



Industrias Culturales de Santiago de Cali:

caracterización y cuentas económicas

**Industrias Culturales de Santiago de Cali:
caracterización y cuentas económicas**

**Julio César Alonso Cifuentes
Ana Isabel Gallego Londoño
Ana María Ríos Millán**

Diciembre de 2010

Proyecto Industrias Culturales de Cali

Industrias Culturales de Santiago de Cali: caracterización y cuentas económicas
Julio César Alonso, Ana Isabel Gallego, Ana María Ríos
1 ed. Cali. Proyecto Industrias Culturales de Cali, 2010.
144 p; ISBN 978-958-8357-30-0
1. Industrias Culturales 2. Cuenta Satélite de la cultura 3. Santiago de Cali

Industrias Culturales de Santiago de Cali: caracterización y cuentas económicas

©Proyecto Industrias Culturales de Cali

Diseño de carátula

Jhonatan Velasco R.

Impreso en Cali-Colombia

Impresora Feriva S.A. Tel. (572)524 9009

Fax: (572)524 9010

Calle 18 No. 3-33

Cali, Colombia

Primera edición, diciembre de 2010

ISBN 978-958-8357-30-0



**Industrias Culturales
de Cali**



Prefacio

Este libro hace parte del proyecto “Industrias Culturales como motor del desarrollo de la ciudad de Santiago de Cali”, producto de la unión de las iniciativas de Comfandi, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Ministerio de Cultura, la Alcaldía de Santiago de Cali a través de su Secretaría de Cultura y Turismo, la Asociación Metrópoli Colombia, la Universidad Icesi y la Cámara de Comercio de Cali.

El proyecto de Industrias Culturales de Santiago de Cali pretende impulsar el desarrollo económico y social de la capital del Valle a través del fomento de las industrias culturales de la ciudad. Para lograr el objetivo se promueve el talento creativo, el fortalecimiento de redes de instituciones culturales y alianzas empresariales de negocios.

Como parte de este proyecto se encontró la necesidad de estudiar el comportamiento económico de este sector en la ciudad de Santiago de Cali. Esto implica organizar la información y generar un sistema que la sintetice. De esta manera será posible contar con un sistema de información que le permita a la ciudad determinar el tamaño de las industrias culturales y monitorear su evolución en el tiempo. Una pieza muy importante del sistema es la **Cuenta Satélite de la Cultura** para el municipio de Santiago de Cali, que recoge el impacto de las actividades culturales en la economía de la ciudad.

Este documento congrega el análisis de la información disponible para caracterizar las industrias culturales de la ciudad de Cali, presenta el marco teórico de la **Cuenta Satélite de la Cultura** para el municipio y los resultados de la misma. Este es el primer estudio de su categoría realizado en la ciudad de Santiago de Cali.

Esperamos que esta obra genere, tanto en el sector académico como en los tomadores de decisiones del sector, el entusiasmo necesario para animar la discusión de políticas públicas de fomento a las industrias culturales de la ciudad.

Santiago de Cali,
septiembre de 2010

Julio César Alonso
Ana Isabel Gallego
Ana María Ríos

Agradecimientos

Este proyecto fue realizado gracias a la financiación del proyecto “Industrias Culturales como motor del desarrollo de la ciudad de Santiago de Cali”, producto de la unión de las iniciativas de Comfandi, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Ministerio de Cultura, la Alcaldía de Santiago de Cali a través de su Secretaría de Cultura y Turismo, la Asociación Metrópoli Colombia, la Universidad Icesi y la Cámara de Comercio de Cali.

Adicional al apoyo de estas instituciones, el proyecto contó con la financiación de Colciencias, institución que por medio del programa de Jóvenes Investigadores e Innovadores “Virginia Gutiérrez de Pineda” hizo posible la participación de Ana Isabel Gallego en este estudio.

Acerca del Proyecto Industrias Culturales de Cali

El Proyecto Industrias Culturales de Cali es un proyecto piloto para Latinoamérica, de carácter privado, que se desarrolla en un periodo de 4 años, cuyo objetivo es transformar a Cali en referente latinoamericano por su potencial cultural, artístico y empresarial, y posicionar el valor del emprendimiento cultural como parte fundamental del desarrollo económico y social de nuestras ciudades.

El organismo ejecutor es la Caja de Compensación Familiar del Valle del Cauca - Comfandi y los socios son el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Ministerio de Cultura, la Alcaldía de Santiago de Cali a través de su Secretaría de Cultura y Turismo, la Asociación Metrópoli Colombia, la Universidad Icesi, la Cámara de Comercio de Cali y Comfandi.

El emprendimiento cultural es importante porque favorece la diversidad cultural y reconoce el valor del oficio, los saberes, la creatividad, el patrimonio, la memoria y las prácticas de los individuos alrededor de las culturas. Incide en las condiciones de vida de una comunidad, no solamente aportando al desarrollo de la economía, sino también validando diversas formas de creación, favoreciendo así la construcción de una sociedad más participativa. Al fomentar el emprendimiento de carácter cultural se propician elementos de cohesión local, se fortalecen los sistemas de valores, y a su alrededor se construye y afianza la identidad de una comunidad.

Índice general

1. Definición de industrias culturales	1
1.1. Definición	3
1.2. Mediciones en el mundo	9
1.3. Metodologías	12
1.3.1. Metodología sugerida por la OMPI	13
1.3.2. Metodología sugerida por el Convenio Andrés Bello	14
1.3.3. Metodología sugerida por el DCMS	16
1.4. Adopción para Cali	18
1.4.1. Comparación subsectores incluidos	18
1.4.2. Comparación de las metodologías estudiadas	23
1.4.3. Adopción de la metodología	26
2. Sistema de Cuentas Municipales de Cali	29
2.1. Antecedentes	30
2.2. Agregados económicos medidos en la ciudad de Cali	31
2.3. Forma de presentación de las cuentas económicas de Cali	32
2.4. Cuenta Satélite de Cultura	35

3. Cuenta Satélite de la Cultura.	37
3.1. Nomenclatura de la metodología del CAB	38
3.2. Equivalencias	38
3.3. Formato de presentación de los resultados	41
3.4. Resultados de la cuenta satélite de cultura de Cali	42
4. Caracterización de la oferta	45
4.1. Características del censo económico	46
4.2. Consideraciones para la caracterización	48
4.3. Características de las IC	50
4.3.1. Tipo de emplazamiento	51
4.3.2. Empleo e informalidad	52
4.3.3. Tamaño de la empresa	56
4.3.4. Destino de las mercancías o servicios vendidos	58
4.3.5. Número de trabajadores	60
4.3.6. Ingresos mensuales	62
4.3.7. Otras fuentes	63
4.4. Ubicación	65
5. Concentración de la producción	79
5.1. Índices más comunes	81
5.2. Datos y resultados	84
5.2.1. Cálculos anuales industrias culturales-industria	87
5.2.2. Cálculos anuales desagregados para las industrias culturales	92
5.2.3. Dinámica bimestral	95
5.3. Relación entre HHI agregado y subsectores de las IC	104
5.4. Comentarios finales	107
6. PIB del sector cultura	109
6.1. Evolución de la participación de las IC en Cali y Colombia	109
6.2. PIB cultural per cápita en Cali y Colombia	111

ÍNDICE GENERAL

XI

6.3. Crecimiento del PIB y volatilidad	112
6.4. Subsectores del PIB cultural de Cali	115
6.4.1. Comparación de años base	115
6.4.2. Comparación 2005-2007	117
6.4.3. Subsectores	120
7. Comentarios finales	121
7.1. El reto de Santiago de Cali	123

Definición del concepto industrias culturales

En la última década la atención sobre las industrias culturales, creativas y aquellas protegidas por el derecho de autor ha venido en aumento por su creciente importancia en la generación de valor agregado y empleo. De hecho la economía de la cultura se ha convertido en una rama de la economía que viene ganando fuerza. En este contexto, medir el tamaño del sector cultural (como porcentaje del PIB) se constituye en una tarea importante para monitorear su comportamiento. Pero las diferentes prioridades y necesidades de los países han llevado a que cada uno escoja hacer seguimiento al sector creativo, cultural, o al protegido por los derechos de autor (de estas definiciones se hablará posteriormente). En muchos casos, estas mediciones se realizan sin apearse a ningún estándar internacional sino creando metodologías propias, o incluso sin hacer claros los límites del sector medido. Vale la pena resaltar que la medición de estos sectores implica un reto metodológico, dado que las nomenclaturas de actividades y productos usualmente utilizadas no son suficientemente específicas como para permitir una diferenciación precisa de las actividades y productos culturales (creativos o protegidos por el derecho de autor), y siendo así, al usarlas se debe ser cauto para minimizar el riesgo de sobreestimar el peso del sector.

Las mediciones del peso de las industrias culturales en la economía, así como de todos los otros sectores, son una herramienta de toma de decisiones para los hacedores de política, pues permiten identificar cuáles son aquellos en los que se crea la mayor parte del valor agregado, y cuáles los de mayor o menor crecimiento (si se hace una medición constante), pudiendo así impulsar estrategias de dinamización de la

economía en uno u otro de los sectores.

Por otro lado, en la ciudad de Cali, el término “industrias culturales” ha venido tomando fuerza tanto en la administración local, como en los mismos gestores culturales. Dada la tradición de cine, salsa y danza de la ciudad, este término es empleado cotidiana e intuitivamente para referirse a un sector que, existe la percepción, tiene un peso importante en el nivel de actividad económica. En ese orden, el objetivo final de este documento es proporcionar una idea del impacto del sector cultural en la economía de Santiago de Cali, de tal manera que se pueda cuantificar su importancia y monitorear su evolución en el tiempo.

Con este objetivo en mente, se hace importante adoptar una definición (y consecuentemente, una metodología de medición) que permita hacer distinciones claras entre lo que hace parte del dominio de investigación y lo que no. En algunos campos de estudio, como la economía laboral, existen tanto una gran masa crítica de investigaciones como una amplia discusión de los temas, por lo que se ha llegado a definiciones comúnmente aceptadas. Sin embargo, en tópicos relativamente más nuevos o interdisciplinarios, como las industrias culturales, todavía no se ha llegado a un consenso que elimine la necesidad de discutir el significado del término. Prueba de esto es que el concepto industrias culturales, en muchas ocasiones es utilizado para referirse a las industrias creativas o a las industrias protegidas por el derecho de autor (y viceversa), pese a los esfuerzos que varios autores han realizado por clarificar los límites entre una y otra de estas industrias (UNESCO, 2007; Heng *et al.*, 2003).

Este capítulo tiene como primer objetivo delimitar las diferencias entre los conceptos de industrias culturales, creativas y protegidas por el derecho de autor, y adoptar una definición de industrias culturales para los estudios a realizarse en el marco del proyecto “Industrias culturales como motor del desarrollo de la ciudad de Santiago de Cali”. Como segundo objetivo está esbozar la metodología que se asumirá para la medición del sector en la ciudad, acorde con la definición adoptada.

Para cumplir los objetivos de este capítulo es importante tener en cuenta los esfuerzos realizados tanto en el país como fuera de él. El ejercicio de revisar las definiciones y metodologías utilizadas en Colombia es interesante, no sólo porque da claridad sobre la forma como se podría lograr comparabilidad entre las cifras locales y nacionales, sino también porque a nivel nacional se han realizado dos estudios de cuantificación del impacto económico relacionados con las industrias a analizar en este capítulo, uno desde la perspectiva de las industrias culturales (DANE, 2007), y otro desde la perspectiva de las industrias protegidas por el derecho de autor (DNDA, 2008).

Por su parte, la revisión de definiciones¹ y metodologías que han sido empleadas

¹Las definiciones que se abordarán en el capítulo son: industrias culturales, industrias creativas, e industrias protegidas por el derecho de autor

fuera de Colombia,² enriquece el análisis y fortalece la capacidad de comparación con cifras internacionales; por esta razón se abordarán también algunos trabajos realizados en el Reino Unido, y en organizaciones multilaterales.

Este capítulo presenta la siguiente organización: inicialmente se discutirán las definiciones asociadas a los conceptos de industrias culturales, creativas y protegidas por el derecho de autor y se definirán los límites de cada una de éstas; posteriormente, se realizará una breve introducción a la forma como se ha cuantificado el peso del sector cultural en la economía en diferentes países; acto seguido se discutirán las diferentes metodologías existentes para medir industrias culturales, creativas, o del derecho de autor; por último se compararán las metodologías para adoptar una de ellas.

1.1. Definiciones de industrias culturales, industrias creativas e industrias protegidas por el derecho de autor.

Los términos **Industrias Culturales**, **Industrias Creativas** e **Industrias protegidas por el derecho de autor** hacen referencia a actividades productivas que agregan valor y están relacionadas con la provisión de bienes y servicios que incluyen algún tipo de manifestación artística o de la creatividad de los individuos o un grupo de ellos. No obstante, estos tres términos engloban diferentes conceptos y abarcan un universo diferente de actividades. En esta sección se definirá cada uno de estos tres conceptos y se presentarán los puntos de convergencia y divergencia entre ellos.

Antes de iniciar la discusión, es importante mencionar que el centro de los debates de estos tópicos está alrededor de organizaciones multilaterales que auspician de alguna manera a cada una de estas industrias. Entre estas organizaciones se pueden resaltar la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés), el Departamento de cultura, medios y deportes (DCMS) del Reino Unido, el Banco Interamericano para el Desarrollo (BID), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y el Convenio Andrés Bello (CAB). En los recuadros a continuación se presentan las definiciones adoptadas por estas instituciones.

²Se compararán las metodologías de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el Convenio Andrés Bello (CAB) y el Departamento de cultura, medios y deportes del Reino Unido, y se hará una mención a la forma como se ha realizado la medición de la cuenta satélite de cultura del DANE para el caso colombiano.

Definición de industrias culturales de la UNESCO, Bangkok (2007)

Las industrias culturales están definidas como aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). Lo que las industrias culturales tienen en común, es que todas usan su creatividad, conocimiento cultural, y propiedad intelectual, para producir productos y servicios con valor social y cultural. (Traducción propia)

Definición de industrias creativas del DCMS (2001)

Las industrias creativas son aquellas que están basadas en la creatividad, talento y habilidades individuales. Tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través del desarrollo de la propiedad intelectual.

Definición de industrias culturales adoptada en estudio del BID para América Latina y el Caribe (Quartesan et al., 2007)

Las industrias culturales pueden ser identificadas como un grupo de sectores que ofrecen: i) servicios en los campos de entretenimiento, educación e información (p.ej. películas, música grabada, medios impresos o museos) y ii) productos manufacturados a través de los cuales los consumidores elaboran formas distintivas de individualidad, autoafirmación y manifestación social (p.ej. ropa de moda o joyería) (Traducción de Scott, 2004).

Definición de industrias protegidas por el derecho de autor de la OMPI (2003)

Las industrias que dependen principalmente del derecho de autor son aquellas que se dedican íntegramente a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, o distribución y venta de obras y otro material protegido. Las industrias interdependientes del derecho de autor son aquellas que se dedican a la producción y venta de equipos y cuya función consiste, total o principalmente, en facilitar la creación, la producción o la utilización de obras y otro material protegido. Las industrias que dependen parcialmente del derecho de autor son aquellas en las cuales una parte de las actividades está relacionada con las obras y otro material protegido y puede consistir en la creación, producción y fabricación, la interpretación o ejecución, la radiodifusión, la comunicación y la exhibición o la distribución y venta. Las industrias de apoyo son aquellas en las cuales una parte de las actividades consiste en facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras y otro material protegido, y cuyas actividades no han sido incluidas en las industrias que dependen principalmente del derecho de autor.

Definición de campo cultural de Andrés Bello CAB (2009)

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

De acuerdo con las definiciones anteriores, el elemento en común de los tres términos es la cultura y creatividad y su aprovechamiento en actividades económicas (ya sean lucrativas o no). Así, como punto de partida podemos tomar la definición de cultura de la UNESCO (2001).

Definición de Cultura de la UNESCO

La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, la manera de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Aceptando esta noción del concepto de cultura,³ retomemos la definición de la UNESCO de las industrias culturales:

“Aquellas que generan productos creativos y artísticos, tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). Lo que las industrias culturales tienen en común, es que todas usan su creatividad, conocimiento cultural, y propiedad intelectual para producir bienes y servicios con valor social y cultural”. (Traducción propia del original. UNESCO Bangkok, 2007)

Las industrias culturales engloban actividades que pertenecen al sector cultural pero no a todas las actividades del sector cultural. Por ejemplo, el patrimonio material e inmaterial corresponde al sector cultural, pero no a las industrias culturales.

Al respecto, en un documento producido por el Convenio Andrés Bello y el Ministerio de Cultura de Colombia (CAB, 2003), el sector cultural es entendido como un conjunto de actividades cuyo valor simbólico supera su valor de uso y cambio.

Por otro lado, el Departamento de Cultura y Deportes del Reino Unido define las industrias creativas como:

Aquellas que están basadas en la creatividad, talento y habilidades individuales. Tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a

³El Ministerio de Cultura de Colombia, mediante la Ley general de Cultura (ley 397 de 1997), define cultura como “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias”. Esta definición no se aleja de la adoptada por la UNESCO.

través del desarrollo de la propiedad intelectual. (Traducción propia de DCMS)

Si bien los términos Industrias Culturales e Industrias Creativas en algunos casos parecen ser casi intercambiables, la diferencia entre los dos tipos de industrias radica en **lo que genera el valor** del bien o servicio producido. Por ejemplo, los bienes y servicios producidos por las industrias culturales son fruto de la herencia, el conocimiento tradicional y los elementos artísticos de la creatividad. Por otro lado, las industrias creativas derivan su producción de la creatividad individual, la innovación, las habilidades y el talento en la explotación de la propiedad intelectual.

En general, tanto las industrias culturales como las creativas están relacionadas con el aprovechamiento de la noción de propiedad intelectual, pero éstas no son las únicas que generan valor a partir de los derechos de autor. Precisamente, la OMPI divide las industrias protegidas por derechos de autor en cuatro grupos: i) industrias que dependen principalmente del derecho de autor, ii) industrias interdependientes del derecho de autor, iii) industrias que dependen parcialmente del derecho de autor e iv) industrias de apoyo.

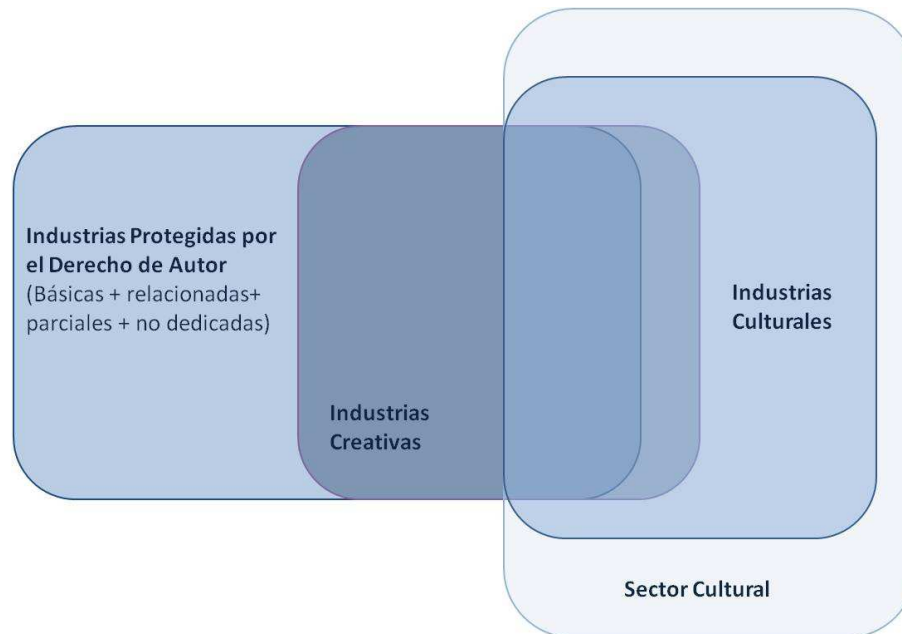
Según la OMPI (2003), las *industrias que dependen principalmente del derecho de autor* son aquellas que se dedican a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, o distribución y venta de obras y otro material protegido por el derecho de autor. *Las industrias interdependientes del derecho de autor* se dedican a la producción y venta de equipos cuya función consiste, total o principalmente, en facilitar la creación, la producción o la utilización de obras y otro material protegido. *Las industrias que dependen parcialmente del derecho de autor* son aquellas para las cuales parte de sus actividades está relacionada con las obras y otro material protegido y puede consistir en la creación, producción y fabricación, la interpretación o ejecución, la radiodifusión, la comunicación y la exhibición, o la distribución y venta. Finalmente, las *industrias de apoyo* generan productos y servicios para facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras y otro material protegido, pero se dedican a otro tipo de actividades no protegidas por el derecho de autor (transporte, telefonía, etc.).

De acuerdo con estas definiciones, las industrias culturales incluyen actividades como: artes escénicas, producción audiovisual (sin incluir videojuegos), artes visuales,⁴ editorial, música y artesanías. Las industrias creativas incluyen, además de las anteriores actividades, otras como: videojuegos y diseño industrial. Finalmente, las industrias protegidas por el derecho de autor incluyen en las industrias básicas, además de varios de los anteriores, sectores como bases de datos de software y sociedades de gestión colectiva de derechos de autor; así mismo, las industrias interdependientes incluyen equipos necesarios para la producción de los bienes y servicios

⁴Como por ejemplo: pintura, escultura, fotografía y artes gráficas

protegidos; las industrias parciales incluyen vestidos y textiles, joyería y muebles; y las industrias de apoyo incluyen ventas y transporte. La Figura 1.1 presenta de manera esquemática la relación entre los tres conceptos.

Figura 1.1. Sector cultural, industrias protegidas por el derecho de autor, industrias culturales e industrias creativas.



Así, las industrias culturales y creativas comparten algunas de sus industrias, lo que implica que hay algunas industrias creativas que no son industrias culturales y algunas culturales que no son creativas. Es aquí donde radica la importancia de la diferenciación de las industrias culturales con las creativas para efectos del cálculo de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC). Si se decide utilizar indistintamente los conceptos industrias culturales e industrias creativas, la medición de la CSC involucraría también algunas actividades creativas que no son culturales, sobredimensionando así el impacto de la cultura en la economía.

Adicionalmente, las industrias culturales son un subconjunto del sector cultura, de tal manera que existen actividades del sector cultura que no podrían ser consideradas como industrias culturales. Por lo tanto, no debería esperarse que una medición de industrias culturales cuantifique el peso que en la economía tiene todo el sector cultural; por ejemplo, la CSC no cuantifica el valor del patrimonio material e inmaterial, aunque sí la actividad de las empresas cuya base son estos patrimonios, como podría ser, una empresa que explota la historia de una hacienda colonial declarada

patrimonio nacional.

Por otro lado, las industrias creativas, las industrias culturales y las industrias básicas protegidas por el derecho de autor comparten algunas actividades, lo cual plantea el mismo problema para la CSC mencionado anteriormente; si los tres conceptos son tratados indistintamente se correría el riesgo de contabilizar en el valor agregado de la cultura,⁵ industrias tanto creativas-no culturales como de derecho de autor-no creativas-no culturales.

