producción interna o de las importaciones. Esa misma cantidad del producto, que ingresa a la economía en un período contable, es usada de diferentes formas y por diferentes agentes económicos.

Los bienes son objetos físicos producidos, para los que existe una demanda, sobre los cuales se pueden establecer derechos de propiedad y pueden ser transferidos de una unidad institucional a otra mediante transacciones realizadas en los mercados. Los bienes son demandados para satisfacer las necesidades de los hogares, de las entidades públicas o de las empresas, para generar otros bienes o servicios o como bienes de capital para efectuar una inversión (Formación Bruta de Capital). La producción y el intercambio de bienes son actividades diferentes. Algunos bienes nunca se intercambian en tanto que otros pueden ser comprados y vendidos varias veces.

La producción de servicios se limita a las actividades que pueden ser realizadas por una unidad institucional en beneficio de otra. Los servicios generalmente consisten en cambios de diversa índole que afectan a las unidades que los consumen y son el resultado de las actividades realizadas por los productores a solicitud de los consumidores. Los servicios no son objetos sobre los que se puedan establecer derechos de propiedad. Cuando termina la producción de los servicios éstos ya han sido suministrados a sus consumidores.

La ecuación general de un BOU es:

OFERTA		DEMANDA
<i>Producción + Importaciones</i>	=	<i>+Consumo intermedio +Consumo final +Formación de capital +Exportaciones</i>

Los BOU de la CSC son semejantes a los BOU del marco central de las cuentas nacionales en su concepción básica; se diferencian porque solo incluirán las valoraciones de los productos considerados culturales y de aquellos clasificados como característicos de los segmentos del campo cultural seleccionados y ya mencionados.

En este análisis se incluye la producción total de los productos culturales, generada tanto por los establecimientos cuya producción principal son precisamente estos productos, como también la producción (del producto estudiado) realizada, de forma secundaria, por la totalidad de establecimientos pertenecientes a cualquier actividad económica.

A continuación se presenta el formato del cuadro del Balance Oferta Utilización (BOU), que es el formato único utilizado en la publicación de los resultados por producto de los segmentos culturales y que de igual forma se tiene un procedimiento denominado cuadros de salida que contiene la ruta de acceso a la información publicada, la definición de los que es un cuadro de producción, BOU y cuadros del Gasto.

Imagen 3. Ejemplo presentación cuadro Balance Oferta Utilización_ BOU.

Cuadro
Cuenta Satélite de Cultura
Balance Oferta - Utilización
NOMBRE DEL PRODUCTO
Serie (AÑOS)
Valores a Precios Corrientes O Constantes

		Unidad de medida								
Conceptos		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	...n
O F E R T A	P.1 Producción precios básicos									
	P.11 Producción de mercado									
	P.12 Producción para uso final propio									
	P.13 Otra producción de no mercado									
	Total impuesto netos (6+7)									
	D.214 Impuestos sobre los productos, excepto el IVA y los impuestos sobre las importaciones y exportaciones									
	D.3 Subvenciones a los productos									
	P. 7 Importaciones CIF precios básicos (B3)									
	D.212 Impuestos y derechos sobre las importaciones, excluyendo el IVA (B6)									
	Márgenes de comercio y transporte									
	Márgenes de comercio									
	Márgenes de transporte									
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible									
	Oferta total - Precios comprador									
Demanda total - Precios comprador										
D E M A N D A	P.2 Consumo intermedio precios comprador									
	P.31 Consumo final Hogares precios comprador									
	P.32 Consumo final Gobierno precios comprador									
	P.33 Consumo final precios ISFLSH comprador									
	P.51 Formación bruta de capital fijo precios comprador									
	P.53 Adquisición menos disposición de objetos valiosos precios comprador									
	P.52 Variación de existencias precios comprador									
	P.6 Exportaciones a precio comprador									
P.8 Pérdidas en Comercialización a precio comprador										

Fuente:
Cálculos:

2. 1. 5. 2. El gasto y su financiación

Este cuadro tiene como propósito medir el gasto total de los residentes para cada uno de los segmentos del campo cultural. Esto por cuanto el análisis de los procesos de producción y su influencia sobre el ingreso generado en una economía, puede ayudar a argumentar las políticas de promoción de las industrias culturales, pero no es un indicador de su impacto sobre el desarrollo social y cultural de los residentes de este país. En resumen el objetivo de este cuadro es mostrar cuál es el gasto en cultura, quiénes son los beneficiarios últimos de este gasto, y quién está pagando por este gasto. El beneficiario será el que "disfruta" del producto cultural.

Inicialmente se realizaron algunas consideración al termino Gasto Cultural. El gasto en un segmento dado de la cultura, donde además de los gastos en la adquisición de bienes y servicios pertenecientes a este campo, también debe incluir los gastos en el desarrollo de la infraestructura requerida para su producción en el futuro (formación bruta de capital), los gastos inherentes a todas las prácticas culturales de este campo, incluso aquellas no consideradas actividades productivas y las otras erogaciones que facilitan el acceso a la cultura.

Para los Segmentos culturales, la información incluida en el cuadro del gasto y su financiación fue tomada principalmente de las mismas fuentes de donde se tomaron los datos para los BOU, pero la clasificación de los gastos se realizó con base en 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 (IPSFLH) y las entidades de las administraciones públicas, que benefician a los hogares, en lo que se denomina el principio del beneficiario.

Es importante aclarar lo que No se incluye en el Cuadro del gasto. Los gastos colaterales (externalidades) asociados a los hogares con un consumo cultural, por ejemplo el pago del transporte para asistir a un espectáculo, y en general el consumo de bienes y servicios no culturales, aun cuando pueden haber sido adquiridos en el sitio de la producción del sector cultural (consumo de alimentos, compra de productos derivados no culturales tales como camisetas, cachuchas, o de otros sectores culturales como CDs, juguetes) o en los almacenes de los teatros o museos. Incluso si constituyen una producción secundaria y una fuente adicional de ingresos del productor del producto cultural, serán excluidos del gasto cultural. (Manual CAB_ pág 114)

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

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

Ahora referente a los beneficiarios y financiadores, pueden suceder varias situaciones; un caso es que los agentes que adquieren y se benefician de los productos son al mismo tiempo los que realizan el gasto correspondiente, por ejemplo en las transacciones comerciales, por la compra de un libro, el comprador paga el monto total del valor del producto (libro, disco, CD, cuadro) para su propio uso. Otra situación es que, quienes adquieren o se benefician de los productos no son quienes realizan la totalidad de los gastos correspondientes al valor que se registra en las cuentas de producción. Esto sucede con los servicios ofrecidos gratuitamente por las autoridades locales, como eventos culturales públicos, bibliotecas, entre otros.

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

Las entidades de cualquier naturaleza jurídica que contratan algún tipo de espectáculo para sus empleados o para la población en general (comparsas, desfiles, teatro callejero, etc.) aparecerán como financiando una adquisición de bienes y servicios culturales por parte de los empleados o del público en general, que asista a estos eventos, quienes se registrarán como beneficiarios.

Los hogares que ven la televisión o escuchan el radio, se tomarán como beneficiarios de esas emisiones de radio y televisión por cuanto son quienes disfrutan de los contenidos de estas emisiones, las cuales son financiadas por las empresas que pagan la pauta publicitaria.

La ecuación general del cuadro del gasto es:

$$\text{Usuarios/Beneficiarios} = \text{Unidades de financiación}$$

En el cuadro de gasto la clasificación de los gastos va a ser diferente de la clasificación por uso económico (demanda) que se utiliza en los BOU. A continuación se presenta el formato del cuadro de la cuenta del gasto y su financiación que es el formato único utilizado en la publicación de los resultados por usos o demanda del BOU, de los segmentos culturales y que de igual forma se tiene un procedimiento denominado cuadros de salida que contiene la ruta de acceso a la información publicada, la definición de los que es un cuadro de producción, BOU y cuadros del gasto

Imagen 4. Ejemplo presentación, Cuadro del Gasto y su financiación

Cuenta Sabiite de Cultura
 Cuenta del Gasto y su Financiación
 NOMBRE DEL PRODUCTO
 Serie (AÑOS)

Valores a precios corrientes o constantes

Unidad de medida

USUARIOS/BENEFICIARIOS								UNIDADES DE FINANCIACIÓN								
TOTAL	Régimen (como consumidora)	Rama de actividad cultural de mercado	Rama de actividad cultural de no mercado	Gobierno (como consumidor colectivo)	Los demás agentes nacionales	Resto del mundo	DESCRIPCIÓN	TOTAL	Régimen (como compradora)	IP2F III	Gobierno central	Gobierno regional	Gobierno local	Total gobierno	Los demás agentes nacionales	Resto del mundo
							1 Adquisición de productos característicos y consumo (por producción clasificada según...)									
							11 Consumo final efectivo (principio del beneficiario)									
							111 Productos de mercado									
							112 Productos de consumo individual de no mercado									
							113 Productos de consumo colectivo de no mercado									
							12 Consumo intermedio (principio del beneficiario)									
							121 Consumo intermedio terminal (por actividades culturales)									
							122 Consumo intermedio no terminal (por actividades culturales)									
							122.1 Consumo intermedio de productos característicos o conexos por actividades culturales del mismo subsector									
							122.2 Consumo intermedio de productos característicos o conexos por actividades culturales de otros subsectores									
							2 Formación bruta de capital fijo									
							21 Adquisición menos de posiciones de activos fijos tangibles									
							22 Adquisición menos de posiciones de activos fijos intangibles									
							23 Variación de existencias									
							24 Gastos y valores (a disposición real)									
							3 Adquisición para producción cultural (principio del beneficiario)									
							31 Otras producciones									
							4 Inversión en activos no financieros de las instituciones culturales en producción cultural									
							41 Formación bruta de capital fijo									
							42 Transferencias por otros activos no producidos									
							5 Transferencias corrientes específicas (no contrapartidas de cuentas financieras)									
							51 Subsidios a las ramas de mercado									
							51.1 directas									
							51.2 subvenciones o tasas preferenciales de impuestos									
							52 Transferencias de funcionamiento a ramas de no mercado									
							53 Otras transferencias corrientes									
							53.1 Patronato									
							53.2 Mecenazgo									
							53.2.1 Mecenazgo sin exenciones de impuestos									
							53.2.2 Mecenazgo con exenciones de impuestos									
							53.3 Otras formas de transferencia (participaciones voluntarias para o fuera del marco de la producción)									
							6 Transferencias de capital específicas (no contrapartidas de cuentas financieras)									
							TOTAL BRUTO									
							TOTAL NETO*									

2. 1. 5. 3. Cálculo de valores a precios constantes de 2005 por encadenamiento

Los resultados de la CSC se presentan tanto en valores a precios corrientes como a precios constantes por encadenamiento, con el propósito de facilitar los análisis de las cifras y de su comportamiento en la serie de años estudiada. Los denominados precios corrientes, en los estudios económicos, se refieren a los precios de los bienes y servicios según su valor nominal y en el momento en que son considerados.

En cambio, los precios constantes son una expresión usual en la economía que se refiere a una manera de estimar el valor monetario de ciertas magnitudes e indicadores económicos, y cuya cuantificación se hace con relación a los precios que prevalecieron en un año determinado que se está tomando como base para la comparación. Esta estimación muestra la dinámica observada en estos fenómenos económicos después de la eliminación de la influencia que ejercen las fluctuaciones de precios.

Existen varios métodos para estimar los valores a precios constantes. El más conocido y usado hasta hace algunos años, es el de expresar todos los valores utilizando los precios de un año de referencia, y se denomina establecer valores a precios de un año base o base fija.

El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN 1993 y 2008) determinó que el camino para establecer las evoluciones en volumen y precio de las cuentas nacionales debe apartarse del método de la base fija por sus múltiples inconvenientes, y apoyarse en la teoría de los números índices encadenados (basados en el producto de comparaciones de años consecutivos) para que los resultados no dependan del año tomado como base.

El procedimiento comienza por establecer resultados a precios corrientes y a precios del año anterior para toda la serie de años. Con base en estos, se calculan los índices de volumen para cada variable estudiada, a partir de comparar los valores del año corriente a precios del año anterior (valores del 2010 a precios del 2009) con los valores corrientes del año anterior (valores corrientes del 2009) por ejemplo.

Los valores "a precios del año base por encadenamiento" se obtienen, aplicando estos índices de volumen encadenados (año a año) a los valores del año base. En los BOU encadenados, por cuanto se han calculado índices de volumen diferentes para cada variable, se presentan diferencias entre el total de la oferta y el total de la demanda que se denomina "discrepancia estadística".

La recomendación internacional es dejar que los usuarios decidan cómo quieren tratar la discrepancia estadística. Por ejemplo, si un usuario requiere una identidad total entre oferta y demanda, ajustará la discrepancia en las variables más adecuadas a sus necesidades.

Algunas características de la estimación de valores a precios constantes por encadenamiento son:

- Los crecimientos no dependen del año tomado como base.
- Elimina las distorsiones antes señaladas pues las ponderaciones implícitas se actualizan permanentemente.
- Los valores resultantes están más cerca del valor real que un índice de base fija.
- Presenta discrepancia económica.
- Los valores a precios constantes por encadenamiento no son aditivos, por lo cual no se pueden calcular participaciones de los componentes en los valores absolutos de los agregados.

2.1.6. Nomenclaturas y Clasificaciones utilizadas

Un trabajo importante consiste en identificar los productos y las actividades en términos de la Clasificación Central de Productos (CPC Versión vigente) y la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Versión Vigente), propuestos en el marco de la CSC dentro de las clasificaciones existentes, y establecer las agrupaciones, por los menos en los sectores que se han sugerido.

De igual forma se hace claridad en que para los primeros resultados de los sectores culturales calculados, se ha realizado con las adaptaciones de las clasificaciones disponibles para Colombia en el momento y corresponden a la CIIU Rev. 3 A.C. y la CPC Ver 1.0 A.C. Para los resultados del año 2016p y en adelante se utilizará la CIIU Rev. 4 .AC y la CPC ver 2.0 AC.

La CSC tiene la particularidad de no ceñirse completamente a los estándares nacionales e internacionales en cuanto a las clasificaciones, es por esto que realiza unas desagregaciones particulares acorde con las necesidades del sector que se está calculando, como es el caso de la educación cultural, dado que las clasificación de actividades desagrega en educación preescolar y básica primaria, secundaria, superior y otros tipos de educación, en general mas no especifica si es educación cultural o artística. Igual situación se presenta con el Patrimonio Inmaterial, que esta compuesto por los subsegmentos: Fiestas Tradicionales, Cocina Tradicional, artesanías y Lenguas, dada la desagregación del mismo es difícil encontrar en la CIIU un código directamente relacionado con estas actividades

El objetivo de incluir la tabla 5 “Segmentos del Campo cultural según Correlativa CIIU REV 3 A.C. Vs CIIU REV 4 A.C.” es orientar a los usuarios de la Cuenta satélite de Cultura, en la actividades consideradas culturales según la Clasificación Industrial por segmento, como lo establece el Manual del CAB, comparadas con las dos últimas revisiones adaptadas para Colombia. Es importante aclarar que los cuadros de resultados no se incluyen las CIIU respectivas a cada segmento del campo cultural.

Tabla 5. Segmentos del Campo cultural según Correlativa CIIU REV 3 A.C. Vs CIIU REV 4 A.C.

No.	SEGMENTO DEL CAMPO CULTURAL	CIIU 3 A.C.**	CIIU 4 A.C
1	CREACION - DERECHOS DE AUTOR	2211, 9214	9001, 9002, 9003, 9004
2	ARTES ESCÉNICAS Y ESPÉCTACULOS ARTÍSTICOS	9214	9006, 9008
3	ARTES VISUALES	7494, 9214	7420,9005
4	LIBROS Y PUBLICACIONES	2211, 2212, 2219	1811, 5811, 5813, 5819, 4761
5	AUDIOVISUAL Y RADIO	6423, 6424, 9211, 9212, 9213	5911, 5912, 5913, 5914, 6010, 6020, 6110, 6120, 6130
6	MÚSICA	2213, 9213	5920, 9007
7	DISEÑO	7220, 7421, 7430, 7499	6201, 7110 , 7310, 7410
8	JUEGOS Y JUGUETERÍA	3694	3240
9	PATRIMONIO MATERIAL	9231*, 9232*	9101, 9102
10.	PATRIMONIO INMATERIAL	No aplica	No aplica
11	EDUCACIÓN CULTURAL*	8010 a 8060	851, 852, 853, 854

Nota: * La CIIU se utiliza como referencias para los cálculos de la producción

**A.C.: Adaptada para Colombia

La clasificación de actividades utilizada, corresponde a la CIIU Revisión 4 A.C., al considerar que constituye una estructura de clasificación coherente y consistente de las actividades económicas basada en un conjunto de conceptos, definiciones, principios y normas de clasificación. Adicionalmente “proporciona un marco general en el que los datos económicos pueden reunirse y divulgarse en un formato diseñado para fines de análisis económico, adopción de decisiones y elaboración de políticas” (Naciones Unidas, 2009:3).

En la tabla 6 se indican la CIIU Rev 4 A.C, a nivel de desagregación Grupo/Clase, con la respectiva descripciones y la relación con los segmentos culturales.

Tabla 6. Segmentos del campo cultural según CIU REV 4 A.C.

SEGMENTOS CULTURALES	ACTIVIDADES CULTURALES - CIU REV 4 A.C. POR SEGMENTO CULTURAL	
	Grupo/Clase	Descriptiva
CREACIÓN_DERECHOS DE AUTOR	9001	Creación literaria
	9002	Creación musical
	9003	Creación teatral
	9004	Creación Audiovisual
ARTES ESCÉNICAS Y ESPECTÁCULOS PÚBLICOS	9006	Actividades teatrales
	9008	Otras actividades de espectáculos en vivo
ARTES VISUALES	7420*	Actividades de fotografía
	9005	Artes plásticas y visuales
LIBROS Y PUBLICACIONES	1811	Actividades de Impresión
	5811*	Edición de libros
	5813*	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
	5819*	Otros trabajos de edición
	4761	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados
AUDIOVISUAL Y RADIO	5911*	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
	5912*	Actividades de postproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
	5913*	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
	5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos
	6010*	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora
	6020*	Actividades de programación y transmisión de televisión
	6110*	Actividades de telecomunicaciones alámbricas
	6120*	Actividades de telecomunicaciones inalámbricas
6130*	Actividades de telecomunicación satelital	
Música	5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música
	9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo
	6201*	Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas
	7110*	Actividades de arquitectura e Ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica
	7310	Publicidad
	7410	Actividades especializadas de diseño
JUEGOS Y JUGUETERÍA	3240	Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas
PATRIMONIO MATERIAL	9101	Actividades de bibliotecas y archivos
	9102	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos
PATRIMONIO INMATERIAL		NO APLICA
EDUCACIÓN CULTURAL	851	Educación de la primera infancia, preescolar y básica primaria
	852	Educación secundaria y de formación laboral
	853	Establecimientos que combinan diferentes niveles de educación
	854	Educación superior

Elaboró: Grupo de Trabajo CSC

Por otra parte, así como se tiene actividades económicas relacionadas a los segmentos, también es posible obtener la clasificación para los productos culturales, basados en la Clasificación Central de Productos, adaptada para Colombia_ CPC Ver 2 A.C.

La clasificación CPC, se basa en las características de los bienes y en la naturaleza de los servicios prestados, independientemente de las actividades de origen, por lo que se refiere a categorías de productos y no a productos elementales. Una categoría considerada como cultural puede incluir exclusivamente productos del campo cultural o, si bien no incluye únicamente productos culturales, estos constituyen una parte importante de la categoría correspondiente o conforman un grupo de productos elementales que se consideran importantes para el análisis de la cultura. (Guía metodológica del CAB 2016_Pág 57)

En la tabla 7, se relacionan los segmentos culturales con la mayor desagregación de la clasificación de productos (Clase/subclase) de la CPC Ver 2 A.C.

Tabla 7. Segmentos del campo cultural según CPC Ver. 2 A.C.

Segmentos del campo Cultural	PRODUCTOS CULTURALES_ CPC Ver 2 A.C. POR SEGMENTO CULTURAL	
	Clase-Subclase	Descriptiva
CREACIÓN_DERECHOS DE AUTOR	7330	Derechos de uso de obras originales literarias, artísticas y de entretenimiento
	7390	Derechos de uso de otros productos de propiedad intelectual
	9630*	Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes
	9630	Servicios de autores, compositores y otros artistas de obras originales, excepto artistas intérpretes, pintores y escultores.
ARTES ESCÉNICAS Y ESPÉCTACULOS PÚBLICOS	9620	Servicios de producción y presentación de eventos de artes escénicas
	9630	Servicios de los artistas intérpretes
	9630*	Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes
ARTES VISUALES	83811	Servicios fotográficos
	83812	Servicios de fotografía publicitaria y servicios conexos
	83813	Fotografía de eventos y servicios de videografía de eventos
	83814	Servicios de fotografía especializada
	83815	Servicios de restauración, copia y reproque de fotografías
	98961	Pinturas, dibujos y pasteles; grabados, estampas y litografías, obras originales de arte escultórico y estatuario, de cualquier material
9630*	Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes	
LIBROS Y PUBLICACIONES	62151	Servicios de venta al por menor de libros, periódicos, revistas y artículos de papelería, en establecimientos no especializados
	32210	Libros de texto educativos impresos
	32220	Diccionarios, enciclopedias, atlas y otros libros de mapas o gráficos; fascículos o entrega por series de estos títulos
	32291	Libros impresos para profesionales, técnicos y académicos
	32292	Libros impresos para niños
	32299	Otros libros impresos n.c.p.
	32511	Mapas y cartas geográficas, hidrográficas y similares (incluso mapas de pared, planos topográficos y mapas para globos), impresos (excepto en forma de libros)
	47691	Audiolibros en discos, cintas u otros medios físicos
	47692	Libros en formato impreso, electrónico (CD, pantalla electrónica, entre otros)
	84311	Servicios de libros en línea (on-line)
	32500	Diarios, revistas y publicaciones periódicas impresas, publicados por lo menos cuatro veces por semana
	32410	Periódicos de interés general, revistas y publicaciones periódicas impresas, publicados menos de cuatro veces por semana
	32420	Periódicos, revistas y publicaciones periódicas empresariales, profesionales o académicas impresas, publicados menos de cuatro veces por semana
	32490	Otros periódicos, revistas y publicaciones periódicas impresas, publicados menos de cuatro veces por semana
	83631	Venta de espacio publicitario en medios de información impresos (excepto a comisión)
	84312	Servicios de periódicos y revistas en línea (on-line)
	32530	Tarjetas postales impresas o ilustradas; tarjetas impresas con felicitación o mensajes personales, incluido no sobres y adhesivos
	32540	Grabados, diseños y fotografías impresos
	32620	Materiales de publicidad comercial, catálogos comerciales y artículos similares
	32630	Calcomanía; calendarios impresos
47699	Otros discos y cintas de audio no musicales	

Elaboró: Grupo de Trabajo CIC

(Continuación)Tabla 7. Segmentos del campo cultural según CPC Ver. 2 A.C.

Segmentos del campo Cultural	PRODUCTOS CULTURALES_ CPC Ver 2 A.C. POR SEGMENTO CULTURAL	
	Clase-Subclase	Descriptiva
AUDIOVISUAL Y RADIO	88950*	Películas cinematográficas impresionadas y reveladas, con o sin registro de sonido o que se compongan solo de la pista de sonido
	47620	Películas y otros videocontenidos en discos, cintas u otros medios físicos
	84331	Servicios de descargas de películas y otros videos
	96121*	Servicios de producción de programas de televisión, video y actividades cinematográficas
	96123	Servicios de producciones originales de programas de televisión, video, radio y actividades cinematográficas
	96131	Servicios de edición de audiovisuales
	96134	Servicios de efectos visuales
	96135	Servicios de animación
	96136	Servicios de títulos y subtítulos
	96139	Otros servicios de postproducción
	96137	Servicios de diseño y edición de sonido
	96150	Servicios de proyección de películas
	83632*	Venta de tiempo publicitario en televisión y radio (excepto a comisión)
	84611	Servicios de transmisión de programas de radio
	84621	Servicios de programación de canales de radio
	84631*	Servicios de transmisión
	96122*	Servicios de producción de radio
	83632*	Venta de tiempo publicitario en televisión y radio (excepto a comisión)
	84612	Servicios de transmisión de programas de televisión
84622	Servicios de programación para canales de televisión	
84631*	Servicios de transmisión	
96121*	Servicios de producción de programas de televisión, video y actividades cinematográficas	
84633*	Servicios de distribución de programas, en paquete controlado de programación	
84634*	Servicios de distribución de programas, programación de películas (pago por ver)	
84410	Servicios de agencias de noticias para periódicos y revistas	
84420	Servicios de agencias de noticias para medios audiovisuales	
MÚSICA	92520	Partituras impresas o manuscritas
	47610	Discos de audio, cintas u otros medios físicos de música
	84321	Servicios de descargas musicales de audio
	95111	Servicios de grabación de sonido
	95112	Servicios de grabación en vivo
	95115	Servicios de grabación original de sonido
62242	Servicios de venta al por menor de equipo de radio y televisión, ya para uso para la reproducción o grabado de sonido en establecimientos especializados	

Elaboró: Grupo de Trabajo CIC

(Conclusión) Tabla 7. Segmentos del campo cultural según CPC Ver. 2 A.C.

Segmentos del campo Cultural	PRODUCTOS CULTURALES_ CPC Ver 2 A.C. POR SEGMENTO CULTURAL	
	Clase-Subclase	Descriptiva
DISEÑO	93211	Servicios de asesoramiento en arquitectura
	93212	Servicios de arquitectura para los proyectos de construcción de viviendas
	93213	Servicios de arquitectura para proyectos de construcción no residencial
	93221*	Servicios de planeación urbana
	93222*	Servicios de ordenamiento territorial rural
	93223*	Servicios de planeación del proyecto maestro del sitio
	93231	Servicios de asesoría en arquitectura paisajista
	93232	Servicios de arquitectura paisajista
	93911	Servicios de diseño de interiores
	93912	Servicios de diseño industrial
	93919	Otros servicios especializados de diseño
	93920	Diseños originales
	93911*	Servicios de transmisión de programas de radio
	JUEGOS Y JUGUETERA	98520
98530		Partes y accesorios de muñecas que representan seres humanos
98540		Trenes eléctricos de juguete y vías, señales y demás accesorios para estos trenes; maquetas para montar de tamaño reducido «a escala»; otros juegos de construcción y juguetes para armar
98550		Rompacabezas
98560		Otros juguetes (Incluso instrumentos musicales de juguete)
98570		Malpas
98590		Otros artículos para juegos de feria, de mesa o de salón (Incluso artículos para juegos de billares, mesas de juego con mecanismos varios, mesas especiales para juegos de casino y equipo automático para juegos de bolas), excepto juegos de video del tipo utilizado con receptores de televisión
PATRIMONIO MATERIAL	98961	Pinturas, dibujos y pasteles; grabados, estampas y litografías, obras originales de arte escultórico y estatuaria, de cualquier material
	98410	Servicios de bibliotecas
	98420	Servicios de archivos
	98411	Servicios de museos, excepto preservación de lugares y edificios históricos
98412	Servicios de preservación de lugares y edificios históricos	
PATRIMONIO INMATERIAL		NO APLICA
EDUCACIÓN CULTURAL	9210	Servicios de educación de la primera infancia y preescolar
	9220	Servicios de enseñanza primaria
	9231	Servicios de educación básica secundaria
	9233	Servicios de educación media académica
	9234	Servicios de educación media técnica
	9241	Servicios de educación postsecundaria no terciaria general
	9242	Servicios de educación postsecundaria no terciaria, técnica laboral
	9251	Servicios de educación superior (terciaria) nivel pregrado
	9252	Servicios de educación superior (terciaria) nivel posgrado
	92911	Servicios de educación cultural

Elaboró: Grupo de Trabajo CSC

Esta clasificación CPC 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 producto por las actividades CIIU 4 a dígitos de las que son típicos; es decir que debería también existir un interés claro en considerar como cultura la actividad por medio de la cual son producidos. A continuación se detallan algunos aspectos a tener en cuenta al momento de clasificar actividades y productos

- En las artes escénicas según la CPC Ver 2 A.C., se incluye tanto los servicios prestados por autores (96320), e intérpretes (96310), los servicios de producción así como la presentación de espectáculos (96220).
- En el caso del sector audiovisual, se debe separar los productos característicos que cumplan con los criterios del campo cultural de los productos interdependientes que su razón de existir sea principalmente 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.
- Productos clasificados en el sector diseño, se debe tener especial cuidado en su inclusión, por ejemplo, en la arquitectura e ingeniería se debe separar el diseño técnico funcional y del diseño estético arquitectónico, dado que este último se incluye como producto cultural y el primero no.
- Se debe incluir tanto los productos originales como las copias, dado que la copia de un original contiene el componente de creación del original y su uso tiene valor simbólico. es decir las características consideradas como culturales se replican en cada copia del original. Por esta razón son productos culturales: libros, discos, películas, revistas, emisión de radio y tv, etc.

2.2. MÉTODO DE ELABORACIÓN PARA OPERACIONES ESTADÍSTICAS DERIVADAS

Para obtener los resultados, es necesario recurrir a proveedores de información relacionada con los segmentos del campo cultural, la información puede ser directa (Encuestas DANE, Censos, Formularios) o indirecta (registros Administrativos, otras fuentes)

2.2.1. Definición de las fuentes de información

En la tabla 8 se muestran las fuentes utilizadas en cada uno de los segmentos culturales publicados, teniendo en cuenta las actividades económicas desarrolladas por cada una de ellas y que facilitan nuestros cálculos, dado que aplican para las actividades consideradas culturales. Se observa que una misma fuente de información es usada en varios segmentos culturales, como sucede principalmente con las encuestas elaboradas por el DANE.

En seguida se relacionan las fuentes de información utilizadas por la CSC para cada una de las actividades y productos investigados, y las variables calculadas con base en los datos obtenidos.

Tabla 8. Segmentos del campo cultural según fuentes de información

Segmentos culturales Manual CAB	Subsegmentos culturales CSC _ COLOMBIA	Fuentes de información
Creación _ Derechos de Autor	Creación literaria	DIAN_Dirección de Impuestos y Aduanas SAYCO_ Sociedad de autores y compositores
	Creación musical	
	Creación Teatral	
Artes escénicas y espectáculos públicos	Artes escénicas y espectáculos públicos. (• Teatro, • Danza • Otras formas de artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)	DIAN_ Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales CGN_ Contaduría General de la Nación. Ministerio de Cultura. PULEP_ (Portal único de espectáculos públicos de las artes escénicas) Superintendencia de Sociedades. Sayco_ Sociedad de Autores y Compositores de Colombia.
	Artes visuales	DIAN_ Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales
Fotografía		
Artes gráficas e ilustración		
Segmentos culturales Manual CAB	Subsegmentos culturales CSC _ COLOMBIA	Fuentes de información
Música	Música Fonogramada Música en vivo	DANE_EAM (Encuesta Anual Manufacturera)
		DIAN_ Dirección Nacional de Impuestos y Aduanas. CGN_ Contaduría General de la Nación. PULEP_ Ministerio de Cultura. Superintendencia de Sociedades.
		Sayco_ Sociedad de Autores y Compositores de Colombia.
		DANE_EAM (Encuesta Anual Manufacturera)
		Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos.
		DANE_ECC (Encuesta de Consumo Cultural)
Diseño	Diseño Publicitario *	DANE_EAS (Encuesta Anual de Servicios -Módulo Agencias de publicidad).
		DANE_MTS (Muestra Trimestral de Servicios)
Juegos y juguetería	Juegos y juguetería	DANE_EAM (Encuesta Anual Manufacturera)
		Superintendencia de Sociedades
		DANE_ Comercio Exterior
Patrimonio Material	Entidades Museales y objetos de colección pública y privada	Aún no se tienen resultados
	Otro Patrimonio <i>Inmueble</i> (Centros históricos, monumentos históricos, patrimonio arqueológico)	
	Otro Patrimonio <i>Mueble</i> (Antigüedades, Cuadros históricos, etc.)	
	Bibliotecas	
Patrimonio inmaterial	Archivos históricos culturales (fílmicos, documentales y otros repositorios)	Aún no se tienen resultados
	Fiestas (tradicionales y patrias)	
	Gastronomía y tradiciones culinarias locales	
	Tradiciones vernáculas	
	Artesanía indígena, tradicional y contemporánea	
Lenguas y dialectos		
Educación Cultural	Educación preescolar, Primaria, Secundaria y Media	Ministerio de Educación DANE_ formulario EDUC
	Educación Superior	Ministerio de Educación
	Educación para el trabajo y desarrollo humano (no formal)	CGN_ Contaduría general de la nación
		Súper Intendencia de Subsidio Familiar SENA_ Servicio nacional de Aprendizaje

* Solo se ha calculado Diseño publicitario.
Elaboró: Grupo de Trabajo CSC

2. 2. Validación de las fuentes de información

En la tabla anterior se señala las diferentes fuentes de información relacionadas, para los segmentos y subsegmentos del campo cultural. Ahora para poder validar esas fuentes de información básica, se han determinado los indicadores que nos facilitan cada una de ellas, para los cálculos de la cuenta de producción y los Balance oferta-utilización, de los segmentos culturales, así mismo de algunas fuentes también obtenemos información para calcular la Matriz de trabajo del cultural para la demanda.

Una misma fuente de información puede suministrar datos para uno o varios segmentos culturales. Esta información puede corresponder a registros administrativos, estados financieros, indicadores, estadísticas básicas etc, como se puede ver en la tercera columna de la tabla 9.

La fuente que mayor información le aporta a la CSC, es el DANE, dado que por tener una variedad de encuestas, muestras, y formularios con temas muy relacionados los segmentos trabajados en la Cuenta.

Tabla 9. Fuentes de información, por indicador y segmentos culturales

Fuentes de información	Indicador por fuente	Segmentos culturales
DIAN_Dirección de Impuestos y Aduanas	Certificado de Ingresos y gastos para las entidades involucradas en las actividades culturales	* Artes escénicas y espectáculos públicos * Juegos y juguetería * Artes Visuales * Creación
SAYCO_Sociedad de autores y compositores de Colombia	Recaudos y transferencias a los autores y compositores	* Artes escénicas y espectáculos públicos * Música
CGN_Contaduría General de la Nación.	Información financiera de la totalidad de las entidades de gobierno y de las empresas públicas.	* Libros y Publicaciones * Audiovisual * Artes escénicas y espectáculos públicos * Música
Ministerio de Cultura. * SIREC_Sistema de Información y Registro Cinematográfico * Museo Nacional de Colombia	Presupuestos de las películas Producción de cada uno de los largo y cortometrajes producidos por año. Empleo directo e indirecto de todos los museos	* Audiovisual * Artes escénicas y espectáculos públicos * Matriz de Trabajo CSC
Ibermedia (Espacio Audiovisual Iberoamericano)	Información de Taquilla Cine	* Audiovisual
PULEP (Portal) único de espectáculos públicos de las artes escénicas)	Información de Taquilla y de impuestos	* Artes escénicas y espectáculos públicos
Superintendencia de Sociedades_SIREM (El sistema de Información y Reporte Empresarial).	Estados financieros (estados de resultados y balances) de cada una de las sociedades privadas no financieras	* Libros y Publicaciones * Audiovisual * Artes escénicas y espectáculos públicos * Juegos y Juguetería
DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística		
* EAM (Encuesta Anual Manufacturera)	Producción principal y secundaria; Listado de Materias primas; Costos de Servicios; Formación Bruta de Capital; Variación de Existencia; Número de ocupados.	* Libros y Publicaciones * Música * Juegos y Juguetería
* EAS (Encuesta Anual de Servicios)	Ingresos, Costos y gastos, personal ocupado, remuneraciones	* Audiovisual * Diseño Publicitario
* ECC (Encuesta de Consumo Cultural)	Asistencia a presentaciones y espectáculos culturales Consumo de música grabada y géneros de escuchados. Formas de adquisición de videos y música grabada. Gasto en videos y música grabada	* Música
* EAC (Encuesta Anual de Comercio)	Producción bruta, consumo intermedio y valor agregado, gastos de operación e inversión neta, personal ocupado.	* Música * Juegos y Juguetería
* Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)	Número de ocupados en primero y segundo empleo del	Todos los segmentos excepto
* Formulario EDUC	Número de docentes por área de enseñanza. Número total de matriculados	* Educación Cultural
* MTS (Muestra Trimestral de Servicios)	Ingresos operacionales nominales por tipo de ingreso y total y	* Diseño Publicitario
* EMM (Encuesta Mensual Manufacturera)	Producción, Ventas, personal ocupado, horas trabajadas y	* Juegos y Juguetería
* Comercio Exterior Exportaciones e Importaciones _ DANE	Registro de importaciones y exportaciones	* Juegos y Juguetería * Libros y publicaciones * Artes Visuales * Creación * Audiovisual * Diseño (Diseño publicitario) * Música

Fuente: Grupo de trabajo CSC

(Continuación) Tabla 9. Fuentes de información, por indicador, según segmento cultural

Fuentes de información	Indicador por fuente	Segmentos culturales
Acinpro (Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos).	Registros de los derechos de artistas intérpretes y de productores fonográficos.	* Música
Sigob (Sistema de Información del Gobierno)	Entidades públicas involucradas en la educación para el trabajo y desarrollo humano. Coeficientes Técnicos de la Educación primaria.	* Educación cultural
SuperSubsidio (Superintendencia de Subsidio familiar)	Ingresos y gastos de las cajas de compensación, para educación formal y Educación para el Trabajo y Desarrollo humano.	* Educación Cultural
SuperSolidaria (Superintendencia de Economía Solidaria)	Estados financieros de las entidades Cooperativas	* Libros y Publicaciones
Ministerio de Educación	Número de estudiantes matriculados Educación superior programas Bellas Artes. Número de estudiantes matriculados Educación Básica y Valor matrícula promedio Programas Bellas Artes Valor matrícula promedio Educación básica y media	* Educación cultural, todos los niveles
CCL Cámara Colombiana del Libro Registros ISBN (International Standard Book Number)	Registros de empresas en la Agencia ISBN y registros en Cámara de Comercio. - Títulos editados. - Exportaciones de ediciones. - Valor y número de títulos por los que se pagaron derechos de autor. - Número de empleados. - Valor de las ventas de ediciones propias	* Libros y Publicaciones
Biblioteca Nacional Registro ISSN - (número internacional normalizado para publicaciones seriadas)	Publicaciones seriales o continuas. Datos sobre publicaciones periódicas científicas, literarias, de gramícos	* Libros y Publicaciones
Andiarios (Asociación de diarios)	Información de Diarios, revistas y publicaciones periódicas	* Libros y Publicaciones * Audiovisual
Asomedios (Asociación de Medios)	Información sobre la inversión publicitaria en revistas.	* Libros y Publicaciones * Audiovisual
Andigraf (Asociación Colombiana de la Industria de la comunicación gráfica)	Estados financieros de las empresas registradas	* Libros y Publicaciones
Carilac (Centro regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe)	Número de Títulos y Número de Ejemplares Estimados por los Editores	* Libros y Publicaciones
Asodiarlos (Asociación de Diarios)	Número de afiliados y pauta publicitaria en periódicos	* Libros y Publicaciones
ASEUC (Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia)	Número de títulos publicados por cada una de las editoriales universitarias y valor de cada ejemplar	* Libros y Publicaciones
ANTV (Autoridad nacional de Televisión)	Agentes de producción de las actividades relacionadas con la producción y transmisión de televisión y la televisión por suscripción	* Audiovisual
Superintendencia Financiera de Colombia SIMEV (Sistema Integral de Información de Mercado de Valores)	Registro Nacional de Valores y Emisores - RNVE Registro Nacional de Agentes del Mercado de Valores - RNAMV Registro Nacional de Profesionales del Mercado de Valores - RNPV	* Audiovisual
Banrepública (Banco de la República)	Información contable de bibliotecas y museos, y Actividad editorial	* Libros y Publicaciones
Mintic (Ministerio de Comunicaciones)	Pauta publicitaria en Radio	* Audiovisual
SENA (Servicios nacional de Aprendizaje)	Número de Estudiantes registrados en la Educación para el trabajo y desarrollo humano	* Educación Cultural
APDIF (Asociación para la Protección de los Derechos Intelectuales sobre Fonogramas)	Información que agrupa los principales productores fonográficos en Colombia	* Música
Proimágenes Colombia (El Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica)	Recauda los recursos administrador del Fondo Pílmico Colombia (FFC) y lleva Estadísticas de producción y exhibición de Cine	* Audiovisual

Fuente: Grupo de trabajo CSC

2. 2. 3. Método general de cálculo_Indicadores Monetarios

Una vez definidas las fuentes de información y realizada la validación de las mismas con los indicadores suministrados, se procede a realizar los cálculos de cada uno de los segmentos culturales sugeridos por el manual del CAB y los asumidos por la CSC de Colombia.

Para los 11 segmentos del campo cultural se obtendrá la cuenta de producción y para los subsegmentos, se calcula el Balance Oferta Utilización (BOU).

Se verifica la consistencia y coherencia de la información obtenida a través de los diferentes cálculos, realizados por el sectorialista encargado de procesar la información recibida y del sector a cargo.

Cada segmento cultural y sus respectivos productos culturales, tienen su forma particular de cálculo, dado las características de cada sector. Así mismo, se señala la forma de obtener el Cuadro del gasto y su financiación por segmento cultural

2. 2. 3. 1. Libros y publicaciones

Este grupo de actividades comprende *la edición de libros, periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas; directorios y listas de correo y otras obras, como fotos, grabados, postales, horarios, carteles y reproducciones de obras de arte;* se caracterizan por la creatividad intelectual que requiere su elaboración y están protegidas por el derecho de autor.

Los libros, como bienes culturales, corresponden a obras científicas, artísticas, literarias, técnicas, educativas, informativas, recreativas o de cualquier otra índole que conforman una publicación unitaria en uno o varios volúmenes. (Cerfalc, 2008). Estos pueden ser distribuidos en formato impreso, con diferentes tipos de encuadernación (espiral, pasta, plástico, rústico o tapa dura) o en formato digital independientemente del soporte electrónico que se utilice para su lectura (e-book, sitio electrónico o pdf). Las publicaciones periódicas, por su parte, corresponden a los contenidos publicados en fascículos sucesivos que se presentan con una periodicidad fija o variable. Algunos ejemplos de este tipo de contenidos son los periódicos, las revistas y los boletines. Un periódico es una publicación editada con una periodicidad diaria o semanal, cuya función principal es presentar noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. El periódico además puede presentar diversas posturas públicas y, en la mayoría de los casos, sus ingresos económicos se basan en la inserción de publicidad. La edición es una actividad central en el proceso productivo de los libros, las revistas y los periódicos, y por ello es importante entender su tratamiento en las CSC.

• Clasificación de la actividad y los productos

Para la CSC y dentro del sector libros y publicaciones, se seleccionaron las siguientes actividades de edición, clasificadas en la CIU Revisión 4 A.C., con la que se presentan los datos de la totalidad de las fuentes de información utilizadas: Edición de libros, folletos y partituras (5811), Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (5813), Otros trabajos de edición (5819). Esta relación actividad cultural y segmento cultural, la podemos observar en la Tabla 8. Manual CAB_2016.- Pág 72

Para los productos culturales se incluyen los de la clasificación de productos CPC Ver 2 A.C, relacionados con el grupo 322 Libros impresos; 323 Diarios, revistas y publicaciones periódicas, publicados por lo menos cuatro veces por semana; 324 Diarios, revistas y publicaciones periódicas, publicados menos de cuatro veces por semana; 325 Mapas impresos; música impresa o en manuscrito; tarjetas postales, tarjetas de felicitación, fotografías y planos. Para mayor detalle a nivel de segmento cultural y productos culturales, se puede remitir a la Tabla 7.

La actividad editorial se considera una actividad productiva, de acuerdo con lo que el SCN considera como producción valorada económicamente dentro del campo cultural, puesto que consiste en la obtención de productos editoriales que tienen como finalidad recoger y divulgar contenidos simbólicos. De acuerdo con la CIU la edición comprende un conjunto de actividades financieras, técnicas, artísticas, jurídicas, de comercialización, etc. tendientes a lograr la reproducción y difusión de un material intelectual, científico o artístico.

Un libro es toda obra literaria, científica o de otro tipo, que cuenta con la extensión necesaria para formar un volumen y puede tratar sobre cualquier tema. Según la definición de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, por su sigla en inglés)³, un libro debe tener cincuenta o más páginas (veinticinco hojas o más); si tiene entre cinco y hasta cuarenta y nueve páginas, es un folleto (desde 3 hasta 24 hojas) y desde una hasta cuatro páginas, se considera hojas sueltas (una o dos hojas).

Actualmente, aunque esta definición no hace referencia únicamente a los soportes físicos, por cuanto el libro digital o electrónico, está viendo incrementado su uso en el mundo. Además, los libros también se pueden encontrar en formato de audio (audiolibros).

La edición de libros es la industria relativa a la producción y difusión de todo tipo de libros (literarios, técnicos, enciclopédicos, de entretenimiento, cómics, informativos, etc.). En algunos casos, los autores pueden ser sus propios editores.

Una publicación seriada es aquella cuyos volúmenes se suceden en orden numérico o cronológico, bajo un título común y en número indefinido, en tanto que una publicación periódica es una publicación seriada que se efectúa cada cierto espacio de tiempo incluye: diarios, publicaciones periódicas, anuarios, series de informes, memorias de instituciones, series de actas, y conferencias y series monográficas.

Un periódico es una publicación editada normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función es presentar noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. Este también puede presentar diversas posturas públicas y, en la mayoría de los casos, sus ingresos económicos se basan en la inserción de publicidad.

En la actualidad, dentro de las publicaciones periódicas, las revistas son uno de los principales medios de difusión de la información, siendo así que la mayor parte de la información científica se transmite por vía de los artículos que aparecen en ellas. Todo nuevo tema recibe una primera aproximación en las revistas, en las cuales se establecen planteamientos básicos y se formulan hipótesis, que tendrán, con mucha frecuencia, un desarrollo posterior en los libros. Son también un complemento fundamental de la literatura sobre cualquier tema, permiten seguir las corrientes de opinión y pensamiento en un momento dado.

³Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO, 2009

Las actividades de "edición de publicaciones periódicas" incluyen la jerarquización de los artículos por orden de importancia y la organización en un espacio de contenidos escritos, visuales y, en ocasiones, audiovisuales (multimedia), en medios impresos y electrónicos como diarios y revistas. El diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados).

• Unidades de observación

Empresas y los establecimientos que tienen como su actividad principal la edición de libros.

• Fuentes de información y descripción del cálculo de la edición de libros, folletos y partituras

Estas son las fuentes que suministran la estadística básica:

• Encuesta Anual Manufacturera (EAM)

Es la principal fuente de información para este producto e incluye empresas que realizan como actividad principal la edición de libros, al igual que otras que lo hacen como actividad secundaria.

Para el cálculo de la producción principal se tomaron las empresas clasificadas en la actividad 5811 (Edición de libros, folletos y partituras), de las cuales se seleccionaron únicamente los valores asociados al producto "Libros, folletos y partituras" en la columna NOMPROD del capítulo VIII. Cabe anotar que en principio hubo discusión por algunas empresas clasificadas en esta actividad, puesto que se estaban incluyendo entidades dedicadas exclusivamente a la impresión de libros, pero gracias al trabajo conjunto del equipo del DANE encargado de la EAM con la Cámara Colombiana del Libro (CCL) se logró establecer cuales empresas deberían aparecer en esta clasificación.

En cuanto al cálculo de las producciones secundarias, se tomaron los valores de la producción de todos los productos de estos establecimientos, excepto los valores del producto "Libros, folletos y partituras".

El Consumo Intermedio (CI) se calculó a partir de las materias primas consumidas por el establecimiento, más la energía comprada, más los otros bienes y servicios utilizados en el proceso productivo. Entre estos se encuentran los servicios públicos, gastos de mantenimiento, arrendamientos, publicidad, etc.

La ecuación general para el Cálculo del Consumo intermedio (CI) de la EAM es:

$\text{Consumo intermedio (CI)} = \text{Consumo de materias primas} + \text{Consumo de energía} + \text{Consumo de otros bienes y servicios.}$
--

Dónde:

- **Consumo de materias primas:** se obtiene del capítulo IX de la EAM "Consumo de materias primas, materiales y empaques durante el año".
- **Consumo de energía eléctrica:** el valor de la energía eléctrica consumida se toma del numeral 1, capítulo V, "Energéticos consumidos durante el periodo".
- **Consumo de otros bienes y servicios:** se obtiene del capítulo IV (Otros costos y gastos de la actividad industrial causados durante el periodo), tomando únicamente los renglones que se refieren a las variables consideradas como CI y descontando los impuestos, las regalías, las provisiones, entre otros. Por otro lado, en el capítulo III el concepto "Valor causado por las empresas que suministran personal temporal al establecimiento" también se considera como consumo intermedio.

Hay que considerar que si bien la estructura general del formulario ha cambiado año tras año, de tal manera que algunas variables que se encuentran en el Capítulo III para un año, aparecen en el Capítulo IV en otro, también es cierto que cada variable específica de los gastos conserva su código original y por supuesto no se afecta su comparabilidad en la serie de años trabajados.

• **Superintendencia de Sociedades**

Esta aporta los estados financieros (estados de resultados y balances) de cada una de las sociedades privadas no financieras, que a 31 de diciembre, o al cierre de los ejercicios sociales posteriores, registren un total de activos superior al equivalente a treinta mil (30.000) salarios mínimos legales mensuales y unos Ingresos totales superiores al valor de treinta mil (30.000) salarios mínimos legales mensuales, y clasificadas por actividad económica con base en la CIIU Rev. 4.

Para la discriminación de las variables que conforman la producción y el consumo intermedio, dentro de las investigaciones del marco central de las cuentas nacionales, se ha elaborado una tabla en la que se correlacionan los códigos del Plan Único de Cuentas (PUC) de esta fuente con las operaciones de cuentas nacionales. Es importante hacer énfasis en que la información de esta fuente se refiere a empresas y no a establecimientos, y además no discrimina la producción por productos, y por lo tanto fue necesario replicar para las entidades clasificadas como editoriales con producción principal "edición de libros, folletos y partituras" (5811 CIIU Rev. 4) la participación porcentual de los productos característicos y conexos en el total de la producción establecida en la EAM.

La información de la Superintendencia de Sociedades se contrasta con la ya obtenida de la EAM, de tal manera que las empresas que se encuentren en ambas fuentes se toman de la EAM. A pesar de que la Superintendencia de Sociedades constituye una muy buena fuente de información, se da prelación a los datos de la EAM por cuanto incluyen información discriminada por productos, tanto para la producción como para el consumo intermedio.