Una vez clarificados los límites entre las industrias culturales, creativas y protegidas por el derecho de autor, y retomando las definiciones presentadas anteriormente, se concluye que para efectos del estudio aquí mostrado se entenderán como diferentes los tres conceptos. Ahora bien, en la siguiente sección se verá en qué países se han realizado mediciones de estas tres industrias.

1.2. Medición de la contribución de las industrias culturales, creativas y de derechos de autor alrededor del mundo.

Desde el año 2000, se hacen visibles los estudios sobre la contribución de las industrias culturales, creativas y de derechos de autor, al PIB. Diferentes países han utilizado la metodología más acorde con las capacidades e intereses de medición que tienen, e incluso han seleccionado partes de metodología a aplicar por la viabilidad de la medición. Estas metodologías se discutirán en la próxima sección, por ahora describiremos las diferentes experiencias.

El estudio pionero de la contribución de las industrias de derechos de autor al PIB, fue realizado en Estados Unidos por Economists Incorporated y la Alianza Internacional para la Propiedad Internacional (IIPA por sus siglas en inglés) en 1990; se trata de un reporte anual sobre las industrias del derecho de autor de ese país que se sigue publicando actualmente (Siwek, 2009). Así mismo, en el 2004 fueron los primeros en adoptar los lineamientos de la Guía de la OMPI, que había sido basada en gran parte de la metodología que IIPA venía trabajando antes.

De la misma forma, la Unión Europea (UE-15) publicó, en el 2003, un estudio de las industrias protegidas por el derecho de autor con base en datos del año 2000. En dicho estudio se realiza una medición de las industrias básicas, dependientes y relacionadas del derecho de autor. Si bien no fueron hechas con base en la Guía de la OMPI, inexistente en ese momento, los métodos y categorías utilizados en el

⁵Por valor agregado de la cultura se hace referencia al valor agregado que se genera en la actividad de **producción** de bienes y servicios culturales para la venta

estudio son, en general, consistentes con las categorías sugeridas en esa guía. Vale la pena resaltar que los resultados de la medición revelan cifras solamente para las industrias básicas y dependientes, mas no para las relacionadas.

El Reino Unido presenta un gran avance en la medición de las industrias creativas, para las cuales hay documentos de mapeo,⁶ siendo el primero publicado en 1998 y el segundo en 2001. Sin embargo, también tienen mediciones para industria de derechos de autor, para las cuales hacen medición en tres niveles: i) Literatura; música; filme, video, tv, radio, discos; teatro. ii) Actividades de menor vinculación como publicidad y arquitectura y iii) Actividades articuladas al producto generado (Price, 1993).

En el caso canadiense, aunque se han realizado mediciones de las industrias protegidas por el derecho de autor (Wall communications Inc., 2004), también se ha avanzado hacia la estandarización de presentación de resultados de cuentas culturales (industrias culturales). Ellos hacen una medición del sector cultural y lo dividen en industrias básicas y no-básicas (Singh, 2004); incluyen medios de comunicación escritos, filme y video, radiodifusión, grabación de sonido y edición musical, artes escénicas, artes visuales, arquitectura, fotografía, diseño, publicidad, patrimonio material, festivales, archivos y bibliotecas; así mismo en el marco para las estadísticas de cultura incluyen también artesanía, educación para la cultura, el apoyo del gobierno a la cultura y las actividades de asociaciones relacionadas con la cultura (Culture Statistics Program, 2004 y 2007).

La medición del peso del sector cultural en el valor agregado más reciente en España, propone una metodología para medir tanto industrias protegidas por el derecho de autor, como las industrias culturales. Las industrias culturales consideradas son archivos y bibliotecas, libros y prensa, artes plásticas y escénicas, cine y video, televisión y radio, y música grabada; y en el caso de la actividades vinculadas a la propiedad intelectual, se incluyen además, informática y publicidad (Ministerio de Cultura de España, 2007)

En Australia, The Allen Consulting Group, hace la medición de industrias esenciales, parcialmente protegidas por los derechos de autor y las industrias destinadas a la distribución de productos protegidos por los derechos de autor (Allen Consulting Group, 2001).

En Hong Kong se hizo un estudio de industrias creativas, en el cual se incluyó publicidad, arquitectura, artes, antigüedades y artesanías, diseño, entretenimiento digital, cine y video, música, artes escénicas, publicidad y edición, software y computadores, y televisión y radio (Centre for Cultural Policy Research-University of Hong Kong, 2003).

⁶El mapeo del sector cultural es un estudio con el objetivo de hacer un diagnóstico de una situación, teniendo en cuenta la dinámica de los elementos que la constituyen. Una definición más amplia puede encontrarse en el estudio realizado por el CRECE en 2007.

En Mercosur y Brasil, la OMPI efectuó una adaptación de la metodología estadounidense antes de presentar la guía del 2003, por lo cual puede haber resultados coincidentes (OMPI y Universidade Estadual de Campinas, 2001). Por último, el Convenio Andrés Bello (CAB) realizó estudios sobre el valor agregado de las industrias culturales en Colombia (CAB, 2009), Venezuela (Guzmán et al., 2004) , Perú (CAB, 2003) y Chile (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile *et al.*,2003); sin embargo sus metodologías son diferentes. En Perú, dada la escasez de datos para una medición directa, lo que se hizo fue una sumatoria de las demandas finales del consumo cultural, más las inversiones hechas en el sector, sumándole a ello las exportaciones. Las industrias que se miden son: edición y el libro, artes escénicas, radio, fonografía, cinematografía, publicaciones periódicas, televisión, artesanía, museos y museografía, y publicidad. En Venezuela se realiza la medición de las actividades económicas características de la cultura, servicios de enseñanza, y actividades económicas relacionadas con la cultura.

Finalmente es importante mencionar el caso colombiano, en donde entidades como el British Council, el Ministerio de Cultura, el CAB y el Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (CRECE), han adelantado estudios sobre industrias culturales y creativas. Particularmente en el caso de las industrias culturales, la medición realizada por el Convenio Andrés Bello en el 2003, ha sido continuada por la Cuenta Satélite de Cultura publicada por el DANE, que en el 2009 presentó la serie 2000-2007. Los sectores incluidos en la medición, son los que más adelante se presentan en este capítulo al hacer referencia a la metodología DANE.

Cuadro 1.1. Estudios previos sobre industrias culturales

País	Año de medición	Participación % en el PIB
Canadá	2001	3.77
España	2005	2.80
Perú	2001	1.03
Venezuela	2002	Entre 1.7 y 8.8
Chile	2000	1.80
Colombia	2007	1.78

Fuente: CAB y Universidad San Martín de Porres (2005), Cárdenas et. al.(2005), Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile et al.(2003), DANE (2007), Singh(2004), Ministerio de Cultura de España (2007).

1.3. Metodologías para el cálculo de la cuenta satélite de cultura.

En la sección anterior se describieron las diferentes aproximaciones que se han llevado a cabo alrededor del mundo para medir el peso de las industrias culturales, creativas y las protegidas por el derecho de autor. En esta sección se discutirán los diferentes tipos de metodologías empleadas para dichos cálculos, que como en el caso de las definiciones, pueden ser sintetizadas en las sugeridas por la OMPI, el Convenio Andrés Bello y el Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido, donde cada una de ellas responde a una definición diferente (industrias protegidas por el derecho de autor, industrias culturales e industrias creativas, respectivamente).

Es importante discutir las tres metodologías y sus diferencias, para aclarar la razón por la cual sólo los resultados de una de ellas deben ser asimilados a resultados de medición de las Industrias Culturales; dado que cada una responde a una definición diferente, sea de industria cultural, creativa o del derecho de autor, industrias que, como fue presentado en la primera sección del capítulo, son similares, pero distintas.

Al mirar las metodologías en detalle, se harán más explícitas las diferencias entre los conceptos de industrias culturales, creativas y del derecho de autor, permitiendo así vislumbrar los alcances de la medición de cada una de ellas.

Concepto de Cuenta Satélite

Las cuentas satélites son ejercicios de contabilidad nacional que están articulados al Sistema de Cuentas Nacionales (SCN93) que permiten estudiar el comportamiento de un sector en mayor detalle. Así, las cuentas satélites proveen un marco ligado a las cuentas centrales y permiten, en el contexto de las cuentas nacionales, centrar la atención en determinado campo o aspecto de la vida económica y social (United Nations Statistics Division, 2003). En el caso colombiano, el DANE calcula cuentas satélites para los siguientes sectores: Cultura, Medio Ambiente, Turismo y Salud y Seguridad Social. (Ver el capítulo 2 para una discusión más amplia del sistema de cuentas económicas).

1.3.1. Metodología sugerida por la OMPI

La OMPI, en el año 2003, sugirió una metodología de medición que responde a su definición de Industrias del Derecho de Autor. Éstas están divididas en cuatro, de acuerdo con su contribución al copyright:

- **Industrias Básicas:** aquellas que dependen principalmente del derecho de autor.
- **Industrias Interdependientes:** aquellas que contribuyen a la producción, fabricación y venta.
- **Industrias que dependen parcialmente del derecho de autor:** aquellas que presentan algunas actividades que se relacionan o vinculan con material protegido por derecho de autor.
- **Industrias de apoyo:** aquellas que si bien no se dedican a producir bienes o servicios protegidos por el derecho de autor, sí se basan de manera indirecta y marginal en el material protegido por el derecho de autor.

Esta definición implica la medición de los sectores que se presentan en el Cuadro 1.2. Para el caso colombiano, hay un total de 98 industrias del derecho de autor clasificadas por CIIU⁷ a 4 dígitos. Existen 25 básicas, 13 relacionadas, 25 parciales y 35 no dedicadas.

La información sobre el valor agregado se obtiene de la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) y, para el sector servicios, de la Superintendencia de Sociedades. En el caso de la EAM el valor agregado es reportado directamente, mientras que la información de la Superintendencia debe transformarse por medio de los coeficientes técnicos del DANE, para convertir la información de ingresos operacionales en valor agregado.

En el caso de las actividades de transporte y comercio, debido a las dificultades en la desagregación estadística, se emplean los factores copyright que asignan una ponderación a la contribución de cada una de las industrias a los derechos de autor. En el estudio de la OMPI para Colombia, en el caso de las industrias parcialmente relacionadas, se utilizaron factores copyright obtenidos de un estudio para Hungría de Penygey y Munckácsi (Penygey y Mukácsi, 2005); en el caso de las industrias de apoyo se obtuvieron coeficientes de las matrices de insumo producto.

⁷CIIU corresponde a la abreviatura de Clasificación Industrial Internacional Uniforme. Actualmente se emplea la clasificación CIIU Revisión 3 adaptada para Colombia.

Cuadro 1.2. Sectores industrias del derecho de autor

Básicas	Interdependientes
<ul style="list-style-type: none"> ● Prensa y literatura. ● Música, producciones de teatro y ópera. ● Películas y videos. ● Radio y televisión. ● Fotografía. ● Bases de datos de software. ● Artes visuales y gráficas. ● Publicidad. ● Sociedades de gestión colectiva de derechos de autor. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Equipos de televisión, radios, videograbadoras, reproductores de CD, DVD y casete, equipo para juegos electrónicos y equipo similar. ● Computadoras y equipos. ● Instrumentos musicales. ● Equipo de fotografía y películas. ● Material de grabación. ● Papel.
Parciales	De apoyo
<ul style="list-style-type: none"> ● Vestido, textiles y calzado. ● Joyería y monedas. ● Otras artes y manualidades. ● Muebles. ● Bienes para el hogar, porcelana y vidrio. ● Tapicería y alfombras. ● Juguetes y juegos. ● Arquitectura, ingeniería y topografía. ● Diseño interior. Museos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ventas generales al mayoreo y menudeo. ● Transporte general. ● Telefonía e internet.

Fuente: DNDA y OMPI (2008)

1.3.2. Metodología sugerida por el Convenio Andrés Bello

El convenio Andrés Bello propone una metodología de medición de la CSC que incluya, no solamente las actividades culturales que han sido incluidas en la definición de industria cultural de la UNESCO (exceptuando deporte); sino también campos relacionados con la protección y conservación del patrimonio material e inmaterial, y la educación cultural. La definición asumida es compatible también con la definición del BID en su estudio sobre América Latina y el Caribe.

Las sugerencias metodológicas resaltan que en los sectores en los cuales la división no sea suficientemente clara y pueda incluir otros productos que no transmitan

contenidos simbólicos, debe buscar hacerse esa diferenciación para excluir la parte no cultural del valor agregado de dicho sector, por ejemplo en el caso del sector diseño.

El convenio sugiere realizar la diferencia entre los productos característicos y los productos conexos. Y los define como se cita a continuación:

- **Productos característicos:** aquellos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos.
- **Productos conexos propiamente dichos:** aquellos típicos del campo pero cuyo proceso de producción no se considera como característico por pertenecer a una categoría más amplia.
- **Productos auxiliares:** requeridos para el ejercicio de una práctica cultural.
- **Productos interdependientes:** insumos usados casi exclusivamente por las actividades características de producción cultural.

La adopción de esta metodología en el caso de Cali, implicaría obtener datos, para la ciudad, de los CIU que se ajusten a los sectores descritos en el Cuadro 1.3. De la misma forma, implicaría hacer una diferenciación por CIU de los subsectores culturales y no culturales.

Cuadro 1.3. Sectores incluidos en la sugerencia de medición del CAB*

Sectores que conforman el campo cultural

- Creación literaria, musical, teatral, etc.
 - Artes escénicas y espectáculos artísticos
 - Artes plásticas y visuales
 - Libros y publicaciones
 - Audiovisual
 - Música
 - Diseño
 - Juegos y juguetería
 - Patrimonio material
 - Patrimonio natural
 - Patrimonio inmaterial
 - Formación cultural
-

* Incluye actividades y productos característicos y conexos

Fuente: CAB (2009).

El DANE calculó una CSC para los años 2000 a 2007 que estaba apoyada en investigaciones realizadas por el CAB previas a la publicación del manual metodológico para la implementación de la cuenta satélite de cultura en Latinoamérica en 2009. Durante los años 2009 y 2010, el DANE ha venido trabajando en la actualización de la CSC de acuerdo con la metodología propuesta en el manual del CAB. Sin embargo, la medición realizada para los años 2000-2007 tiene varios componentes importantes de analizar; en la construcción de la CSC, el DANE empleó cuatro metodologías de cálculo diferentes, formando así cuatro grupos (DANE, 2007):

- **Actividades culturales de mercado, excepto formación artística, museos y servicios del Gobierno:** se deducen de las cuentas nacionales. Se utiliza el CIU a ocho dígitos para determinar la participación cultural por producto.
- **Servicios del Gobierno y las instituciones sin fines de lucro financiadas por el Gobierno y por los hogares:** se deducen de la información proporcionada por la Contaduría General de la Nación. Se crea una cuenta para cada entidad.
- **Actividad de los museos:** se deduce de una encuesta de museos realizada en esa ocasión.
- **Educación artística formal superior:** en las universidades privadas se deduce de información sobre el valor de la matrícula de los programas. En las universidades públicas se utiliza el costo promedio por estudiante.

Es importante anotar que existen sectores sugeridos por el Convenio Andrés Bello (incluso antes de la publicación del manual) que no fueron incluidos en la medición del DANE, debido a la ausencia de información sobre el sector o subsector. Esto implica que la comparación con otros países que implementen la metodología del Convenio, debe hacerse teniendo en cuenta no el peso total de la cultura en la economía de los países comparados, sino el peso de los sectores comunes calculados.

1.3.3. Metodología sugerida por el Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS)

El DCMS del Reino Unido, hace una medición de las industrias creativas en la economía de ese país acorde con su definición de industrias creativas. Tal vez los estudios más destacados realizados por este departamento son los documentos de mapeo de industrias creativas, publicados en 1998 y 2001, y que han dado pie a

una medición del sector tanto a nivel nacional como regional. Cada uno de los sectores incluidos en esas mediciones tiene una descripción de las actividades básicas, actividades relacionadas e industrias relacionadas, aunque las mediciones giran principalmente alrededor de las industrias básicas.

La medición desarrollada en los documentos de mapeo no está concentrada en el peso del sector creativo en el PIB del país, sino en otro tipo de variables como el empleo, las exportaciones, las ganancias, el tamaño del mercado, etc. En consecuencia, si bien hay una relativa homogeneidad en el tipo de información presentada, los contenidos de cada capítulo difieren por los requerimientos de información estadística relevante en cada sector.

Sin embargo, se considera importante discutir los sectores incluidos en la medición del DCMS, debido a que éstos han sido tomados como base en varios estudios subsecuentes. Vale la pena resaltar que dichos estudios han adicionado o eliminado sectores dependiendo de la disponibilidad de información, los intereses y las características del país; de hecho se puede ver cómo algunos de ellos han incorporado mediciones del patrimonio cultural, involucrando elementos culturales a una medición de industrias creativas, y por ende, sobredimensionando el peso del sector creativo en el PIB.

Cuadro 1.4. Sectores creativos en la medición del Reino Unido

Sectores DCMS	Sectores relacionados
●Publicidad	●Artes visuales
●Arquitectura	●Fotografía
●Mercados de arte y antigüedades	●Museos y galerías
●Juegos de video y computador	●Turismo cultural
●Artesanías	●Patrimonio cultural
●Diseño	●Deportes
●Diseño de modas	
●Cine y video	
●Música	
●Artes escénicas	
●Edición y publicación	
●Software	
●Televisión y radio	

Fuente: DCMS (2001)

1.4. Adopción de una metodología para el cálculo de la cuenta satélite de cultura para Cali

Esta sección está dividida en tres subsecciones, en la primera se hará una comparación entre los subsectores incluidos en las metodologías estudiadas en este capítulo; en la segunda sección, se realizará una comparación basada en las características deseables de la medición; y en la última, se adoptará una metodología de medición para la CSC.

1.4.1. Comparación de los subsectores incluidos en las metodologías estudiadas

Como se observa en el Cuadro 1.5, la OMPI no incluye dentro de las industrias básicas las actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos; las actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales; la formación artística; y los servicios de transmisión por radio y televisión. La mayoría de éstas son actividades percibidas como claramente culturales.

Así mismo, las industrias básicas de la OMPI (ver Cuadro 1.6): fotomecánica y análogos; acabado o recubrimiento; otros servicios conexos; otras ventas al por menor en almacenes especializados; consultoría en sistemas e informática; desarrollo de programas de informática; y procesamiento de datos son consideradas no culturales en la CSC de Colombia.

Cuadro 1.5. Clasificación de las industrias incluidas en la CSC y las incluidas en el estudio de industrias del derecho de autor. Caso colombiano.

CIIU	Cuenta satélite (DANE)	Derecho de autor (OMPI)				
		B	R	P	ND	No
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	x				
2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	x				
2213	Edición de materiales grabados	x				
2219	Otros trabajos de edición	x				
2220	Actividades de impresión	x				
2240	Reproducción de materiales grabados	x				
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión				x	
6424	Servicios de transmisión por cable				x	
732001	Investigación y desarrollo experimental en el campo cultural					x
742101	Actividades de Arquitectura			x		
7430	Publicidad	x				
7494	Actividades de fotografía	x				
7499	Otras actividades empresariales			x		
751301	Regulación de las actividades de los organismos que prestan servicios culturales					x
803001	Formación artística					x
9112	Actividades de organizaciones profesionales	x				
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	x				
9212	Exhibición de filmes y videocintas	x				
9213	Actividades de radio y televisión	x				
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	x				
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	x				
9220	Actividades de agencias de noticias	x				
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	x				
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos			x		
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales					x
9249	Otras actividades de esparcimiento	x				

Fuente: Construido a partir de DNDA y OMPI (2008) y DANE (2007).

Nota: B=Industrias básicas, P=Industrias parcialmente relacionadas, R=Industrias relacionadas, ND=Industrias no dedicadas.

Cuadro 1.6. Clasificación de las industrias básicas del derecho de autor, que son consideradas no culturales en las CSC de Colombia.

CIIU	Básica OMPI	Cuentas satélite DANE	
		Cultural	No cultural
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	x	
2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	x	
2213	Edición de materiales grabados	x	
2219	Otros trabajos de edición	x	
2220	Actividades de impresión	x	
2231	Arte, diseño y composición		x
2232	Fotomecánica y análogos		x
2233	Encuadernación		x
2234	Acabado o recubrimiento		x
2239	Otros servicios conexos ncp		x
5239	Comercio al por menor de productos diversos NCP, en establecimientos especializados		x
7210	Consultores en equipo de informática		x
7220	Consultores en programas de informática y suministro de programas de informática++		x
7230	Procesamiento de datos		x
7430	Publicidad	x	
7494	Actividades de fotografía	x	
9112	Actividades de organizaciones profesionales (recaudadoras)	x	
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	x	
9212	Exhibición de filmes y videocintas	x	
9213	Actividades de radio y televisión	x	
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	x	
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	x	
9220	Actividades de agencias de noticias	x	
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	x	
9249	Otras actividades de esparcimiento	x	

++ Desarrollo de programas de informática

Fuente: Construido a partir de DNDA y OMPI (2008) y DANE (2007).

El Convenio Andrés Bello sugiere incluir una medición del componente cultural de algunas actividades que el DCMS caracteriza como creativas (ver Cuadro 1.7): multimedia, diseño, juegos y juguetería, y del componente cultural de actividades relacionadas con el patrimonio y la educación (patrimonio material, patrimonio inmaterial y formación artística). Por lo tanto, se podría decir que los sectores sugeridos por el CAB incluyen a los del DCMS, aunque con una lógica diferente de medición, que corresponde a cuantificación del aporte cultural vs. cuantificación del aporte creativo. Respecto a esto, vale la pena resaltar que el proceso de decisión sobre los sectores a considerar del DANE y de la OMPI, es diferente. En primer lugar, el DANE está basado en investigaciones del CAB y se encargó de seleccionar las industrias de las cuales existiera información nacional disponible, por ende, la ausencia del sector en la metodología DANE indica que no había la información necesaria para su cálculo. Por su parte, la OMPI no está basada en el CAB, y su criterio de inclusión o exclusión de una industria en la medición, es su aporte a los derechos de autor.

Cuadro 1.7. Subsectores sugeridos por el CAB incluidos en las metodologías OMPI y DANE. (1 de 2)

Sector	Subsector	DANE	OMPI
Creación literaria, musical, teatral, etc.	Creación literaria	x	x
	Creación musical	x	x
	Creación teatral	x	x
	Creación audiovisual	x	x
Artes escénicas y espectáculos artísticos	Teatro	x	x
	Danza	x	x
	Presentaciones que articulen danza, teatro y música.	x	x
	Otras formas de artes escénicas*	x	x
	Presentaciones musicales en vivo.	x	x
Artes plásticas y visuales	Fotografía	x	x
	Pintura	x	x
	Escultura	x	x
	Arte industrial	x	x
	Grabado, Artes Gráficas, Ilustración	x	x
Libros y publicaciones	Libros	x	x
	Publicaciones periódicas	x	x
	Otros productos editoriales	x	x
Música	Edición de música	x	x
	Producción fonográfica	x	x
Juegos y juguetería	Juegos y juguetería		

Cuadro 1.7. Subsectores sugeridos por el CAB incluidos en las metodologías OMPI y DANE (2 de 2)

Sector	Subsector	DANE	OMPI
Audiovisual	Cine y video	x	x
	Radio	x	x
	Televisión	x	x
	Multimedia		x
	Videojuegos		x
Diseño	Arquitectónico	x	
	Gráfico		
	Textil		
	Moda		
	Industrial+		
	Interactivo		
	Joyas		
Patrimonio material	Inmueble (centros históricos, patrimonio arqueológico)		
	Mueble (antigüedades, etc)		
	Bibliotecas	x	x
	Museos y objetos de colección pública o privada	x	
	Archivos (filmicos, documentales y otros repositorios)	x	x
Patrimonio natural	Reservas naturales	x	
	Jardines botánicos y zoológicos	x	
	Colecciones de zoología, mineralogía y anatomía	x	
Patrimonio Inmaterial	Fiestas tradicionales y patrias		
	Gastronomía y tradiciones culinarias		
	Tradiciones vernáculas		
	Artesanía indígena, tradicional y contemporánea		
	Otras tradiciones y expresiones orales		
	Lenguas y dialectos		
Formación cultural	Formación artística dentro del programa de educación general	x	
	Formación artística especializada	x	
	Formación en mantenimiento del patrimonio, museología, etc.		

+No incluye diseño de maquinarias. *Circo, pantomima, narración, etc.

Fuente: Construido a partir de DNDA (2008), DANE (2007) y CAB (2009).

1.4.2. Comparación de las metodologías estudiadas según características deseables

La adopción de una definición es necesaria para delimitar los alcances de las investigaciones, pero también implica una decisión sobre el fin de tener dichos datos. A este respecto, es importante tener en cuenta ciertas características deseables de la medición: i) ajuste al proyecto de Industrias Culturales, ii) comparabilidad, iii) comunicación del mensaje y iv) viabilidad de la medición.

Como hemos presentado anteriormente, hay tres métodos de medición que recogen las definiciones presentadas por la UNESCO, el BID, el DCMS y la OMPI. Particularmente, la definición adoptada por el Convenio Andrés Bello, que es la de la UNESCO, es compatible con la definición del BID, mientras que la OMPI y el DCMS hacen uso de sus definiciones.

Se ha llegado a que la metodología del Convenio Andrés Bello responde a una definición de industrias culturales, la metodología OMPI a una definición de industrias protegidas por derechos de autor, y la del DCMS a una definición de industrias creativas. Claramente se observa que algunos sectores son entendidos de la misma manera en todas las definiciones; otros están presentes en todas las definiciones, pero la aproximación a ellos se hace desde diferentes puntos de vista (como es el caso del diseño); y otros sólo están presentes en una o dos de las definiciones.

En esta subsección se compararán, desde los cuatro criterios descritos, las definiciones y metodologías de medición de las industrias del derecho de autor, creativas y culturales. A partir de esto se definirá cuál de los tres conceptos es el que mejor se adecúa a los objetivos de medición del proyecto de Industrias Culturales como motor de desarrollo de la ciudad. Para ello se tendrá en cuenta la comparación de sectores de la subsección anterior.

Ajuste al proyecto de Industrias Culturales

La metodología de la OMPI utiliza la definición de industrias del derecho de autor. Por ello incluye dentro de sus industrias básicas, industrias como bases de datos de software y sociedades generadoras de derechos de autor, dos actividades consideradas claramente no culturales. Una asimilación de la definición de industrias culturales a industrias protegidas por el derecho de autor, haría que se incluyan este tipo de industrias y se sobredimensione el peso del PIB cultural en el PIB de la ciudad.

La metodología del Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido, trabaja con la definición de industrias creativas, incluyendo industrias como software, publicidad, juegos de video, diseño etc. En este caso, estos sectores son medidos completamente porque son intensivos en creatividad, no se excluye de ellos el com-

ponente de valor que no transmite significados simbólicos. De la misma forma que en el caso anterior, una estimación con base en estos sectores, sin hacer diferenciación de lo que lleva consigo significados culturales, desembocará en una sobreestimación de la importancia de la industria cultural.

La metodología del Convenio Andrés Bello trabaja con una definición de industrias culturales dada por la UNESCO, pero le agrega ciertos sectores como Patrimonio y Educación cultural, dentro de lo que la UNESCO considera cultural. Diseño, juegos y juguetería son sectores que a simple vista podrían ser considerados no-culturales, sino creativos, pero el CAB los incluye dentro de su sectorización, por los contenidos simbólicos que transmiten. Esta diferenciación implicaría que para implementar la metodología CAB habría que hacer la diferencia entre la parte de esos sectores que puede ser atribuible a la transmisión de significados simbólicos, y la que es atribuible a una creatividad que no deriva del conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

Comparabilidad

Los resultados obtenidos con la metodología OMPI serían comparables con aquellos realizados para Industrias de derechos de autor en el mundo y en Colombia (para hacer comparación año a año en el país, se debería esperar una nueva medición de la OMPI), aunque estas cifras no son oficiales.

Los resultados con la metodología del DCMS no serían comparables con ningún estudio realizado hasta el momento en Suramérica, como sí ha sucedido en el caso de la OMPI y el CAB. Es importante resaltar que las mediciones de contribución del PIB creativo al PIB nacional no son tan usuales, como las mediciones de estadística básica de industrias creativas, por lo que la comparabilidad de los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura sería limitada.

La CSC, medida con la metodología del Convenio Andrés Bello, sería comparable con los resultados de las estadísticas oficiales en Colombia.⁸ Para el caso de Cali, se podría comparar con la medición del DANE (para hacer comparación año a año, se debería esperar una nueva medición de dicha entidad) y con aquellos países y ciudades de Latinoamérica que adopten la metodología del CAB. Vale la pena resaltar que debido tanto a la disponibilidad de información a nivel municipal, como al mayor número de sectores propuestos por el CAB en el manual para implementación de la CSC, la medición de Cali puede diferir ligeramente de la medición nacional, sin embargo, será comparable con la actualización de las cuentas que el DANE está próximo a entregar.

⁸El DANE está actualizando la cuenta satélite con la metodología del Manual para la implementación de la CSC publicado por el CAB.

Comunicación del mensaje

Para asegurar el buen entendimiento del mensaje que se quiere transmitir con la cuenta satélite, se requiere que, en el caso de las industrias protegidas por el derecho de autor, se diferencie el alcance de estos resultados con respecto a la cifra oficial del DANE. Para ello sería necesario aclarar que no todas las industrias cobijadas por el derecho de autor pueden ser consideradas culturales y consecuentemente, clarificar la diferencia entre el concepto de industrias culturales utilizado por el proyecto y el concepto de industrias protegidas por derecho de autor empleado para la medición.

Del mismo modo, en el caso de una medición de industrias creativas, se debe comunicar la diferencia entre el alcance de estos resultados y el alcance de los resultados oficiales del DANE. Para ello, debe hacerse claro que no todas las industrias creativas pueden ser consideradas culturales y consecuentemente, clarificar la diferencia entre el concepto de industrias culturales utilizado por el proyecto y el de industrias creativas empleado para realizar la medición.

Si se realiza una medición de industrias culturales se debe socializar la definición empleada en la medición, que debería ser la misma empleada por el proyecto de industrias culturales.

Viabilidad de la medición

La medición de las industrias protegidas por el derecho de autor, con las consideraciones de la OMPI, no es viable del todo. Gran parte de las industrias básicas podrían ser medidas; pero la cuantificación del aporte de las actividades de transporte y comercio sería imprecisa dado que se requiere el cálculo de factores copyright para los cuales no hay información estadística disponible en la ciudad o el país (en el caso colombiano se utilizó un estudio Húngaro (Penygey y Mukácsi, 2005).)

La medición de las industrias creativas por medio de la creación de una estrategia de medición del PIB es viable y podría hacerse para la mayoría de los sectores. Sin embargo, no todas las industrias creativas están representadas en CIU independientes, por lo cual deberían ser excluidas por completo para no generar doble contabilidad del valor agregado. Por otro lado, en aquellos sectores en los que predomine la informalidad (como en las artesanías) podría ser aproximado sólo mediante iniciativa propia de los informales de proporcionar sus datos al proyecto.

La medición de industrias culturales con la aproximación del CAB es viable y podría hacerse para la mayoría de los sectores. Sin embargo, no todas las industrias culturales están representadas en CIU independientes, por lo cual deberían ser excluidas antes de generar doble contabilidad del valor agregado. Por otro lado, en aquellos sectores en los que predomine la informalidad (como en las artesanías) podría ser

aproximado sólo mediante iniciativa propia de los informales de proporcionar datos al proyecto. La ventaja que tiene ésta en comparación con la medición de industrias creativas, es que limita más el sector software y juegos de video, que no tiene suficiente regulación en Colombia, ni CIU suficientemente específicos.

1.4.3. Adopción de la metodología

En coherencia con los argumentos presentados en las dos sub-secciones anteriores, se adopta la metodología de medición de la cuenta satélite de cultura propuesta por el Convenio Andrés Bello, que responde a una definición de Industrias Culturales de la UNESCO y el BID. Esta metodología presenta mayores ventajas en términos de la viabilidad de medición, comparabilidad, claridad en la comunicación del mensaje y ajuste a los objetivos del proyecto Industrias Culturales como motor del desarrollo socioeconómico de Santiago de Cali, que las metodologías propuestas por la OMPI y el DCMS.

Más adelante se discute cómo se adapta la metodología del CAB de acuerdo con la disponibilidad de información de la ciudad de Cali. Por ahora es importante terminar nuestra discusión mostrando de manera explícita los subsectores que incluye la metodología del Convenio Andrés Bello (Ver Cuadro 1.8).

Cuadro 1.8. Subsectores sugeridos por el CAB y adaptación (1 de 2)

Sector	Subsector
Creación literaria, musical, teatral, etc.	Creación literaria Creación musical Creación teatral Creación audiovisual
Artes escénicas y espectáculos artísticos	Danza Presentaciones articulando danza, teatro y música Otras formas de artes escénicas* Presentaciones musicales en vivo. Presentaciones musicales en vivo.
Artes plásticas y visuales	Fotografía Pintura Escultura Arte industrial Grabado, Artes Gráficas, Ilustración
Juegos y juguetería	Juegos y juguetería

Cuadro 1.8. Subsectores sugeridos por el CAB y adaptación (2 de 2)

Sector	Subsector
Libros y publicaciones	Libros Publicaciones periódicas Otros productos editoriales
Música	Edición de música Producción fonográfica
Audiovisual	Cine y video Radio Televisión Multimedia Videojuegos
Diseño	Arquitectónico Gráfico Textil Moda Industrial Interactivo Joyas
Patrimonio natural	Reservas naturales Jardines botánicos y zoológicos Colecciones de zoología, mineralogía y anatomía
Patrimonio material	Inmueble (centros históricos, patrimonio arqueológico) Mueble (antigüedades, etc) Bibliotecas Museos y objetos de colección pública o privada Archivos (fílmicos, documentales y otros repositorios)
Patrimonio Inmaterial	Fiestas tradicionales y patrias Gastronomía y tradiciones culinarias locales Tradiciones vernáculas Artesanía indígena, tradicional y contemporánea Otras tradiciones y expresiones orales Lenguas y dialectos
Formación cultural**	Formación artística dentro del programa general Formación artística especializada Formación en mantenimiento del patrimonio, museología.

*Circo, pantomima, narración, declamación, etc. **Incluido en el cálculo del DANE.

Fuente: Construido a partir de DANE (2007) y CAB (2009).

Sistema de Cuentas Municipales de Santiago de Cali¹

En el Capítulo 1 se discutió la definición del concepto industrias culturales y se adoptó una metodología para medir el impacto de éstas en el PIB. En éste se presenta una breve descripción del Sistema de Cuentas Municipales (SCM) de Santiago de Cali, en el cual se enmarca la Cuenta Satélite de Cultura (CSC).

Los sistemas de información económica de un país o región están normalmente compuestos por dos tipos de conjuntos de estadísticas: i) indicadores, entendidos como estadísticas que corresponden a índices o series de estadísticas de variables importantes, y ii) agregados macroeconómicos, que hacen referencia a estadísticas que equivalen a un sistema integrador de la información. El primer conjunto es información que se produce rápidamente y que se puede hacer disponible a los usuarios sin necesidad de mucho procesamiento. A este conjunto pertenecen variables como los metros cuadrados aprobados para construcción, el número de cabezas de ganado sacrificado y el número de empresas nuevas constituidas. Estas estadísticas permiten conocer rápidamente la dinámica de diferentes sectores económicos pero hacen difícil tener una visión global del nivel de actividad económica en un sector determinado.

El segundo conjunto es fruto de un sistema de acopio y contraste de indicadores y datos que permite dar un marco conceptual a la información y presentar de manera resumida el comportamiento de la economía como un todo. Estos sistemas inte-

¹Este capítulo puede ser omitido por el lector que no desea conocer el detalle del cálculo de la Cuenta Satélite de Cultura de Santiago de Cali. Su lectura no es necesaria para seguir la argumentación de los capítulos de resultados.

gradores se conocen genéricamente como sistemas de contabilidad macroeconómica o contabilidad nacional. De este tipo de sistemas se obtiene información como el producto interno bruto y la cuenta de generación y distribución del ingreso. Este conjunto de estadísticas, que sistematizan e integran diferentes variables e índices, implican una labor más tediosa y larga que la construcción de índices o variables, por esta razón esta información se encuentra disponible con un rezago de tiempo (normalmente de dos a tres años). Este sistema es lo que se conoce como un sistema de cuentas económicas; en el caso de Cali se le denomina Sistema de Cuentas Municipales (SCM).

Así, el SCM de Santiago de Cali tiene como objetivo sintetizar la información del nivel de actividad económica del municipio en un conjunto de cuentas que va más allá del cálculo del PIB de la ciudad. El SCM permite, de manera sintética, entender la evolución e interrelaciones de los sectores económicos presentes en la economía caleña.

2.1. Antecedentes del Sistema de Cuentas Municipales de Santiago de Cali

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), calcula de manera centralizada el producto interno bruto departamental, así como el del Distrito Capital de Bogotá, como una extensión de las Cuentas Nacionales de Colombia. Este PIB departamental se obtiene repartiendo regionalmente, y por sectores productivos, los valores agregados nacionales, aplicando indicadores de participación geográfica. La medición regional para todos los departamentos y el Distrito Capital se encuentra disponible desde 1980.

A excepción del Distrito Capital, el DANE no calcula el PIB para otro municipio colombiano. En este contexto y dada la necesidad de monitorear el comportamiento de la economía de la ciudad de Cali, en 1998 la Secretaría de Fomento Económico y Competitividad, Unidad de Planeación y Proyectos de Inversión, de la alcaldía de Cali, publica las cuentas económicas (que incluye el cálculo del PIB) para el período 1990 - 1996.

Posteriormente, en 2004 el Centro de Investigación en Economía y Finanzas (CIENFI) de la Universidad Icesi, por encargo del Departamento Administrativo de Planeación Municipal (DAPM) publica una actualización de la cuentas económicas (Para una descripción de este proceso, ver Alonso *et al.*, 2004a). A partir de ese momento, el CIENFI, por encargo del DAPM, mantiene actualizadas las cuentas económicas del

municipio de Cali² que son publicadas por el DAPM en sus medios de difusión y en la página web del CIENFI.

En 2006, se incluye en el SCM el PIB trimestral desde el año 1996, permitiendo un monitoreo continuo de la economía caleña (Alonso, Solano y Vera, 2006). En la actualidad el municipio de Santiago de Cali es el único municipio colombiano con un sistema de cuentas municipales que brinda información anual y trimestral de manera periódica y actualizada.

2.2. Agregados económicos medidos en la ciudad de Cali

Uno de los agregados económicos más importantes y empleados por analistas y tomadores de decisiones es el Producto Interno Bruto (PIB) de la región, el cual se encuentra disponible regularmente de forma anual o trimestral. El PIB corresponde al valor de mercado de todos los bienes y servicios producidos en un lugar determinado durante el período de estudio.

El PIB se puede medir desde diferentes ópticas (Alonso, Tamura y Vera, 2004), por ejemplo, desde la óptica de la producción o de la distribución del ingreso. Desde la óptica de la producción, el PIB de Cali se define como:

$$PIB = \sum B\&S_{Finales} \quad (2.1)$$

donde $B\&S_{Finales}$ corresponde al valor en pesos de los bienes y servicios producidos en la ciudad de Cali. Así, el PIB corresponde al valor de todos los bienes y servicios finales producidos en una región y período dado.

Para evitar la doble contabilidad, se debe sumar únicamente el valor que se agrega en cada uno de los procesos productivos y no el valor de la producción. En otras palabras, el PIB se puede encontrar teniendo en cuenta únicamente lo que cada rama de actividad económica (división) o en general una unidad productiva aporta a la economía de un país (Alonso, Tamura y Vera, 2004). Esto se puede expresar de forma resumida con la siguiente expresión:

$$PIB = \sum VA + impuestos - subvenciones \quad (2.2)$$

donde VA representa el valor agregado en cada rama de la actividad económica. El VA se obtiene de restarle al valor de la producción final (Pn) de cada sector, el

²Ver por ejemplo Alonso (2009) y Alonso, Solano y Vera (2006).

valor de los bienes y servicios que se consumen en el proceso productivo (o consumo intermedio (CI)); es decir:

$$VA = Pn - CI \quad (2.3)$$

Por otro lado, el PIB se puede medir desde el punto de vista de la distribución de los ingresos (óptica de los ingresos, se deriva de la cuenta de generación del ingreso). Este enfoque se centra en los agentes económicos y lo que ellos reciben como retribución a su participación en el proceso productivo. Los trabajadores participan de la producción a través de la remuneración a los asalariados (RA), el gobierno por medio de los impuestos sobre la producción y las importaciones, y la parte restante va para los empresarios por medio del excedente bruto de explotación (EBE). Así, el PIB corresponde a:

$$PIB = RA + \text{Impuestos netos sobre la producción e importaciones} + EBE \quad (2.4)$$

El proceso de cálculo del PIB y demás agregados macroeconómicos para Cali implica una serie de pasos que involucran un proceso largo y minucioso de recolección y validación de información (Alonso, 2004). Por este motivo, los agregados anuales son publicados con un rezago de dos o tres años. Para el caso de Cali, los agregados macroeconómicos que se calculan anualmente desde el año 2003 son:

- El Producto Interno Bruto (PIB)
- La cuenta de producción: Producción Final (Pn), el valor agregado (VA) y el consumo intermedio (CI)
- La cuenta de distribución del ingreso: VA (VA), la remuneración a los asalariados (RA) y el excedente bruto de explotación (EBE)

Estos agregados son calculados a precios corrientes y a precios constantes.

2.3. Forma de presentación de las cuentas económicas de la ciudad de Cali

En Alonso *et al.* (2004b) se debaten en detalle las características del sistema de cuentas macroeconómicas municipales en su versión anual. En particular, se discute la adaptación al caso caleño del sistema contable condensado en el Sistema de Cuentas Nacionales de 1993 (SCN 93) sugerido por la Comisión de Estadística de la Organización de Naciones Unidas.

2.3. FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ECONÓMICAS DE CALI33

En la actualidad, el SCM lleva la contabilidad de cincuenta y cinco sectores de los sesenta considerados por el DANE para el nivel nacional en su SCN. Las actividades económicas presentes en el municipio de Cali y su correspondiente número se presentan en el Cuadro 2.1.

Cuadro 2.1. Actividades que componen el SCM de Santiago de Cali (1 de 2)

Actividad	División
Productos de café	1
Otros productos agrícolas	2
Animales vivos, productos animales y productos de la pesca	3
Carbón mineral	6
Minerales no metálicos	9
Carnes y pescados	10
Aceites y grasas animales y vegetales	11
Productos lácteos	12
Productos de molinería, almidones y sus productos	13
Productos de café y trilla	14
Azúcar y panela	15
Cacao, chocolate y productos de confitería	16
Productos alimenticios ncp	17
Bebidas	18
Productos de tabaco	19
Hilazas e hilos; tejidos de fibras textiles, incluso afelpados	20
Artículos textiles, excepto prendas de vestir	21
Tejidos de punto y ganchillo; prendas de vestir	22
Curtido y preparado de cueros, productos de cuero y calzado	23
Productos de madera, corcho, paja y materiales trenzables	24
Productos de papel, cartón y sus productos	25
Edición, impresión y artículos análogos	26
Productos de la refinación del petróleo; combustible nuclear	27
Sustancias y productos químicos	28
Productos de caucho y de plástico	29
Productos minerales no metálicos	30
Productos metalúrgicos básicos (excepto maquinaria y equipo)	31
Maquinaria y equipo	32

Cuadro 2.1. Actividades que componen el SCM de Santiago de Cali. (2 de 2)

Actividad	División
Otra maquinaria y aparatos eléctricos	33
Equipo de transporte	34
Muebles	35
Otros bienes manufacturados ncp	36
Desperdicios y desechos	37
Energía eléctrica	38
Gas domiciliario	39
Agua	40
Trabajos de construcción, construcción y reparación de edificaciones y servicios de arrendamiento de equipo con operario	41
Trabajos de construcción, construcción de obras civiles y servicios de arrendamiento de equipo con operario	42
Comercio	43
Servicios de reparación de automotores, de artículos personales y domésticos	44
Servicios de hotelería y restaurante	45
Servicios de transporte terrestre	46
Servicios de transporte por vía acuática	47
Servicios de transporte por vía aérea	48
Servicios complementarios y auxiliares al transporte	49
Servicios de correos y telecomunicaciones	50
Servicios de intermediación financiera, de seguros y servicios conexos	51
Servicios inmobiliarios y de alquiler de vivienda	52
Servicios a las empresas excepto servicios financieros inmobiliarios	53
Administración pública y defensa; dirección, administración y control del sistema de seguridad social	54
Servicios de enseñanza	55
Servicios sociales (asistencia social) y de salud	56
Servicios de alcantarillado y eliminación de desperdicios, saneamiento y otros servicios de protección del medio ambiente	57
Servicios de asociaciones y esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios	58
Servicios domésticos	59

Fuente: Alonso (2009)

2.4. La cuenta satélite de cultura y el sistema de cuentas municipales

Como se mencionó brevemente antes, y se pudo ver en el Cuadro 2.1, el SCM de Santiago de Cali, así como el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN93), presenta la información por ramas de actividad económica que no necesariamente concuerdan con una rama específica para la cultura o que “esconden” las actividades relacionadas con la cultura. Por ejemplo, las artesanías de madera estarían incluidas en el sector 21 Productos de madera, junto con las sillas, estibas y cualquier otro producto de madera. No obstante, el SCN93 permite crear un sistema de cuentas que extiendan el SCN tradicional para llevar a cabo la contabilidad macroeconómica de un sector en específico. A esta extensión se le conoce como cuenta satélite.