• **Cámara Colombiana del Libro (CCL)**

Los datos aportados por las encuestas individuales de la CCL corresponde al número de títulos editados, el valor de las ventas de ediciones propias, las exportaciones de ediciones, valor y número de títulos por los que se pagaron derechos de autor y el número de empleados; igualmente, de la CCL se tomó la información de cada una de las encuestas realizadas a las editoriales comerciales sobre su producción (Valor de las ventas de ediciones propias). Estos datos complementaron la información ya tomada de la EAM y la Superintendencia de Sociedades y se incluyeron en la CSC.

• **Contaduría General de la Nación**

Esta institución es la encargada de consolidar la información financiera de la totalidad de las entidades de gobierno y de las empresas públicas, entre las que se encuentran las editoriales departamentales y la imprenta nacional.

• **Superintendencia de la Economía Solidaria**

De esta fuente de información se tomaron los estados financieros de la Cooperativa Editorial del Magisterio.

• **International Standard Book Number (ISBN)**

De esta fuente se obtuvo la siguiente información: total registros ISBN asignados a editoriales comerciales y a autores-editores (personas jurídicas y naturales); número de ejemplares por título para la serie 2005-2010 y el valor promedio por ejemplar para 2005. Para los años 2006 a 2010 este valor se ajustó con el IPC de los libros. De esta fuente se tomaron los datos de la totalidad de editoriales que no se encontraron en las fuentes EAM y la Superintendencia de Sociedades. Se les asignó el coeficiente técnico del consumo intermedio de la EAM.

Para el cálculo de la producción de la edición de libros, realizada por establecimientos públicos y privados no editores, se tomó la información del ISBN, a la cual se le aplicó el mismo tratamiento que a los datos de las editoriales comerciales encontradas en esta fuente.

• **Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC)**

Esta fuente compartió con la CSC las estadísticas Editoriales Comerciales. Número de Títulos y Número de Ejemplares Estimados por los Editores para la serie 2005 y años siguientes y el estudio El Espacio Iberoamericano del Libro 2010 elaboradas con base en la información del total de registros del ISBN en Colombia, investigaciones en las cuales se registra la información de un promedio de 150 editoriales nacionales.

• **Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC)**

Compartió con la CSC su Estudio Actividad Editoriales Universitarias el cual, con base en encuestas y la información del ISBN, suministró el número de títulos publicados por cada una de las editoriales universitarias, información a la cual se aplicó el mismo tratamiento que a la de las editoriales comerciales encontradas en el ISBN, sobre número de ejemplares por título y valor unitario de cada ejemplar.

• **Red de Editoriales Independientes Colombianas (REIC)**

Reúne treinta editoriales de seis ciudades: Barranquilla, Bogotá, Calarcá, Cali, Cartagena y Medellín, las cuales se encontraron en los registros del ISBN.

• **Banco de la República**

Esta entidad además de ser el banco central de Colombia, es una de las instituciones oficiales más comprometidas con la promoción de las actividades culturales, en tanto que tiene a su cargo una red de bibliotecas y museos, además de realizar una permanente actividad editorial, de la cual nos compartieron su información contable. También aportó esta fuente la información sobre las adquisiciones de libros, diarios, revistas y publicaciones periódicas por parte de sus bibliotecas, las cuales se clasificaron como Formación Bruta de Capital Fijo (FBCF).

Para todas las empresas y establecimientos incluidos en el estudio se tiene el Número de Identificación Tributaria (NIT), con el cual fue posible realizar el cruce de información en todas las fuentes utilizadas para evitar una posible duplicación de los datos.

• Fuentes de información y descripción del cálculo de edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas

Estas son las fuentes que suministran la estadística:

Encuesta Anual Manufacturera (EAM) y la Superintendencia de Sociedades: el tratamiento de la información de estas fuentes, para la actividad de "Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas" se hizo de manera semejante a la de "Edición de libros".

Asociación de Diarios Colombianos (Andiarios): para 2005 y los años siguientes contaba con cincuenta y un diarios afiliados, directorio que sirvió para la identificación de estas empresas en las fuentes de información de la EAM y la Superintendencia de Sociedades.

Asociación Nacional de Medios de Comunicación (Asomedios): para 2005 y los años en adelante contaba con diez empresas editoriales afiliadas, que también se encuentran en la EAM y la Superintendencia de Sociedades. Esta fuente junto con Andiarios aportó la información sobre la inversión publicitaria en diarios y revistas para 2005 y los años en adelante.

Internacional Standard Serial Number (ISSN): el ISSN se asigna a solicitud de los editores o directores de las publicaciones seriadas, quienes diligencian un formulario, anexando un ejemplar de la publicación o el diseño de la publicación que contenga la carátula y la tabla de contenido de la misma. Con la asignación del ISSN, el Centro Nacional del ISSN lleva el registro y control de la producción editorial de las publicaciones periódicas en Colombia. Hasta el 31 de diciembre de 2011 el ICFES fue la entidad encargada de esta labor y desde esta fecha pasó a la Biblioteca Nacional.

Los registros del ISSN incluyen datos sobre publicaciones periódicas científicas, literarias, de gremios, etc., pero no están los diarios y revistas de noticias incluidas en las anteriores fuentes. Se relaciona información que tiene que ver con: editorial remitente, título, ciudad, frecuencia (anual, semestral, mensual, etc.), soporte (papel, web, DVD, CD ROM).

• Fuentes de información y descripción del cálculo para otros trabajos de edición

Esta clase incluye la edición impresa o en formato electrónico de: catálogos para almacenes, de mercancía y de colecciones; fotografías, grabados artísticos y tarjetas postales; tarjetas de felicitación; horarios; formularios; carteles; afiches; calendarios; reproducción de obras de arte; diseños de papel para ropa; material publicitario, incluso libretas de cupones de descuento; otras obras impresas; edición en línea de estadísticas, y otros tipos de información.

Estas son las fuentes que suministran la estadística básica:

- Encuesta Anual Manufacturera (EAM)
- Superintendencia de Sociedades

El tratamiento de la información de estas fuentes para la actividad "Otros trabajos de edición" se hizo de manera semejante a la de "Edición de libros", y la "Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas".

• Balances Oferta – Utilización (BOU) para la edición de libros

El cálculo de los valores de los BOU se realiza de manera igual para los productos de las actividades "Edición de libros", "Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas" y los "Otros trabajos de edición".

Para la elaboración de estos BOU se tomó la información sobre la producción típica, ya obtenida en las cuentas de producción de las actividades correspondientes, y se incluyeron las producciones de los productos en estudio realizadas por los establecimientos pertenecientes a otras actividades económicas que son presentados por la EAM.

La información sobre las importaciones y exportaciones fue tomada de la investigación sobre el comercio exterior del DANE.

En cuanto a los datos de los márgenes de comercio se tomó como fuente de información la Encuesta Anual de Comercio (EAC) del DANE, para establecimientos especializados en el comercio tanto de libros como de diarios y revistas.

Para los datos del consumo final se utilizó la información de la Encuesta de Calidad de Vida (ECV) del DANE. Como los datos de esta fuente se presentan agregados en el rubro "Libros, discos y casetes" estos se discriminaron con la estructura de la Encuesta de Consumo Cultural de 2008.

Los datos sobre Formación Bruta de Capital Fijo (FBCF) se tomaron de los estados financieros desagregados del Banco de la República, que en el balance aportan la información de los montos invertidos en las dotaciones de la Red de Bibliotecas de esta entidad, discriminada en libros por un lado y en diarios y revistas de otro. Además, se incluyó, como parte de esta variable, el cálculo del valor de los ejemplares entregados a las bibliotecas como aporte obligatorio por cada título editado en el país.

2. 2. 3. 2. Música

De acuerdo con las recomendaciones de la Guía Metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica (2015), el segmento de la Música, está compuesto, por los siguientes subsegmentos:

- Presentaciones musicales en vivo
- Edición de Música
- Producción fonográfica

En este sentido, hay que resaltar que para efectos de medición económica, y tomando como referencia la Guía del Convenio Andrés Bello, la producción musical contempla dos fases o etapas interdependientes que se deben contabilizar de manera diferente. Por una parte, se encuentra la Creación musical, la cual está fuertemente ligada con los derechos de autor de la obra original, y su producción se encuentra valorada en el segmento Creación. Esta comprende la creación de la obra original en donde nace la composición de la letra y la música. Por otra parte, se encuentra la producción musical grabada y/o en vivo, la cual es estudiada en la presente sección. La obra creada se convierte en el insumo más importante de esta etapa, en la cual se desarrolla la producción fonográfica y/o en vivo, que puede dar como resultado el original o máster para su reproducción y uso de copias de la obra grabada, o el espectáculo musical en vivo, haciendo posible el acceso de los consumidores al contenido musical.

La producción de música grabada es una actividad económica que desarrolla el productor fonográfico como la persona natural o jurídica, bajo cuya dirección administrativa y financiera se realiza por primera vez la fijación en un formato reproducible la ejecución de una obra musical. Esta fijación puede ser en un soporte físico o digital. "El derecho de autor y los derechos conexos en la industria de la música"; Dirección Nacional de Derecho de Autor, Ministerio del Interior, p. 14.

Por otra parte, se encuentra el espectáculo musical en vivo, el cual ha venido tomando mayor fuerza en los últimos años, como consecuencia de la implementación de la Ley de Espectáculos Públicos, el fortalecimiento del trabajo asociativo y el aumento en la especialización para producir este tipo de eventos, la apertura de la música a nuevos mercados de nicho con enfoques específicos, e indiscutiblemente, la abundante creatividad de los artistas musicales en el país.

Para el caso de este sector y considerando que los derechos de autor por obras musicales son calculados en el sector de la creación, este aparte se concentra en la identificación de las actividades de producción y edición musical a través de las cuales los contenidos musicales se pueden interpretar en vivo o grabar en soportes fonográficos para su distribución. Sean estos soportes físicos: acetatos o vinilos, cassetes, o soportes electrónicos: CD, CD-R, DVD, Mp3 o Mp4, streaming, etc. (Guía Metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica P. 69)

• Clasificación de la actividad y productos

Teniendo en cuenta la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, revisión 4 adaptada para Colombia, las actividades económicas que hacen parte de este segmento son:

• 5920 Actividades de grabación de sonido y edición de música.

Esta clase incluye:

- La producción de grabaciones matrices originales de música o sonido, tales como cintas magnetofónicas, discos compactos, entre otros.
- Las actividades de servicio de grabación de sonido en estudio o en otros lugares y grabación de libros en cinta, incluida la producción de programas de radio pregrabados (es decir, no en directo), bandas sonoras de películas cinematográficas, grabaciones de sonido para programas de televisión, entre otras.
- Las actividades relacionadas con la producción y posproducción de música y sonido:
- Adquisición y registro de derechos de autor de las composiciones musicales.
- Actividades de lanzamiento, promoción, autorización y uso de estas composiciones musicales en grabaciones en radio, televisión, películas cinematográficas, actuaciones en vivo y en directo, medios impresos y otros medios.
- Distribución de grabaciones de sonido de copias originales a los mayoristas y minoristas.
- Mezcla y masterización de sonido.
- Las unidades que se dedican a estas actividades pueden ser titulares de los derechos de autor o actuar como administradoras de los derechos de propiedad en nombre de los titulares.
- La edición de libros de música y partituras.
- El otorgamiento de licencias de copias originales.

• 9007 Actividades de espectáculos musicales en vivo.

Esta clase incluye:

- La producción para el público en general de conciertos, para una o más funciones. Las actividades pueden ser realizadas por orquestas y bandas, pero también pueden consistir en funciones de músicos, autores, intérpretes, entre otros.
- Las actividades conexas, como las de manejo de la escenografía, los telones de fondo y el equipo de iluminación y de sonido.
- La gestión de las salas de conciertos, teatro y otras instalaciones similares.
- Las actividades de productores o empresarios de eventos o espectáculos artísticos en vivo, aporten ellos o no, las instalaciones.

En relación con los productos característicos del segmento música, se toman como referencia los que están identificados en la Clasificación Central de Productos revisión 2.

- 32520 Partituras impresas o manuscritas
- 47610 Discos de audio, cintas u otros medios físicos de música
- 84321 Servicios de descargas musicales de audio
- 96111 Servicios de grabación de sonido
- 96112 Servicios de grabación en vivo
- 96113 Servicios de grabación original de sonido
- 96220* Servicios de producción y presentación de eventos de artes escénicas
- 96310* Servicios de los artistas intérpretes
- 96320* Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes.
- 62242 Servicios de venta al por menor de equipo de radio y televisión, y aparatos para la reproducción o grabado de sonido en establecimientos especializados.

• Unidades de observación

Empresas y establecimientos que tienen como su actividad principal la producción de música fonogramada, la edición de música y la producción de espectáculos musicales en vivo.

• Fuentes de información y descripción del cálculo

Para la elaboración de los cálculos de la música grabada, las fuentes de información utilizadas fueron las siguientes:

- DANE_ EAM (Encuesta Anual Manufacturera)
- DANE_ ECC (Encuesta de Consumo Cultural)
- DANE_ Marco central – Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.
- Superintendencia de sociedades. (Sistema de Información y Reporte Empresarial).
- ACINPRO_ Asociación Colombiana de intérpretes y productores fonográficos (Estados financieros).
- APDIF_ Asociación para protección de los derechos intelectuales sobre fonogramas.

Para la elaboración de los cálculos de la música en vivo, las fuentes de información utilizadas fueron las siguientes:

- DIAN_ Dirección Nacional de Impuestos y Aduanas (Estadísticas Personas Naturales y Jurídicas).
- Ministerio de Cultura (Dirección de Artes, Programa Nacional de Concertación).
- Superintendencia de sociedades. (Sistema de Información y Reporte Empresarial).
- SAYCO_ Sociedad de autores y compositores de Colombia (Estados financieros).
- CGN_ Contaduría General de la Nación.

• Descripción del cálculo para la música grabada

Para la identificación del universo de empresas y establecimientos que hacen producción fonográfica, se revisaron la Encuesta Anual Manufacturera, la Superintendencia de Sociedades, la Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos (Acinpro), y la Asociación para la Protección de los Derechos Intelectuales sobre Fonogramas (APDIF).

En el ejercicio de identificación de las empresas y establecimientos que realizan producción fonográfica, se pudo establecer la necesidad de reclasificar algunas de ellas. Se hallaron en la EAM códigos del NIT con actividad 5920 (Actividades de grabación de sonido y edición de música), que en la Superintendencia de Sociedades reportan como actividad 1820 (Producción de copias a partir de grabaciones originales), razón por la cual se decidió dar prioridad a la fuente EAM y tomar la información de esta encuesta para las empresas que se cruzaban. Asimismo, basados en la investigación elaborada por el CAB "Impacto del sector fonográfico en la economía colombiana" (2003) se pudo establecer que en la EAM están clasificados como 5920 establecimientos cuya actividad principal corresponde a la actividad 1820.

Por esta razón, se realizó una depuración para identificar las empresas que estuvieran clasificadas en la actividad de producción de música grabada, pero que no desarrollan esta actividad y, a su vez, se ubicaron las empresas que estuvieran clasificadas en otra actividad y que efectivamente hacen producción fonográfica. Hay que resaltar que por las mismas dinámicas del desarrollo de esta actividad y por la orientación acerca de trabajar los datos para las series (2005 – Año N), se pudo observar la liquidación de varias empresas.

Para el trabajo de identificación de las empresas cuya actividad principal es la edición de materiales grabados, se tuvo en cuenta, como referente principal, el directorio de Acinpro y APDIF, con lo cual se pudo establecer las productoras fonográficas formalizadas que existen en el país. Para las empresas identificadas en alguna fuente pero cuya clasificación como productora fonográfica era incierta, se confirmó su actividad principal por consulta directa a la empresa. Finalmente, se identificó a las empresas formales que hacen producción fonográfica lo que hizo más robusto el universo inicial de empresas que se tenía para esta actividad.

• Cálculos para la Cuenta de Producción de Música grabada

Para la elaboración del cálculo de la variable Producción las fuentes principales fueron la Encuesta Anual Manufacturera, la Superintendencia de Sociedades, y la Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores.

El valor de la producción, a partir de la EAM, se tomó de la variable "Valor de la producción" del capítulo VIII "Productos, subproductos y trabajos realizados por el establecimiento". Respecto a la información de la Superintendencia de Sociedades, la utilizada para el cálculo del valor de la producción fue el dato de los ingresos operacionales de las empresas identificadas.

A partir de la revisión de la fuente Superintendencia de Sociedades, para algunas empresas no se pudo contar con información de todos los años de la serie investigada, motivo por el cual se hicieron estimaciones con base en las variaciones obtenidas del total del valor de las producciones de los registros que tenían información para toda la serie y se aplicó a las empresas que no contaban con datos en algún año.

Para obtener el valor de la producción de una actividad es necesario contar con el valor de la producción principal y secundaria que realizan las empresas. En ese sentido, la información detallada sobre la producción secundaria solo se pudo obtener a través de la EAM, que identifica por separado cuales son los valores de las producciones principales y los valores de las producciones secundarias. Respecto a la Superintendencia de Sociedades, el valor de las producciones secundarias está incluido dentro del valor de sus ingresos operacionales.

El cálculo de la producción se completó con el valor de los ingresos obtenidos por las productoras fonográficas por concepto del recaudo por el uso de los derechos conexos de la obra musical grabada.

- Consumo intermedio

Para el cálculo del consumo intermedio, la EAM reportó información sobre los insumos consumidos por el establecimiento, la energía comprada y los otros bienes y servicios utilizados en el proceso productivo. Se utilizó información de los capítulos iii y v "otros costos y gastos de la actividad industrial causados durante el periodo"; así como del capítulo ix "materias primas, materiales y empaques, consumidos durante el año".

Con relación a la información para el consumo intermedio, tomada de la Superintendencia de sociedades, se toma la información de la variable Consumo Intermedio reportada en el Estado de Resultados del Sistema de Información y Reporte Empresarial.

Como ocurrió con el cálculo de la producción, en la información de la Superintendencia de Sociedades, se hicieron estimaciones con base en las variaciones obtenidas del total del valor de los consumos intermedios de los registros que tenían información completa para toda la serie y se le aplicó a las empresas que no contaban con información en algún año.

- Valor agregado

El cálculo del valor agregado se obtuvo a partir de la diferencia entre la producción total menos el consumo intermedio. De este modo, el indicador del valor agregado muestra el "valor que se adiciona a los bienes y servicios utilizados en los procesos productivos"⁴.

• Balance Oferta–Utilización (BOU) del producto musical grabado

Para elaborar el BOU de este producto, se identificaron las variables de la oferta y de los usos características del producto.

- Cálculo de las variables de la oferta

Para el cálculo de la variable de producción del producto se tomó el valor de la producción típica de la cuenta de producción de la actividad 5920. A esta información se le sumó el valor de la producción de discos, cintas y otros materiales grabados para grabaciones de sonido o análogos, que producen los establecimientos que tienen como actividad secundaria la actividad 5920. Los datos calculados de este producto, elaborado por otras empresas como actividad secundaria, fueron tomados de la EAM.

Respecto a la información sobre las importaciones del producto, se utilizó la información de comercio exterior reportada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y consolidada por la Dirección de Metodología y Producción Estadística del DANE.

Dentro de las variables de oferta de este producto, se deben calcular los márgenes de comercio por ser considerados como un producto de contenido (el fonograma) circulando sobre un soporte físico. Para hallar el valor de los márgenes de comercio se recurrió a la información de la Encuesta Anual de Comercio que elabora el DANE. Se calculó el valor de la producción de las empresas que hacen comercio especializado y no especializado, replicando el método de elaboración de la cuenta de producción de comercio del Marco Central de las Cuentas Nacionales. El valor de la producción de estas empresas es el margen comercial del producto.

Finalmente, el valor del IVA no deducible para este producto se calculó con base en la investigación que elabora el Marco Central de las cuentas nacionales.

- Cálculo de las variables de la demanda

La variable de mayor importancia, a ser calculada en este producto, corresponde al consumo final de los hogares. Para hallar el valor de este elemento de la demanda se tomó la información directa de la Encuesta de Consumo Cultural (ECC), acerca del gasto que realizaron los hogares en la compra de música grabada en soporte físico.

A partir de este dato, se calculó el valor del consumo final de los hogares de los años restantes, utilizando las variaciones de la serie de la investigación sobre consumo final que se elaboran en las cuentas anuales. Esta investigación utiliza como una de sus fuentes de información la Encuesta de Calidad de Vida (ECV) la cual tiene información sobre la compra de productos que hacen los hogares.

⁴Bases de Contabilidad; 1994. P. 58

De la ECV se pudo observar que el producto al que se hace referencia esta agregado con el de libros, por tal motivo, el ejercicio consistió en identificar la participación porcentual de los dos productos, elaborando una estructura a partir de los valores de la compra de libros y de música grabada reportada por la ECC.

De este modo, identificada la participación en el consumo final de cada producto en el dato de la serie obtenida a partir de la investigación del Marco Central, se hallaron las variaciones de la serie y se aplicaron estas variaciones anuales al dato del año 2008 de la Encuesta de Consumo Cultural (ECC) para los años 2005, 2006, 2007, 2009, 2010. Posteriormente se viene actualizando el dato directo de la ECC para los años 2010, 2012, 2014 y 2016. Para los años donde no hay dato se realiza una estimación estadística.

Otra variable con información fue la variación de existencias, en la que se encuentra el stock de música fonogramada en soporte físico, tanto de las productoras fonográficas como de las tiendas de música y mercados de comercio de música. El valor calculado para este elemento de la demanda se construyó con base en la diferencia resultante entre la oferta total y la demanda total.

Finalmente, para el dato correspondiente a las exportaciones se utilizó la información sobre comercio exterior reportada por la DIAN y consolidada por la Dirección de Metodología y Producción Estadística del DANE.

• Descripción del cálculo para la música en vivo

Para la medición de las variables de la Cuenta de Producción de la música en vivo se han implementado varias estrategias, teniendo en cuenta que la información para este subsegmento, cada vez se fortalece más. A continuación se presenta el procedimiento de cálculo utilizado a partir de la entrada en vigencia de la CIU 4 adaptada para Colombia.

• Cuenta de producción

Para el cálculo de la producción, se determinan los establecimientos, empresas y/o personas naturales, cuyas actividades principales corresponden a las clases 9006 y 9008. A través de las fuentes DIAN, se procedió a calcular la producción total de estas empresas. Con esta fuente, se tomó el valor reportado como ingresos operacionales tanto para las personas naturales como las jurídicas.

Adicionalmente, en el rubro de producción, se incluyeron los espectáculos financiados por el gobierno, a nivel municipal y departamental, así como por entidades del gobierno y empresas públicas. En el reporte del Formulario Único Territorial, FUT del Departamento Nacional de Planeación, (DNP), del gasto anual por municipio y departamento, existe un rubro de gasto en eventos culturales que se refiere a todos aquellos gastos realizados por las entidades en eventos y cuyo beneficiario es el consumidor final.

- Consumo intermedio

En relación con la variable Consumo Intermedio, la fuente DIAN permite establecer los datos relacionados a través de los Gasto operacionales administrativos y de ventas. Esta información tomada de los archivos de las declaraciones de renta y complementario de las personas naturales y jurídicas para las clases CIU 9006 Y 9008, se suma y da como resultado el Consumo Intermedio.

- Valor agregado

El cálculo del valor agregado se obtuvo a partir de la diferencia entre la producción total menos el consumo intermedio. De este modo, el indicador del valor agregado muestra el "valor que se adiciona a los bienes y servicios utilizados en los procesos productivos"⁵.

• Balance Oferta-Utilización (BOU) Servicios de producción y presentación de espectáculos musicales en vivo.

Por las dificultades en la consecución de información contable relativa a este producto, el BOU de este producto se construye por el lado de la demanda y sus principales variables son el Consumo Final de los Hogares y el Consumo Final del Gobierno.

Los productos asociados identificados como productos característicos parciales, según la CPC Ver 2 A.C son:

- 96220 Servicios de producción y presentación de eventos de artes escénicas.
- 96310 Servicios de los artistas intérpretes.
- 96320 Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes.

Para la realización de los cálculos, se recurrió a los estados financieros de la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia (Sayco), identificando los recaudos de la entidad a aquellos agentes que utilizaron música dentro de algún tipo de presentación, evento y demás.

En los principios y objetivos establecidos en los estatutos de Sayco se define que esta sociedad debe:

Administrar los derechos de sus socios de conformidad con los presentes estatutos y del Artículo 12 de la Ley 44/93. En consecuencia, el objetivo principal de Sayco es la protección del autor y/compositor y demás derecho-habientes en el ejercicio y mediante la gestión eficaz de los siguientes derechos:

1. Los derechos exclusivos de reproducción, distribución y comunicación pública - en el sentido de la ley - de las obras literarias (orales y escritas), musicales (con o sin letra), teatrales (comprendidas las dramáticas, dramático-musicales, coreográficas y pantomímicas) cinematográficas y cualesquiera otras obras audiovisuales, las obras de bellas artes, incluidos los dibujos, pinturas, esculturas, grabados y litografías; las obras fotográficas y las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía; y las obras de arte aplicado; ya sean obras originales, ya derivadas de otras preexistentes (tales como las traducciones, arreglos, adaptaciones y otras transformaciones).
2. En unión de algunas de las anteriores gestiones, el derecho exclusivo de transformación de tales obras con vistas a su utilización interactiva en producciones o en transmisiones de multimedia, análogas o digitales.
3. Los derechos de remuneración por la reproducción privada de las aludidas obras grabadas en fonogramas, videogramas y otros soportes sonoros, visuales o audiovisuales, y por la comunicación pública de obras audiovisuales, así como cualquier otro del mismo carácter reconocido en la Ley o que se reconozca en el futuro.

⁵Bases de Contabilidad; 1994. P. 58.

4. El derecho inalienable de obtener una participación en las sucesivas ventas que se realicen sobre las obras de arte, en subasta pública o por intermedio de un negociante profesional en obras de arte.