En otras palabras, las cuentas satélites son ejercicios de contabilidad nacional articulados al SCN que permiten estudiar el comportamiento de un sector en mayor detalle (United Nations Statistics Division, 2003). En el caso colombiano el DANE calcula cuentas satélites para los sectores de cultura, medio ambiente, turismo y salud y seguridad social.

Para Santiago de Cali, las cuentas satélites dan una estructura asociada al SCM que permite focalizar la atención en determinado campo o aspecto de la vida económica y social. En otras palabras, la cuenta satélite de la cultura permite reorganizar la información que se encuentra al interior del SCM para medir el tamaño del sector cultura.

En este orden de ideas, la cuenta satélite de cultura (CSC) será un sistema de información estadística sobre las actividades de las industrias culturales de la ciudad de Cali cuyo objetivo es sintetizar en un conjunto de cuentas macroeconómicas³ los flujos económicos relacionados con el sector. Por lo tanto, la CSC es el paso final de estructurar el conjunto de información disponible para el sector proveniente de diferentes fuentes.

Antes de entrar en los detalles del cálculo de la CSC, es importante reconocer que la CSC permitirá:

- Determinar la magnitud del sector frente a la economía de Santiago de Cali
- Monitorear el comportamiento en el tiempo del sector
- Comparar con otras regiones y sectores.

En el próximo capítulo se discute cómo se adapta la metodología del Convenio

³En especial la cuenta de producción y distribución del ingreso.

Andrés Bello al caso de Cali para la construcción de la cuenta satélite de cultura para la ciudad.

CAPÍTULO 3

Cuenta Satélite de la Cultura para el municipio de Santiago de Cali.¹

En el Capítulo 1 se discutió el concepto de industrias culturales y se adoptó como definición:

“[...] aquellas que generan productos creativos y artísticos, tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). Lo que las industrias culturales tienen en común, es que todas usan su creatividad, conocimiento cultural, y propiedad intelectual, para producir productos y servicios con valor social y cultural.”
Traducción propia del original (UNESCO Bangkok, 2007).

Del mismo modo se concluyó que la metodología para el cálculo de la cuenta satélite de cultura propuesta por el Convenio Andrés Bello (CAB) es la más adecuada para la medición de las industrias culturales de Santiago de Cali. Por otro lado, en el Capítulo 2 se describió el Sistema de Cuentas Municipales (SCM) de Santiago de Cali y se definió el concepto de cuenta satélite.

¹Este capítulo puede ser omitido por el lector que no desea conocer el detalle del cálculo de la Cuenta Satélite de Cultura de Santiago de Cali. Su lectura no es necesaria para seguir la argumentación de los capítulos de resultados.

Este capítulo discute cómo se adaptó la metodología del CAB a la información disponible en la ciudad de Santiago de Cali y a su Sistema de Cuentas Municipales.

3.1. Nomenclatura de la metodología del CAB

La metodología sugerida por el CAB está escrita en términos de actividades y productos en las nomenclaturas CIIU² Rev 4 y el sistema de Clasificación Central de Productos (CPC por sus siglas en inglés) 2.0, respectivamente. En estas nomenclaturas, se han incluido y/o desagregado, algunos nuevos productos que estaban incluidos de forma más agregada en el CIIU Rev 3 y CPC 1.0.

En Colombia se emplean las nomenclaturas CIIU Rev 3 A.C. y CPC 1.0 y la CPC solamente está adaptada para las actividades industriales. Y aunque el DANE trabaja en una conversión a las actualizaciones de estas nomenclaturas, este cambio no está disponible actualmente. Es por esto que algunos productos sugeridos por el CAB no pueden ser incluidos en el cálculo de la cuenta satélite de la ciudad de Cali.

Sin embargo, las mencionadas dificultades fueron previstas por el CAB, cuya propuesta de medición puede ser adaptada dependiendo de la disponibilidad de información de cada país; en sus palabras: "...la presente propuesta debe tomarse como una plataforma para la comparación internacional. Luego, cada país que implementa la Cuenta Satélite de Cultura deberá especificar claramente cuál ha sido el ámbito adoptado, señalar los sectores que se han excluido y presentar separadamente las áreas que le son propias" (CAB, 2009. pp. 41)

La intención de las siguientes secciones de este capítulo es mostrar de forma general las adaptaciones a la metodología del CAB, realizadas para hacer posible el cálculo de la Cuenta Satélite de Cultura en Cali (CSC), señalando con claridad los sectores y productos cuya medición no fue posible, con el objetivo de proveer una herramienta para hacer comparaciones justas entre la cuenta satélite de cultura de Cali y las de otros lugares con base en la propuesta del CAB.

3.2. Equivalencias

El CAB propone realizar medición de doce sectores:

- Creación literaria, musical, teatral, etc.
- Artes escénicas y espectáculos artísticos

²CIIU corresponde a la abreviatura de Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

- Artes plásticas y visuales
- Libros y publicaciones
- Audiovisual
- Música
- Diseño
- Juegos y juguetería
- Patrimonio material
- Patrimonio natural
- Patrimonio inmaterial
- Formación cultural

De los doce sectores descritos anteriormente, sólo nueve pueden ser medidos para el caso del municipio de Santiago de Cali. Esto se deriva de la inexistencia de estadística básica sobre tres sectores, de la imposibilidad de crear un marco muestral confiable, y del hecho que la información por CIIU no llega a tal grado de detalle. Los tres sectores que no pudieron ser medidos corresponden a: creación literaria, musical y teatral; producción y edición musical; y patrimonio inmaterial. Cabe resaltar que el hecho que no estén calculados de forma independiente, no implica que la actividad formal relacionada con el sector no esté incluida en sectores relacionados como artes escénicas y espectáculos artísticos, libros o audiovisual. En otras palabras, si bien estos sectores no se podrán aislar de otros, si estarán medidos en el PIB de la cultura.

Por otro lado, el CAB propone que la investigación en cada campo cultural sea incluida dentro del sector correspondiente, sin embargo, las fuentes de información disponibles en la ciudad de Cali no permiten desagregar el tipo de investigación cultural por campos. Es por esto que en la medición de Cuentas Satélite de Cultura de la ciudad de Cali, se adiciona un sector llamado investigación, en el cual se incluye la investigación relacionada con las humanidades.

En este orden de ideas, la medición para Cali se cumple a nivel de CIIU (en el caso de libros y publicaciones y juegos y juguetes se llegó a un cálculo por producto), para lo cual se realizó una selección de los CIIU que podrían ser total o parcialmente culturales de acuerdo con la metodología propuesta por el CAB. En el Cuadro 3.1 se presentan los CIIU total y parcialmente culturales.

Las actividades parcialmente culturales que se presentan en el Cuadro 3.1, fueron desagregadas con diferentes métodos. Los CIIU 2219 y 2220, por medio de la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) por productos; los CIIU 7421 y 7499, por medio

Cuadro 3.1. CIIUs parcial o totalmente culturales

CIIU 3AC	Descripción de la actividad	Total/ parcial	Sector en el SCM
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	T	26
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	T	26
2213	Edición de materiales grabados	T	26
2219	Otros trabajos de edición	P	26
2220	Actividades de impresión	P	26
2240	Reproducción de materiales grabados	T	26
3694	Fabricación de juegos y juguetes	T	36
5244	Comercialización de libros y papelería	T	43
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	T	50
6424	Servicios de transmisión por cable	T	50
7320	Investigación y desarrollo experimental en las ciencias sociales y las humanidades	T	53
7421	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico	P	53
7430	Publicidad	T	53
7494	Actividades de fotografía	T	53
7499	Otras actividades empresariales	P	53
8030	Formación superior	P	55
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	T	58
9212	Exhibición de filmes y videocintas	T	58
9213	Actividades de radio y televisión	T	58
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	T	58
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	T	58
9220	Actividades de agencias de noticias	T	58
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	T	58
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	T	58
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	T	58

de encuestas telefónicas; y formación superior fue desagregada con base en los datos por programa académico proporcionados por el Ministerio de Educación Nacional.

Para más detalles sobre la metodología de cálculo, el lector puede ver el libro “Metodología para el cálculo de las cuentas satélites de cultura del municipio de Santiago de Cali 2005-2008” (Alonso *et al.*, 2010) que complementa este documento.

3.3. Formato de presentación de los resultados

Como se mencionó anteriormente, el cálculo se efectúa a nivel de CIIU. Además de esto, el cálculo de cada CIIU se realiza en el marco del sector del sistema de cuentas municipales (SCM) que lo incluye (Ver Cuadro 3.1), pero para efectos de comparabilidad la presentación de los resultados se cumple tal como lo propone el CAB.

A continuación se presenta el Cuadro 3.2 en el que se especifica a qué sector se asignó la producción de cada CIIU considerado total o parcialmente cultural.³

Cuadro 3.2. Equivalencia Sector-CIIU⁴

Sector	CIIUs Incluidos de forma parcial o total
Artes escénicas y espectáculos	9214 y 9219
Artes plásticas y visuales	7494
Libros y publicaciones	2211, 2212, 2219 2220 y 5244
Audiovisual	9211-9212-9213 9220-6423-6424
Diseño	7421, 7430 y 7499
Juegos y juguetería	3694
Patrimonio material	9231 y 9232
Patrimonio natural	9233
Formación cultural	8030
Investigación	7320

Finalmente, es importante mencionar que los cálculos de la CSC del municipio de Santiago de Cali, emplean como año base el 2005, al igual que todo el sistema de cuentas municipales que se describió en el capítulo anterior. Las cuentas del sector cultura de Cali se muestran tanto a precios corrientes como constantes.

³Cuando una actividad pertenece a dos sectores diferentes y no es posible desagregarla, su producción se contabiliza en el sector predominante.

3.4. Resultados de la cuenta satélite de cultura de Cali

A continuación, se presentan los resultados de la cuenta de producción y generación del ingreso de la cultura en la ciudad de Cali. Se hizo el cálculo tanto en términos reales como nominales. Los resultados se presentan para los cuatro años calculados, iniciando en el 2005 y terminando en el 2008. Para este último año se presentan datos provisionales, para los definitivos se requiere tener datos definitivos del PIB de la ciudad.

Cuadro 3.3. Participación en el PIB cultural por sectores. Cali, 2005-2008p.

Sector	2005	2006	2007	2008p
Artes escénicas	7.8 %	6.7 %	8.8 %	9.7 %
Artes plásticas	8.1 %	4.6 %	2.8 %	1.3 %
Libros y publicaciones	10.3 %	12.2 %	13.5 %	13.9 %
Audiovisual	9.3 %	12.1 %	8.7 %	10.0 %
Diseño	50.1 %	53.1 %	52.2 %	52.0 %
Juegos	0.1 %	0.1 %	0.1 %	0.2 %
Patrimonio material	2.9 %	1.9 %	3.4 %	1.7 %
Patrimonio natural	2.1 %	1.6 %	2.0 %	2.1 %
Formación	5.4 %	4.6 %	5.6 %	6.3 %
Investigación	4.0 %	3.0 %	3.0 %	3.0 %

Cuadro 3.4. Participación del PIB cultural en el PIB de Cali. Nominal, 2005-2007 (miles de pesos).

	2005	2006	2007
VA cultural Cali	201,904,704	266,590,525	251,619,174
PIB Cali	19,413,462,489	21,848,778,127	24,991,215,772
Participación en el PIB Cali	1.04 %	1.22 %	1.01 %

Cuadro 3.5. Cuenta de producción y generación del ingreso nominal de la cultura 2005 - 2008p (miles de pesos).

Sector	Año	Pn	CI	RA	T	VA	EBE
Artes escénicas	2005	28,431,944	12,606,673	6,384,328	415,553	15,825,271	9,025,391
Artes escénicas	2006	32,239,547	14,294,957	7,239,316	471,203	17,944,590	10,234,071
Artes escénicas	2007	39,665,054	17,587,413	8,906,697	579,732	22,077,640	12,591,212
Artes escénicas	2008p	44,890,957	19,904,569	10,080,161	656,113	24,986,388	14,250,114
Artes plásticas	2005	31,702,356	15,409,993	6,512,761	764,018	16,292,363	9,015,584
Artes plásticas	2006	24,060,809	11,695,563	4,942,923	579,859	12,365,246	6,842,464
Artes plásticas	2007	13,835,626	6,725,270	2,842,316	333,435	7,110,356	3,934,605
Artes plásticas	2008p	6,490,866	3,155,103	1,333,448	156,428	3,335,763	1,845,886
Libros y publicaciones	2005	34,849,817	14,033,125	8,783,459	359,683	20,816,692	11,673,550
Libros y publicaciones	2006	53,742,593	21,130,761	12,832,662	573,362	32,611,832	19,205,808
Libros y publicaciones	2007	58,175,218	24,211,985	14,039,669	596,389	33,963,233	19,327,175
Libros y publicaciones	2008p	62,375,833	26,452,539	14,600,848	637,619	35,923,294	20,684,827
Audiovisual	2005	93,040,722	74,182,432	15,067,335	1,906,477	18,858,290	1,884,478
Audiovisual	2006	115,071,993	82,914,954	18,562,333	2,364,748	32,157,039	11,229,957
Audiovisual	2007	120,020,922	98,179,138	19,013,146	2,499,061	21,841,784	329,577
Audiovisual	2008p	128,190,033	102,391,731	20,196,601	2,679,542	25,798,302	2,922,159
Diseño	2005	196,687,202	95,606,410	40,406,357	4,740,109	101,080,793	55,934,327
Diseño	2006	275,582,002	133,955,872	56,614,079	6,641,453	141,626,130	78,370,598
Diseño	2007	255,475,218	124,182,295	52,483,450	6,156,885	131,292,922	72,652,588
Diseño	2008p	261,527,913	127,124,411	53,726,883	6,302,753	134,403,502	74,373,866
Juegos	2005	438,780	234,465	62,346	2,822	204,315	139,147
Juegos	2006	495,997	279,483	63,116	2,990	216,514	150,408
Juegos	2007	632,933	334,567	76,309	4,121	298,366	217,936
Juegos	2008p	946,361	500,245	114,097	4,121	446,116	327,898
Patrimonio material	2005	9,759,881	3,991,773	2,973,673	149,753	5,768,108	2,644,682
Patrimonio material	2006	8,439,642	3,404,027	2,682,701	130,507	5,035,615	2,222,407
Patrimonio material	2007	14,796,011	6,126,353	4,333,821	225,443	8,669,658	4,110,394
Patrimonio material	2008p	7,064,781	2,761,102	2,451,586	111,117	4,303,679	1,740,976
Patrimonio natural	2005	4,413,672	241,385	642,466	278,959	4,172,288	3,250,862
Patrimonio natural	2006	4,494,130	245,785	654,178	284,045	4,248,345	3,310,122
Patrimonio natural	2007	5,215,770	285,252	759,222	329,655	4,930,518	3,841,641
Patrimonio natural	2008p	5,710,000	312,281	831,163	360,892	5,397,719	4,205,664
Formación	2005	12,741,261	1,881,810	7,570,445	184,676	10,859,451	3,104,330
Formación	2006	14,438,169	2,132,433	8,578,693	209,272	12,305,736	3,517,771
Formación	2007	16,418,086	2,424,855	9,755,096	237,970	13,993,231	4,000,165
Formación	2008p	19,021,973	2,809,434	11,302,241	275,711	16,212,539	4,634,586
Investigación	2005	15,619,529	7,592,396	3,208,792	376,426	8,027,133	4,441,915
Investigación	2006	15,721,384	7,641,906	3,229,716	378,881	8,079,478	4,470,881
Investigación	2007	14,479,913	7,038,447	2,974,675	348,962	7,441,466	4,117,829
Investigación	2008p	15,353,101	7,462,890	3,154,058	370,006	7,890,211	4,366,148

Nota: Pn=Producción, CI=Consumo Intermedio, RA=Remuneración Asalariados, T= Impuestos, VA= Valor Agregado y EBE= Excedente Bruto de Explotación.

Cuadro 3.6. Cuenta de producción y generación del ingreso real de la cultura 2005 - 2008p (miles de pesos del 2000).

Sector	Año	Pn	CI	RA	T	VA	EBE
Artes escénicas	2005	22,656,465	10,045,836	6,049,870	313,220	12,610,630	6,247,539
Artes escénicas	2006	25,670,004	11,382,034	6,675,058	350,791	14,287,971	7,262,122
Artes escénicas	2007	31,658,338	14,037,250	8,119,687	423,303	17,621,088	9,078,098
Artes escénicas	2008p	35,893,013	15,914,897	9,216,116	477,107	19,978,116	10,284,892
Artes plásticas	2005	22,809,012	10,999,459	6,171,575	549,691	11,809,553	5,088,287
Artes plásticas	2006	16,635,387	7,941,691	4,557,653	400,908	8,693,696	3,735,134
Artes plásticas	2007	9,101,796	4,522,010	2,591,165	219,351	4,579,786	1,769,270
Artes plásticas	2008p	4,001,205	1,958,019	1,219,149	96,428	2,043,186	727,609
Libros y publicaciones	2005	25,843,543	10,191,414	8,323,317	259,196	15,652,129	7,069,617
Libros y publicaciones	2006	38,437,452	14,923,986	11,832,439	393,719	23,513,467	11,287,309
Libros y publicaciones	2007	41,707,392	17,228,342	12,799,102	402,886	24,479,050	11,277,062
Libros y publicaciones	2008p	51,484,395	22,504,014	13,349,302	444,665	28,980,381	15,186,414
Audiovisual	2005	69,210,150	54,151,109	14,277,998	1,382,007	15,059,041	- 600,964
Audiovisual	2006	86,603,917	58,357,455	17,115,518	1,734,193	28,246,462	9,396,751
Audiovisual	2007	95,963,400	68,114,012	17,333,115	1,961,217	27,849,388	8,555,057
Audiovisual	2008p	105,305,671	66,642,848	18,465,402	2,167,607	38,662,822	18,029,814
Diseño	2005	141,511,272	68,242,649	38,289,578	3,410,384	73,268,624	31,568,662
Diseño	2006	190,534,468	90,960,664	52,201,374	4,591,830	99,573,804	42,780,600
Diseño	2007	168,064,921	83,499,046	47,845,931	4,050,320	84,565,875	32,669,625
Diseño	2008p	161,215,286	78,891,888	49,121,556	3,885,245	82,323,398	29,316,596
Juegos	2005	346,676	185,248	59,080	2,270	161,427	100,077
Juegos	2006	376,617	212,215	58,196	2,086	164,402	104,120
Juegos	2007	472,115	249,559	69,566	2,533	222,556	150,456
Juegos	2008p	927,218	490,126	104,317	2,517	437,092	330,258
Patrimonio material	2005	7,777,323	3,180,911	2,817,890	112,875	4,596,412	1,665,646
Patrimonio material	2006	6,719,872	2,710,379	2,473,602	97,157	4,009,494	1,438,735
Patrimonio material	2007	11,809,315	4,889,699	3,950,878	164,612	6,919,616	2,804,127
Patrimonio material	2008p	5,648,716	2,207,667	2,241,442	80,801	3,441,049	1,118,806
Patrimonio natural	2005	3,517,108	192,351	608,809	210,264	3,324,756	2,505,683
Patrimonio natural	2006	3,578,348	195,701	603,189	211,459	3,382,648	2,568,000
Patrimonio natural	2007	4,162,924	227,671	692,136	240,704	3,935,253	3,002,413
Patrimonio natural	2008p	4,565,487	249,688	759,918	262,431	4,315,800	3,293,451
Formación	2005	8,770,150	1,295,300	7,173,850	127,118	7,474,850	173,883
Formación	2006	9,927,297	1,466,204	7,910,039	143,890	8,461,093	407,164
Formación	2007	10,743,026	1,586,682	8,893,121	155,713	9,156,344	107,510
Formación	2008p	11,712,238	1,729,829	10,333,443	169,761	9,982,409	- 520,796
Investigación	2005	11,237,841	5,419,356	3,040,692	270,829	5,818,484	2,506,963
Investigación	2006	10,869,598	5,189,118	2,977,981	261,954	5,680,480	2,440,545
Investigación	2007	9,525,642	4,732,588	2,711,828	229,565	4,793,054	1,851,660
Investigación	2008p	9,464,208	4,631,380	2,883,701	228,085	4,832,828	1,721,043

Nota: Pn=Producción, CI=Consumo Intermedio, RA=Remuneración Asalariados, T= Impuestos, VA= Valor Agregado y EBE= Excedente Bruto de Explotación.

Caracterización de la oferta de las industrias culturales de Cali

La Cuenta Satélite de Cultura (CSC) es el paso final de estructurar el conjunto de información disponible para el sector de industrias culturales en la ciudad de Cali. Uno de los beneficios de la CSC es permitir resumir la información, pero como cualquier resumen oculta algunos detalles que pueden ser interesantes para entender el sector de las industrias culturales en Santiago de Cali. En este y el siguiente capítulo presentamos el análisis de diferentes fuentes de información que fueron empleadas para la construcción de la CSC y que permite entender características interesantes de las industrias culturales de la ciudad.

Por ejemplo, en 2005 el DANE realizó en el área metropolitana de Cali, el Censo Económico de Cali - Yumbo. Fue financiado por las Alcaldías de las ciudades de Cali y Yumbo, la Cámara de Comercio de Cali, Comfandi, Comfenalco y Cotelvalle. Su objetivo era suministrar información sobre las unidades económicas presentes en el área metropolitana de Cali, lo que permitiría el análisis de la economía local y el establecimiento de políticas públicas que permitieran el mejoramiento de las condiciones económicas de los municipios. Para ese momento Cali contaba con información del Censo Económico de 1990, lo cual implicaba que la información disponible estaba desactualizada y no permitía monitorear el comportamiento y evolución de la estructura productiva de la ciudad. El Censo Económico de Cali - Yumbo de 2005 se realizó paralelo y mediante la metodología del Censo General 2005 en 45 días (agosto 5 - septiembre 24 de 2005).

En este capítulo se empleará la información recolectada por el Censo Económico de

Cali - Yumbo de 2005, para caracterizar el sector de las industrias culturales en la ciudad de Cali. El objetivo es describir las características de las unidades económicas que pertenecen al sector de industrias culturales y su ubicación en la ciudad.

El resto de este capítulo se organiza de la siguiente manera: la primera sección presenta las características del Censo Económico de 2005; en la segunda sección se discuten definiciones que se emplean a lo largo del documento de industrias culturales y se hacen las aclaraciones metodológicas. La tercera sección es una caracterización de las industrias culturales en Cali empleando diferentes criterios como el tamaño y la formalidad. La última sección presenta la ubicación espacial de las unidades económicas que pertenecen a las industrias culturales.

4.1. Características del censo económico

La información recolectada en el Censo Económico de Cali - Yumbo de 2005 (CECY), tiene ciertas peculiaridades que hacen de éste una herramienta de análisis económico sin paralelo en la ciudad de Cali. Primero que todo, fue un ejercicio universal, es decir, es un censo real en el que se cubrieron todos los elementos relevantes de la población.

La unidad censal empleada fue la **unidad económica** o establecimiento económico. Por unidad se entiende un espacio independiente y separado que constituye parte o la totalidad de una edificación; sus usos pueden ser para vivienda, económico o un lugar de alojamiento. Las unidades económicas censadas tienen como característica especial que combinan operaciones y recursos¹ para la producción y/o comercialización de bienes o servicios. Estos bienes y servicios pueden ser finales² o intermedios para el consumo por parte de las empresas en otro proceso productivo. La finalidad de la actividad económica es generar algún tipo de valor agregado, ya sea que éste se distribuya entre individuos o en un grupo. En otras palabras, las unidades de observación del censo fueron los establecimientos económicos que funcionaban en edificaciones, los puestos fijos, los puestos móviles y las actividades económicas dentro de las viviendas³ (DANE, 2006).

Para cada unidad económica censada se recogió la información de la manzana donde está ubicada, identificando la manzana con un código único nacional de seis dígitos. Esta información permite la georeferenciación de la información con la precisión

¹Los recursos incluyen los humanos y técnicos.

²Para el consumo de las personas.

³Es decir, el Censo Económico de Cali - Yumbo de 2005 no sólo censó a las unidades cuya finalidad es únicamente económica, sino también las unidades de vivienda en las que se desarrollaban actividades de comercio, servicios e industria al interior de los hogares, es decir viviendas con actividad económica.

de la manzana. Por otro lado, el tipo de actividad económica a la que se dedica cada unidad fue registrado por el CECY empleando un código de cuatro dígitos. Este código corresponde al CIIU Revisión 3AC del DANE.⁴ Así, la información recolectada por dicho censo está limitada a cuatros dígitos del CIIU, es decir, no llega hasta el nivel de producto, únicamente el de actividad económica (DANE, 2006).

Ejemplo de la clasificación CIIU

Los códigos del CIIU se agrupan en categorías, divisiones, grupos, clases y productos. Cada uno de estos conjuntos corresponde a un nivel de agregación diferente que se hace explícito con el número de dígitos que se emplean en la nomenclatura. Por ejemplo, *actividades de arquitectura* tiene el código a seis dígitos, CIIU 742101 y representa un servicio. Estos productos(servicios) hacen parte de la clase (o actividad económica) *actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico*, que se denota con un código a cuatro dígitos, CIIU 7421. Esta actividad económica hace parte del grupo *actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades técnicas* que se denota con el código CIIU a 3 dígitos, 742. El grupo 742 hace parte de la división *otras actividades empresariales* que corresponde al código CIIU a 2 dígitos, 74. La división 74 hace parte de la categoría *actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler* que se identifica con la letra “K”. Las categorías, a diferencia de las divisiones, los grupos, las clases y los productos, se distinguen por letras y no por números.

El Censo cubrió los tres grandes sectores de la economía relevantes para la parte urbana del área metropolitana de Cali (i.e. Santiago de Cali y Yumbo):

- Industria: con un cubrimiento tanto de la micro, como de la pequeña, mediana y gran industria.

⁴CIIU es la sigla de Código Industrial Internacional Uniforme. Ese código corresponde a una clasificación realizada por la División de Estadística de las Naciones Unidas. Su finalidad es estandarizar, entre los países miembros, la clasificación de todas las actividades económicas posibles. Para el caso colombiano, el DANE ha realizado una adaptación de esa codificación a la realidad del país.

- Comercio: con un cubrimiento que incluyó todas las organizaciones y establecimientos comerciales que venden mercancías al por mayor y al por menor que estaban abiertas al público, los talleres de mantenimiento y los puestos móviles de comercio que siempre ocupan el mismo espacio.
- Servicios: con un cubrimiento que incluyó todas las organizaciones y establecimientos que venden o prestan servicios al público en general.

En cuanto al registro de la actividad económica de la ciudad, el CECY 2005 tiene una limitación, y es que no incluye información sobre actividades de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, pesca y explotación de minas y canteras. Pero tampoco registra las entidades de la administración pública, de las diferentes ramas del poder ejecutivo, legislativo y judicial, ni las organizaciones y organismos extraterritoriales, como por ejemplo: consulados, Cruz Roja Internacional, y la ONU (DANE, 2006)

4.2. Consideraciones para caracterizar las industrias culturales a partir del censo económico

Como se discutió en la sección anterior, el Censo Económico de Cali - Yumbo de 2005, provee información de toda la economía de ambas localidades, en nuestro caso es de interés únicamente la ciudad de Cali y el sector de industrias culturales. De manera que la primera tarea corresponde a delimitar claramente qué actividades serán consideradas como parte de las industrias culturales.

Después de un trabajo de adaptación de la Metodología del Convenio Andrés Bello, se llega a que las industrias culturales en Cali son las presentadas en el Cuadro 4.1. En Colombia, los CIIU 9112 y 9249 fueron incluidos en la medición de la CSC, sin embargo, en el caso caleño se encontró que éstos no tienen participación cultural. Así mismo, se encontró que los CIIU 2219, 2220, 7421, 7499 y 8030, son parcialmente culturales. Los sectores comercio de libros (5244) y fabricación de juegos y juguetes (3694) fueron incluidos en la medición de la CSC de Cali, pero no son contemplados en la CSC nacional para los años comprendidos entre 2000 y 2007. Nuestro análisis se realizará solamente para los CIIUs totalmente culturales.

Cuadro 4.1. Industrias culturales incluidas en la CSC de Cali
CIU 3AC Descripción de la Actividad

2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas
2213	Edición de materiales grabados
2219	Otros trabajos de edición
2220	Actividades de impresión
2240	Reproducción de materiales grabados
3694	Fabricación de juegos y juguetes
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión
6424	Servicios de transmisión por cable
7320	Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades
7421	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico
7430	Publicidad
7494	Actividades de fotografía
7499	Otras actividades empresariales
8030	Formación superior
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas
9212	Exhibición de filmes y videocintas
9213	Actividades de radio y televisión
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp
9220	Actividades de agencias de noticias
9231	Actividades de bibliotecas y archivos
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales

4.3. Características de las industrias culturales en Cali según el Censo Económico de 2005

Según el CECY del 2005 para Cali, 1,077 unidades económicas de las 51,457 censadas, pertenecen a las industrias culturales. Es decir, el 2.1% de las unidades económicas censadas en la ciudad de Cali se pueden clasificar como parte de las industrias culturales. La distribución de estas unidades económicas por actividad se puede apreciar en el Cuadro 4.2. La mayor concentración de unidades económicas se presenta en el comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, que representan el 54.0% de las unidades económicas de las industrias culturales. A esta actividad le siguen en importancia publicidad (con el 11.3% de las unidades económicas) y fotografía (con un 7.2%) (ver Cuadro 4.2).

Cuadro 4.2. Número de unidades económicas que hacen parte de las industrias culturales en Cali, 2005. (1 de 2)

Descripción CIU Rev. 3A.C.	Establec.	% del total de IC
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	0.9 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	0.5 %
Edición de materiales grabados	2	0.2 %
Reproducción de materiales grabados	2	0.2 %
Fabricación de juegos y juguetes	4	0.4 %
Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería.	582	54.0 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	0.9 %
Servicios de transmisión por cable	20	1.9 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	0.7 %
Publicidad	122	11.3 %
Actividades de fotografía	88	8.2 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	78	7.2 %
Exhibición de filmes y videocintas	17	1.6 %

Cuadro 4.2. Número de unidades económicas que hacen parte de las industrias culturales en Cali, 2005. (2 de 2)

Descripción CIIU Rev. 3A.C.	Establec.	% del total de IC
Actividades de radio y televisión	13	1.2 %
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	3.3 %
Otras actividades de entretenimiento	41	3.8 %
Actividades de agencias de noticias	3	0.3 %
Actividades de bibliotecas y archivos	10	0.9 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	0.8 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	1.6 %
Total de unidades económicas-IC	1077	100.0 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

4.3.1. Tipo de emplazamiento

Como se mencionó anteriormente, el CECY del 2005 permite determinar el tipo de lugar en que se desarrolla la actividad económica. El 68.3 % del total de establecimientos del sector de las industrias culturales, en el 2005, operaban en un local, oficina o fábrica; por su parte, el 22.3 %, en viviendas con actividad económica; y el restante 9.4 % en puestos fijos o móviles. La industria que más opera en vivienda con actividad económica es la de actividades de fotografía, con un 54.5 %, seguida por fabricación de juegos y juguetes, con un 50.0 % (ver Cuadro 4.3).

Por otro lado, es interesante destacar que la industria que presenta un mayor porcentaje de unidades en puestos móviles es la de comercio especializado al por mejor de libros, períodos y artículos de papelería (7.0 %). Además, solamente otros tres sectores de las industrias culturales presentan actividades en puestos móviles. En su orden de participación: Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales (5.9 %), Otras actividades de entretenimiento (4.9 %) y Publicidad (0.8 %). Finalmente, la actividad de siete subsectores de las industrias culturales en Cali llevan a cabo la totalidad de sus actividades de producción en: Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas, Edición de materiales grabados, Reproducción de materiales grabados, Servicios de transmisión de programas, Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades, Actividades de radio y televisión y Actividades de agencias de noticias.

Cuadro 4.3. Industrias culturales por tipo de emplazamiento. Cali, 2005.

Descripción CIU Rev. 3A.C.	No. Est.	Tipo de emplazamiento			
		Local	P. fijo	Vivienda	P. móvil
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	80.0 %	10.0 %	10.0 %	0.0 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Edición de materiales grabados	2	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Reproducción de materiales grabados	2	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Fabricación de juegos y juguetes	4	25.0 %	25.0 %	50.0 %	0.0 %
Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería.	582	62.4 %	8.1 %	22.5 %	7.0 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Servicios de transmisión por cable	20	95.0 %	5.0 %	0.0 %	0.0 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Publicidad	122	81.1 %	0.8 %	17.2 %	0.8 %
Actividades de fotografía	88	45.5 %	0.0 %	54.5 %	0.0 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	78	80.8 %	0.0 %	19.2 %	0.0 %
Exhibición de filmes y videocintas	17	82.4 %	0.0 %	17.6 %	0.0 %
Actividades de radio y televisión	13	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	83.3 %	0.0 %	16.7 %	0.0 %
Otras actividades de entretenimiento	41	70.7 %	12.2 %	12.2 %	4.9 %
Actividades de agencias de noticias	3	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de bibliotecas y archivos	10	90.0 %	0.0 %	10.0 %	0.0 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	77.8 %	0.0 %	22.2 %	0.0 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	64.7 %	0.0 %	29.4 %	5.9 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

4.3.2. Empleo e informalidad

El CECY de 2005 censó todo tipo de establecimiento, independientemente de si están legalmente constituidos o no. Esa base de datos nos permite entender el grado de formalidad de los establecimientos del sector y de la formalidad del empleo que generan. Si bien definir la formalidad de un establecimiento no es tarea fácil, pues en el caso del municipio de Cali se requieren diferentes registros y permisos y no todos son obligatorios para todas las actividades, podemos emplear tres registros como

medida (imperfecta⁵) de formalidad de los establecimientos: i) registro mercantil, ii) registro de industria y comercio y iii) Registro Único Tributario (RUT).

La matrícula mercantil es un registro que deben realizar todas las personas naturales o jurídicas que ejerzan profesionalmente el comercio, los establecimientos de comercio y las sucursales de sociedades extranjeras; ésta se inscribe en la cámara de comercio correspondiente al domicilio. Por su parte, el impuesto de industria y comercio es un gravamen municipal que deben pagar todas las personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho que ejerzan actividades industriales, comerciales o de servicios. A su vez, el Registro Único Tributario es el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a quienes tienen obligaciones administradas o controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), tanto las personas naturales como las jurídicas, obligadas o no a pagar impuestos, deben tener su RUT antes de iniciar operaciones.

En cuanto a la formalidad del trabajo creado por los establecimientos en la ciudad de Cali, podemos emplear el pago de parafiscales como un indicador de que el establecimiento está creando empleo formal al estar cubriendo todas sus obligaciones como patrono. Los parafiscales equivalen a un 9 % del valor de la nómina y se componen de aportes al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF (3 % de la nómina), al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA (2 % de la nómina) y a las Cajas de Compensación Familiar (4 % de la nómina). Los parafiscales se pagan cuando los trabajadores de la empresa están vinculados a ésta con un contrato de trabajo.

Informalidad de la empresa

El 68.2 % de los establecimientos de las IC en Cali en el 2005, tenían vigente el Registro Único Tributario (RUT), el 67.7 % tenían vigente su registro mercantil y el 56.5 % el registro de Industria y Comercio. Si se considera la vigencia de estos tres registros como una muestra de formalidad de la empresa, se encuentra que sólo edición y reproducción de materiales grabados, y agencias de noticias son formales respecto a los tres criterios, es decir, sólo en estos sectores, el 100 % de las empresas están al día con RUT, Cámara de Comercio e Industria y Comercio.

Las industrias con más alto porcentaje de establecimientos en informalidad son fabricación de juegos y juguetes, investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades, y actividades de fotografía (Ver Cuadro 4.4).

⁵Si bien estos registros no son condición necesaria y suficiente para ser formales, el hecho que un establecimiento tenga uno de estos registros puede considerarse como una muestra del grado de formalidad del establecimiento

Cuadro 4.4. Porcentaje de industrias culturales con registro vigente de Industria y Comercio, Mercantil y RUT. Cali, 2005.

Descripción CIU Rev. 3A.C	No. Est.	Registro Mercantil	Industria y Ccio	RUT
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	100.0 %	90.0 %	100.0 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	80.0 %	80.0 %	80.0 %
Edición de materiales grabados	2	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Reproducción de materiales grabados	2	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Fabricación de juegos y juguetes	4	25.0 %	25.0 %	50.0 %
Comercio especializado al por menor de libros y artículos de papelería.	582	64.3 %	51.2 %	63.2 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	90.0 %	90.0 %	90.0 %
Servicios de transmisión por cable	20	95.0 %	100.0 %	100.0 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	37.5 %	37.5 %	75.0 %
Publicidad	122	82.0 %	70.5 %	84.4 %
Actividades de fotografía	88	51.1 %	47.7 %	60.2 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	78	65.4 %	46.2 %	64.1 %
Exhibición de filmes y videocintas	17	70.6 %	70.6 %	64.7 %
Actividades de radio y televisión	13	92.3 %	100.0 %	92.3 %
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	69.4 %	50.0 %	61.1 %
Otras actividades de entretenimiento	41	78.0 %	63.4 %	75.6 %
Actividades de agencias de noticias	3	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Actividades de bibliotecas y archivos	10	60.0 %	60.0 %	70.0 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	55.6 %	55.6 %	66.7 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	82.4 %	76.5 %	82.4 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

Informalidad del empleo generado

El 29.3 % del total de empresas censadas hicieron pago de parafiscales en el mes anterior al censo; un 9.1 % no informó, lo que deja un saldo de 61.6 % del total de empresas con empleo informal.

Cuadro 4.5. Porcentaje de industrias culturales que pagan parafiscales. Cali, 2005.

Descripción CIIU Rev. 3A.C.	No. Est.	Pago de parafiscales		
		Sí	No	No informa
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	70.0 %	30.0 %	0.0 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	60.0 %	40.0 %	0.0 %
Edición de materiales grabados	2	100.0 %	0.0 %	0.0 %
Reproducción de materiales grabados	2	50.0 %	0.0 %	50.0 %
Fabricación de juegos y juguetes	4	0.0 %	75.0 %	25.0 %
Comercio especializado al por menor de libros y artículos de papelería.	582	28.5 %	63.4 %	8.1 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	50.0 %	50.0 %	0.0 %
Servicios de transmisión por cable	20	45.0 %	40.0 %	15.0 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	62.5 %	37.5 %	0.0 %
Publicidad	122	41.0 %	50.0 %	9.0 %
Actividades de fotografía	88	13.6 %	76.1 %	10.2 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	78	7.7 %	82.1 %	10.3 %
Exhibición de filmes y videocintas	17	35.3 %	52.9 %	11.8 %
Actividades de radio y televisión	13	53.8 %	30.8 %	15.4 %
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	25.0 %	69.4 %	5.6 %
Otras actividades de entretenimiento	41	36.6 %	46.3 %	17.1 %
Actividades de agencias de noticias	3	33.3 %	33.3 %	33.3 %
Actividades de bibliotecas y archivos	10	50.0 %	40.0 %	10.0 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	44.4 %	44.4 %	11.1 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	17.6 %	70.6 %	11.8 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

Según este criterio, las industrias más informales son producción y distribución de filmes y videocintas (82.1 % de las empresas no hicieron pago de parafiscales), actividades de fotografía (76.1 %), fabricación de juegos y juguetes (75.0 %) y actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales (70.6 %). Las industrias más formales son edición de materiales grabados (100 %), edición de libros (70 %), investigación en ciencias sociales y humanidades (62.5 %) y edición de periódicos (60 %)

(Ver Cuadro 4.5).

4.3.3. Tamaño de la empresa

Otro aspecto importante para caracterizar los establecimientos del sector de las IC en Cali es determinar su tamaño. En Colombia la Ley Mipyme (Ley 590 de 2000), en su artículo No. 2, propone dos formas para la clasificación de las empresas por su tamaño: por nivel de activos y por número de empleados. Dado que las tres principales fuentes de información sobre empresas en Colombia son Supersociedades, Cámara de Comercio y DANE, y que las dos primeras hacen clasificación por activos, mientras que la última lo hace por número de empleados, en este documento se presenta la clasificación por ambos criterios. El Cuadro 4.6 muestra la clasificación de las empresas según la Ley 590 de 2000.

Cuadro 4.6. Clasificación de empresas según activos

	No. de empleados	Rango de activos	
		(SMMLV)	(pesos 2009)
Micro	0-10	0-500	0-248,450,000
Pequeña	11-50	501-5,000	248,450,000-2,484,500,000
Mediana	51-200	5,001-15,000	2,484,500,000-7,453,500,000
Grande	más de 200	más de 15,000	más de 7,453,500,000

SMMLV = Salario Mínimo Mensual Legal Vigente

Fuente: Construido a partir de la Ley 590 de 2000.

Tanto con el criterio de nivel de activos como con el número de empleados, el tipo de establecimiento predominante en las industrias culturales es de microestablecimientos (95.9 % y 92.0 % respectivamente). El tipo de establecimiento con menor frecuencia es el grande, tanto por activos (0.0 %) como por tamaño (0.6 %).

Sólo la edición de materiales grabados, la fabricación de juguetes, la investigación y desarrollo experimental, y las actividades de bibliotecas y archivos, son industrias compuestas en su totalidad por microempresas, según los dos criterios. La reproducción de materiales grabados es la que mayor porcentaje de establecimientos pequeños tiene, según activos, y mayor participación de medianos según número de empleados (vale la pena resaltar que esta industria está compuesta por dos establecimientos). Las actividades de radio y televisión son las que presentan una mayor proporción de establecimientos medianos por activos, así como grandes por empleados (Ver Cuadros 4.7 y 4.8).

Cuadro 4.7. Tamaño de las industrias culturales según el número de empleados. Cali, 2005.

Descripción CIU Rev. 3A.C.	No. Est.	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	60.0 %	40.0 %	0.0 %	0.0 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	60.0 %	20.0 %	20.0 %	0.0 %
Edición de materiales grabados	2	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Reproducción de materiales grabados	2	50.0 %	0.0 %	50.0 %	0.0 %
Fabricación de juegos y juguetes	4	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Comercio especializado al por menor de libros y artículos de papelería.	582	95.9 %	3.3 %	0.7 %	0.2 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	70.0 %	30.0 %	0.0 %	0.0 %
Servicios de transmisión por cable	20	85.0 %	15.0 %	0.0 %	0.0 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Publicidad	122	86.1 %	12.3 %	1.6 %	0.0 %
Actividades de fotografía	88	95.5 %	1.1 %	0.0 %	3.4 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	78	96.2 %	3.8 %	0.0 %	0.0 %
Exhibición de filmes y videocintas	17	76.5 %	23.5 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de radio y televisión	13	61.5 %	30.8 %	0.0 %	7.7 %
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	80.6 %	19.4 %	0.0 %	0.0 %
Otras actividades de entretenimiento	41	85.4 %	12.2 %	0.0 %	2.4 %
Actividades de agencias de noticias	3	66.7 %	33.3 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de bibliotecas y archivos	10	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	88.9 %	11.1 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	94.1 %	0.0 %	5.9 %	0.0 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

Cuadro 4.8. Tamaño de las industrias culturales según activos. Cali, 2005.

Descripción CIU Rev. 3A.C.	No. Est.	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	70.0 %	30.0 %	0.0 %	0.0 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Edición de materiales grabados	2	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Reproducción de materiales grabados	2	50.0 %	50.0 %	0.0 %	0.0 %
Fabricación de juegos y juguetes	4	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Comercio especializado al por menor de libros y artículos de papelería.	582	97.4 %	2.2 %	0.3 %	0.0 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Servicios de transmisión por cable	20	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	87.5 %	12.5 %	0.0 %	0.0 %
Publicidad	122	91.0 %	9.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de fotografía	88	97.7 %	0.0 %	2.3 %	0.0 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	78	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Exhibición de filmes y videocintas	17	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de radio y televisión	13	61.5 %	23.1 %	15.4 %	0.0 %
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	97.2 %	0.0 %	2.8 %	0.0 %
Otras actividades de entretenimiento	41	90.2 %	4.9 %	4.9 %	0.0 %
Actividades de agencias de noticias	3	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de bibliotecas y archivos	10	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	94.1 %	5.9 %	0.0 %	0.0 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

4.3.4. Destino de las mercancías o servicios vendidos

Otra característica de los establecimientos de las IC en Cali que pueden indagarse por medio del CECY 2005 es el destino de las mercancías o servicios que ofrecen los establecimientos de la ciudad. Según el Censo, el principal destino de las mercancías producidas por las industrias culturales de Cali en el 2005, fue la ciudad misma. Sólo el 2.7 % de las empresas tuvo como principal mercado el resto del país o el exterior.

El 100 % de las empresas del sector de edición de materiales grabados, tuvo como principal mercado a otros municipios del departamento y el resto del país. El 33.3 %

de las actividades de agencias de noticias se dirigieron a otros municipios del departamento del Valle; el 23.1 % de las actividades de radio y televisión se dirigieron al resto del país, al igual que el 20.0 % de los servicios de transmisión de programas de radio y televisión.

Las actividades como edición de periódicos y revistas, reproducción de materiales grabados, actividades de organizaciones profesionales, producción y distribución de filmes y videocintas, actividades de bibliotecas y archivos, fabricación de juegos y juguetes, investigación y desarrollo experimental y actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos, son actividades cuyo destino exclusivo de la producción es Cali (Ver Cuadro 4.9).

El censo no registra subsectores que exporten su producción por fuera del país y sólo tres subsectores venden el 20 % o más de su producción por fuera del departamento del Valle del Cauca. Estos sectores son: Edición de materiales grabados (50.0 %), Actividades de radio y televisión (23.1 %) y Servicios de transmisión de programas de radio y televisión (20.0 %).