5. Cualquier forma de explotación de las obras mencionadas en los numerales anteriores, a través de medios digitales, conocidos o por conocerse.

En los rubros de ingresos operacionales en el estado de pérdidas y ganancias se encuentran:

- Ejecución en vivo
- Obras dramáticas
- Otros espectáculos

Así se puede conocer el monto total que ingresó a Sayco por concepto del recaudo a los usuarios de los derechos de autor de los músicos y que efectivamente entraron a la sociedad como ingresos operacionales. Adicionalmente, el valor del cobro del derecho de autor que realiza Sayco corresponde a dos tipos de tarifa (para el caso de los espectáculos públicos): eventos con cobro de entrada y eventos sin cobro de entrada.

Para identificar el valor total de ingresos a espectáculos en vivo, para aquellos en los que cobraron boletería, se tomó el número de espectáculos realizados cada año bajo esta modalidad de cobro. Para inferir el valor total de venta de boletería (asumiendo este valor como los ingresos totales al espectáculo), se estableció el porcentaje promedio de cobro realizado por Sayco sobre este tipo de eventos. Así se determinó la producción de mercado de este tipo de espectáculos, los cuales son financiados por los consumidores para su mismo disfrute.

Por otra parte, existen espectáculos financiados por el gobierno, a nivel municipal y departamental, así como por entidades del gobierno y empresas públicas.

Finalmente, es importante resaltar que existe un impuesto a la producción de estos espectáculos que representa el 20% de los ingresos percibidos por taquilla.

• Método de cálculo para el Cuadro del gasto en productos asociados con la música

En la cuenta del gasto se tienen los agentes que pagan por el bien o servicio cultural y los beneficiarios últimos de estos bienes o servicios que corresponden a los agentes que disfrutaron de los mismos. En este sentido, la cuenta del gasto de la música se elaboró tomando como referencia el BOU del producto CPC "Discos, cintas y otros materiales grabados para grabaciones de sonido o análogas" por ser la información con la que se cuenta en el momento, ya que se pretende complementar esta cuenta con información que se pueda obtener más adelante. Igualmente se adiciona la información del BOU de Servicios de producción y presentación de espectáculos musicales en vivo relativa al gasto del gobierno y el gasto de los hogares.

La variable de la cuenta del gasto, con información, corresponde a la "Adquisición de productos característicos y conexos". Esta variable se desagrega en cinco categorías, de las cuales dos contienen información sobre música grabada (Ver cuadro del gasto y la financiación del gasto en la página web del DANE). Se puede observar en este cuadro, que los hogares y el resto del mundo, como unidades financiadoras que compraron música grabada, están ubicados en la categoría "Consumo final efectivo" de productos de mercado y a su vez son estas mismas unidades quienes se beneficiaron de este gasto.

Por su parte, la unidad de financiación denominada "Los demás agentes residentes" reportaron información para la categoría variación de existencias, siendo esta misma unidad de financiación la que aparece como el beneficiario último desde la óptica de los "Usuarios/Beneficiarios". En general, se pudo concluir, a partir de la cuenta del gasto que la compra que se hace de música grabada en soporte físico lo hacen los hogares y a su vez, son los mismos hogares los beneficiarios últimos de este gasto.⁶

2. 2. 3. 3. Audiovisual y Radio

El Manual metodológico del CAB, para la implementación de la CSC en América Latina, el sector audiovisual y radio contempla los subsectores:

- Cine y video. (Incluye animación)
- Radio.
- Televisión.
- Juegos on-line.
- Videojuegos.

Partiendo de estos subsegmentos, fue necesario identificar las actividades que según la clasificación industrial vigente para Colombia corresponden a ellos, así como el acceso a las diferentes fuentes de información para la CSC de Colombia; por tanto fue necesario reagrupar los subsegmentos de la siguiente manera:

- Filmes y Video Cintas
- Exhibición de Filmes
- Producción y transmisión de Radio y TV
- Radio y T.V. por suscripción

Cuando se habla de hacer un producto audiovisual se debe tener en cuenta que en el proceso hay diversos actores que se vinculan al proceso de producción, pues hay un trabajo colectivo creativo o artístico y adicionalmente una labor de organización, una labor técnica, administrativa y de gestión económica, que cobra gran importancia a la hora de llevar a cabo una producción. En este sentido, para cada uno de los subsectores mencionados existen complejidades y diferencias en los mecanismos de producción, de transacción en el mercado y monetización, lo que genera ciertas particularidades a la hora de abordar su medición.

Por ejemplo, la producción de filmes y videocintas está fuertemente ligada a los derechos de autor, que nacen de un proceso creativo y su valoración económica se debe abordar a partir de los valores esperados que este mismo genera, que por lo general resultan del consumo intermedio de otras actividades (para el caso de las videocintas su producto resultante puede ser el consumo intermedio de la televisión, de la publicidad, de la música, etc.); o, en el caso de los filmes, pueden ser consumo intermedio de exhibidores o distribuidores de filmes) y, en el caso que se presente, de las subvenciones provenientes del Estado o del sector privado.

⁶Como se mencionó en el sector editorial, los tres cuadros de resultados se encuentran publicada en la página web del DANE en el siguiente enlace:

www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-2005-2016.

Por otro lado, la televisión y la radio, a pesar estar también ligados a derechos de autor, tienen una característica particular, su no agotamiento, esto quiere decir que una vez se haya producido un programa, su contenido puede ser usado repetidamente sin un gasto adicional significativo en recursos. Con un incremento pequeño en los costos, un programa puede

traducirse a otros idiomas y alcanzar mercados más amplios⁷ y cuentan con mecanismos de monetización particulares, como lo son anunciantes, subvenciones provenientes del Estado o miembros de la comunidad y la audiencia. Cada uno de estos se puede usar de manera individual o combinada.

En la industria convencional de radio y televisión (gratuita o abierta), el público recibe las emisiones de manera gratuita, pero con la condición de que la industria le aporte público a los anunciantes, determinando el éxito de una producción. El proceso anterior genera un ciclo entre el público, las cadenas y los anunciantes, dado que los anunciantes esperan que el público que capta los anuncios consuma los bienes o servicios publicitados, que finalmente podrían financiar las campañas publicitarias usadas por las firmas y aportar al sostenimiento de la industria.

Por su parte, las cadenas públicas son financiadas tradicionalmente por el Estado (aunque en algunos casos pueden obtener financiación de anunciantes), por lo tanto su intención no es la de ofrecer público a los anunciantes sino de brindar un servicio gratuito que garantice la difusión de información que en otros medios no se proporciona. Finalmente, la televisión por suscripción se financia en muchas ocasiones de forma mixta, pues cuenta con los ingresos proporcionados por los suscriptores y anunciantes, lo que introduce al mercado de la televisión una mayor capacidad de los espectadores para elegir dada la existencia de canales especializados (deportes, noticias, películas, etc.).

• Clasificación de actividades y productos

La relación de las actividades económicas CIIU Rev 4 A.C., del sector Audiovisual, están detalladas en la tabla 6.

Este segmento toma la mayor parte del grupo **591 “Actividades de producción de películas cinematográficas, video y producción de programas, anuncios y comerciales de televisión”**. Este grupo comprende la producción de películas cinematográficas, y videos en sus diferentes formatos, incluyendo la distribución digital, para exhibición directa en cines o para su transmisión por televisión; actividades de apoyo tales como edición, montaje, doblaje, entre otros; distribución de películas cinematográficas o de otras producciones similares a otras industrias, así como su exhibición. Se incluye la compra, la venta y los derechos de distribución de películas cinematográficas y producciones similares.⁸

- **5911** “Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión”.

⁷Towse, Ruth. (2005). Manual de la economía de la cultura, Las emisiones de radio y televisión.

⁸CIIU REV 4 A.C.

- **5912** “Actividades de postproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión”

- **5913** “Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión.

- **5914** “Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos

Así mismo también incluye la división **60 “Actividades de programación, transmisión y/o difusión”** Esta división incluye actividades de creación de contenidos o la adquisición del derecho de distribución de contenido, como programas a través del servicio de radiodifusión sonora, la televisión y de programas de entretenimiento, noticias, debates y similares, para posteriormente difundirlos. También se incluye la transmisión de datos, normalmente integrada con la transmisión de señales de radio y/o televisión. La transmisión se puede realizar utilizando diferentes tecnologías, por aire, vía satélite, a través de una red de cable o a través de internet. Esta división también incluye la distribución a terceros de programas que son en principio de difusión restringida (formato limitado, tales como noticias, deportes, educación o programación orientada a los jóvenes) sobre una base de suscripción o tarifa por convenio con un tercero, para su posterior transmisión al público. Conformado por las clases:

- 6010 “Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora “

- 6020 “Actividades de programación y transmisión de televisión”

Y la división **61 “Telecomunicaciones”** Esta división incluye las actividades de suministro de servicios de telecomunicaciones y actividades de servicios conexos, es decir, transmisión de voz, datos, texto, sonido y video. Las instalaciones de transmisión que llevan a cabo estas actividades pueden basarse en una sola tecnología o en una combinación de tecnologías. La característica común de las actividades clasificadas en esta división se refiere a la transmisión de contenido, sin intervención en su creación. El desglose de esta división se basa en el tipo de infraestructura operado. La División 61 esta conformado por las clases:

- 6110 Actividades de telecomunicaciones alámbricas

- 6120 Actividades de telecomunicaciones inalámbricas

- 6130 Actividades de telecomunicación satelital

Por otra parte, cada clasificación por actividad CIIU Rev. 4 A.C. posee una correspondencia con las nomenclaturas de la Clasificación Central de Productos_CPC Rev. 2. A.C.; en la tabla 6 se presentan los productos característicos según la nomenclatura enunciada.

• Unidades de observación

Las unidades observadas son las empresas, establecimientos y personas naturales que constituyen las unidades productoras que tienen como actividades la producción y distribución de filmes y videocintas, la exhibición de filmes y videocintas y las actividades de radio y televisión, los servicios de transmisión de programas de radio y televisión y los servicios de transmisión por cable.

• Fuentes de información y descripción del cálculo

Para la construcción de la cuenta de producción de las actividades 5911, 5912, 5913, 5914, 6010, 6020, 6110, 6120, 6130, se utilizaron diferentes fuentes de información que permitieron un acercamiento, hasta un cierto punto, al universo total de agentes involucrados en la producción.

- SIREM_ (Sistema de Información y Registro Empresarial) – Supersociedades.

- DANE_ EAS (Encuesta Anual de Servicios)

- SIREC_ (Sistema de Información y Registro Cinematográfico) Ministerio de Cultura.

- SIMEV (Sistema Integral de Información de Mercado de Valores). Superintendencia Financiera de Colombia.

- ANTV - Autoridad Nacional de Televisión. (Televisión abierta y por suscripción.

- CGN_ Contaduría General de la nación

- Asomédios_ Asociación Nacional de Medios de Comunicación (Pauta publicitaria)

- Andiaríos_ Asociación Colombiana de Editores de Diarios y Medios Informativos

- MinTic_ Radio (Ministerio de las Telecomunicaciones)

Para obtener resultados del sector audiovisual fue necesario la construcción de un directorio de establecimientos y empresas (actividades señaladas anteriormente).

Al inicio del proceso de investigación no se contaba con un directorio que diera cuenta del universo de agentes que llevan a cabo las actividades mencionadas para la serie objeto de estudio, ya sea como actividad principal o secundaria.

Por tal motivo, se indagó en las diferentes fuentes, que proporcionaran información referente a las cuentas de producción de las actividades que hacen parte del sector audiovisual. Respecto al grupo **591 “Actividades de producción de películas cinematográficas, video y producción de programas, anuncios y comerciales de televisión”** se analizó la información disponible en la Dirección de Cinematografía y en el Sistema de Información y Registro Cinematográfico (SIREC), del Ministerio de Cultura. Se encontró que esta fuente, además de hacer posible detectar cuáles agentes llevan a cabo actividades relacionadas con el sector cinematográfico (producción y exhibición de filmes), permite también información presupuestal y de producción de los agentes identificados.

Dadas las características de información requeridas para la implementación de la Ley del Cine 2003, el SIREC cuenta con datos acerca de todos los agentes que se encargan de producir (largometrajes o cortometrajes) y exhibir filmes. Gracias a esta posibilidad se determinaron los agentes que llevan a cabo esta actividad, fuese o no de producción principal. Para el caso de la actividad “Exhibición de filmes y videocintas” fue posible desagregar los agentes que llevan a cabo esta actividad, entre principal y secundaria, este hecho se verá reflejado tanto en la cuenta de producción como en el equilibrio de esta actividad.

Las fuentes de información para las demás actividades solo dan cuenta de las empresas cuya actividad principal corresponde a las antes descritas (6010, 6020, 6120 y 6110, 6130); se identificaron la Superintendencia de Sociedades y la Superintendencia Financiera como fuentes confiables para el levantamiento de información sobre empresas que llevan a cabo, como actividad principal, las actividades "Producción de radio y televisión" (6010, 6020) y "Servicios de transmisión de radio y televisión" (6120).

Adicionalmente, la Superintendencia de Sociedades y su Sistema de Información y Registro Empresarial (SIREM), se identificó como una fuente oficial que permite complementar el directorio de agentes de todas las actividades del sector audiovisual. Es necesario tener en cuenta que los agentes registrados por esta fuente deben cumplir con las siguientes características:

- a) Un total de activos, incluidos los ajustes integrales por inflación, superior al equivalente a treinta mil (30.000) salarios mínimos legales mensuales.
- b) Ingresos totales, incluidos los ajustes integrales por inflación, superiores a treinta mil (30.000) salarios mínimos legales mensuales.

También se tuvo en cuenta la información que recoge el DANE, en la Encuesta Anual de Servicios (EAS), que si bien, maneja una muestra limitada de empresas consultadas, sirvió para complementar los directorios de todas las actividades del sector y para contrastar con la información contable de otras fuentes.

Finalmente, se llevó a cabo una revisión de la información a la que se podía acceder en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), a partir de la cual se concluyó que no es posible identificar cuáles agentes tienen presencia en cada uno de los años de estudio (2005 a 2010 y en adelante), por tal motivo no fue posible cruzar la información contable obtenida de dicha fuente con las demás, impidiendo el uso de la misma en los cálculos de la producción, consumo intermedio y valor agregado.

Por otro lado, se identificó la Comisión Nacional de Televisión como una fuente confiable para el levantamiento del directorio de agentes de producción de las actividades relacionadas con la producción y transmisión de televisión (6010,6020, 6120 y 6110, 6130) que, en contraste con la información registrada por la Superintendencia de Sociedades y la EAS, ofrece una buena aproximación a la totalidad de agentes que desarrollan, como actividad principal, las actividades relacionadas con la transmisión de televisión por cable 6110 y 6130.

• Cuenta de producción.

Para la construcción de las cuentas de producción, fue necesario realizar el cruce de la información a partir de las distintas fuentes con el fin de evitar duplicar los agentes identificados en cada uno de los directorios.

Posterior a la construcción de los directorios de las empresas que llevan a cabo las actividades 5911-5912-5913, 6010-6020, 6110-6120-6130, se procedió a calcular la producción del total de estas empresas, desagregada por actividad y por año, para la serie en estudio. Según las particularidades de las fuentes de información, para cada una de las actividades fue necesario llevar a cabo procesos de cálculo de la producción relativamente diferentes.

En el caso de las actividades 5911-5912-5913, correspondiente a la CIIU Rev 4 A.C., al grupo "591 "Actividades de producción de películas cinematográficas, video y producción de programas, anuncios y comerciales de televisión" se identificaron tres sub-actividades: producción de filmes, producción de video y distribución de filmes para el cálculo fue necesario separar cada una de ellas, dado que las fuentes y mecanismos para abordar la información diferían entre sí.

- Cálculo de la Producción de filmes (grupo 591).

La producción se calculó mediante la información del SIREC, que da cuenta del monto que los exhibidores transfieren cada año a los productores de las películas colombianas, por la exhibición de las mismas; esto corresponde a una parte de los ingresos operacionales de la sub-actividad en mención, a este valor se suman los ingresos correspondientes a los subsidios del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), el valor deducido por el gobierno central por concepto de impuestos a inversionistas y donantes (41,25%) según la Ley del Cine de 2003 y los ingresos obtenidos por concepto del comercio exterior que reporta la DIAN en cada uno de los años de la actividad 9211.

Este mecanismo de valoración da cuenta de los ingresos percibidos cada año, es decir, el flujo monetario que genera la sub-actividad en cada momento evaluado.

Si siguiendo este método, el consumo intermedio se calculó con base en la información presupuestal de cada una de las películas⁹, producidas cada año (se toma como referencia el año o los años en que se hizo la preproducción, producción y postproducción y gastos de promoción) independientemente del año de estreno. Esto teniendo en cuenta que el año o los años en que se produce una película no coinciden con el año en que se estrena o se venden sus derechos para distribución en otros formatos. En este sentido se tienen en cuenta los flujos monetarios que genera la sub-actividad en cada uno de los momentos que se llevaron a cabo. Vale aclarar que el mecanismo de valoración no permite tener un nivel de desagregación que posibilite conocer en detalle el valor de los productos derivados de la misma actividad o los consumos intermedios, por lo que no es posible verlos reflejados en los BOU.

Es necesario tener en cuenta que debido a carencias de información, no fue posible estimar los ingresos correspondientes a la venta de derechos de distribución en formatos como Digital Versatile Disc (DVD por su sigla en inglés) o para la transmisión en televisión y así obtener el total de la producción de quienes llevan a cabo labores de producción de filmes y videocintas.

Por otro lado, para calcular la producción y consumo intermedio de la sub-actividad de producción de video, se reclasificaron algunas empresas que se encontraban en actividades como la 6010-6020, como es el caso de Teleset y Fox Telecolombia, que llevan a cabo actividades de producción audiovisual en video, que no está dirigida estrictamente a televisión, sino que generan gran cantidad de material que puede ser concebido como consumo intermedio de otro tipo de actividades, como la publicidad o incluso la música. Adicionalmente, se incluyeron las empresas clasificadas en las actividades 5911-5912, de la Superintendencia de Sociedades y la EAS que no cruzan con los agentes identificados en el SIREC.

Para calcular la producción de la sub-actividad distribución de filmes y videocintas (5913), se usó la información disponible en el SIREC (módulo MacroCine) complementándola con la información del módulo Análisis de Taquilla, también del SIREC. Esta fuente cuenta con información desagregada sobre los montos que son transferidos de los exhibidores a otros agentes relacionados con la cadena (distribuidores, productores, Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, etc.); entre ellos la "suma de pago o abono efectuado al distribuidor de películas no colombianas", lo que en agregado representa los ingresos de todos los agentes encargados de la distribución de filmes y videocintas.

Debido a que no existe información disponible sobre producción de distribución de filmes y videocintas, para 2005 fue necesario estimar este valor usando la participación promedio de los años 2006 a 2010 y en adelante, respecto al pago efectuado por los exhibidores a los distribuidores y el total de la taquilla, (36,34%) para cada año. Este promedio de participación se aplicó al total de taquilla del año 2005 para hallar el valor de la producción de la distribución de filmes y videocintas.

A su vez, para el cálculo del consumo intermedio, se usó la información de los costos operacionales de los agentes identificados en el SIREC que cruzan con otras fuentes (Superintendencia de Sociedades y EAS) y se promedió para cada uno de los años, obteniendo como resultado un aproximado al consumo intermedio, para cada uno de los años del período evaluado.

El valor agregado de cada una de las sub-actividades se calculó mediante la diferencia entre la producción y los costos intermedios del total de la sub-actividad en cada año. Finalmente, para obtener el total, tanto de la producción como del consumo intermedio y del valor agregado de la actividad de producción y distribución de filmes y videocintas (5911-5912-5913) se suman cada uno de los resultados calculados para las tres sub-actividades.

⁹Información obtenida en la Dirección de Cinematografía y el Sistema de información y Registro Cinematográfico.

Para el caso de la actividad 5914, correspondiente a "Exhibición de filmes y videocintas", la producción se calculó con base en la información disponible en el SIREC, en los módulos MacroCine y Análisis de Taquilla, que se deben cruzar para contemplar el máximo de agentes posible.

Los datos que se tomaron como producción, para la actividad "Exhibición de filmes y videocintas" fueron los ingresos de los establecimientos identificados por concepto de taquilla, pero, adicionalmente, fue necesario estimar el valor de los ingresos por dulcería, para la producción secundaria, a partir de las otras fuentes de información. Para el cálculo de la cuenta de producción se excluyeron las empresas que no llevan a cabo la actividad de exhibición como actividad principal, el dato de producción de estas empresas es incluido en el BOU del producto "Filmes exhibidos".

Para el cálculo del consumo intermedio se usó la estructura de costos encontrada en las otras fuentes de información, expandida a todas las empresas incluidas en el cálculo de la cuenta de producción de la actividad.

Para el caso de la división 60 "Actividades de programación, transmisión y/o difusión" y la división 61 "Telecomunicaciones," se consideró necesario hacer el cálculo de las cuentas de producción agregando estas dos actividades, dado que no hay una delimitación clara entre los agentes que las desarrollan y la gran mayoría llevan a cabo simultáneamente las dos actividades.

Para el cálculo de la producción se cruzaron los datos obtenidos de la Superintendencia de Sociedades, la EAS, la Comisión Nacional de Televisión, y la información sobre canales públicos de televisión, suministrada por la Contaduría General de la Nación; la información sobre los canales privados (Caracol y RCN) se tomó de la Superintendencia Financiera de Colombia. Finalmente, se excluyeron de este cálculo las empresas que se consideró debían estar reclasificadas en la actividad 5911-5912-5913 (Producción, postproducción y distribución de filmes).

Para el caso de la actividad 6130 "Actividades de telecomunicación satelital" se utilizó la información proveniente de la Superintendencia de Sociedades, la Encuesta Anual de Servicios del DANE y de la Comisión Nacional de Televisión, la cual cuenta con datos de ingresos para cada una de las empresas relacionadas para 2007 y los años en adelante y adicionalmente, el número de suscriptores para todos los años de la serie.

Debido a la carencia de información contable en la Comisión Nacional de Televisión, para los años 2005 y 2006, fue necesario estimar el valor de la producción, sujeto a la dinámica del número de usuarios suscritos a servicios de cable. Por otro lado, para calcular el consumo intermedio se usó el coeficiente técnico de consumo intermedio obtenido de las otras fuentes de información, para cada año y se imputó a las empresas que no cuentan con esta información después de cruzar los datos de todas las fuentes.

• Balance oferta utilización (BOU).

El Balance Oferta-Utilización busca caracterizar la oferta y la demanda del producto cultural investigado. Es necesario aclarar que, dadas las características limitadas de la información obtenida, los BOU del sector audiovisual sólo dan cuenta de los productos finales de cada uno de los subsectores, por tal razón, la información de productos intermedios, como por ejemplo los servicios de postproducción, camarógrafos, etc., no se están incluidos en este avance de resultados.

Para el caso del sector audiovisual y radio se realizaron cinco BOU:

- Servicios de producción de videocintas
- Derechos de exhibición de filmes
- Filmes
- Filmes exhibidos
- Transmisión de radio y televisión.

Para los servicios de producción de videocintas se usaron los datos de producción de las empresas que se encargan de esta producción, la cual es utilizada como consumo intermedio por otras empresas.

Para el producto "Derechos de exhibición de filmes" se tuvieron en cuenta, tanto los derechos de filmes extranjeros que son cedidos por las distribuidoras a las exhibidoras como los derechos cedidos para la exhibición de filmes nacionales. Se encontró que el uso de estos productos es el consumo intermedio de otros agentes, en este caso de los exhibidores.

Para los filmes, se tuvieron en cuenta tanto los flujos efectivos que genera su producción en cada uno de los momentos estudiados. El uso de estos flujos se clasifica como formación bruta de capital fijo por cuenta propia. Para los filmes exhibidos, se incorporaron los ingresos de los establecimientos que llevan a cabo esta actividad como actividad principal o como actividad secundaria; adicionalmente, se tuvieron en cuenta los recaudos realizados por el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) como impuestos y derechos diferentes al IVA y las subvenciones al producto, que resultan de la exhibición de cortometrajes, tal y como lo dicta la Ley del Cine 2003.

Para el producto radio y televisión se incluyen los productos generados por la producción y la transmisión de radio y televisión. Para el cálculo de la variable de producción se utilizaron los ingresos reportados en los estados financieros de la totalidad de los canales de televisión y las emisoras de radio, los cuales incluyen los ingresos por pauta publicitaria, así como los ingresos de los operadores de la televisión por suscripción. La variable importaciones se calculó con base en la proporción establecida por la cuota de pantalla que estipula la ley.

Respecto a las variables de la demanda de este servicio, el cálculo del consumo intermedio se hizo con base en la información sobre inversión publicitaria realizada por las empresas anunciantes. El cálculo del consumo final es el pago realizado por los usuarios de la televisión por suscripción. Finalmente, el cálculo de las exportaciones se halló con base en la información obtenida de los estados financieros de los canales privados.

• Cuenta del gasto.

Esta cuenta se construye a partir de la identificación del gasto total de los agentes en la economía por Segmento cultural y quiénes son los financiadores y beneficiarios de este gasto del sector Audiovisual.

Al realizar la cuenta del gasto de los servicios de producción de filmes, se observa que dentro de la utilización como consumo intermedio de los productos característicos por actividades culturales del mismo subsector, otros países financian o adquieren películas colombianas y de esta forma, son los agentes extranjeros quienes se benefician de esta adquisición, al ser consumidores finales. Por su parte, en Colombia existen agentes denominados distribuidores que financian la compra de derechos de películas extranjeras y quienes resultan beneficiados de esta adquisición son los agentes que pueden exhibir estos filmes.

Por su parte, los productores de películas colombianas cuentan con transferencias corrientes, siendo estos subsidios directos financiados por fondos nacionales y extranjeros, tales como el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, (FDC) administrado por Proimágenes Colombia y el Fondo Ibermedia, como fondo extranjero. Los beneficiarios son los productores de las películas y los financiadores, el FDC en el caso del gobierno central e Ibermedia, en el caso de países extranjeros.

Dentro de las transferencias, con las que se beneficia a los productores de películas, se encuentran los denominados mecenazgos, con y sin exenciones de impuestos. Estas exenciones contemplan el monto del cual resultan beneficiados los diversos donantes de recursos a la producción de las películas colombianas, acogidos por la Ley del Cine. El monto de la donación que corresponde a los recursos que deja de percibir el gobierno central, se considera como un mecenazgo con exención de impuestos, mientras que el monto de la donación que no está sujeta a la deducción de impuestos se toma como un mecenazgo sin exención de impuestos.

Finalmente, bajo la misma Ley de cine se establece una deducción de impuestos a la renta para aquellos agentes que realicen inversiones en la producción de películas. Esta transferencia es financiada, por una parte, por el gobierno central y corresponde al monto de la deducción de impuestos, y de otra parte por los mismos agentes inversores, en cuanto a los recursos invertidos que no están sujetos a la mencionada deducción.

En cuanto a los servicios de distribución, el gasto se contabiliza como la adquisición de un producto de consumo intermedio, siendo este producto el derecho de las películas extranjeras para que sean presentadas en el territorio nacional, financiadas por los agentes distribuidores, pero cuyos beneficiarios son los agentes que exhiben los filmes. Esta misma dinámica sucede con la producción de videos, en donde el video producido representa un consumo intermedio para algunos agentes en la economía, para posteriormente ser emitidos y cuyos beneficiarios son estos mismos agentes.

Posteriormente, al analizar los servicios de exhibición de filmes, se observa la adquisición del producto característico, película, financiado por los hogares y cuyo beneficiario es el mismo hogar que va a ver la película (ver en página web cuadro del gasto y financiación del gasto, cuadro filmes exhibidos).

Las salas que exhiben películas cuentan con un beneficio tributario, el cual representa una deducción de impuestos cuando exhiben cortometrajes colombianos. Esta deducción, vista como una transferencia corriente y como subsidio directo, significa una financiación por parte del gobierno central y cuyo beneficiario es el mismo exhibidor.

Adicionalmente, la cuenta de gasto de la producción de radio y televisión contempla tres tipos de financiadores pero un solo beneficiario, los hogares. Por un lado los hogares financian la suscripción a la televisión por cable de la que ellos mismos se benefician, por otro lado, las empresas de otros sectores de la economía financian parte de la televisión mediante la pauta publicitaria, financiación que permite la producción de televisión de la cual se benefician los hogares. Finalmente, el gobierno central, regional y local, financia la producción de televisión pública, de la que también se benefician los mismos hogares

Además existen productos de radio y televisión que se producen a nivel nacional y que son adquiridos por agentes en países extranjeros, siendo estos los financiadores y beneficiarios de estos programas.

2. 2. 3. 4. Artes escénicas y espectáculos públicos

De acuerdo con las recomendaciones de la Guía Metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica (2015), el segmento de Artes Escénicas, está compuesto, por los siguientes sub-segmentos:

- Teatro
- Danza
- Otras formas de artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)

Para los cálculos y publicación de los resultados de éste segmento, la CSC de Colombia, agrupa los tres sub segmentos señalados, en uno solo, que corresponde a las Artes escénicas.

Las actividades teatrales, danza y otras actividades artísticas se consideran actividades productivas, de acuerdo a lo que el SCN 1993 considera como producción valorada económicamente dentro del campo cultural (CIIU Rev. 4 A.C. p. 468).

Estas actividades comprenden la producción, para el público en general, y están incluidos en la CIIU Rev 4 A.C. en la Sección R: Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación: obras de teatro; conciertos y óperas; espectáculos de danza; obras para teatros de verano y del tipo revista, para una o más funciones. Las actividades pueden ser realizadas por grupos, compañías, orquestas y bandas, pero también pueden consistir en funciones de artistas, actores y actrices, músicos, autores, conferencistas, disertantes, escultores, pintores, caricaturistas, grabadores, aguafuertistas, etc. Se incluyen actividades conexas, como las de manejo de: la escenografía, los telones de fondo y el equipo de iluminación y de sonido, y de funcionamiento de agencias de venta de tickets de teatro, salas de concierto y de teatro y otros locales, así como el diseño de la escenografía y el montaje de la iluminación.

• Clasificación de actividades y productos

La nomenclatura utilizada para la CSC es la CIIU Rev. 4 A.C. Dentro de esta clasificación, la máxima desagregación existente para el sector se refiere a la clase 9006 y 9008 e incluyen:

• 9006 “Actividades teatrales” incluye:

- La producción, para el público en general, de obras teatrales relacionadas con la actuación y representación de historias frente a una audiencia usando una combinación de discursos, gestos, escenografía, coreografía, música, sonido, danza y espectáculo, para una o más funciones. Las actividades pueden ser realizadas por grupos, compañías, pero también pueden consistir en funciones de artistas, actores y actrices.
- Las actividades conexas, como las de manejo de la escenografía, los telones de fondo y el equipo de iluminación y de sonido, y de funcionamiento de teatro, salas de teatro y otros locales, así como el diseño de la escenografía y el montaje de la iluminación.
- Las actividades de productores o empresarios de eventos o espectáculos artísticos en vivo, aporten ellos o no, las instalaciones. Jorge Gomez

• 9008 “Otras actividades de espectáculos en vivo” e incluye:

- Los espectáculos en vivo tales como circos, títeres, pantomima, narración, declamación, entre otros.

Adicionalmente, se han identificado, dentro de la CPC Rev. 2. A.C., aquellos productos que corresponden a esta actividad como producción principal.

- 96220 Servicios de producción y presentación de eventos de artes escénicas
- 96310 Servicios de los artistas intérpretes
- 96320* Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes.

• Unidades de observación

Empresas, establecimientos y personas naturales que constituyen las unidades productoras que tienen las actividades Artes escénicas y espectáculos públicos (9006 y 9008) como actividad principal.

• Fuentes de información y descripción del cálculo

La medición de las variables de la Cuenta de Producción de las artes escénicas ha contado con varias estrategias, teniendo en cuenta que la información para este segmento, cada vez se fortalece más. A continuación se presenta el procedimiento de cálculo utilizado a partir de la entrada en vigencia de la CIIU 4 adaptada para Colombia.

Para la elaboración de los cálculos de las artes escénicas, las fuentes de información utilizadas fueron las siguientes:

- DIAN_ Dirección Nacional de Impuestos y Aduanas (Estadísticas Personas Naturales y Jurídicas).
- Ministerio de Cultura (Dirección de Artes, Programa Nacional de Concertación).
- Superintendencia de sociedades. (Sistema de Información y Reporte Empresarial).
- SAYCO_ Sociedad de autores y compositores de Colombia (Estados financieros).
- CGN_ Contaduría General de la Nación.

• Cálculo de la producción

Para el cálculo de la producción, se determinan los establecimientos, empresas y/o personas naturales, cuyas actividades principales corresponden a las clases 9006 y 9008. A través de las fuentes DIAN, se procedió a calcular la producción total de estas empresas. Con esta fuente, se tomó el valor reportado como ingresos operacionales tanto para las personas naturales como las jurídicas.

Adicionalmente, en el rubro de producción, se incluyeron los espectáculos financiados por el gobierno, a nivel municipal y departamental, así como por entidades del gobierno y empresas públicas. En el reporte del Formulario Único Territorial, FUT del Departamento Nacional de Planeación, (DNP), del gasto anual por municipio y departamento, existe un rubro de gasto en eventos culturales que se refiere a todos aquellos gastos realizados por las entidades en eventos y cuyo beneficiario es el consumidor final.

- Consumo intermedio

En relación con la variable Consumo Intermedio, la fuente DIAN permite establecer los datos relacionados a través de los Gasto operacionales administrativos y de ventas. Esta información tomada de los archivos de las declaraciones de renta y complementario de las personas naturales y jurídicas para las clases CIIU 9006 Y 9008, se suma y da como resultado el Consumo Intermedio.

- Valor agregado

El cálculo del valor agregado se obtuvo a partir de la diferencia entre la producción total menos el consumo intermedio. De este modo, el indicador del valor agregado muestra el “valor que se adiciona a los bienes y servicios utilizados en los procesos productivos”.

• **Balance Oferta-Utilización (BOU) Servicios de producción y presentación de espectáculos musicales en vivo.**

Por las dificultades en la consecución de información contable relativa a este producto, el BOU de este producto se construye por el lado de la demanda y sus principales variables son el Consumo Final de los Hogares y el Consumo Final del Gobierno.

Los productos asociados identificados como productos característicos parciales, según la CPC Ver 2 A.C son:

- 96220 Servicios de producción y presentación de eventos de artes escénicas.
- 96310 Servicios de los artistas intérpretes.
- 96320 Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes.

Para la realización de los cálculos, se recurrió a los estados financieros de la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia (Sayco), identificando los recaudos de la entidad a aquellos agentes que utilizaron música dentro de algún tipo de presentación, evento y demás.

En los principios y objetivos establecidos en los estatutos de Sayco se define que esta sociedad debe:

Administrar los derechos de sus socios de conformidad con los presentes estatutos y del Artículo 12 de la Ley 44/93. En consecuencia, el objetivo principal de Sayco es la protección del autor y/compositor y demás derecho-habientes en el ejercicio y mediante la gestión eficaz de los siguientes derechos:

1. Los derechos exclusivos de reproducción, distribución y comunicación pública - en el sentido de la ley - de las obras literarias (orales y escritas), musicales (con o sin letra), teatrales (comprendidas las dramáticas, dramático-musicales, coreográficas y pantomímicas) cinematográficas y cualesquiera otras obras audiovisuales, las obras de bellas artes, incluidos los dibujos, pinturas, esculturas, grabados y litografías; las obras fotográficas y las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía; y las obras de arte aplicado; ya sean obras originales, ya derivadas de otras preexistentes (tales como las traducciones, arreglos, adaptaciones y otras transformaciones).
2. En unión de algunas de las anteriores gestiones, el derecho exclusivo de transformación de tales obras con vistas a su utilización interactiva en producciones o en transmisiones de multimedia, análogas o digitales.
3. Los derechos de remuneración por la reproducción privada de las aludidas obras grabadas en fonogramas, videogramas y otros soportes sonoros, visuales o audiovisuales, y por la comunicación pública de obras audiovisuales, así como cualquier otro del mismo carácter reconocido en la Ley o que se reconozca en el futuro.
4. El derecho inalienable de obtener una participación en las sucesivas ventas que se realicen sobre las obras de arte, en subasta pública o por intermedio de un negociante profesional en obras de arte.
5. Cualquier forma de explotación de las obras mencionadas en los numerales anteriores, a través de medios digitales, conocidos o por conocerse.

En los rubros de ingresos operacionales en el estado de pérdidas y ganancias se encuentran:

- Ejecución en vivo
- Obras dramáticas
- Otros espectáculos

Así se puede conocer el monto total que ingresó a Sayco por concepto del recaudo a los usuarios de los derechos de autor de los músicos y que efectivamente entraron a la sociedad como ingresos operacionales.

Adicionalmente, el valor del cobro del derecho de autor que realiza Sayco corresponde a dos tipos de tarifa (para el caso de los espectáculos públicos): eventos con cobro de entrada y eventos sin cobro de entrada.

Para identificar el valor total de ingresos a espectáculos en vivo, para aquellos en los que cobraron boletería, se tomó el número de espectáculos realizados cada año bajo esta modalidad de cobro. Para inferir el valor total de venta de boletería (asumiendo este valor como los ingresos totales al espectáculo), se estableció el porcentaje promedio de cobro realizado por Sayco sobre este tipo de eventos. Así se determinó la producción de mercado de este tipo de espectáculos, los cuales son financiados por los consumidores para su mismo disfrute.

Por otra parte, existen espectáculos financiados por el gobierno, a nivel municipal y departamental, así como por entidades del gobierno y empresas públicas.

Finalmente, es importante resaltar que existe un impuesto a la producción de estos espectáculos que representa el 20% de los ingresos percibidos por taquilla.

• **Cuadro del gasto en productos asociados a las artes escénicas**

En la cuadro del gasto se tienen los agentes que pagan por el bien o servicio cultural y los beneficiarios últimos de estos bienes o servicios que corresponden a los agentes que disfrutaron de los mismos. En este sentido, el cuadro para las artes escénicas se elaboró tomando como referencia el BOU del producto Servicios de producción y presentación de artes escénicas, utilizando las variables relativas al gasto del gobierno y el gasto de los hogares.

2.2.3.5. Educación cultural

Para Pierre Bourdieu, uno de los más importantes representantes de la Sociología de la Cultura, las sociedades humanas están organizadas en campos, que corresponden a "subespacios sociales" diferenciados por las actividades sociales desarrolladas por sus miembros como son, por ejemplo, los campos artístico y científico. Estos campos son autónomos en el contexto de la sociedad en su conjunto. Además, se entiende la ciencia como un campo de producción simbólica en el que surgen las verdades científicas que son el conjunto de conocimientos estructurados sistemáticamente y obtenidos mediante la observación de patrones regulares, de razonamientos y de experimentación en ámbitos específicos, a partir de los cuales se elaboran leyes generales y sistemas organizados. De otra parte, se concibe al arte como un campo de actividades y productos elaborados por los seres humanos con una finalidad estética y comunicativa, mediante la cual se expresan ideas y emociones mediante diversos recursos, como los plásticos, lingüísticos o sonoros y que no tiene como propósito el establecimiento de verdades absolutas relacionadas con leyes generales.

Entorno a la educación cultural, se han presentado controversias a propósito de su definición, su alcance y su conformación. El primer avance con respecto a su alcance fue el de establecer las áreas de enseñanza que se deben incluir, y de igual manera como en la definición funcional de campo cultural, se concluyó que en ésta última noción debe estar solamente la creatividad asociada con las artes, en tanto que los ejercicios creativos ligados a las ciencias pertenecen al ámbito del campo científico, a pesar de estar basados también en la creatividad.

De lo anterior se puede inferir que la educación cultural está, desde una perspectiva estrictamente funcional, relacionada directa y exclusivamente con la educación artística, y por tanto para la CSC de Colombia, estas nociones tendrán una total coincidencia en sus definiciones.

El Plan Nacional de Educación Artística, con base en el Convenio 455 celebrado entre los Ministerios de Cultura y de Educación de Colombia, en el marco del Congreso Regional de Formación Artística y Cultural para América Latina y el Caribe, que se realizó en la ciudad de Medellín, en agosto de 2007, propuso y divulgó la siguiente definición:

La Educación Artística es el campo de conocimiento, prácticas y emprendimiento que busca potenciar y desarrollar la sensibilidad, la experiencia estética, el pensamiento creativo y la expresión simbólica, a partir de manifestaciones materiales e inmateriales en contextos interculturales que se expresan desde lo sonoro, lo visual, lo corporal y lo literario, teniendo presentes nuestros modos de relacionarnos con el arte, la cultura y el patrimonio.

Esta noción de educación artística está relacionada con el concepto de campo ya citado y la define como un área de conocimiento vinculado con el ámbito de la cultura. Al ligar el aprendizaje de las artes con sus contextos culturales, se expande la visión y el ámbito de su enseñanza. Por esta razón, el campo de la educación artística comprende una diversidad de personas y entidades que intervienen desde distintos lugares en las artes, en la educación y en la cultura.

La educación cultural o artística está presente en todos los niveles de la educación formal, así como en la educación para el trabajo y el desarrollo humano, y la discriminación de sus características básicas y la valoración económica de estas actividades son objeto de estudio de la CSC.

• Clasificación de actividades y productos

La nomenclatura utilizada como referencia para el cálculo de la educación cultural de la CSC es la CIU Rev. 4 A.C. que corresponde a la Sección P y está compuesta por 6 Grupos y 16 clases en su mayor nivel de desagregación, pero es importante aclarar que no fue la clasificación aplicada para el cálculo dado que este sector es particular, por que corresponde a la Educación Cultural y no la educación en general.

Para mayor detalle de las actividades y productos se puede consultar las tablas 6 y 7.

Con el propósito de contextualizar la educación artística en el país, se hace una descripción de la educación en general.

• La educación formal

Está constituida por los niveles de educación preescolar, educación básica, educación media y de nivel superior. La entidad responsable de su coordinación es el Ministerio de Educación Nacional, la cual delega en las secretarías de educación la gestión y organización en regiones. Los lineamientos oficiales sobre la educación formal se definen a través del plan decenal de educación y los planes sectoriales de educación en los niveles nacional, departamental, distrital y municipal.

Los servicios educativos prestados por las entidades públicas presentan una cobertura en el núcleo básico (preescolar, primaria y bachillerato) de cerca del 50% de los servicios de educación en estos niveles. Para la educación superior, el cubrimiento, en su mayoría, proviene del sector privado.

- Educación preescolar: este nivel de escolaridad es el primer contacto de los niños con un entorno extraño al hogar y es la primera oportunidad de socialización; los lugares donde se lleva a cabo este proceso, son denominados jardines infantiles y de la misma manera que en los demás niveles educativos, son subsidiados por fondos estatales (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar) o prestados por entidades privadas. La edad de ingreso incluye a bebés de menos de un año de edad.

- Educación básica y media. La educación básica, con una duración de nueve grados, se desarrolla en dos ciclos: La educación básica primaria de cinco grados y la educación básica secundaria de cuatro grados. La educación media tiene a su vez una duración de dos años, aunque en algunas instituciones privadas incluyen dos años más de escolaridad.

- Educación superior. La educación impartida en universidades y otras instituciones de educación superior se divide en varios niveles distribuidos entre pregrado y postgrado.

En el nivel de pregrado se encuentran las carreras técnicas profesionales, tecnológicas profesionales y las profesionales. Las técnicas profesionales pueden durar entre 1,5 a 2 años, las tecnológicas profesionales entre 2,5 a 3,5 años y las profesionales usualmente de 5 años.

En el nivel de postgrado están las especializaciones, las maestrías y los doctorados. Existe además una variedad de diplomados, seminarios y otros cursos de educación continua y educación para el trabajo y el desarrollo humano que en pocas semanas o meses permiten al profesional conocer nuevas técnicas o mantenerse actualizado, pero este tipo de diplomados están considerados como parte de la formación no formal (educación para el trabajo y el desarrollo humano) o en algunos casos como educación continuada.

• La educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano

La educación para el trabajo y el desarrollo humano, antes denominada educación no formal, es parte de los servicios públicos educativos y se ofrece con el propósito de complementar, actualizar y formar, en aspectos académicos o laborales y conlleva la obtención de certificados de aptitud ocupacional.

Constituye la formación permanente, personal, social y cultural, que se basa en una concepción integral de la persona, que una entidad organiza en un proyecto educativo institucional y que se estructura en currículos flexibles sin que estén sujetos al sistema de niveles y grados característicos de la educación formal y facilita determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población, tanto adultos como niños.

Esta clase de educación está regulada por el Ministerio de Educación Nacional y tiene carácter de educación continua conforme al decreto 2020 de 2006. Se reglamenta por medio del Decreto 2888 de 2007, derogado y reemplazado por el Decreto 4904 de 2009, el cual reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano.

• La educación informal.

Se define como un proceso que dura toda la vida y en el que las personas adquieren y acumulan conocimientos, habilidades, actitudes y modos de discernimiento mediante las experiencias diarias y su relación con el medio ambiente ¹⁰. A continuación se relacionan un resumen de los niveles educativos en Colombia:

¹⁰ Este tipo de educación no se incluirá en la medición de la CSC.

Tabla 10. Clasificación de la Educación en Colombia, por niveles educativos.

EDUCACIÓN	Ley Decreto	NIVEL EDUCATIVO	Grados y/o Tiempo Reglamentarios	INSTITUCIONES	
FORMAL	Decreto 2309 de 2009	Educación para la primera infancia	0 a 5 años	Centros de Educación Infantil Jardines infantiles	
		Preescolar	Un grado obligatorio	Centros de Educación Infantil Jardines infantiles Instituciones públicas y privadas	
		Básica Primaria	1° a 5° grado	Instituciones públicas y privadas	
		Básica secundaria	6° a 9° grado	Instituciones públicas y privadas	
	Media	10° a 11° grado	Instituciones públicas y privadas		
	Ley 30 de 1992	Nivel superior	Pregrado:		
			- Técnico profesional	1,5 a 2 años	Universidades Corporaciones Universitarias
			- Tecnológica profesional	2,5 a 3,5 años	Instituciones Universitarias SENA
		Postgrado:	- Profesional	5 años	
			- Especializaciones	1 a 5 años	Universidades Corporaciones Universitarias Instituciones Universitarias
- Maestrías					
- Doctorados					
EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y DESARROLLO HUMANO (No Formal)	Ley 1069 de 2006	FORMACIÓN LABORAL	Mínimo 600 Horas y hasta 1800 horas	Cajas de Compensación SENA	
		FORMACIÓN ACADÉMICA	Mínimo 160 Horas y hasta 1200 horas		
EDUCACIÓN INFORMAL	Decreto 3011 de 2011 Decreto 1137	No reglamentado	No Reglamentado	No reglamentado	

Fuente: Ministerio de Educación Nacional
Elaboró: Grupo Trabajo CSC

• Cálculo de la producción para la educación cultural en los niveles preescolares, primarios, secundarios y media

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

Las fuentes de información para la CSC para estos niveles educativos son:

- Ministerio de Educación Nacional (MEN)
- Encuesta de entidades educativas, estudiantes y docentes de educación preescolar, básica y media (Formulario EDUC_ DANE)
- Sistema de información del Gobierno (SIGOB)
- Superintendencia de Subsidio Familiar.
- SENA_ Servicio nacional de aprendizaje

El Ministerio de Educación Nacional aportó la información del número de estudiantes matriculados de los niveles preescolar que está conformado por los niveles: pre jardín, jardín y transición, así como primaria, secundaria y media:

Además de los datos sobre el número de estudiantes matriculados en los niveles básico y medio, el MEN proporcionó la información discriminada por sector institucional, es decir la participación porcentual del sector oficial y el privado para cada uno de los niveles antes descritos

Para poder calcular la producción se solicitó información al MEN sobre el valor de las tarifas promedio para los colegios privados, para los niveles de preescolar, primaria, secundaria y media, y para los años de estudio.

Como resultados de la información suministrada para la educación cultural en los niveles básica y medio. Con base en la información del número de estudiantes matriculados en todas las áreas de enseñanza y de las tarifas promedio por nivel educativo, se obtuvo un valor total de la educación básica y media en Colombia.

Como es evidente, en los niveles preescolar, primaria, secundaria y media no es posible establecer el número de estudiantes matriculados por área de enseñanza y, por tanto, para discriminar los valores de la educación cultural y artística se recurrió a la intensidad horaria por área de enseñanza que se obtuvo del Formulario Único Censal de la Investigación de Educación Formal EDUC del DANE, con la cual se calculó la participación de la educación cultural en el total de la educación preescolar, primaria, secundaria y media.

• Calculo de la producción de la educación cultural y artística en el nivel superior

El propósito principal de la educación artística y cultural en el nivel superior es el de promover la cualificación de sujetos, procesos y prácticas en las facultades de artes y academias especializadas y además, desarrollar labores de formación de artistas dedicados a la creación, investigación y docencia, que construyan procesos de evaluación y estén en diálogo permanente con la comunidad artística internacional.

En la educación superior se han establecido las siguientes áreas del conocimiento:

- Agronomía, veterinaria y afines.
- Bellas artes.
- Ciencias de la educación.
- Ciencias de la salud.
- Ciencias sociales y humanas.
- Economía, administración, contaduría y afines.
- Ingeniería, arquitectura, urbanismo y afines.
- Matemáticas y ciencias naturales.

Cada una de estas áreas tiene núcleos básicos que se relacionan con los campos, disciplinas y profesiones pertinentes. Y específicamente para la educación Superior de la educación artística y cultural se seleccionó las Bellas Artes, que a continuación se presentan:

Tabla 11. Núcleos básicos del conocimientos para las Bellas Artes

ÁREA DEL CONOCIMIENTO	NÚCLEO BÁSICO DEL CONOCIMIENTO
BELLAS ARTES	Artes Plásticas, Visuales y Afines
	Artes Representativas
	Diseño
	Música
	Otros Programas Asociados a Bellas Artes
	Publicidad y Afines

Fuente: Ministerio de Educación- Grupo de planeación- MEN

La fuente de información para la CSC para nivel Superior es:

- Ministerio de Educación Nacional (MEN), es la principal fuente para el nivel Superior, dado que nos suministra información del número de estudiantes matriculados según el área del conocimiento y el valor de matricular.

Teniendo en cuenta que para el año base de estudios de la CSC, que corresponde a 2005, se han realizado análisis de tendencias con relación al total de estudiantes matriculados en todas las áreas con respecto a los matriculados específicamente en el Área de Bellas Artes, se ha observado que la participación de estos estudiantes desde 2005 en adelante está entre el 4 y 5%.

Para el cálculo de la producción en el nivel superior, se seleccionaron los alumnos matriculados en las Instituciones de Educación Superior (IES) que prestan el servicio de educación.

El consumo intermedio se obtuvo aplicando los coeficientes técnicos obtenidos en el marco central de las Cuentas Naciones, para la Educación superior de mercado y no mercado.