Cuadro 4.9. Principal destino de la producción de las industrias culturales de Cali, 2005. (1 de 2)

Descripción CIIU Rev. 3A.C.	No. Est.	Destino principal de la producción				
		Cali	Valle	País	Exterior	NS/NR
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	90.0 %	0.0 %	10.0 %	0.0 %	0.0 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Edición de materiales grabados	2	0.0 %	50.0 %	50.0 %	0.0 %	0.0 %
Reproducción de materiales grabados	2	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Fabricación de juegos y juguetes	4	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Comercio especializado al por menor de libros, y artículos de papelería.	582	92.3 %	0.3 %	0.3 %	0.0 %	7.0 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	70.0 %	10.0 %	20.0 %	0.0 %	0.0 %
Servicios de transmisión por cable	20	90.0 %	5.0 %	5.0 %	0.0 %	0.0 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Publicidad	122	95.9 %	0.8 %	2.5 %	0.0 %	0.8 %
Actividades de fotografía	88	96.6 %	3.4 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	78	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Exhibición de filmes y videocintas	17	94.1 %	0.0 %	5.9 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de radio y televisión	13	76.9 %	0.0 %	23.1 %	0.0 %	0.0 %

Cuadro 4.9. Principal destino de la producción de las industrias culturales de Cali, 2005. (2 de 2)

Descripción CIIU Rev. 3A.C.	No. Est.	Destino principal de la producción				
		Cali	Valle	País	Exterior	NS/NR
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	88.9 %	8.3 %	2.8 %	0.0 %	0.0 %
Otras actividades de entretenimiento	41	92.7 %	0.0 %	2.4 %	0.0 %	4.9 %
Actividades de agencias de noticias	3	66.7 %	33.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de bibliotecas y archivos	10	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	100.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	94.1 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	5.9 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

4.3.5. Número de trabajadores

El CECY indagó sobre el número de trabajadores empleados en el mes anterior al momento de la encuesta. A partir de esto, se encontró que la industria cultural produjo 6,632 empleos en el 2005; esto corresponde al 2.7 % de los empleos generados por todos los establecimientos de la ciudad de Cali para ese período. El 71.8 % de los empleos tenían un contrato a término indefinido, el 14.8 % presentaban un contrato temporal, el 13.5 % correspondían a trabajadores familiares, socios o propietarios, y el 2.5 % eran aprendices. Los contratos de aprendices y a término indefinido fueron más frecuentes en el caso de los hombres que de las mujeres, mientras que el número de hombres y mujeres con contrato temporal o de socios fue similar.

La industria con mayor número de empleos promedio por empresa fue la reproducción de materiales grabados, seguido por las actividades de radio y televisión y por las de fotografía. Las de menor número promedio de empleados, fueron la distribución de filmes y videocintas y la fabricación de juegos.

La fabricación de juguetes, reproducción de materiales grabados, actividades de agencias de noticias, de bibliotecas y archivos, de museos y preservación de lugares y edificios históricos, y de investigación, tienen empleo a término indefinido predominantemente femenino (Ver Cuadros 4.10 y 4.11).

Cuadro 4.10. Distribución de los empleos de las industrias culturales por tipo de contrato (indefinido o temporal) y género. Cali, 2005.

Descripción CIIU 3AC	No. Est.	Contrato indefinido			Contrato temporal		
		Total	H	M	Total	H	M
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	9	47 %	60 %	40 %	49 %	60 %	40 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	18	91 %	73 %	27 %	6 %	80 %	20 %
Edición de materiales grabados	6	25 %	67 %	33 %	50 %	83 %	17 %
Reproducción de materiales grabados	49	100 %	43 %	57 %	0 %		
Fabricación de juegos y juguetes	2	14 %	0 %	100 %	0 %		
Comercio especializado al por menor de libros y artículos de papelería.	4	60 %	55 %	45 %	13 %	43 %	57 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	7	75 %	76 %	24 %	24 %	44 %	56 %
Servicios de transmisión por cable	5	93 %	69 %	31 %	7 %	43 %	57 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	5	88 %	47 %	53 %	0 %		
Publicidad	7	70 %	52 %	48 %	21 %	56 %	44 %
Actividades de fotografía	21	95 %	63 %	37 %	1 %	43 %	57 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	2	46 %	55 %	45 %	27 %	45 %	55 %
Exhibición de filmes y videocintas	11	89 %	61 %	39 %	10 %	56 %	44 %
Actividades de radio y televisión	21	84 %	63 %	37 %	0 %		
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	5	57 %	51 %	49 %	31 %	44 %	56 %
Otras actividades de entretenimiento	10	31 %	69 %	31 %	63 %	60 %	40 %
Actividades de agencias de noticias	14	98 %	40 %	60 %	0 %		
Actividades de bibliotecas y archivos	3	82 %	30 %	70 %	0 %		
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	4	61 %	43 %	57 %	24 %	67 %	33 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	5	23 %	53 %	47 %	65 %	40 %	60 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

Cuadro 4.11. Distribución de los empleos de las industrias culturales por tipo de contrato (socios y familiares o aprendices) y género. Cali, 2005.

Descripción CIIU 3AC	No. Est.	Socios y familiares			Aprendices		
		Total	H	M	Total	H	M
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	9	4 %	67 %	33 %	0 %		
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	18	0 %			3 %	67 %	33 %
Edición de materiales grabados	6	25 %	67 %	33 %	0 %		
Reproducción de materiales grabados	49	0 %			0 %		
Fabricación de juegos y juguetes	2	86 %	50 %	50 %	0 %		
Comercio especializado al por menor de libros y artículos de papelería.	4	17 %	38 %	62 %	7 %	84 %	16 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	7	1 %	0 %	100 %	0 %		
Servicios de transmisión por cable	5	0 %			1 %	100 %	0 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	5	12 %	40 %	60 %	0 %		
Publicidad	7	8 %	70 %	30 %	1 %	78 %	22 %
Actividades de fotografía	21	3 %	65 %	35 %	0 %	67 %	33 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	2	27 %	43 %	57 %	1 %	0 %	100 %
Exhibición de filmes y videocintas	11	1 %	100 %	0 %	0 %		
Actividades de radio y televisión	21	16 %	63 %	37 %	0 %	100 %	0 %
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	5	10 %	65 %	35 %	2 %	67 %	33 %
Otras actividades de entretenimiento	10	5 %	43 %	57 %	0 %	100 %	0 %
Actividades de agencias de noticias	14	2 %	100 %	0 %	0 %		
Actividades de bibliotecas y archivos	3	14 %	75 %	25 %	4 %	0 %	100 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	4	11 %	50 %	50 %	5 %	100 %	0 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	5	9 %	43 %	57 %	0 %		

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

4.3.6. Ingresos mensuales

Las empresas censadas generaron alrededor de 21 mil millones de pesos en ventas por mes en el año 2005; esto corresponde al 2.5 % de las ventas de todos los establecimientos censados. Las industrias con mayor aporte al valor total fueron actividades de fotografía (51.5 %) y comercio especializado al por menor de libros (18.6 %). Las que generaron menor proporción de éstas fueron fabricación de juguetes (0.004 %) actividades de museos (0.006 %) y actividades de bibliotecas (0.006 %) (Ver Cuadro 4.12).

Cuadro 4.12. Ingresos por ventas de las industrias culturales. Cali, 2005.

Descripción CIIU Rev. 3A.C.	No. Est.	Promedio ingreso mensual empresa	Participación
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	50,723,251	2.40 %
Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	94,380,000	2.20 %
Edición de materiales grabados	2	4,300,000	0.04 %
Reproducción de materiales grabados	2	650,000,000	6.00 %
Fabricación de juegos y juguetes	4	192,500	0.00 %
Comercio especializado al por menor de libros y artículos de papelería.	582	6,913,306	18.60 %
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	8,500,000	0.40 %
Servicios de transmisión por cable	20	6,387,799	0.60 %
Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	392,857	0.01 %
Publicidad	122	10,738,700	6.10 %
Actividades de fotografía	88	126,331,464	51.50 %
Producción y distribución de filmes y videocintas	78	1,227,923	0.40 %
Exhibición de filmes y videocintas	17	1,222,059	0.10 %
Actividades de radio y televisión	13	129,105,231	7.80 %
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	2,350,086	0.40 %
Otras actividades de entretenimiento	41	13,963,148	2.70 %
Actividades de agencias de noticias	3	52,479,958	0.70 %
Actividades de bibliotecas y archivos	10	140,000	0.01 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	136,667	0.01 %
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	988,824	0.10 %

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005.

4.3.7. Otras fuentes

El Censo Económico de Cali - Yumbo de 2005 permite establecer el número de establecimientos de industrias culturales de la ciudad en un momento determinado del tiempo, específicamente el año 2005. Pero para darse una idea de la evolución de dichos establecimientos, es necesario recurrir a otras fuentes. En la ciudad de Cali, hay disponibilidad de datos de la Cámara de Comercio y de las declaraciones de

IVA de la DIAN.

Según los datos de la DIAN, el crecimiento de las industrias culturales ha estado entre 3.3% y 5.9%. Sin embargo, el crecimiento según la renovación de registro mercantil de Cámara de Comercio es más volátil. En éste, se presenta una caída del número de establecimientos de Industrias Culturales que son personas jurídicas, de 26.8% en el 2007 y una recuperación de 17.6% en el 2008. Pero, esta información no permite determinar si la gran caída de establecimientos registrados en la Cámara de Comercio de Cali (CCC) en 2007 y el aumento en 2008 se refleja en el valor agregado generado por el sector.

Figura 4.1. Crecimiento del número de establecimientos de la industria cultural en Cali, 2006-2008.



Fuente: Cálculos propios a partir de las declaraciones de IVA y el Registro Mercantil de Cámara de Comercio de Cali.

4.4. Ubicación de las industrias culturales en la ciudad de Cali por CIIU

Como se mencionó anteriormente, el CECY de 2005 registró la manzana en la cual se encuentra cada establecimiento censado. Esta información permite georreferenciar la ubicación de cada uno de los establecimientos de las IC en cada una de las 22 comunas que conforman la ciudad de Cali.⁶ A continuación, se presentan los mapas en los cuales se georreferencian las industrias culturales de Cali de acuerdo con los datos del Censo Económico de Cali y Yumbo, y la clasificación del CAB. Se omiten aquí los CIIU parcialmente culturales.

Libros y publicaciones

Como se puede observar en la Figura 4.2, el mayor número de establecimientos relacionados con los libros y publicaciones (sin considerar impresión y otros trabajos de edición) son los relacionados con el comercio al por menor de libros en establecimientos especializados, éstos representan el 54.0 % de los establecimientos pertenecientes a CIIU totalmente culturales, y se concentran en la comuna 3, donde está el conocido sector de San Nicolás y parte del centro de la ciudad. Si bien no es analizado gráficamente (porque los CIIU 2219 y 2220 no son totalmente culturales), también se ha identificado que las industrias de impresión y edición tienen gran concentración en la misma comuna.

Fabricación de juegos y juguetes

En este sector está el 0.4 % del total de establecimientos pertenecientes a CIIU totalmente culturales, de acuerdo con el censo económico. Solamente están presentes en las comunas 10, 12, 19 y 20 (Ver Figura 4.3).

Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades

En este sector está el 0.7 % del total de establecimientos pertenecientes a CIIU totalmente culturales, de acuerdo con el Censo Económico de Cali y Yumbo. Se concentran principalmente en la comuna 2, con el 62.5 % del total de este tipo de establecimientos (Ver Figura 4.4).

Diseño

Los establecimientos dedicados a la publicidad representaron el 11.3 % del total de establecimientos pertenecientes a los CIIU completamente culturales de la ciudad de Cali. la mayor concentración de estas industrias se da en las comunas 2 y 3, con el 40.2 % y el 18.0 % del total de los establecimientos de este tipo, respectivamente

⁶Para una descripción socio económica de las comunas de Cali se puede consultar Alonso *et al.*, (2007)

(Ver Figura 4.5).

Artes plásticas y visuales

A este sector pertenecen las actividades de fotografía comercial y artística. Como se puede ver en la Figura 4.6, estas industrias se encuentran repartidas por gran parte de la ciudad sin especial concentración en ninguna comuna. Los establecimientos dedicados a la fotografía, representan el 8.2% del total de establecimientos pertenecientes a CIIU totalmente culturales en Cali.

Audiovisual y música

Los establecimientos que prestan servicios de transmisión de radio, televisión y cable, que realizan actividades de radio y televisión, de agencias de noticias, o de producción, distribución y exhibición de filmes y videocintas, representan el 13.1% de los establecimientos pertenecientes a CIIU totalmente culturales en la ciudad de Cali. Como se puede ver en la Figura 4.7, éstos se encuentran distribuidos en varias comunas de la ciudad, sin embargo hay una concentración un poco más alta en las comunas 2 y 19, en donde se ubica el 31.9% del total de este tipo de establecimientos. Por su parte, los dedicados a la edición y reproducción de grabaciones representan el 0.04% de los establecimientos pertenecientes a CIIU totalmente culturales en la ciudad de Cali y están ubicados en las comunas 2, 3 y 4.

Artes escénicas

A este sector pertenecen las actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas, así como las otras actividades de entretenimiento. Este tipo de actividades representan el 7.1% del total de establecimientos pertenecientes a los CIIU totalmente culturales de Cali. Como se puede ver en la Figura 4.8, esta industria se encuentra ubicada principalmente en las comunas 2, 19 y 3, en donde están el 59.7% de este tipo de establecimientos.

Patrimonio material

A este sector pertenecen las actividades de bibliotecas, museos y archivos. Representan el 1.8% de los establecimientos y el 68.4% de éstos están ubicados en las comunas 19, 2 y 3 (Ver Figura 4.9).

Patrimonio natural

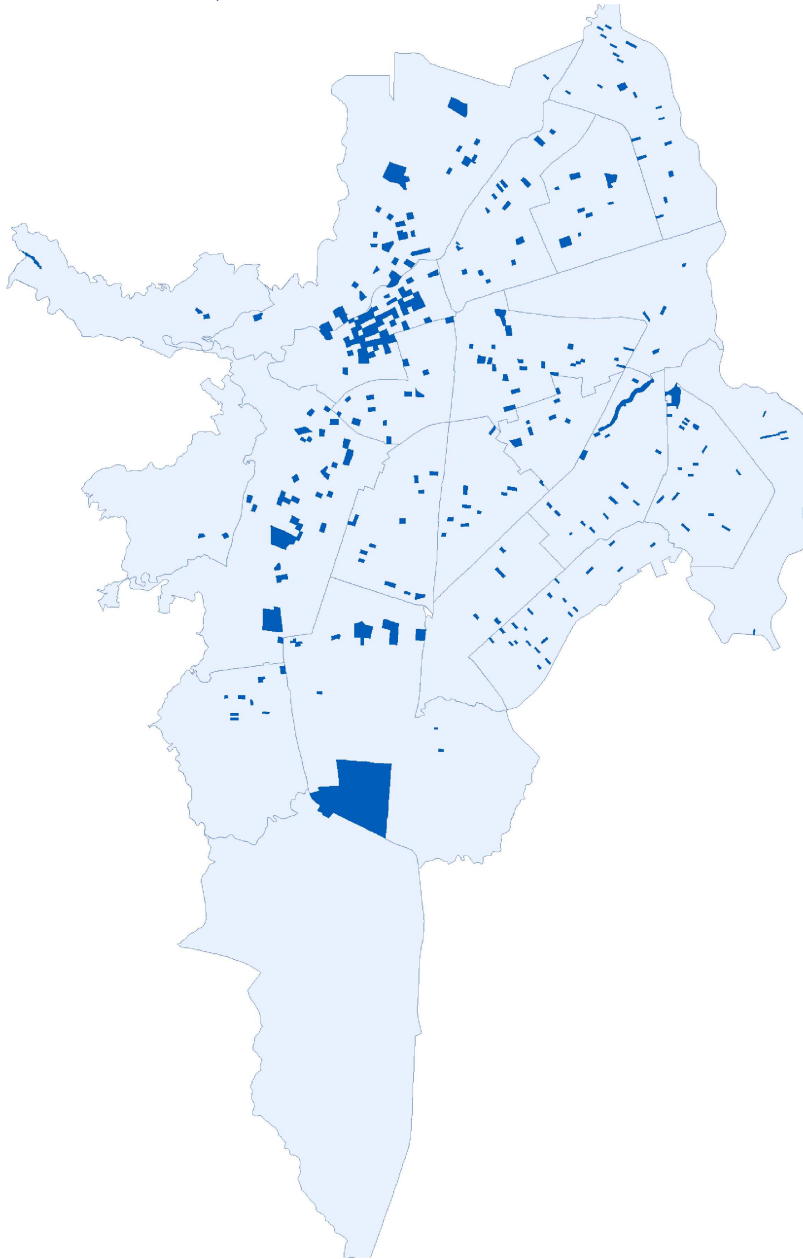
A este sector pertenecen las actividades de jardines botánicos, zoológicos, parques nacionales y ecoparques. Representan el 1.6% de los establecimientos y el 41.2% de éstos están ubicados en las comunas 2 y 19 (Ver Figura 4.10).

Todas las industrias culturales de Cali (CIIU totalmente culturales)

En general, las industrias culturales en Cali tienen el 2.1% del total de los establecimientos de la ciudad. Las comunas con mayor número de establecimientos de éste

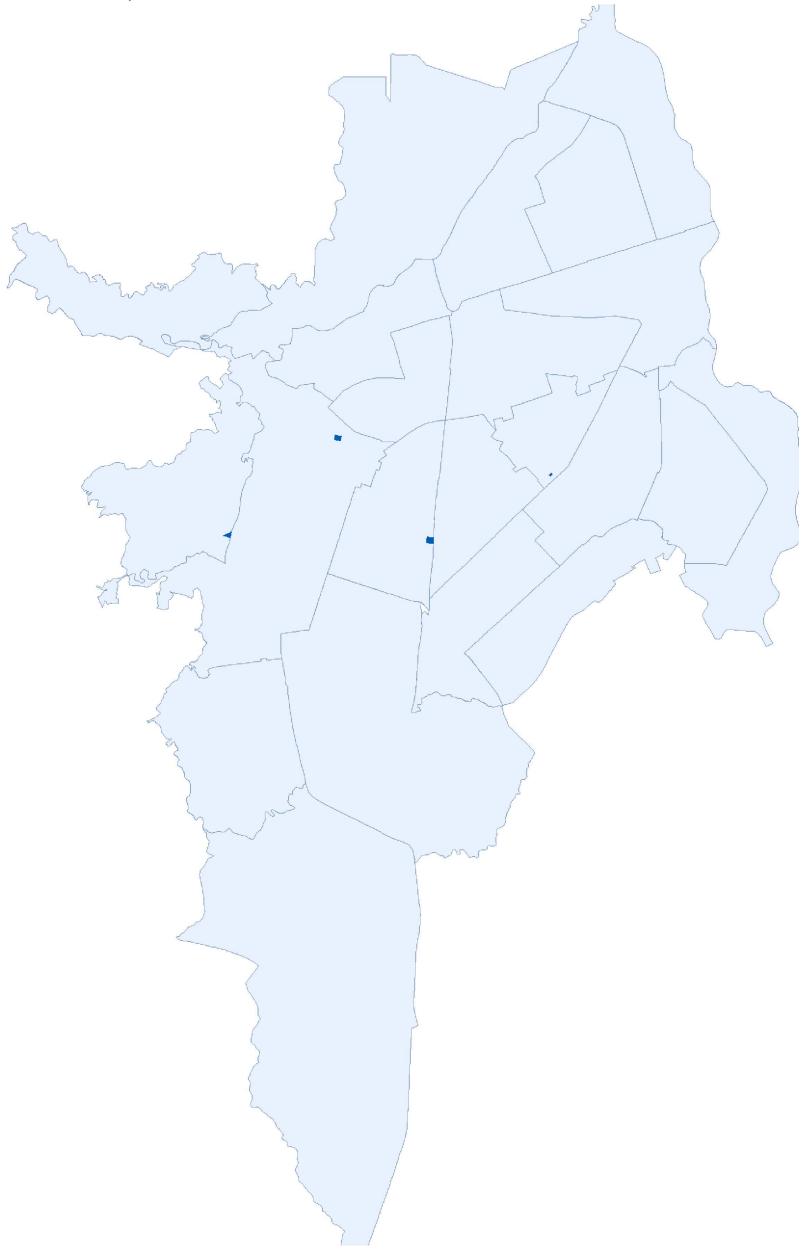
tipo, son la 3, la 2 y la 19, con 28.2%, 14.9% y 11.0% del total. Las comunas 1 y 22 son las que menor número de establecimientos culturales tuvieron en el 2005 (Ver Figura 4.11).

Figura 4.2. Manzanas con establecimientos dedicados a la industria de libros y publicaciones. Cali, 2005.



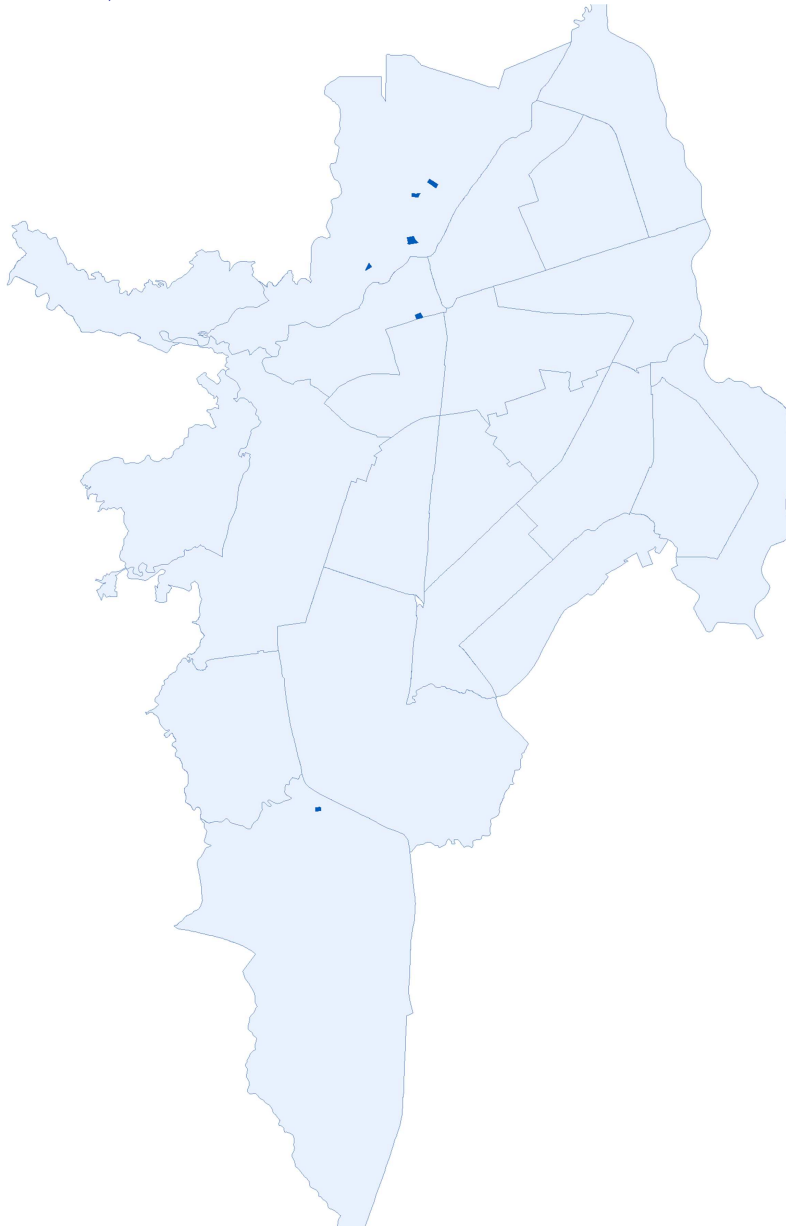
Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.3. Manzanas con establecimientos dedicados a la fabricación de juegos y juguetes. Cali, 2005.