• Balance Oferta-Utilización para el nivel superior de la educación cultural

Por otra parte, para obtener la producción del BOU en el nivel superior de la educación cultural, se seccionaron los alumnos matriculados de todos la universidades tanto públicas como privadas que ofrecen los programas de Bellas artes, estos datos se afectaron con los de las tarifas promedio de la matrícula en la educación superior del programa seleccionado.

Para el consumo final de los hogares y el gobierno, se aplicó el mismo porcentaje de participación usado en el marco central de Cuentas Nacionales, dada la dificultad de obtener los costos desagregados en los programas específicos de Bellas Artes por parte de las instituciones Educativas.

- La educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano

El marco legal de esta clase de educación es la Ley 1064 de 2006, regulada por el Ministerio de Educación Nacional, con carácter de educación continua, ofrecida principalmente por instituciones como el SENA, las cajas de compensación familiar, instituciones oficiales y un sinnúmero de entidades privadas, aunque de éstas últimas no se tiene información por cuanto no existe en Colombia un ente regulador de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y solo muy recientemente el MEN ha venido haciendo seguimiento de su operación.

En la educación para el trabajo y el desarrollo, existen dos tipos de programas:

- Los programas de formación laboral que tienen por objeto preparar a las personas en áreas específicas y desarrollar competencias laborales, que permitan ejercer una actividad productiva en forma individual o colectiva. Para ser registrado el programa debe tener una duración mínima de 600 horas. Al menos el cincuenta por ciento de la duración del programa debe corresponder a formación práctica, tanto para programas presenciales como a distancia.
- Los programas de formación académica que tienen por objeto la adquisición de conocimientos y habilidades en los diversos temas de las ciencias, las humanidades, las artes, el desarrollo de actividades lúdicas, culturales, la preparación a las personas para impulsar procesos de autogestión, de participación, de formación democrática y en general de organización del trabajo comunitario e institucional. Para ser registrados, estos programas deben tener una duración mínima de 160 horas.

Las fuentes de información que se identificaron para el trabajo y el desarrollo humano fueron:

- Ministerio de Educación Nacional (MEN)
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)
- Ministerio de Cultura
- Superintendencia del Subsidio Familiar
- Sistema de Información del Gobierno (SIGOB)
- Contaduría General de la Nación

• Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

El SENA ofrece básicamente los siguientes tipos de programa:

- - Programas de formación titulada: este tipo de formación se orienta a la preparación de las personas para desempeñar oficios y ocupaciones requeridas por los sectores productivos y sociales, con el fin cualificar a los trabajadores, estén o no vinculados al mundo laboral, en los niveles operativo, técnico o tecnológico. Su duración oscila entre 880 y 3.520 horas.
 -
 - Programas de formación complementaria: este tipo de formación tiene el propósito de actualizar los conocimientos, las habilidades y destrezas de las personas en oficios u ocupaciones requeridas en los niveles operativo, técnico, o tecnológico, para mejorar su desempeño y permitir su movilidad. Su duración es flexible de acuerdo con las necesidades de las personas.

El SENA proporcionó la información sobre el número de cupos ofrecidos para la totalidad de los programas educativos, así como también los cupos de los programas de educación cultural específicamente, logrando así calcular una participación de estos cupos de Educación artística.

Se observa que la participación porcentual del número de personas matriculadas en la Educación Artística en relación al total de matriculados en los programas para el Trabajo y desarrollo humano, ofrecidos por el SENA, como ejemplo se toma la serie 2005 – 2010, es muy bajo, entre el 1, 58 y el 5.28%.

A la educación de servicios educativos del SENA, se le aplicó el porcentaje de participación de los cupos de la Educación artística anterior para obtener así la producción de la Educación Exclusivamente artística del SENA. Tomando la producción de la Educación exclusivamente artística del SENA, se calcula la Cuenta de Producción, para la ETDH del SENA exclusivamente.

Una vez calculada la cuenta de producción que corresponde a la diferencia entre la producción y el consumo intermedio, se obtiene el valor agregado. Teniendo estos datos se procede a obtener el coeficiente técnico que corresponde a la relación entre consumo intermedio (P.2) sobre la producción (P.1) *100.

P.1 Producción servicios educativos en artes

P.2 Consumo intermedio-CI

B.1 Valor agregado

Coeficiente técnico del CI (P.2) = $P2/P1*100$

• Superintendencia del Subsidio Familiar

La información básica tomada de la Superintendencia, correspondió a la educación para el trabajo y desarrollo humano, en los programas específicos de la educación artística, correspondiente al número de estudiantes, que para este tipo de educación se denominan "Participantes".

Con base en la información de la Superintendencia del Subsidio Familiar, se obtuvo el valor de la producción de la educación cultural o artística ofrecida por las cajas de compensación familiar

• Contaduría General de la Nación

Por último se tomó la información de la Contaduría General de la Nación nos suministra información básica para el cálculo de la producción del gobierno, así:

- Producción de los rubros Educación no formal - Formación en artes y oficios
- Producción de educación no formal - Difusión artística y cultural

Producción total: para el total de la educación cultural para el trabajo y el desarrollo humano se sumaron los datos obtenidos del SENA, la Superintendencia del Subsidio Familiar y las entidades públicas tomadas de la Contaduría General de la Nación y, con base en la estructura de participación de las variables de la demanda del producto educación de no mercado del marco central de las Cuentas nacionales de Colombia, para los años de estudio.

2. 2. 3. 6. Juegos y juguetería.

Este segmento lo conforma un solo producto cultural:

- Juegos y juguetería

De acuerdo con el manual metodológico del CAB, las actividades de producción de 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.¹¹

Para Sanuy (1998) "la palabra juego, proviene del término inglés "game" que viene de la raíz indo-europea "ghem" que significa saltar de alegría; el juego debe brindar la oportunidad de divertirse y disfrutar al mismo tiempo que se desarrollan muchas habilidades". Para autores como Montessori, citada en Newson (2004) y (Chacón 2008) "el juego se define como una actividad lúdica organizada con el objetivo de alcanzar fines específicos".

A lo largo de la vida los seres humanos han tenido, algún tipo de relación con el mundo del juego. Es probable que ese contacto sea más intenso en la infancia y adolescencia y descienda a medida que se ingresa en las consideradas etapas adultas, sin embargo, por ello se cree que el juego no es propio de una edad, ni de una etapa, sino que está presente en la vida misma del individuo desde el nacimiento hasta su muerte. En este sentido, se entiende el juego como un elemento acarreador y propiciador de cultura. Transmite en su simbolismo mensajes y da pautas culturales. Así, se encuentran actividades lúdicas que desde niños van adjudicando roles que se asumen cuando se es adulto.

Como resultado de la necesidad del juego y del ingenio del ser humano aparecen los juguetes que han sido, primero, cuidadosamente ideados, tratando de que resulten objetos que no sólo entretengan y agraden, sino que también eduquen y enseñen.

• Proceso de producción de la actividad de fabricación de juegos y juguetes

En razón a que luego de realizar la búsqueda de información, en diferentes fuentes escritas no se encontró un documento único con información estándar del proceso de producción de juegos y juguetes, se procedió a identificar y recopilar los principales pasos en común que se desarrollan en la cadena y se presenta la siguiente reseña sobre el proceso de producción de los juegos y juguetes.

- Investigación, diseño y documentación respecto al juguete

Si bien es cierto que las herramientas y materia prima usada para la fabricación de juguetes han tenido cambios significativos en sus componentes técnicos y tecnológicos, en la cadena de producción, una vez conocida la naturaleza del juego, sus objetivos y sus componentes lúdicos, el siguiente paso es el diseño, es cuando el fabricante tiene la oportunidad de preguntar cómo elaborar un juego o juguete y cuáles son los pasos para realizarlo, es allí cuando comienza a preguntarse cuál es la materia prima a usar, herramientas, habilidades y capacidades requeridas para llevar a cabo la fabricación.

En los últimos años, además de la capacidad imaginativa y creativa de los diseñadores de las fábricas de juguetes, una de las principales fuentes de ideas para el diseño son los personajes de las películas. Por medio de licencias, los productores de los filmes y programas de televisión facilitan a las empresas fabricantes de juguetes imágenes, fotografías, retratos, o iconografías, para poder realizar un concepto lo más fiel posible a los personajes. Luego se presentan las imágenes conceptuales del personaje, que perfilan sus detalles característicos como accesorios, puntos de articulación y colores, entre otros. Posteriormente, se complementa con una vista desde todos los ángulos, utilizando dibujo técnico, con el objetivo de entregar la mayor cantidad de información a la siguiente sección.

¹¹PINOT DELIBEROS, Marion. Manual metodológico para la implementación de la Cuenta Satélite de Cultura en Latinoamérica. Convenio Andrés Bello, p36.

• Clasificación de las actividades y productos

Los resultados de los datos obtenidos de la actividad 3240 "Fabricación de Juegos y Juguetes". CIU Rev. 4 está homologada con la actividad 3694 de la CIU Rev. 3 A. C.

Se incluyen todas las actividades relativas a la clase 3240: fabricación de muñecos, rompecabezas, instrumentos musicales de juguete, artículos relacionados a los juegos de ferias y mesas, y los juegos en línea.

Es importante señalar que al contrario de otros sectores culturales, para el caso de los juegos y la juguetería no se estipula la medición económica de actividades relativas a las etapas de difusión, ni de exhibición-recepción y transmisión ya que por su materialidad, se difunden a partir de los canales de comercialización "clásicos" (establecimientos de comercio al por mayor y por menor, especializados o no especializados y también por Internet).

De la misma manera, los productos de esta actividad, toman como referente la Clasificación Central de Productos (CPC) revisión 2. Y corresponde a los productos característicos de la actividad, son 7 códigos en su mayor nivel de desagregación. En las tablas 6 y 7 se relacionan los códigos de actividad y producto para éste segmento.

• Unidad de observación.

Establecimientos y las empresas que fabrican juegos y juguetería.

• Fuentes de información y descripción del cálculo

En la elaboración de los cuadros de las cuentas de producción, los BOU y la cuenta del gasto en la fabricación de juegos y juguetería y la financiación de los mismos, las fuentes de información utilizadas fueron las siguientes:

- DANE_EAM (Encuesta Anual Manufacturera)
- DANE_Coercio Exterior
- Superintendencia de sociedades
- Encuesta Anual de Comercio (EAC)

Al igual que otros sectores que utiliza como fuente principal la EAM y Superintendencia de sociedades se realiza el mismo procedimiento para obtener la producción como se ha señalado anteriormente. Por la fuente Superintendencia de Sociedades se observan los estados financieros (estados de resultados y balances).

Lo primero que se busca con este proceso es la comparación de la información de la Superintendencia de Sociedades con la obtenida de la EAM para identificar las empresas que se encuentren en ambas fuentes y proceder a dejar las registradas en la EAM, para evitar duplicidad en los datos obtenidos.

De igual manera, este proceso permitió observar cuál es el comportamiento de los establecimientos y las empresas dentro de la actividad de fabricación de juegos y juguetes en la serie de tiempo que se está analizando. Se buscaron los registros que tienen actuaciones atípicas y se revisaron cuáles son las causas para tal situación, se encontraron casos como por ejemplo, establecimientos que no tienen información en uno de los años y para los cuales se requiere calcular estimaciones con base en las variaciones del total de los registros y de esta manera aplicarles el resultado requerido.

También se buscaron los registros que están mal clasificados por actividad y se hicieron las correcciones pertinentes, es el caso de empresas que pertenecen a la actividad Fabricación de instrumentos musicales y no a la Fabricación de juegos y juguetes, otro de los casos que se encontró es el de las empresas que fueron liquidadas y salieron del mercado, así como las nuevas que ingresaron al mercado, en este caso se observó que estas situaciones se presentan en esta actividad.

Luego de la revisión a las bases de datos de la EAM y Superintendencia de Sociedades, se procedió a completar la información con los datos obtenidos de la DIAN, dicha información abarca a las personas naturales y jurídicas que declaran renta y están dentro de la actividad de fabricación de juegos y juguetería. Esta información está cruzada con la EAM para evitar duplicidad en los registros.

Finalmente, después de realizar el procedimiento anterior se obtuvo una base depurada y confiable con los registros de los establecimientos y empresas que conforman la actividad de Fabricación de Juegos y Juguetes.

• Cuenta de producción para la fabricación de juegos y juguetes.

Como se mencionó en el punto anterior, para la construcción de los cálculos de la producción se utilizaron las fuentes principales que contienen información financiera y contable sobre empresas y establecimientos.

El valor de la producción obtenida a partir de la EAM, se tomó de la variable "Valor de la producción" del capítulo VIII "Productos, subproductos y trabajos realizados por el establecimiento".

La EAM es la única fuente que nos suministra información de la producción principal y secundaria. En la Superintendencia de Sociedades, el valor de las producciones secundarias está incluido dentro del valor de sus ingresos operacionales y ese es el dato que se toma como producción de las empresas que aparecen registradas en esta fuente.

La información del consumo intermedio obtenido de la DIAN, es un dato agregado que tiene su registro año a año y que está cruzado con la EAM para evitar duplicidad de registros. Al final se agrupan y suman los costos y valores obtenidos de las tres fuentes de información y se obtiene el dato de la producción de la actividad de fabricación de Juegos y Juguetes.

• **Consumo intermedio.**

Se calcula sumando las materias primas consumidas por el establecimiento, más la energía comprada, más los otros bienes y servicios utilizados en el proceso productivo. Entre estos se encuentran los servicios públicos, gastos de mantenimiento, arrendamientos, publicidad, etc. Cada uno de estos datos se toma año a año.

El origen de los datos dentro de la EAM es el siguiente:

- El consumo de materias primas: se obtiene del capítulo IX de la EAM "Consumo de materias primas, materiales y empaques durante el año".
 - El costo de la energía eléctrica consumida se toma del numeral 1, capítulo V, "Energéticos consumidos durante el periodo"
 - El dato del consumo de otros bienes y servicios se obtiene del capítulo IV. (Otros costos y gastos de la actividad industrial causados durante el periodo), tomando únicamente los renglones que se refieren a las variables consideradas como CI y descontando los impuestos, las regalías, las provisiones, entre otros.
 - El "Valor causado por las empresas que suministran personal temporal al establecimiento" también se considera como consumo intermedio, este se toma del capítulo III.
- De la misma forma que para la producción, en la Superintendencia de Sociedades, el valor de los consumos intermedios está incluido dentro del valor de sus gastos operacionales y ese es el dato que se toma por que afecta el consumo intermedio de las empresas que aparecen registradas en esta fuente.

La información del consumo intermedio obtenido de la DIAN es un dato agregado que tiene su registro año a año y que está cruzado con la EAM para evitar duplicidad de registros. Al final se agrupan y suman los costos y valores obtenidos de las tres fuentes de información y se obtiene el dato de consumo intermedio para la actividad de fabricación de Juegos y Juguetes.

• **Balance Oferta de Utilización juegos y juguetería**

Para la elaboración de este cuadro se tomó la información sobre la producción de productos característicos, obtenida en las cuentas de producción de las actividades correspondientes y se adicionaron las producciones secundarias, de los productos en estudio, realizadas por los establecimientos pertenecientes a otras actividades económicas.

- La información sobre las importaciones y exportaciones fue tomada de la investigación sobre el comercio exterior del DANE.
- Los datos de márgenes de comercio, se tomó como fuente de información la Encuesta Anual de Comercio (EAC) del DANE, para establecimientos especializados en el comercio de juegos y juguetes.
- Los datos de gasto de consumo final de hogares se tomaron de la fuente Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIG) del DANE para 2006 y 2007; para 2005 la información del año 2006 se deflactó con base en el IPC y el crecimiento de la población; para 2008 y años en adelante, se utilizó la Muestra Mensual de Comercio al por Menor (MMCM) del DANE, en combinación con los ingresos de los hogares tomados de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).
- La información para el Consumo Intermedio (CI) se estimó con base en la distribución del valor de la discrepancia entre la oferta total y la demanda total con base en la participación porcentual entre los bienes de consumo y los bienes de capital encontrados en la EAM.

La información de los valores de la variación de existencias se tomó de la EAM.

• **Cuenta del gasto juegos y juguetes.**

Esta cuenta se construye a partir de la identificación del gasto total de los agentes en la economía por producto cultural y quiénes son los financiadores y beneficiarios de este gasto.

En el caso del sector de fabricación de juegos y juguetería se observa que los beneficiarios se distribuyen entre los hogares y los demás agentes de la economía, cuando el producto es utilizado como formación de capital fijo y consumo intermedio, estos mismos son los financiadores del gasto. El gobierno no juega un papel como financiador ni como beneficiario. También se observa que todos los productos son de mercado. La mayor parte del gasto de los hogares está constituido por el consumo de exportaciones.

2. 2. 3. 7. Diseño.

En el manual del CAB define el diseño como un sector particular del campo cultural ya que los productos derivados de sus actividades no corresponden necesariamente a productos de las artes en estricto sentido, sino que adquieren componentes creativos para su disposición en el mercado.

Así mismo para este sector del campo cultural está conformado por:

- Diseño arquitectónico
- Diseño Gráfico
- Diseño Textil
- Diseño de modas
- Diseño Joyas
- Diseño Publicitario o web

Estas subdivisiones son insumos de las actividades de construcción de predios o reformas, fabricación de productos, elaboración de piezas de comunicación gráfica, manufactura de telas y tejidos, confección de prendas de vestir, elaboración de joyería, creación con fines publicitarios o construcción de contenidos y formas de presentación en una página web, al considerar los servicios de diseño como insumos de otras actividades que generan otros productos que no son necesariamente culturales.

• **Diseño publicitario**

Es importante anotar que en este momento, solo se tienen resultados del subsegmento: Diseño publicitario, por un requerimiento especial del gremio. Por lo anterior solo se hará la descripción metodológica respectiva.

La relación entre la producción y el consumo es uno de los fundamentos del sistema económico contemporáneo. Las sociedades actuales producen cada vez más productos que ponen a disposición de ciudadanos ávidos de satisfacer sus necesidades y aspiraciones. Es una época de abundancia de bienes y servicios, con muchas posibilidades de acceso.

Consumir se ha convertido en una especie de deber social, pues el consumo es, además, un fenómeno que permite al individuo identificarse, relacionarse e integrarse a un grupo social. El consumo ya no responde solamente a la satisfacción de unas necesidades básicas, y más bien se concibe ahora de una forma más global y compleja, bajo la influencia de las nuevas corrientes de la psicología y la sociología contemporáneas, las cuales buscan explicar los comportamientos sociales de acceso y uso de los bienes y servicios en la actualidad.

Más allá de estas concepciones analíticas y críticas, la razón de ser del consumo se encuentra en la satisfacción de las necesidades, ya sean reales o artificiales, expresadas o reprimidas, lo cual propicia que los ciudadanos con su comportamiento sigan retroalimentando sistemáticamente la relación económica entre la oferta y la demanda.

Es exactamente en este contexto de producción/consumo, en el que la publicidad alcanza un gran protagonismo puesto que se convierte en un instrumento comunicativo que por medio de la persuasión, la seducción o la presentación de modelos de acción, logra que los ciudadanos consuman los productos en oferta, incentivando la producción.

A pesar que la publicidad puede verse como un gran ejercicio comercial, se deben entender sus reglas de producción con una lógica diferente, que favorezca una concepción de la creatividad publicitaria como una producción específica, cuyas reglas no están sujetas exclusivamente a las leyes del mercado y que se encuentran más bien vinculadas a fenómenos menos definidos en los cuales los procedimientos están marcados por la lógica de la producción cultural y artística.

Seguir concibiendo a la publicidad sólo en términos de marketing, conlleva una explicación parcial de esta actividad. Definir la publicidad exclusivamente como un instrumento de ventas o incluso identificarla solamente como una forma de comunicación persuasiva es simplificar la complejidad de su trama operativa.

La publicidad por medio de metáforas aporta a la confusión entre lo simbólico y lo real cuya frontera desaparece en la producción publicitaria. Las metáforas ayudan a expresar algo que resulta difícil de comunicar y, como en el caso de la fotografía que vuelve gráfica la metáfora, se establece una correlación entre el pensamiento abstracto y la visualización publicitaria.

Para entender la publicidad hay que admitir que es ante todo un artilugio cuyo objetivo es transformar los bienes económicos en entidades simbólicas. Solo de esa manera es posible comprender una gran parte de los comportamientos, de las actitudes y las respuestas del público ante la publicidad.

De manera semejante, para comprender la producción de valor económico relacionada con la creatividad y con la producción simbólica dentro del espacio productivo de la publicidad, es necesario analizar particularmente a quienes se desempeñan como creativos publicitarios, teniendo en cuenta su formación y sus trayectorias profesionales, para intentar descubrir la manera como se construye el valor creativo en el campo publicitario.

Existe una serie de relaciones que se dan en torno al valor y la legitimidad de la creatividad publicitaria, las cuales se distancian de las estrategias de mercado típicas del ámbito económico, vinculándose con espacios del arte en la concepción y generación de los productos publicitarios, así como a su reconversión a un valor económico, guiando y orientando las tendencias entre consumidores y productores.

La actividad publicitaria originalmente se preocupó por adornar las mercancías, pero, sin dejar esa misión inicial, se ha convertido con el paso del tiempo en un discurso que habla más de los usuarios que de los productos ofertados y que intenta interpretar, con formas de representación muy particulares, el universo simbólico de los consumidores.

Una gran modificación que se ha presentado en el campo publicitario en los últimos años, es la desvinculación de los departamentos de medios, convertidos en empresas con autonomía y con capacidad de manejar un gran volumen de inversión, lo cual cambió la lógica de producción del negocio publicitario. Las agencias de publicidad que ofrecen un servicio completo han dejado paulatinamente de ser el modelo preponderante.

Actualmente, casi ninguna agencia conserva su departamento de medios, es decir que el negocio de comprar espacio en los medios se convirtió en parte de una industria distinta. Pese a la importancia que cobran, en términos de volumen de negocios, las agencias de medios, el centro de la producción publicitaria se mantiene en las agencias de publicidad, donde prima la creatividad como lo específico del negocio. Allí, el rol del profesional creativo es el núcleo vital de una agencia, para la cual lograr tener un equipo competente de creativos determina sus posibilidades de éxito o de fracaso.

- La publicidad: ¿industria cultural o creativa?

Se entiende que las industrias culturales actúan directamente sobre las creaciones literarias, audiovisuales, musicales y artísticas en general, para hacerlas accesibles al público, mientras que las industrias creativas no tienen como fin exclusivo la puesta a disposición de las obras artísticas, sino que promueven la apreciación comercial de los valores culturales de un bien.

En este contexto, algunos sostienen que la publicidad no existe para dar a conocer una obra artística (musical o plástica) que en otras circunstancias no llegaría al público, ni la moda tiene como objeto directo la expresión cultural, sino que utilizan las manifestaciones culturales para dar un valor agregado a sus productos en función de la diferenciación y se convierten en un medio para transmitir otro tipo de objetivo económico.

La propia definición y medición de la noción de creatividad sigue siendo un tema discutible con respecto a su inclusión independiente dentro del campo cultural. Las industrias creativas involucran un rango más amplio que el de los tradicionales dominios artísticos e incluyen, por ejemplo, todas las industrias de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) o de investigación y desarrollo.

No obstante la discusión sobre si la publicidad es una creación artística o solo la utiliza para transmitir otro tipo de objetivo económico, la CSC de Colombia reconoce un ejercicio creativo y cultural en la configuración de los contenidos de los mensajes publicitarios, en cuanto son obviamente unas propuestas elaboradas con los instrumentos de la creación artística, que ya no sólo adoman y destacan las características de los productos ofrecidos, sino que afectan los comportamientos de los ciudadanos consumidores de tal manera que están relacionadas con la construcción de algunos imaginarios sociales y eventualmente en la adopción y afiliación en las diversas ideologías.

• Conceptos generales

Publicidad: es una técnica de comunicación que utiliza a los medios de difusión con objetivos comerciales, promoviendo y generando comportamientos y actitudes en los consumidores. Como es un proceso comunicativo, deben existir un emisor y un receptor. Entre estos dos existen otras entidades: las agencias de publicidad que crean los mensajes publicitarios, las agencias o centrales de medios que son las que planifican la difusión de los avisos y finalmente los medios de comunicación, quienes difunden el mensaje haciéndolo llegar a la audiencia.

La CSC tomando como base las definiciones bien conocidas en diferentes documentos, y con la certeza de no incurrir en postulados discutibles, propone las siguientes definiciones:

Agencia de publicidad: organización que genera contenidos publicitarios a solicitud de un anunciante que busca encontrar consumidores para sus bienes y servicios o eventualmente para difundir sus ideas.

Trabajo creativo de las agencias de publicidad: trabajo que hacen las agencias creativas es realizado generalmente por un director de arte, un redactor publicitario creativo y un departamento de diseño gráfico, cuya tarea principal consiste en la concepción y desarrollo del contenido de las campañas publicitarias.

Agencias o centrales de medios: entidades que gestionan las compras de espacios en los medios de comunicación. Hasta hace unas décadas y en procesos diferenciados en cada país, los departamentos de medios se encontraban siempre dentro de las agencias de publicidad o dentro de las empresas anunciantes (cuando era pertinente). Actualmente, lo más común es ver centrales o agencias de medios independientes que se dedican específicamente a la comercialización de las campañas publicitarias a partir de la intermediación entre los anunciantes, las agencias de publicidad y los medios de comunicación.

- La publicidad en la CSC

Como se mencionaba, la actividad publicitaria cubre diversos ámbitos, entre los que se destacan: el trabajo de creación y realización de los mensajes publicitarios y la ubicación de los mismos en los diferentes medios de comunicación.

Las actividades de la publicidad que cumplen con los criterios de pertenencia al campo cultural, como son los de "crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos"¹², son las relacionadas con la concepción y elaboración de los mensajes publicitarios, cuya labor ha quedado restringida a las llamadas agencias de publicidad, y que en adelante, en este documento, se denominará "Creación publicitaria".

Si bien es cierto que en Colombia, según la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP), las más grandes empresas del gremio publicitario están completamente diferenciadas entre catorce agencias creativas y once agencias de medios con sus funciones claramente diferenciadas e independientes, es también cierto que muchas empresas de menor tamaño pueden estar involucradas tanto en las labores creativas como en la ubicación de los mensajes en los medios de comunicación.

• Clasificación de actividades y productos

La clasificación utilizada es la CIIU Rev. 4 Adaptada para Colombia, en donde para éste sector solo la compone de 5 clases en su nivel más desagregado y son:

- 5820 Edición de programas de informática (software)
- 6201 Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas
- 7110 Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica
- 7310 Publicidad
- 7410 Actividades especializadas de diseño.

¹² Tomado de la definición del campo cultural del Manual del CAB para la implementación de las CSC.

Como se indicó anteriormente, actualmente solo se hace referencia a la clase 7310 Publicidad,

Y para los productos característicos de la clasificación CPC 2 Ver 2 A.C. Ver tabla 7.

• Fuentes de información

La única fuente de información utilizada por la CSC para la medición de los servicios de Diseño n publicitario, es la Encuesta Anual de Servicios (EAS), elaborada por el DANE, en la cual existe un módulo específico para los servicios de publicidad.

La EAS obtiene información sobre los ingresos, gastos, personal ocupado, remuneraciones y movimiento de activos fijos, de los servicios de hoteles y restaurantes, servicios auxiliares del transporte, comunicaciones, servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler, educación superior privada, salud humana privada, agencias de viajes, actividades de entretenimiento, publicidad y otros servicios, causados ¹³durante el año de referencia.

Por definición, los servicios son productos heterogéneos generados por demanda, sobre los cuales no aplica el derecho de propiedad por parte del usuario y no pueden ser negociados separadamente de su producción, como tampoco pueden ser transportados ni almacenados. En este sector se comercializa el derecho al uso de un servicio cada vez que éste sea requerido.

La EAS es una encuesta dirigida a las empresas dedicadas principal o exclusivamente a la prestación de los servicios en estudio. Sin embargo, cuando se trata de empresas que desarrollan actividades en más de un sector económico, es decir que existe multiactividad, se toma únicamente la parte de los servicios investigados.

Para obtener la Cuenta de Producción, el caso de la publicidad, se toman los ingresos causados por los servicios de planificación y creación. En tanto, que los de colocación de los anuncios publicitarios en los medios no se deben incluir como ingresos de la agencia los recursos que entrega el anunciante para el pago de los espacios de los medios de comunicación, las vallas y otros. Para la Cuenta de Producción, cuya actividad es la realizada por las AGENCIAS DE PUBLICIDAD exclusivamente, tampoco se toman los ingresos de las AGENCIAS DE MEDIOS, y mucho menos los pagos de la pauta publicitaria. Se toman las producciones secundarias de las agencias, pero esto no incluye lo mencionado en el párrafo en cuestión.

Se toman también los ingresos causados por servicios de planificación, creación y colocación de mensajes realizados a terceros que constituyen los ingresos obtenidos por trabajos realizados a agencias publicitarias diferentes a las unidades de la misma empresa.

¹³La causación se refiere a que los hechos financieros, económicos, sociales y ambientales deben reconocerse en el momento en que sucedan, con independencia del instante en que se produzca la corriente de efectivo o del equivalente que se deriva de estos. El reconocimiento se efectuará cuando surjan los derechos y obligaciones, o cuando la transacción u operación originada por el hecho incida en los resultados del período. Plan General de Contabilidad Pública 2007, Contaduría General de la Nación CGN. Párrafo 117.

Los ingresos por venta de mercancías, que se relacionan con la venta o reventa (venta sin transformación) de mercancías que tengan o no causalidad con el servicio que se ofrece, se incluyen separadamente.

Se excluyen también los servicios de impresión de material publicitario, el estudio de mercados, las actividades de relaciones públicas, asesoramiento empresarial en materia de gestión y publicidad por correo. En cuanto a los gastos, la EAS recoge información acerca de la estructura de los costos y gastos operacionales y de los diferentes gastos del personal ocupado.

Los gastos por la prestación del servicio son los costos en los que incurre la empresa para el desarrollo de sus actividades de servicios, diferentes a los causados por el personal ocupado, los servicios prestados por terceros y los costos por mercancías vendidas.

Los costos de los insumos para la producción de los servicios publicitarios se refieren al monto del valor de los materiales utilizados para la prestación del servicio de publicidad tales como: utilería e implementos de laboratorio para fotografía y materiales para elaboración de arte, entre otros.

La EAS del 2012 incluyó 153 empresas dedicadas a la prestación de servicios de publicidad, (agencias de publicidad) que ocuparon setenta y cinco o más personas o registraron ingresos anuales iguales o superiores a \$3.000 millones en dicho año, los cuales son los parámetros de inclusión para todos los años de la serie estudiada.

• Cuenta de producción para el sector de Diseño publicitario.

Para la elaboración de la cuenta de producción del servicio de Diseño publicitario, con base en la información del módulo de Publicidad de la EAS del DANE, se tuvieron en cuenta las siguientes definiciones:

- Ingresos operacionales: total de ingresos obtenidos por la prestación de los servicios objeto de estudio.

- Producción bruta: se define como la Diseño de servicios destinados a satisfacer directa o indirectamente las necesidades de las empresas y los hogares. Es igual a los ingresos operacionales menos los costos de la mercancía vendida.

- Consumo intermedio: es el valor de los bienes (excepto los de capital) y los servicios mercantiles consumidos por la unidad productora de servicios durante el período de la encuesta.

- Valor agregado: es el mayor valor creado en el proceso productivo de servicios por efecto de la combinación de factores.

- Coeficiente técnico: relación porcentual entre el consumo intermedio y la producción bruta.

• Balance oferta-utilización (BOU).

Para la elaboración del BOU del servicio de Diseño publicitaria se tomaron de la EAS, los siguientes datos:

- Producción: se toma diferencia entre el total de los ingresos operacionales, la producción bruta y los ingresos por los servicios prestados. Este último valor corresponde, en este caso, a la producción de los servicios de Diseño publicitaria y por tanto es el valor de la producción para el BOU del producto en estudio.

- Importaciones: los datos de importaciones, así como los de las exportaciones, se tomaron del estudio sobre Comercio Exterior del DANE.

- Consumo intermedio: en el BOU del servicio de Diseño publicitaria, por la inexistencia de otros usos diferentes al consumo intermedio y las exportaciones, el consumo intermedio se obtiene por la diferencia entre el total de la oferta menos las exportaciones. Para este producto el consumo intermedio es el mayor de los valores en los usos del servicio de Diseño publicitaria, puesto que las empresas anunciantes son las más interesadas en este servicio y por lo tanto los mayores usuarios.

2. 2. 3. 8. Artes visuales

• Conceptos generales

Las artes visuales engloban las tradicionales artes plásticas, entre las que se incluyen dibujo, pintura, grabado y escultura, así como las expresiones que incorporan nueva tecnología orientada al arte o elementos no convencionales, y su mayor componente expresivo es visual, también llamado arte de los nuevos medios entre los que se incluyen:

- Fotografía
- Videarte
- Arte digital
- Net.art
- Fanart

Así como otras expresiones de aparición en el arte del siglo XX como:

- Instalación
- Intervención
- Land Art
- Arte ambiental
- Arte efímero

- Arte postal
- Arte urbano
- Arte público
- Arte cinético

Otras disciplinas artísticas como las artes escénicas poseen dimensiones compartidas con las artes visuales, por lo que estas definiciones no son estrictas y se consideran también en el campo de las artes visuales expresiones como:

- Performance
- Arte de acción
- Happening
- Fluxus
- Arte interactivo
- Caligrafía
- Grafiti.

El Ministerio de Cultura de Colombia, el Instituto de Políticas de Desarrollo IPD, el Observatorio de Cultura y Economía, el Departamento de Artes Visuales de la Pontificia Universidad Javeriana realizaron el estudio: CARACTERIZACIÓN DE CADENAS PRODUCTIVAS DE LAS ARTES PLÁSTICAS Y VISUALES, Estudio para Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla. (Diciembre 15 de 2011.)

Este estudio se centró en las prácticas artísticas de mayor actividad en el último lustro en Colombia. Es decir, en aquellas prácticas que más presencia han tenido en eventos de importancia y relieve nacional tales como el Salón Nacional de Artistas, los Salones Regionales, las Bienales, los Premios, las Curadurías, los Concursos, las Investigaciones, los Talleres, las Residencias y las Exposiciones. Este ejercicio se concertó con las personas delegadas por el Ministerio para el seguimiento del presente estudio. El estudio tiene como objetivo la caracterización de cinco prácticas artísticas dentro del campo cultural de las artes plásticas y visuales. Esta caracterización asume los siguientes puntos de diseño metodológico y conceptual:

1. Se toma como marco de análisis el enfoque de cadena productiva, entendiendo por ésta el proceso de agregación de valor económico y cultural a través de la relación entre diferentes actores identificados y ubicados dentro de eslabonamientos o unidades de agregación de valor.
2. Se considera que el eslabón articulador de las cadenas productivas de las artes plásticas y visuales es el eslabón de la Diseño –producción, y desde esta perspectiva la caracterización de las cinco prácticas artísticas (pintura, dibujo, instalación-escultura, video y fotografía) se hace con énfasis y enfoque en el artista como creador y/o productor de obras.
- 3) El enfoque de cadena productiva obliga a una mirada complementaria de otros actores –eslabones- que participan en la creación de valor. Por lo tanto, se identifican directores de museo, curadores, galeristas, directores de espacios alternativos, gestores académicos, e investigadores, para a través de entrevistas indagarlos por el funcionamiento de la cadena productiva de las artes plásticas y visuales, y temas conexos.
- 4) Las cadenas productivas no se construyen en un vacío institucional y por lo tanto se indaga por diferentes dimensiones de apoyo al funcionamiento y agregación de valor, como por ejemplo la formación, la financiación o la información, entre otras. Todas las dimensiones de apoyo son sujetos de política pública.
- 5) El sentido final de la caracterización es la identificación de elementos para la formulación de políticas públicas que promuevan un mejor eslabonamiento en las cadenas estudiadas y por supuesto, una mayor agregación de valor económico y cultural.

El estudio se realizó para el Ministerio de Cultura dentro del ejercicio de pensar el campo cultural en articulación al campo económico. Esta búsqueda de nuevos sentidos para la formulación de política, ha derivado en la constitución del Observatorio de Cultura y Economía que en la actualidad se coordina desde el Ministerio de Cultura y el Convenio Andrés Bello.

Se identificaron las siguientes prácticas como las de mayor actividad y visibilidad del quehacer artístico contemporáneo en Colombia:

- Prácticas pictóricas
- Prácticas fotográficas
- Prácticas de dibujo
- Prácticas instalativas y escultóricas
- Prácticas videográficas

• Prácticas pictóricas

Esta práctica implica la posibilidad de emplear el dispositivo pictórico ya sea de manera convencional o de forma experimental redefiniendo sus alcances y fronteras. En cualquier caso, se trata de indagar en las potencialidades expresivas y significativas del dispositivo en varios momentos del proceso, haciendo énfasis en una o varias de estas etapas de producción:

- a) En el momento de la concepción y ejecución de la obra
- b) En los procesos de circulación
- c) En los procesos de interpretación cultural
- d) En los procesos de apropiación cultural
- e) En los procesos mixtos que imbrican varios de los momentos señalados.

• Prácticas fotográficas

Esta práctica puede emplear el dispositivo fotográfico ya sea de manera convencional o experimental, redefiniendo sus alcances y fronteras. En cualquier caso, se trata de indagar en las potencialidad expresivas y significativas del dispositivo en varios momentos del proceso, haciendo énfasis en una o varias de estas etapas de producción del evento fotográfico: 1) en el momento del registro; 2) en el proceso de la toma; 3) en los procesos de revelado; 4) en los procesos de circulación; 5) en los procesos de interpretación cultural; 6) en los procesos de apropiación cultural; o 7) en los procesos mixtos que imbrican varios de los momentos señalados

• Prácticas de dibujo

Esta práctica puede hacer uso de las diversas posibilidades del dibujo, ya sean las más tradicionales y convencionales, así como las más experimentales. Se produce un espectro muy amplio de posibilidades en muchas ocasiones redefiniendo sus alcances y fronteras.

Se hace énfasis en una o varias de las siguientes etapas de producción: 1) en el proceso de la concepción y creación; 2) en procesos de apropiación y remezcla de materiales preexistentes; 3) en procesos de combinación; 4) en procesos de circulación; 5) en procesos de interpretación cultural; 6) en procesos de apropiación cultural; y 7) en procesos mixtos que imbrican varios de los momentos señalados.

• Prácticas instalativas y escultóricas

Estas prácticas exploran y reflexionan sobre las múltiples posibilidades estéticas, afectivas, políticas y culturales del espacio, de la arquitectura, de la materia, de la historia y de los usos de los emplazamientos. Las prácticas instalativas en muchas ocasiones pueden extenderse a la participación colectiva y social por parte de una comunidad (escultura social). Los materiales y técnicas susceptibles de ser empleados para el desarrollo de un proyecto instalativo o escultórico, dependerán ampliamente del propósito y contexto del mismo.

• Prácticas videográficas

Estas prácticas pueden emplear el dispositivo videográfico ya sea en forma documental, de manera experimental, o ficcional. En cualquier caso, se trata de indagar en las potencialidades expresivas, transgresivas, poéticas y significativas del dispositivo en varios momentos de su acción. Incluye la construcción de formatos híbridos ficcionales o experimentales. La práctica, teniendo en su base una relación profunda con los medios de comunicación de masas y con la cultura popular, ha llevado a cabo tergiversaciones de esas fronteras frágiles.

Imagen 5. Cadenas productivas de las prácticas artísticas

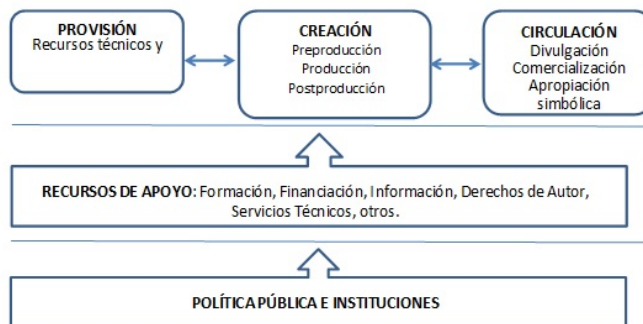


Imagen 6. Eslabones de la cadena de las artes visuales que debe medir la CSC



• **Clasificación de actividades y productos**

Para el segmento de las Artes visuales y plásticas, está compuesta por dos clases de la CIU REV 4 A.C.:

- Clase 7420 Actividades de fotografía
- Clase 9005, «Artes plásticas y visuales».

En la tabla 7, se relacionan los productos o subsegmentos de las artes visuales, están basados en la Clasificación de productos, CPC Ver 2 A.C., y están compuestos por 7 subclases.

• **Fuentes de información**

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN) con base en las declaraciones de renta y complementarios de las personas jurídicas y naturales, elabora un reporte de ingresos y gastos operacionales por clase CIU Revisión 4, en cuya adaptación para Colombia se discriminaron las artes.

• **Cuentas de producción**

Para la elaboración de la cuenta de producción de las artes visuales, con base en las declaraciones de renta y complementarios de las personas jurídicas y naturales elaboradas por la DIAN, se tuvieron en cuenta las siguientes definiciones:

Ingresos operacionales: total de ingresos obtenidos por la prestación de los servicios objeto de estudio.

- Producción bruta: se define como la creación de servicios destinados a satisfacer directa o indirectamente las necesidades de las empresas y los hogares. Es igual a los ingresos operacionales menos los costos de la mercancía vendida.
- Consumo intermedio: es el valor de los bienes (excepto los de capital) y los servicios mercantiles consumidos por la unidad productora de servicios durante el período de la encuesta.
- Valor agregado: es el mayor valor creado en el proceso productivo de servicios por efecto de la combinación de factores.
- Coeficiente técnico: relación porcentual entre el consumo intermedio y la producción bruta.

• **Balance oferta-utilización (BOU)**

Para la elaboración del BOU de las Artes Visuales, se tomaron de la producción reportada por la DIAN, con referencia a los siguientes conceptos:

- Producción: se toma el total de los ingresos operacionales
- Importaciones: Los datos de importaciones, así como los de las exportaciones, de Comercio Exterior del DANE.
- Consumo final de los hogares: en el BOU de las artes visuales, por la inexistencia de otros usos diferentes, el consumo final de los hogares se obtiene por la diferencia entre el total de la oferta menos las exportaciones.

2. 2. 3. 9. Creación literaria, musical, teatral y audiovisual

• **Conceptos generales**

La creación está presente desde el momento de concepción de la idea (obra prima) hasta la puesta a disposición del producto característico o conexo al público. El proceso de creación es singular y diferente del resto de procesos de interpretación y transmisión, lo cual justifica la definición de un segmento especial.

Dada su transversalidad en el resto de sectores del campo cultural, se busca con este ejercicio visibilizar los efectos económicos generados por aquellas obras literarias, musicales y teatrales que son capaces de activar los procesos de producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación cultural de productos del sector editorial, musical, audiovisual, escénico y patrimonial.

La Guía Metodológica para la Implementación de las Cuentas Satélite en Iberoamericana, elaborada por el Convenio Andrés Bello, sugiere la valoración del segmento a través de 2 aproximaciones. La primera es por los ingresos económicos generados para el autor a través de licencias de uso o cesiones de derechos patrimoniales a terceros para la producción, difusión y transmisión de las creaciones, para lugares, formatos y tiempos determinados, y la segunda aproximación es por los activos económicos que representa para el autor la titularidad de sus derechos patrimoniales, en términos de stock de capital. Valoración de las obras primas como activos fijos intangibles.

La titularidad de las creaciones literarias, musicales y teatrales, de acuerdo a la normativa del Derecho de Autor concede dos tipos de derechos, los morales y los patrimoniales.

En el caso específico de Colombia, la valoración se enfoca en la primera aproximación anteriormente mencionada, es decir, en la valoración de los ingresos por derechos de autor. Nuestro país cuenta con información más acertada y concreta de registros por derechos de autor, gracias a la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), una unidad administrativa especial del Ministerio del Interior, y con los estados financieros de las principales Sociedades de Gestión Colectiva.

Los ingresos económicos producidos por las licencias de uso y los contratos de cesión de derechos efectuados directamente por el autor de las obras primas con terceros se incluyen en el sector de la creación literaria, musical y teatral.

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

• Valoración de los ingresos por derechos de autor.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual la expresión "derecho de autor se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que se prestan a la protección por derecho de autor van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos", la Cuenta Satélite de Cultura se encarga, por el momento, de las obras literarias, musicales, teatrales y audiovisuales.

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

Estas condiciones implican que los autores permiten el uso o ceden los derechos de explotación de sus obras por tiempos, lugares y formatos determinados, pero no renuncian a la posesión de la obra, por lo que independientemente de que la obra se encuentre o no sujeta a una licencia de uso o contrato de cesión de derechos, como bien de capital le representa a su creador un activo sujeto a valoración económica, durante los tiempos que estime la ley de cada país antes que dichas obras pasen a ser de dominio público.

• Clasificación de actividades y productos

La CIIU Rev 4 A.C. Para el segmento de creación está conformado por:

- **9001 Creación literaria.** Esta clase incluye: Las actividades de generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos ya conocidos, elaborados por escritores de todos los temas, incluyendo obras de ficción y literatura científica y técnica, textos para piezas de teatro, entre otros.
- **9002 Creación musical.** Esta clase incluye: Las actividades de composición musical, en relación con la concepción de una pieza musical. Abarca la creación que se estructura desde la tradición occidental de la música clásica hasta la creación menos rígida como es la composición de la música popular.
- **9003 Creación teatral.** Esta clase incluye: Las actividades de elaboración y adaptación de contenidos en la rama del arte escénico previos a la producción o montaje, relacionados con la actuación y representación de historias frente a una audiencia usando una combinación de discursos, gestos, escenografía, coreografía, música, sonido, danza y espectáculo.
- **9004 Creación audiovisual.** Esta clase incluye: La creación de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, especialmente para el cine, la televisión, la radio, animación digital y videojuegos, entre otros, independientemente del soporte utilizado (film, video, video digital) y del género (ficción, documental, publicidad, entre otros).

Anterior a la CIIU Rev. 4 adaptada para Colombia, estas actividades estaban contenidas en una única partida, la 9214, definida como Actividades Teatrales, Musicales y Otras actividades Artísticas. La desagregación a 4 partidas permite una mejor recolección de la información de algunas fuentes que se van a mencionar más adelante.

Para el caso de los productos, en este sector se consideran los montos generados por licencias de uso y contratos de cesión de derechos de explotación económica que efectúan titulares de derechos de autor con intérpretes y ejecutantes, para la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de sus obras primas. De acuerdo a la Clasificación de Productos Revisión 2, esta aproximación al sector incluye lo relacionado en la tabla 1.

Productos específicos del sector de Creación, CPC Rev. 2 A.C.:

- 73320 Servicios de concesión de licencias para el derecho de uso de obras originales literarias, artísticas y de entretenimiento
- 73390 Servicios de concesión de licencias para el derecho de uso de otros productos de propiedad intelectual
- 96320 Servicios de autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto los artistas intérpretes
- 96330 Servicios de autores, compositores y otros artistas de obras originales, excepto artistas intérpretes, pintores y escultores

• Fuentes de Información.

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN): La información tomada de la DIAN es la referente a los archivos de las declaraciones de renta y complementario de personas jurídicas. Se analiza la información de las actividades 9001, 9002, 9003 y 9004 de ingresos operacionales – referente de producción, y gastos operacionales administrativos y de ventas – referente para consumo intermedio.

Recaudos de la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia, SAYCO: SAYCO provee al Equipo de Cuenta Satélite de Cultura del Ministerio de Cultura información de recaudo desagregada. Las sociedades de gestión colectiva, como SAYCO, entendidas como las instituciones creadas por los autores para gestionar sus derechos patrimoniales, cuentan con complejos sistemas de información que les permiten identificar los montos que deben recaudar por concepto de derechos de comunicación al público y distribución.

• Cuenta de Producción Creación literaria, musical, teatral y audiovisual

Entre los años 2005 y 2014, se usan los datos por concepto de recaudo de SAYCO. Se descuentan de estos conceptos de recaudo los rubros de ingresos varios y rendimientos financieros. Estos datos se comparan con las cifras de ingresos operacionales por parte de la DIAN.

Considerando que la CIIU Rev. 4 A.C. empieza su adaptación en Colombia en 2012, antes de este año no es posible encontrar información en la DIAN para la creación literaria, musical, teatral y audiovisual, pues se encontraba toda unida en las actividades 9214, Actividades Teatrales, Musicales y Otras actividades Artísticas. Una vez inicia la adaptación en Colombia, vemos una serie en la DIAN inestable, y dado que no podemos ingresar a los registros individuales de la DIAN porque están protegidos por la Reserva Tributaria, se decidió utilizar los datos del recaudo.

Los resultados de los años 2005 al 2014, se hizo una comparación entre ambas fuentes, DIAN y SAYCO, la primera reporta información sobre los ingresos operaciones y la otra no suministra información sobre recaudos, se aplicaron las participaciones de cada segmento de creación al monto total de las actividades relacionadas en la 9214.

A partir del 2015, se hizo un ejercicio de comparación de datos con las Sociedades de Gestión Colectiva, y se determinó utilizar exclusivamente la fuente DIAN.

Para la elaboración de la cuenta de producción de las actividades de creación, con base en el reporte de ingresos y gastos compilado a partir de las declaraciones de renta y complementarios de las personas jurídicas y naturales, elaboradas por la DIAN, se tuvieron en cuenta las siguientes definiciones:

- **Ingresos operacionales:** total de ingresos obtenidos por la prestación de los servicios objeto de estudio.
- **Producción bruta:** se define como la creación de servicios destinados a satisfacer directa o indirectamente las necesidades de las empresas y los hogares. Corresponde a:
- **Producción Bruta:** Ingresos operacionales - costos de la mercancía vendida.
- **Consumo intermedio:** es el valor de los bienes (excepto los de capital) y los servicios mercantiles consumidos por la unidad productora de servicios durante el periodo de la encuesta.
- **Valor agregado:** es el mayor valor creado en el proceso productivo de servicios por efecto de la combinación de factores.

• **Balances Oferta Utilización Creación literaria, musical, teatral y audiovisual**

Para la elaboración de este cuadro se tomó la información sobre la producción de productos característicos, obtenida en las cuentas de producción de las actividades correspondientes. Esta información se encuentra distribuida en el Balance Oferta Utilización en producción por el lado de la oferta y consumo intermedio por el lado de la demanda.

El proceso de creación es el insumo fundamental para que se desarrollen el resto de sectores del campo cultural, por ende, identificarlo como consumo intermedio en el Balance Oferta Utilización está indicando que este "activo intangible" que necesita transitar por un proceso de transmisión para poder ser compartido por otros, es un consumo intermedio de otras actividades.

• **Cuadro del Gasto Creación literaria, musical, teatral y audiovisual**

Esta cuenta se construye a partir de la identificación del gasto total de los agentes en la economía por producto cultural y quiénes son los financiadores y beneficiarios de este gasto. En el caso particular de creación literario, musical, teatral y audiovisual, se observa que los beneficiarios se distribuyen entre los demás agentes residentes, al igual que los financiadores.

2. 2. 4. Revisión y análisis de resultados generados

Una vez realizado en común acuerdo con el Ministerio de Cultura, la selección de los segmentos que serán objeto de medición, en el período o serie 2005 y hasta año n-1 (en donde n: Corresponde al año calendario vigente y -1 es decir resultados del año anterior al año calendario) y realizado los procesos establecidos previos de: Definición de las fuentes de información, validación de las fuentes, Método de cálculo a utilizar, llegamos finalmente al proceso de Revisión y análisis de resultados, como se detalla en el "DISEÑO DE MÉTODOS Y MECANISMOS PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD"; se realizan cálculos de tasas de participación, tasas de crecimiento, contribución, gráficos, información de contexto relacionada, entre otros procedimientos, con el fin de observar el comportamiento de los segmentos en el o los años de resultados presentados.

Consolidados los resultados de la Cuenta de Producción, Balances oferta Utilización_ BOU, Cuadro del Gasto y su financiación, de cada uno de los segmentos calculados y por cada uno de los profesionales del grupo de trabajo de la CSC, se procede a realizar una presentación preliminar a las Coordinaciones del Ministerio de cultura y de las Cuentas satélites del DANE (Comité Interno), por parte de cada uno de los investigadores encargados de los cálculos.

Recibido la aprobación de la consistencia y coherencia de los resultados en el comité interno, se procede a la realización de un boletín de prensa que es presentado ante un grupo interno DANE, dedicado para esta labor, quienes de igual forma pueden dar o no Visto Bueno de los resultados, considerando un posible reproceso.

Con el Visto bueno del comité de revisión del boletín (DANE), se procede a realizar el comité externo, en donde se presentan los resultados a las instituciones interesadas y/o proveedores de información.

Finalmente y surtido los protocolos institucionales establecidos, se publica según el día y hora programados por el grupo de trabajo de la CSC.

2. 2. 5. Método general de cálculo_Indicadores No Monetarios

2. 2. 5. 1. Matriz de trabajo del campo cultural

La matriz de trabajo del campo cultural tiene como objetivo proporcionar información sobre los puestos de trabajo equivalente a tiempo completo (PTETC) por segmentos del campo cultura, así como las horas promedio trabajadas, y el balance oferta demanda de trabajo equivalente a tiempo completo donde encontramos un saldo que corresponde al trabajo no observado.

- Puestos de trabajo: Corresponde a una actividad laboral que puede ser realizada por una persona (tareas y objetivos), bajo una estructura (funciones y responsabilidades), y un entorno físico y social de la actividad (condiciones ambientales, autoridad, relaciones formales, retribuciones,) a cambio de remuneración, durante un periodo definido o hasta nuevo aviso. ** Metodología OIT

Para la elaboración de la matriz de trabajo se divide en tres partes: La construcción de la oferta laboral; construcción de la demanda laboral; y el cálculo del trabajo no registrado (balance oferta y demanda laboral).

• La oferta laboral tiene como fuente principal, la Gran Encuesta Integrada de Hogares, y dentro de esta, específicamente los módulos de ocupados y de otras actividades y ayudas a la semana. A partir de estos módulos, se obtuvo toda la información sobre el número de personas y horas efectivamente trabajadas cuyo trabajo produce bienes y servicios comprendidos en la frontera de producción del Sistema de cuentas Nacionales, clasificadas por primer empleo. Las variables tomadas de la GEIH son:

- Clase (4 dígitos) CIU Rev 4 A.C relacionadas a los segmentos del campo cultural (Tabla 6)
- Categoría ocupacional: se clasifico entre asalariados e independientes (según la definición del SCN-2008).
- Sexo: hombres y mujeres
- Horas efectivamente trabajadas. Tiempo dedicado a la realización de actividades que contribuyen a la producción de bienes y servicios dentro de la frontera de producción del SCN. Para este ejercicio utilizamos las horas efectivamente trabajadas que corresponde a una sencilla formula:

$$\text{Horas efectivas trabajadas} = \text{Horas trabajadas} + \text{horas Extras} - \text{horas de ausencia.}$$

- Puestos de trabajo equivalente a tiempo completo: Número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo. Mide la intensidad del factor trabajo utilizado en un proceso productivo. Para obtener el PTECT, se toma las horas efectivas trabaja y se divide por las horas establecidas por ley para Colombia, que en este caso son 48 horas, por categoría ocupacional y por sexo.
- Coeficiente de ajuste por rama: el objetivo del cálculo del coeficiente, es verificar cuales actividades CIU 4 A.C., culturales, cumplen exactamente con las 48 horas semanales establecidas por la legislación laboral Colombiana, es decir, si el resultado es igual= 1 cumple exactamente y es <1 Labora menos de las 48 horas y si es >1, trabaja más de las 48 horas semanales. Igualmente este resultado se obtiene por categorías ocupacional y sexo primer empleo.
- Oferta Total: Por último, para hallar los resultados de la oferta laboral Total, se consolidaron los resultados del Trabajo Equivalente a tiempo completo_TETC, del empleo directo y del trabajo no remunerado en términos de promedio de horas semanalmente trabajadas, para los asalariados e independientes y agrupados por segmentos del campo cultura, de acuerdo a las CIU 4 AC, consideradas como culturales, (Tabla 6).

• Demanda laboral: Para la construcción de la demanda laboral, se realizó la recolección de la información y el análisis de los trabajos a tiempo completo y las horas efectivamente trabajadas, por las actividades económicas (Nivel de clase) consideradas culturales al igual que la oferta laboral, discriminando por la categoría ocupacional.

Las fuentes de información utilizadas para obtener el empleo desde la demanda, corresponden a las Encuestas económicas realizadas por el DANE, y a registros administrativos.

Las encuestas Económicas o módulos del DANE utilizadas son:

- Encuesta Anual Manufacturera _EAM
- Encuesta Anual de Servicios _EAS
- Encuesta EDUC_ para la educación formal
- Micronegocios_ modulo obtenido de la GEIH

Las fuentes de información externas al DANE, quienes nos facilitan registros administrativos:

- Museo Nacional de Colombia
- Ministerio de Educación
- Superintendencia de sociedades.
- Ministerio de Cultura
- Entre otras fuentes

• Balance oferta- Demanda laboral (TNO): La última etapa de construcción de la matriz de trabajo es la confrontación del trabajo de la oferta y de la demanda laboral. Lo que se busca es comparar los totales de trabajos equivalentes a tiempo completo de la oferta y de la demanda, y el saldo obtenido se denomina trabajo no registrado. Este representa el nivel de ocupación que no es captado por las encuestas económicas, registros administrativos, Censos, o por la información suministrada por entidades públicas, Ministerios y Superintendencias, de manera que si no se utilizará la matriz de empleo, quedarían por fuera de los cálculos de las cuentas nacionales.

Teniendo en términos de TETC la oferta laboral (es decir, los trabajos equivalentes a tiempo completo obtenidos para primer), y la demanda laboral (es decir, el trabajo registrado), y el saldo no registrado (es decir, la diferencia entre estas dos), se procedió en la construcción de los cuadros de salida. La matriz de trabajo es una subsecuencia de matrices computa por una sub-matriz de la oferta laboral, una sub-matriz de la demanda laboral, y una sub-matriz del saldo de trabajo no registrado.

$$\text{Oferta laboral} - \text{demanda laboral} = \text{trabajo no registrado (TNR)}$$

Notas Aclaratorias:

- No se mide el trabajo secundario, dado que no se cuenta con la actividad económica para caracterizar este tipo de trabajo.
- No se mide el trabajo no remunerado,
- Para poder obtener información de trabajo del campo cultural, de los Segmentos: Artes Visuales, Música, Artes Escénicas, y creación, fue preciso reagrupar esos 4 segmentos para un mayor nivel de representatividad cultural.

Agrupación Segmentos campo cultural_ Matriz de trabajo del campo cultura
Diseño
Juegos y juguetes
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación *
Audiovisuales
Libros y publicaciones
Educación Cultural
Patrimonio Material
Patrimonio Inmaterial

Elaboró: Grupo Trabajo CSC
* Segmentos reagrupados

• **Cuadros de salida:** se presentan los siguientes cuadros de salida; cada uno de ellos contiene los segmentos del campo cultural calculados y la CIIU Rev. 4 A.C respectiva.

- Trabajos equivalentes a tiempo completo - TETC, por segmentos del campo cultural, Categoría ocupacional y por sexo
- Trabajos equivalentes a tiempo completo - TETC, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional, Hombres
- Trabajos equivalentes a tiempo completo - TETC, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional, Mujeres
- Balance Oferta -Demanda
- Promedio de horas semanales trabajadas por segmento del campo cultural y categorías ocupacionales
- Promedio de horas semanales trabajadas por segmento del campo cultural y categorías ocupacionales, Hombres
- Promedio de horas semanales trabajadas por segmento del campo cultural y categorías ocupacionales, Mujeres
- Horas trabajadas, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional y por sexo
- Horas trabajadas, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional, Hombres
- Horas trabajadas, por segmentos del campo cultural, categoría ocupacional, Mujeres
- Relación de fuentes registradas en oferta y demanda para cálculo de la Matriz de Trabajo del campo Cultural

2.3. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS INFORMÁTICAS UTILIZADAS

La estadística básica suministrada por las diferentes fuentes de información, es procesada y consolidada en cuadros EXCEL.

Los resultados producto de los cálculos de los sectores seleccionados se realizan de manera práctica y no requieren por ahora de un programa informático avanzado, pero a futuro se pretende actualizar los datos a los años de referencia de manera ágil y automática. Actualmente la información disponible para los sectores calculados, inician en el año 2005, resultados que se deben estar actualizando año a año.

En los Productos e instrumentos de difusión, se puede observar los 3 cuadros que se presentan por cada uno de los sectores y estos cuadros corresponden a la Cuenta de Producción, Balance oferta utilización y los cuadros del Gasto. Los cálculos previos se realizan en los computadores de cada sectorialista encargado del sector respectivo, quien realiza el procesamiento del mismo.

Una vez terminados los respectivos procesos de cálculo de los resultados definitivos por segmento del campo cultural, esta información es consolida y en el equipo de cómputo del coordinador del Cuentas satélites. Adicionalmente cada sectorialita realiza un backup de la información y es consolidado por el ingeniero de sistema encargado del área.

2.4. DISEÑO DE MÉTODOS Y MECANISMOS PARA EL CONTROL DE LA CALIDAD

2.5. DISEÑO DEL ANÁLISIS DE RESULTADOS

La CSC está conformada actualmente por doce sectores que son: creación literaria, musical, teatral, etc.; libros y publicaciones; artes escénicas y espectáculos artísticos; artes plásticas y visuales; audiovisual; producción y edición musical; diseño; juegos y juguetería; patrimonio material; patrimonio natural; formación artística; Diseño_ Diseño publicitario (este último segmento se realizó por requerimiento del gremio UCEP, quienes estaban interesados en ver el comportamiento económico del sector en particular).

A la fecha hay resultados de los siguientes sectores: editorial, audiovisual, producción y edición musical, juegos y juguetería, patrimonio natural, formación artística, creación publicitaria, artes escénicas y espectáculos artísticos. Por lo anterior no se han establecido los mecanismos de control de la calidad para todos los segmentos culturales, se realiza control de la consistencia de los datos, que sean coherentes y consistentes con la serie de años trabajados y con el sector respecto al mismo sector en el marco central, para los sectores calculados.

Durante todos los diferentes procesos de la operación estadística de cálculo de los resultados de los segmentos para obtener los cuadros definitivos, se realizan seguimiento y control que aseguren la calidad de los resultados. Estos controles corresponden a los cálculos de las tasas de crecimiento en la serie de años estudiados, con el objeto de establecer la consistencia de los datos en cada uno de los años, así como el comportamiento en el tiempo de cada una de las actividades y productos investigados, y las participaciones de estos productos y actividades dentro del segmento cultural respectivo, y con relación al total de la economía.

2.5.1. Análisis estadístico

2.5.1. Análisis estadístico

Los controles de calidad establecidos con respecto a la información básica trabajada en términos de la confiabilidad, cobertura, oportunidad de los resultados, se aplican de manera parcial, dado que la cuenta satélite de cultura está en construcción y no se tiene cubierto todo el alcance que tiene la investigación. Actualmente se miden para los sectores publicados, de la siguiente manera:

Confiabilidad: se analiza en la coherencia y consistencia de los datos enviados por la fuente de información.

Cobertura: corresponde a obtener toda la información suministrada de las fuentes de información relacionadas en la tabla de fuentes por segmento cultural para la realización de los cálculos respectivos a cada sector

Oportunidad: este indicador se mide con respecto a la programación anual establecida en la dirección, basados en el SPGI (Sistema de Apoyo a la Gestión Institucional)

Para estos indicadores se construirá una guía de procedimiento de cálculo, una vez se hayan cubierto todos los segmentos culturales establecidos en el Manual del CAB.

En cuanto a los resultados obtenidos, la CSC solamente realiza análisis desde la perspectiva de la estadística descriptiva, y que tienen que ver con la recolección, ordenamiento, análisis y representación del conjunto de datos, con el propósito de elaborar una descripción apropiada de sus características básicas. Por ser un ejercicio de estadística derivada, no se realizan análisis desde el punto de vista de la estadística inferencial.

2.5.2. Análisis del contexto

Se realiza una vez calculados los datos y observando el comportamiento de los mismos en la serie de años calculada, y de igual manera remitiendo a las fuentes de información según sea necesario para justificar las diferentes variaciones presentadas durante el proceso.

El análisis de contexto también se basa en los sectores económicos calculados en el marco central y se analiza que la información guarde consistencia con lo calculado en la CSC, de lo contrario, se realiza las respectivas correcciones o justificaciones según sea el caso.

2.5.3. Comité de personas expertas

Atendiendo a los lineamientos establecidos por la institución, se realiza dos comités, uno corresponde al comité interno, con personal invitado de las diferentes áreas técnicas del DANE, asesores de las direcciones y de subdirección, así como demás áreas de apoyo. Este comité tiene como objetivo realizar un ejercicio de validación tanto de la información básica utilizada y de su tratamiento, así como de la consistencia de los resultados con respecto a otras investigaciones elaboradas por el DANE.

El comité externo tiene un tiempo mínimo para su ejecución, y se debe llevar a cabo poco antes de la publicación, y para su realización se convoca al mayor número posible de agentes e instituciones involucrados en el desarrollo de las actividades relacionadas estudiadas, con el propósito de hacer una validación de las fuentes trabajadas y del tratamiento de los datos aportados por estas, y de la consistencia de los resultados de la CSC con estudios elaborados por los gremios y por académicos sobre los temas respectivos.

2.6. DISEÑO DE LA DIFUSIÓN

Se realiza según los procedimientos establecidos en el Sistema Integrado de Gestión Institucional, para el proceso de difusión estadística, de igual forma cumplir con la programación de publicación y los formatos diseñados para dicho proceso. La frecuencia de publicación de los segmentos culturales es anual.

2.6.1. Administración del repositorio de datos

El almacenamiento, mantenimiento y difusión de los datos, se realiza mensualmente en un espacio dispuesto en el servidor para la Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales, cuyo proceso es centralizado por la oficina de sistemas de la entidad.

2.6.2. Productos e instrumentos de difusión

El diseño y publicación de resultados, ya fueron enunciados en el numeral 2.1.5, en donde se indica los 3 cuadros de resultados publicados por cada uno de los segmentos culturales y sus respectivos productos o subsectores.

Por cada segmento cultural se presentan 3 cuadros de resultados, y que corresponden a la cuenta de producción, BOU y el cuadro del Gasto y su financiación. Los resultados tiene como base 2005, que es corresponde al Marco de referencial de las cuentas nacionales. En esta ocasión se tiene una serie de años, iniciando en 2005.

Las publicaciones se ciñen a los procedimientos en el sistema de gestión de calidad establecidos por la Dirección de Difusión y Mercadeo, y que de acuerdo con los requerimientos de publicación, estos resultados van acompañados de una revisiones por la Dirección, subdirección y los documentos como el boletín de prensa y un comunicado de prensa.

En la siguiente tabla se observa los 8 segmentos culturales y los subsegmentos predeterminados en el Manual, así como los productos y actividades se calcularon, teniendo en cuenta la respectiva clasificación económica y los productos relacionados.

El medio de difusión de los resultados de los sectores de la CSC se encuentran en la página web institucional del DANE, ejecutando el siguiente enlace:

www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-satelite/cuenta-satelite-de-cultura-en-colombia/cuenta-satelite-de-cultura-2005-2016.

Del link anterior se selecciona el segmento de interés. Por ejemplo, el sector edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas.

Estos datos para los sectores seleccionados, se actualizan anualmente y corresponden al año n-1, es decir el año n: es el año calendario vigente y -1 es decir 1 año antes del año calendario vigente.

Desde el Ministerio de cultura, puede encontrar información de la CSC, en cualquiera de los siguientes link:

- Página Emprendimiento Cultural: www.emprendimientocultural.mincultura.gov.co.
- Página Observatorio Cultura y Economía: www.culturayeconomia.org

2.7. PROCESO DE EVALUACIÓN

El diseño del proceso de evaluación se surte con todas las dudas, aclaraciones y recomendaciones recibidas durante la revisión de los datos por los diferentes grupos y comités participantes en la presentación de los resultados

De igual forma se realizan ajustes de acuerdo a los comentarios realizados en los respectivos comités (interno y externo).

3. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA

NO APLICA

4. GLOSARIO

Actividad cultural característica: actividad cultural característica es una actividad productiva cuya Producción típica es un producto cultural característico (Manual del CAB).

Activo fijo tangible: activos fijos que comprenden: las viviendas; los otros edificios y estructuras; la maquinaria y equipo, y los activos cultivados. (SCN 2008).

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. . (SCN 2008).

Beneficiario de un gasto cultural: agente económico que se beneficia de este gasto, que haya o no pagado total o parcialmente por él. (Manual del CAB).

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. . (SCN 2008).

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. . (SCN 2008).

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:(SCN 2008).

- (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: incluye los servicios de consumo colectivos prestados por el gobierno general a la comunidad o a grandes secciones de la misma. (SCN 2008).

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. . (SCN 2008).

Cuadro de gasto: cuadro mediante el cual se presentan los gastos en cultura según beneficiarios y financiadores. (Manual del CAB).

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. (Manual del CAB).

Cuenta de producción: registra la producción como actividad económica por medio de la cual un productor utiliza insumos para obtener productos. . (SCN 2008).

Cultura (definición amplia): abarca los rasgos, creencias, convenciones, formas de convivencia, costumbres, imaginarios, sistemas de valores y prácticas simbólicas colectivas e individuales que prevalecen en un grupo. (Manual del CAB).

Cultura (definición operativa): conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos. (Manual del CAB).

Depreciación: 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. . (SCN 2008).

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. . (SCN 2008).

Empleo equivalente a tiempo completo: 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. . (SCN 2008).

Entidad de mercado: ofrece productos a precios económicamente significativos; entidades cuya producción está sometida a las fuerzas de la oferta y la demanda. . (SCN 2008).

Financidor: corresponde a los agentes que pagan por los bienes y servicios o transferencias recibidas por los beneficiarios. (Manual del CAB).

Gasto de consumo final del gobierno general y de las IPSFLSH: corresponde a una amplia gama de bienes y servicios de consumo, ya se trate de servicios colectivos o de ciertos bienes o servicios individuales. . (SCN 2008).

Gasto en cultura: este 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. (Manual del CAB).

Impuestos sobre la producción y las importaciones: estos 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. . (SCN 2008).

Impuestos 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. . (SCN 2008).

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. (Manual del CAB).

Industrias culturales: industrias 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. También se puede definir como "Las industrias culturales son aquellas que producen a escala industrial bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos, y utilizan como materia prima creaciones protegidas por derechos de autor". (Manual del CAB).

Ingreso mixto: corresponde al 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. . (SCN 2008).

Objetos valiosos: son los 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. . (SCN 2008).

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. (Manual del CAB).

Patrimonio cultural inmaterial: corresponde a prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y 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. (Manual del CAB).

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. (Manual del CAB).

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. . (SCN 2008).

Producto Interno Bruto (PIB): 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 adicionales los impuestos netos de subvención sobre los productos y sobre la producción. . (SCN 2008).

Principio de adquisición: 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. . (SCN 2008).

Principio del beneficiario: 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. (Manual del CAB).

Producto (cultural) característico: 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. (Manual del CAB).

Producto (cultural) conexo: producto que tiene un interés estudiar en un análisis económico de la cultura, sin que sea característico. (Manual del CAB).

Producto (cultural) conexo propiamente dicho: 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. (Manual del CAB).

Producto (cultural) auxiliar: 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. (Manual del CAB).

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. (Manual del CAB).

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". . (SCN 2008).

Producto no terminal: producto característico es no terminal cuando se usa como consumo intermedio para la producción de otro producto característico. . (SCN 2008).

Producto terminal: producto característico es terminal cuando aún se usa como consumo intermedio en algún proceso de producción, este proceso no conduce a obtener productos característicos. . (SCN 2008).

Producción de mercado: 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. . (SCN 2008).

Producción de no mercado: 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. . (SCN 2008).

Puesto de trabajo: 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. . (SCN 2008).

Remuneración a los asalariados: remuneración total, en dinero o en especie, a pagar por una empresa a un asalariado en contraprestación del trabajo realizado por este durante el periodo contable. . (SCN 2008).

Servicios colectivos: se prestan de forma colectiva a la comunidad en su conjunto. Sus características se resumen como sigue: se pueden prestar simultáneamente a cada uno de los miembros de la comunidad o a determinadas secciones de la misma; la utilización de estos servicios suele ser pasiva y no requiere un acuerdo explícito una participación activa de todos los individuos implicados, y 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. . (SCN 2008).

Subvención: 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. . (SCN 2008).

Trabajador autónomo: persona propietaria, individual o en forma conjunta, de una empresa no constituida en sociedad en la que trabaja. . (SCN 2008).

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. . (SCN 2008).

Transferencia: 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. . (SCN 2008).

Transferencia corriente: transferencia que no es de capital es una transferencia corriente. . (SCN 2008).

Transferencia de capital: transferencia que 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. . (SCN 2008).

5. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFIA

Cámara Colombiana del Libro "Estadísticas del libro en Colombia Año 2009" www.camlibro.com.co. Recuperado: 26 de noviembre de 2012

— "Estadísticas del libro en Colombia Año 2010" www.camlibro.com.co. Recuperado: 26 de noviembre de 2012

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, El Caribe, España y Portugal, Cerlalc. "El Espacio Iberoamericano del Libro 2010" Fundación Grupo Iberoamericano de Editores, GIE Octubre 2010

Comisión de las Comunidades Europeas, Fondo monetario Internacional (FMI), Naciones Unidas, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, & Banco Mundial. (2009). Sistema de Cuentas Nacionales 2008. Nueva York

Convenio Andrés Bello "Cuenta Satélite de Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica" 2009.

—. "Impacto económico de las industrias culturales en Colombia", 2003.

—. "Impacto del sector fonográfico en la economía colombiana", 2003.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística –DANE-, Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades Económicas, Revisión 3 Adaptada para Colombia.

Dirección Nacional de Derecho de Autor. WWW.derechodeautor.gov.co. Recuperado: 26 de noviembre de 2012
Towse, Ruth. (2005). Manual de la economía de la cultura, Las emisiones de radio y televisión.

Bourdieu, Pierre, Capital cultural, escuela y espacio social, 2001

—. “Las estructuras sociales de la economía”, 2000

—. “Creencia artística y bienes simbólicos”, 1999

Chacón P. (2008) Revista Nueva Aula Abierta nº 16, Año 5. Venezuela: Caracas

Huertas, Miguel, Reflexiones sobre la educación artística y el debate disciplinar en Colombia, 2010

García Canclini, Néstor, Diferentes, desiguales y desconectados, 2004

Ministerio de Educación Nacional – Universidad Nacional de Colombia, serie lineamientos curriculares - Educación Artística, 1998

Ministerio de Educación Nacional, Orientaciones Pedagógicas Para la Educación Artística en Básica y Media, 2010

Ministerio de Educación Nacional, Plan Nacional de educación Artística, 2010

Sanuy, C. (1998) Enseñar a jugar. España: Marsiega.

Bourdieu, Pierre. (2003). Creencia artística y bienes simbólicos: elementos para una sociología de la cultura. Argentina: Aurelia Rivera.

-. (1995). Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario. Barcelona: Anagrama.

-. (1991). El sentido práctico. Madrid: Taurus. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2013). Metodología General de la Encuesta Anual de Servicios. Bogotá:

DANE

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2013). Manual de diligenciamiento Agencias de Publicidad. Encuesta Anual de Servicios (EAS). Bogotá: DANE

Lucas, R. y Paula, M. (2010). Creatividad, economía y cultura en Buenos Aires. Buenos Aires: Aurelia Libros. Estudios Culturales

Requero, M. y Alvarado, M. (2007). Nuevas tendencias en la publicidad del Siglo XXI. Sevilla: La Resena. Servicios Editoriales

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural.

6. ANEXOS

NO APLICA

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
2	16/Nov/2017	Actualización Metodológica

ELABORÓ		REVISÓ		APROBÓ	
Nombre:	Maribel Tarazona Camacho	Nombre:	Ivan Ernesto Piraquive Lopez	Nombre:	Giovani Buitrago Hoyos
Cargo:	Profesional Universitario	Cargo:	Profesional Especializado..	Cargo:	Director Técnico
Fecha:	17/Nov/2017	Fecha:	17/Nov/2017	Fecha:	17/Nov/2017

Si este documento es impreso se considera copia no controlada