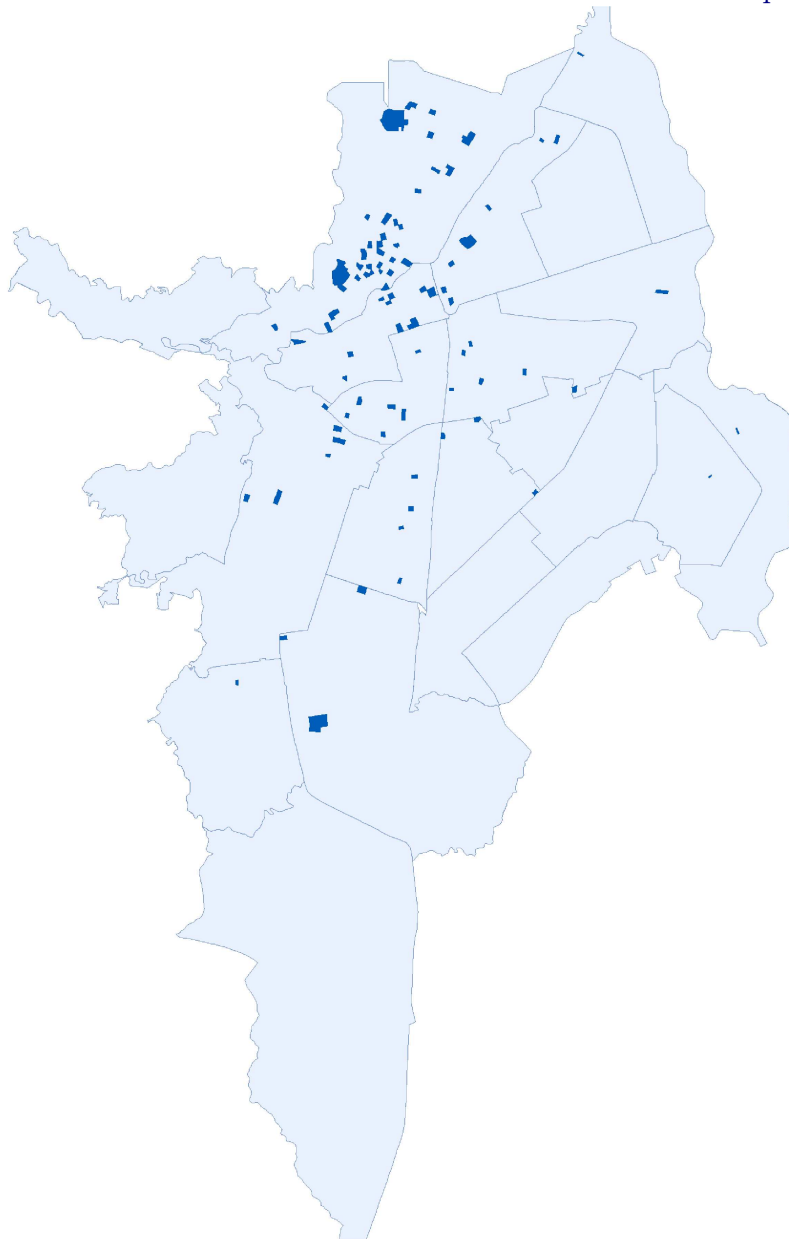
Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.4. Manzanas con establecimientos de investigación y desarrollo experimental. Cali, 2005.



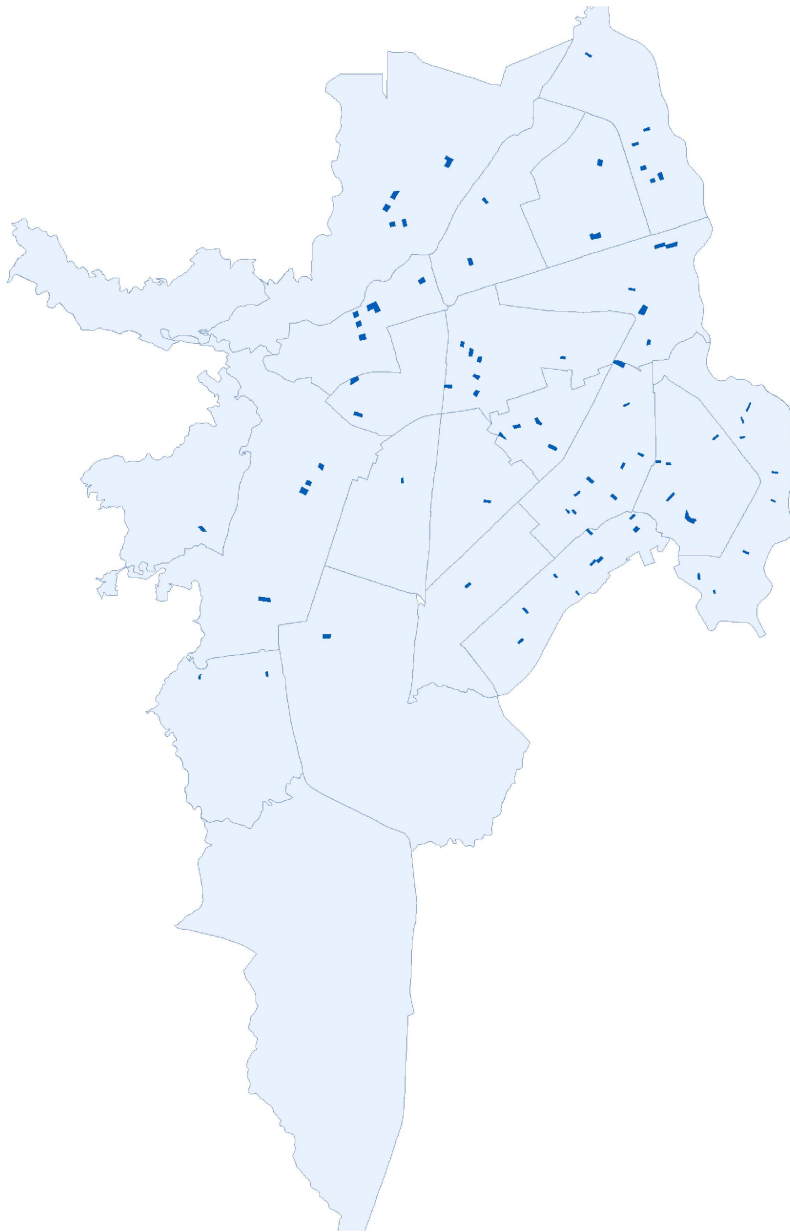
Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.5. Manzanas con establecimientos dedicados a la publicidad. Cali, 2005.



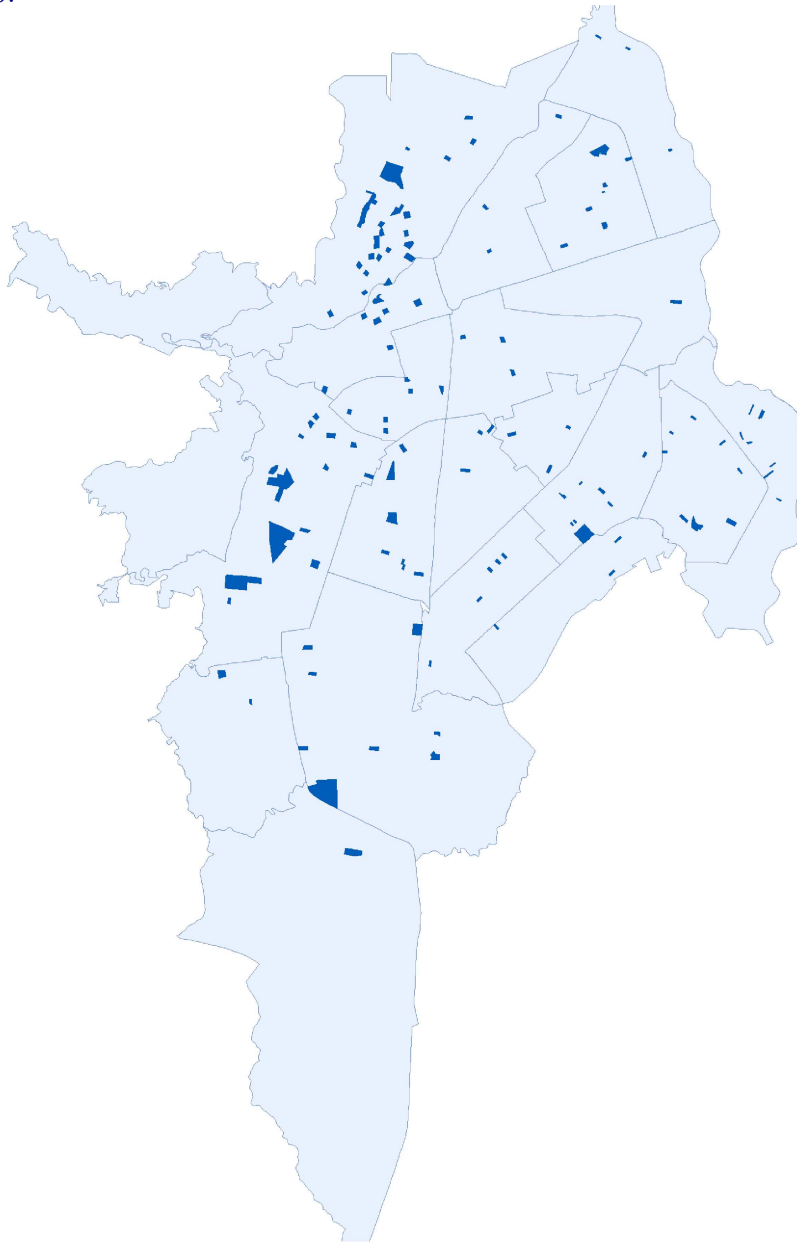
Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.6. Manzanas con establecimientos dedicados a la fotografía. Cali, 2005.



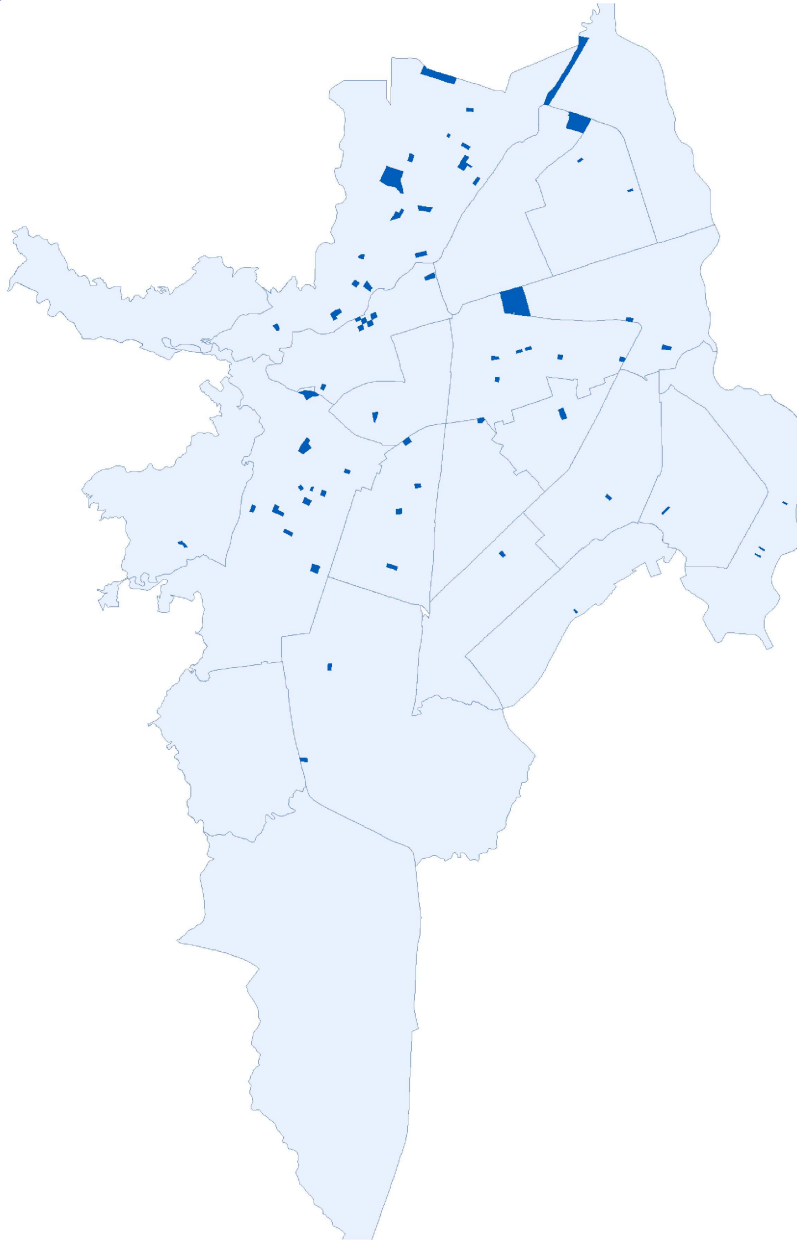
Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.7. Manzanas con establecimientos del sector audiovisual y música. Cali, 2005.



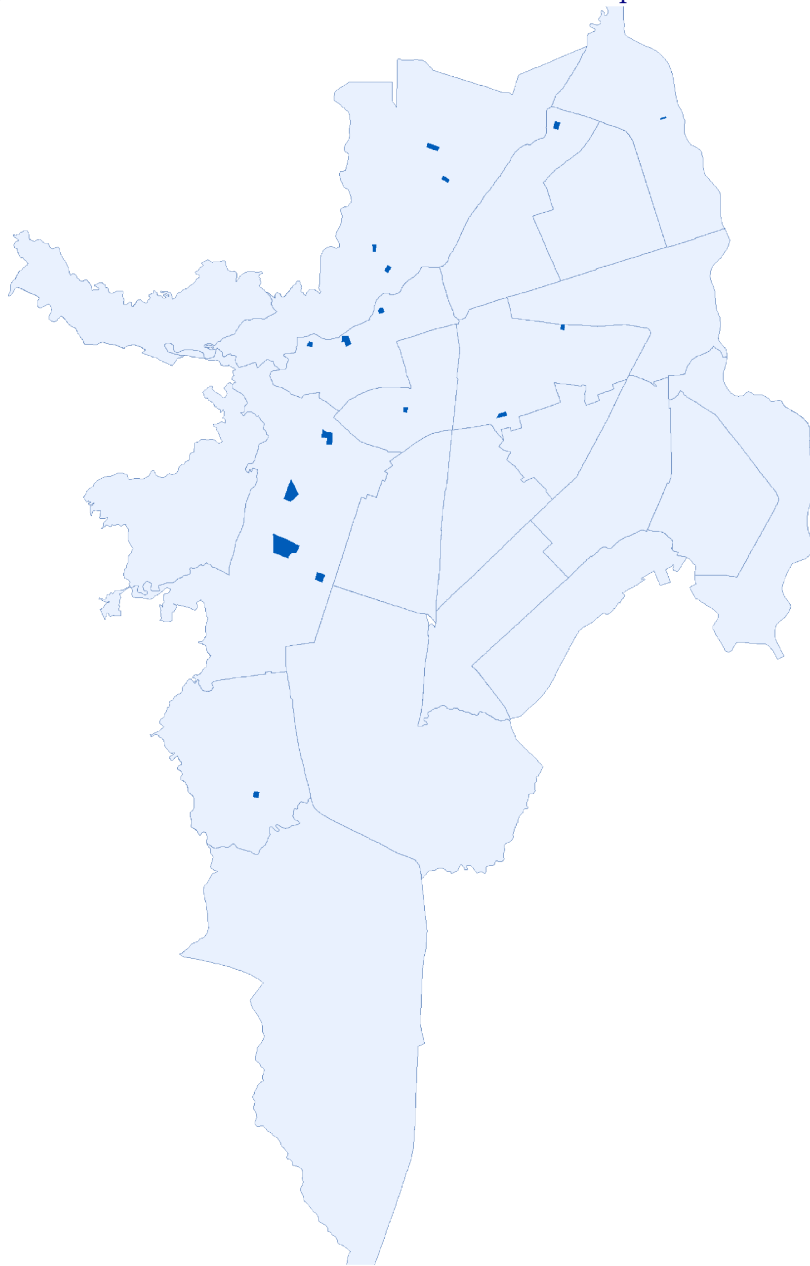
Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.8. Manzanas con establecimientos dedicados a las artes escénicas. Cali, 2005.

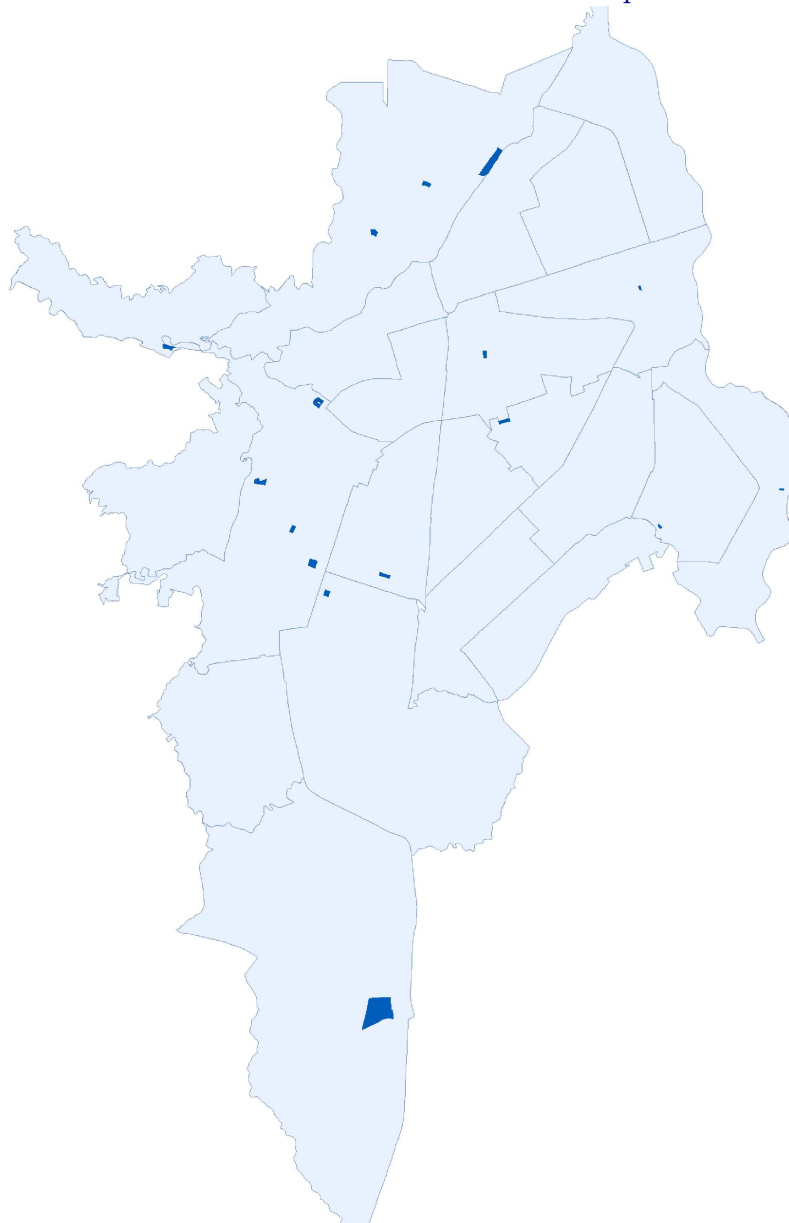


Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.9. Manzanas con establecimientos del patrimonio material. Cali, 2005.

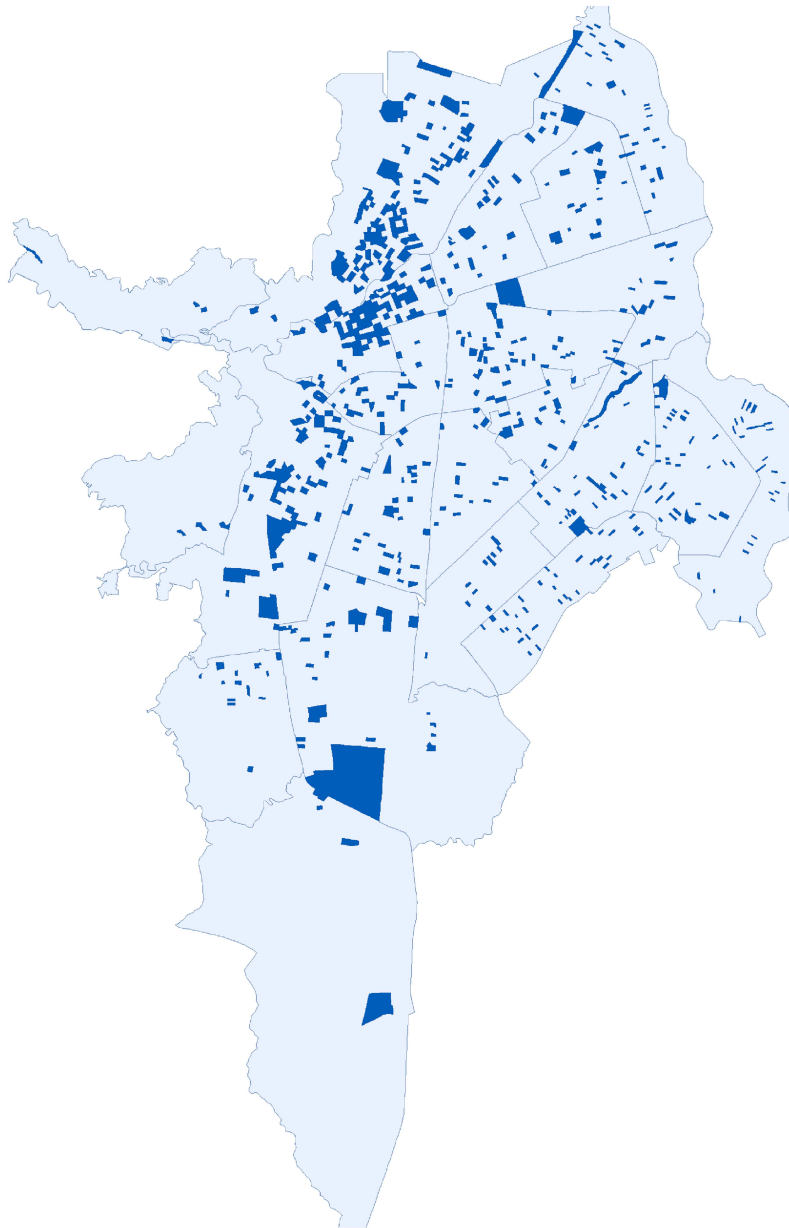


Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.10. Manzanas con establecimientos del patrimonio natural. Cali, 2005.

Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Figura 4.11. Manzanas con establecimientos de industrias Culturales. Cali, 2005.



Fuente: Construido a partir del Censo Económico de 2005

Concentración de la producción de las industrias culturales en Cali

Las industrias culturales han recibido una atención importante durante los últimos años, ellas han atraído la mirada de los investigadores, oficinas oficiales de estadística y hacedores de política pública. Evidencia del creciente interés que despiertan las industrias culturales en la comunidad colombiana en general, es el documento del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES) de abril de 2010 que presenta los lineamientos de la política nacional para la promoción de las industrias culturales en el país. En el documento, el gobierno nacional reconoce el potencial competitivo de las industrias culturales, así como su capacidad de generar empleos e ingresos estables.

Particularmente, en la ciudad de Cali, las industrias culturales despiertan un gran interés como posible motor de desarrollo económico porque éstas, a diferencia del resto de industrias, son intensivas en talento humano y no en capital, además generan una cantidad importante de encadenamientos. La importancia de las industrias culturales se ve reflejada en el PIB de la ciudad al representar alrededor del 1 % del valor agregado de Cali¹ (para mayor detalle ver el capítulo 6). Por otro lado, según el Censo Económico del 2005, las industrias culturales generaban alrededor de 6,600 empleos el 2.7 % de los empleos de la ciudad para ese periodo.

En 2006, las empresas formales obligadas a declarar IVA de esta industria generaron

¹Según el DANE, la cultura representaba en 2007 el 1.78 % del PIB nacional.

alrededor de 482 mil millones de pesos en ventas anuales (a precios corrientes), 527 mil millones en 2007, 522 mil millones en 2008, y 223 mil millones de pesos en los primeros tres bimestres de 2009. Estas cifras significaron una participación respectiva del 1.07 %, 1.01 %, 0.93 % y 0.81 % sobre el valor total de las ventas de todas las actividades económicas en la ciudad. En otras palabras, la producción de las industrias culturales fue en promedio superior durante los cuatro años con respecto a actividades económicas como hoteles y restaurantes y el sector de minas y canteras, y no por mucho menor a las ventas de productos de alta circulación como los fármacos y los servicios financieros. (Ver Cuadro 5.1).

Cuadro 5.1. Participación en las ventas totales de Cali

Actividad económica	2006	2007	2008	2009*
Industrias Culturales	1.07 %	1.01 %	0.93 %	0.81 %
Industrias Manufactureras	32.71 %	30.79 %	30.46 %	30.91 %
Hoteles y Restaurantes	0.88 %	0.87 %	0.89 %	0.86 %
Servicios Financieros	1.36 %	1.52 %	1.21 %	1.19 %
Productos Farmacéuticos	3.29 %	3.03 %	3.14 %	3.20 %
Minas y Canteras	0.06 %	0.10 %	0.21 %	0.34 %
Comercio	29.54 %	29.08 %	27.36 %	25.79 %

* Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

Los beneficios sociales derivados de la producción en el tipo de industrias intensivas en mano de obra como las industrias culturales, son importantes en términos de generación de empleo y desarrollo económico, pero más concretamente, porque en teoría permitirían una distribución de ingresos más equitativa si se tiene en cuenta que la generación de la plusvalía en la producción cultural reside, especialmente, en el talento humano. Pero este desarrollo sólo se podrá lograr si las políticas públicas locales y nacionales generan los estímulos necesarios y si se cuenta con la información puntual para que los privados tomen sus decisiones de inversión en el sector. El objetivo de este capítulo es brindar información para los privados y hacedores de política pública sobre un aspecto del tipo de mercado en el que actúan las industrias culturales en la ciudad de Cali, la concentración en la producción del sector para el período 2006 a 2009. En otras palabras, si los mercados corresponden a mercados más cercanos, a una competencia perfecta o a un monopolio.

Para lograr el objetivo se empleó la capacidad descriptiva de las medidas de concentración tradicionalmente empleadas en este tipo de análisis, el Índice de Hirschman-Herfindhal, el Índice de Rosenbluth y el Coeficiente de Concentración.

El resultado corresponde a una caracterización de la concentración del poder económico de las empresas dentro de las industrias culturales que permite identificar aquellas industrias atractivas desde el punto de vista de la inversión, así como las que podrían ser sujetas a un control o seguimiento. El análisis se efectuó utilizando los índices mencionados y comparando los resultados bimestrales y anuales para las industrias culturales y la industria manufacturera. Estudios como éste son importantes para que la generación de valor agregado en las industrias culturales sea mayor como producto de la dinámica del mercado, pero sobre todo, para que sea socialmente beneficioso.

El capítulo está organizado de la siguiente manera: en la primera sección se presenta una breve discusión de los índices de concentración que se emplearon en el estudio. La segunda parte discute los datos empleados y muestra los resultados del cálculo de las métricas de concentración aplicadas a las industrias culturales, a los veinte subsectores que las conforman y a otros sectores de la economía caleña. La última sección presenta una discusión final de los resultados.

5.1. Índices más comunes para la medición de la concentración.

Diversos autores² han desarrollado *medidas de concentración* para aproximarse a sintetizar, en un único número, las características asociadas a la estructura de un mercado o industria. Estas medidas tienen normalmente en común que miden la importancia relativa de las empresas que componen un mercado y en ese sentido, hacen posible determinar si un número reducido de empresas ejercen un control importante sobre los precios y las cantidades que se transan en dicho mercado.

Aunque no hay una medida de concentración ideal que pueda capturar la capacidad de las empresas de mantener su tamaño en el mercado durante los años (ver Grossack, 1972) , existen medidas estáticas que registran la distribución de dichas cuotas en un momento dado y que han sido ampliamente utilizadas por las autoridades anti-monopolio como la División Antitrust del Departamento de Justicia de los Estados Unidos y en general, por la comunidad académica. Pese a la restricción temporal, dichas medidas cumplen con las propiedades deseables identificadas en la literatura que las califican como buenos indicadores de concentración. Siguiendo a Curry y George (1983) las propiedades deseables de una medida de concentración son:

1. Es independiente del tamaño de la industria.

²Ver por ejemplo a Curry y George (1983) para una discusión de los diferentes índices.

2. Aumenta cuando la cuota de mercado de alguna firma se incrementa a expensas de otra pequeña (principio de transferencia).
3. Disminuye en el caso de la entrada de nuevas empresas con un tamaño arbitrario.
4. Aumenta en presencia de fusiones y adquisiciones de empresas.
5. Toma el valor de $1/N$ si todas las firmas se subdividen en partes iguales, donde N es el número de firmas presentes en el mercado.
6. Toma el valor de $1/N$ si todas las firmas tienen el mismo tamaño y por lo tanto, debería ser una función decreciente de N .
7. Toma valores entre cero y uno.

De los índices que cumplen las anteriores características, se destacan dos por ser los más empleados en la literatura aplicada: el *Índice de Hirschman-Herfindhal* y el *Índice de Rosenbluth*. Por otro lado, también es común en la literatura emplear el *Coefficiente de Concentración*. Pero, como se discutirá más adelante, éste no cumple con todas las características deseables. Por otro lado, los dos primeros índices utilizan en su cálculo los datos de todas las firmas que participan en el mercado, mientras que el coeficiente de concentración sólo emplea una submuestra de los datos. A continuación se describen brevemente estos índices.

El *Índice de Hirschman-Herfindhal* (HHI de aquí en adelante) ha sido constantemente utilizado desde hace más de dos décadas por sus propiedades deseables (ver Calkins (1983) para una discusión amplia). Formalmente el HHI corresponde a:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad (5.1)$$

donde S_i representa la participación de las ventas de firma i en el total de ventas de la industria, es decir la cuota de mercado de la firma i .

El HHI toma el valor de 0 cuando no hay producción. Cuando la participación de todas las empresas es la misma (competencia perfecta) el HHI tiende a $1/N$, y cuando la concentración es extrema, como en el caso del monopolio el HHI , tiende a uno.

La Comisión Federal de Comercio (FTC por sus siglas en inglés) y el Departamento de Justicia de los Estados Unidos define que el umbral por debajo del cual una industria es considerada como no concentrada corresponde a un HHI de 0.15, entre

0.15 y 0.25 como moderadamente concentrada, y a partir de 0.25 como altamente concentrada ³.

Cuadro 5.2. Clasificación de una industria empleando el *HHI* de acuerdo a la FTC

Estructura de mercado	<i>HHI</i>
No concentrada	<0.15
Moderadamente concentrada	0.15-0.25
Altamente Concentrada	>0.25

Fuente: FTC (2001)

Otro índice muy empleado es el *Índice de Rosenbluth* (*RI* de aquí en adelante). El *RI* tiene en cuenta el tamaño de todas las empresas que hacen parte de la industria o mercado analizado pero, a diferencia del *HHI*, éste considera la posición de las firmas ordenadas jerárquicamente por su participación de mercado de mayor a menor (Ver Hall y Tideman (1967) para una mayor discusión). El *RI* corresponde a la siguiente expresión:

$$RI = \frac{1}{2 \sum_{i=1}^N i S_{(i)} - 1} \quad (5.2)$$

donde $S_{(i)}$ representa la participación de mercado de la firma con la posición i -ésima, ordenando de mayor a menor. En otras palabras, $S_{(1)}$ corresponde a la participación de la firma con la mayor participación y $S_{(N)}$ es la participación de la firma con la menor participación.

El *RI* tomará valores cercanos a 1 cuando la concentración es más grande y tomará valores cercanos a 0 cuando las participaciones se tornen más simétricas. Además, el *RI* tomará el valor de $1/N$ cuando las participaciones de las N empresas sean exactamente iguales (competencia perfecta). Finalmente, es importante resaltar que el *RI* asigna mayor importancia a las firmas pequeñas y no a las firmas grandes como lo hace el *HHI*.

El tercer índice que consideraremos es el Coeficiente de Concentración o *Razón de Concentración* (de aquí en adelante *CR* por su nombre en inglés, Concentration Ratio). Formalmente, el índice se define como:

$$CR_m = \sum_{i=1}^m S_{(i)} \quad (5.3)$$

³Para ampliar la información relativa a las legislación, ver FTC (2010)

donde m es menor que N .

Esta medida de concentración de poder, a diferencia del HHI y del RI , emplea una parte de los datos, sólo las m firmas con la mayor participación de mercado. Lo más común es emplear el coeficiente de concentración para las cuatro y las ocho empresas con mayor participación (CR_4 y CR_8), respectivamente (Ver Schmalensee, 1977; Hall y Tideman, 1967).

Es necesario resaltar que el CR_m no cumple con todas las propiedades deseables de todo indicador de concentración. De hecho, su cálculo implica una violación clara de la propiedad que enuncia que una medida de concentración debería ser afectada por cambios en las participaciones de firmas con un tamaño significativo, no necesariamente de los más grandes. Dado que los CR no tienen en cuenta toda la distribución de firmas en la industria, cambios en el porcentaje de ventas de empresas por fuera de las analizadas por los coeficientes no tienen ningún efecto sobre su cálculo, lo cual puede distorsionar el análisis (Ver Hall y Tideman (1967) para una discusión detallada).

Para analizar la concentración de ventas de las industrias culturales, en este estudio se utilizaron las cuatro firmas más grandes de la industria considerada (CR_4). En la siguiente sección se presenta una aplicación de estos índices y la discusión de los datos que se emplearon.

5.2. Datos y resultados

Para efectos del cálculo de los tres índices para las industrias culturales en Cali, se empleó el **porcentaje de ventas** como el indicador del tamaño de las empresas. Aunque existen otros indicadores para este fin, como el número de trabajadores y la inversión en activos fijos, las ventas han sido el indicador tradicionalmente utilizado por su disponibilidad.

En Cali hay tres bases de datos en las que es posible encontrar información relativa a los ingresos por concepto de ventas de las unidades económicas radicadas en la ciudad: i) el Censo Económico Cali Yumbo, realizado por el DANE en 2005; ii) la base de datos de registro mercantil de la Cámara de Comercio de Cali; y iii) la información contenida en las Declaraciones de IVA de la DIAN.

Pese a que la base de datos más completa es la del censo económico, pues contiene información de empresas formales e informales de la economía caleña, esta base de datos no es idónea para ser empleada en este estudio dado que sólo está disponible para 2005 y no permite hacer un análisis dinámico. Por otra parte, la información sobre ventas por unidad económica presentada por las bases de datos de la cámara de comercio es suministrada directamente por las empresas, y es común que algunas

de ellas no reporten sus ventas. Aunque la base de datos de la DIAN sólo registra empresas formales, los datos son confiables y están disponibles para diferentes años a una periodicidad bimestral.

Así entonces, para el análisis se utilizaron datos bimestrales desde el 2006 hasta el tercer bimestre del 2009, correspondientes a los **ingresos totales por ventas** en millones de pesos contenidos en las declaraciones de IVA (clasificadas por CIIU a cuatro dígitos). De esta base se extrajeron las actividades económicas totalmente culturales (ver Cuadro 5.3)⁴.

Cuadro 5.3. Subsectores culturales extraídos de las declaraciones de IVA de la DIAN

Clasificación por CIIU a 4 dígitos	
2211	Edición de libros, partituras, folletos y publicaciones
2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas
2213	Edición de materiales grabados
2240	Reproducción de materiales grabados
3694	Juegos y juguetería
5244	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión
6424	Servicios de transmisión por cable
7320	Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades
7430	Publicidad
7494	Actividades de fotografía
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas
9212	Exhibición de filmes y videocintas
9213	Actividades de radio y televisión
9214	Actividades teatrales, musicales y otras actividades artísticas
9219	Otras actividades de entretenimiento
9220	Actividades de agencias de noticias
9231	Actividades de bibliotecas y archivos
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y parques nacionales

Fuente: Ver capítulo 3

Con el fin de conocer si existe estacionalidad o no en el comportamiento en los

⁴En este caso se excluyeron del análisis los CIIU parcialmente culturales: CIIU 7421, 7499, 8030, 2219 y 2220 (*Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico, otras actividades empresariales, formación superior, otros trabajos de edición y actividades de impresión*, respectivamente) porque su grueso de producción no es necesariamente de tipo cultural. Ver Capítulo 3 para una discusión más profunda de este tema.

indicadores de concentración, se realizaron cálculos con los datos bimensuales. Para analizar la tendencia de mediano plazo se emplearon datos anuales, y para este efecto se consolidaron las ventas bimestrales por NIT registrado en las declaraciones de IVA. Cabe anotar que la base de datos utilizada para los cálculos no tiene el número total de empresas cuya actividad en Cali es clasificada como cultural. Sólo se dispuso de la información relativa a empresas que durante los cuatro años declararon IVA, por tanto se excluyen del análisis aquellas que no son formales y/o no declararon el impuesto.

Durante el período 2006-2008, se registraron en Cali en promedio un total de 35,796 unidades económicas declarantes del IVA por año, en todas las actividades económicas del municipio, 653 unidades sin clasificar, 894 unidades económicas pertenecientes a las industrias culturales y 4,049 pertenecientes a las industrias manufactureras.⁵ En el Cuadro 5.4 se presenta el número de empresas que pertenecen a las industrias culturales y a la industria manufacturera, durante el período de estudio.

Cuadro 5.4. Número de unidades económicas por sector en Cali con base en las declaraciones de IVA

	2006	2007	2008	2009*
Total Unidades económicas	33,776	35,794	37,818	36,253
Industrias Culturales	846	896	939	897
Industria Manufacturera	3,792	4,060	4,296	4,116
Unidades que no reportaron Actividad	908	635	416	169

* Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

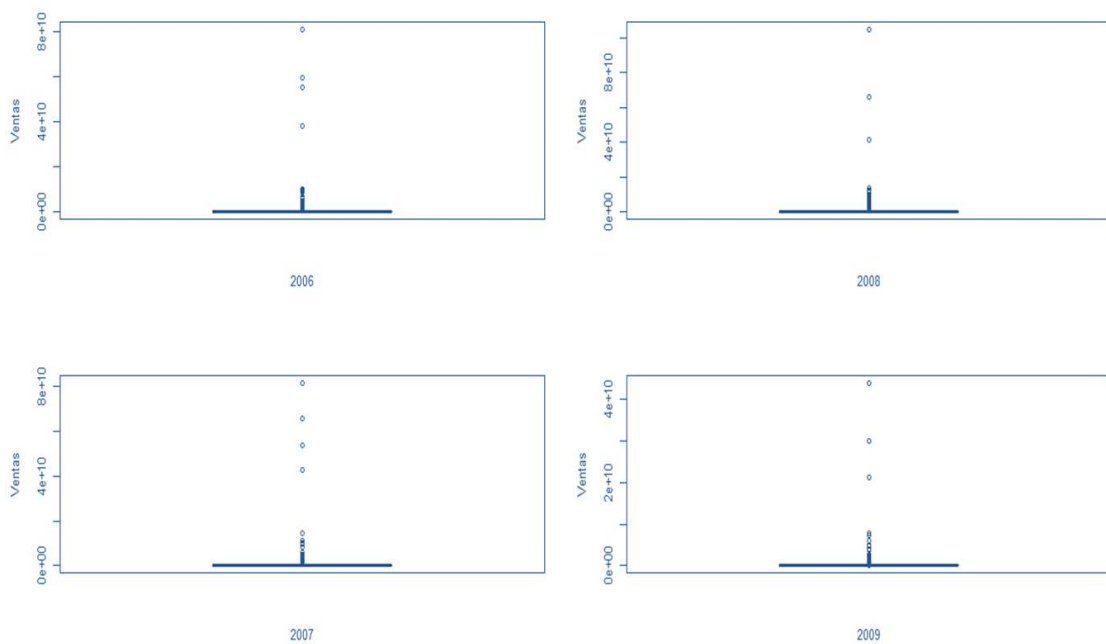
Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

A continuación se presentan los cálculos correspondientes a los tres índices aplicados a las industrias culturales. Para dimensionar los resultados obtenidos para este tipo de industria, se presentan también los cálculos aplicados a otros sectores importantes para la ciudad: comercio, productos farmacéuticos, hoteles y restaurantes, minas y canteras, industria manufacturera y servicios financieros.

⁵Se emplea la industria manufacturera como comparación.

5.2.1. Cálculos anuales para el agregado de industrias culturales y comparación con el comportamiento de la Industria

Figura 5.1. Gráfico de cajas de las ventas anuales de las industrias culturales en Cali 2006 - 2009* (miles de millones de pesos)



* Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

La distribución de las ventas anuales de las industrias culturales en la ciudad de Cali presenta una asimetría hacia la derecha en los cuatro años analizados (Ver figura 5.1). De hecho, los pocos valores que se separan del cuerpo principal de los datos tienen una magnitud tan alta con respecto a los demás, que no es posible identificar el rango intercuartílico claramente. Esta aproximación permite concluir que alrededor de cuatro firmas tienen ventas superiores con respecto al grueso de la muestra y en cierta medida, sugiere la presencia de al menos algún nivel de concentración. Pero cabe anotar que un análisis de este tipo no es suficiente para concluir sobre la

existencia de una estructura oligopolística de las industrias culturales⁶.

Siguiendo la metodología descrita anteriormente, en los Cuadros 5.5, 5.6 y 5.7 se presentan los resultados para los tres indicadores calculados para las industrias culturales, y para efectos comparativos, para las industrias manufactureras, y otras cinco actividades económicas: hoteles y restaurantes, servicios financieros, producción de fármacos, el comercio y la exploración de minas y canteras.⁷

Cuadro 5.5. *HHI* anual (2006 - 2009*) (Porcentajes)

	Año	2006	2007	2008	2009
Actividad económica	Comercio	1.1	0.8	0.8	1.0
	Farmacéuticos	32.2	32.3	31.5	31
	Hoteles y restaurantes	7.8	8.9	8.2	8.4
	Industria cultural	6.7	6.1	6.8	7.1
	Industria manufacturera	2.4	2.4	2.4	2.5
	Minas y canteras	12.1	13.6	48.2	74.1
	Servicios Financieros	8.6	15.6	7	8.3

* Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

⁶No debe desconocerse que la cantidad de firmas que participan de esta industria es alto (895 en promedio), y que el diagrama de dispersión presentado no presenta información con respecto a las cuotas de mercado.

⁷En cada gráfica, los círculos representan el tamaño relativo del indicador frente a los demás que se incluyen en la tabla.

Cuadro 5.6. *RI* anual (2006 - 2009*) (Porcentajes)

	Año	2006	2007	2008	2009
Actividad económica	Comercio	0.1	0.1	0.1	0.1
	Farmacéuticos	32.1	33.3	32.6	31.9
	Hoteles y restaurantes	0.8	0.7	0.6	0.6
	Industria cultural	1.4	1.3	1.2	1.4
	Industria manufacturera	0.7	0.6	0.6	0.7
	Minas y canteras	9.0	9.9	17.4	32.2
	Servicios Financieros	2.8	3.1	2.4	2.8

* Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

Conservando las proporciones, en los Cuadros 5.5 y 5.6 puede observarse que los resultados obtenidos para el *HHI* y el *RI* no parecen variar mucho entre un año y otro para la mayoría de sectores, con excepción del sector de Minas y Canteras. Para este último, aunque la concentración no es estable, aumentó de forma importante en el 2008 y durante los primeros seis meses del 2009 (a niveles del 74 % para el *HHI*, y del 32 % para el *RI*). En ese sentido, los sectores que registran menos concentración, y cuyas empresas tienen una distribución de cuotas de mercado relativamente estable, fueron el comercio, hoteles y restaurantes, las industrias culturales, la industria manufacturera y los servicios financieros. El sector farmacéutico presenta unos niveles destacados de concentración (por encima del 30 %), y la estabilidad de los valores en ambos índices durante el período considerado es evidencia de la existencia de por lo menos una firma con poder de mercado importante.

Por otra parte, los resultados asociados al coeficiente de concentración estimado para las cuatro empresas más grandes por sector fueron un poco más altos 5.7, pero las conclusiones obtenidas con los índices anteriores son fácilmente extrapolables. La diferencia se explica por la lógica de cálculo aplicada en éste último caso, aunque es cierto que las cuatro firmas pertenecientes a cada una de las industrias tienen una porción no despreciable del mercado, este índice tiende a inflarse dado que deja por

fuera los efectos del resto de firmas que hacen parte de la distribución de cuotas en las industrias.

Cuadro 5.7. CR4 anual 2006 - 2009* (Porcentajes)

	Año	2006	2007	2008	2009
Actividad económica	Comercio	16	13	13	16
	Farmacéuticos	96	97	97	95
	Hoteles y restaurantes	36	38	37	38
	Industria cultural	48	46	43	46
	Industria manufacturera	20	20	20	20
	Minas y canteras	62	66	86	93
	Servicios Financieros	55	56	44	53

* Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

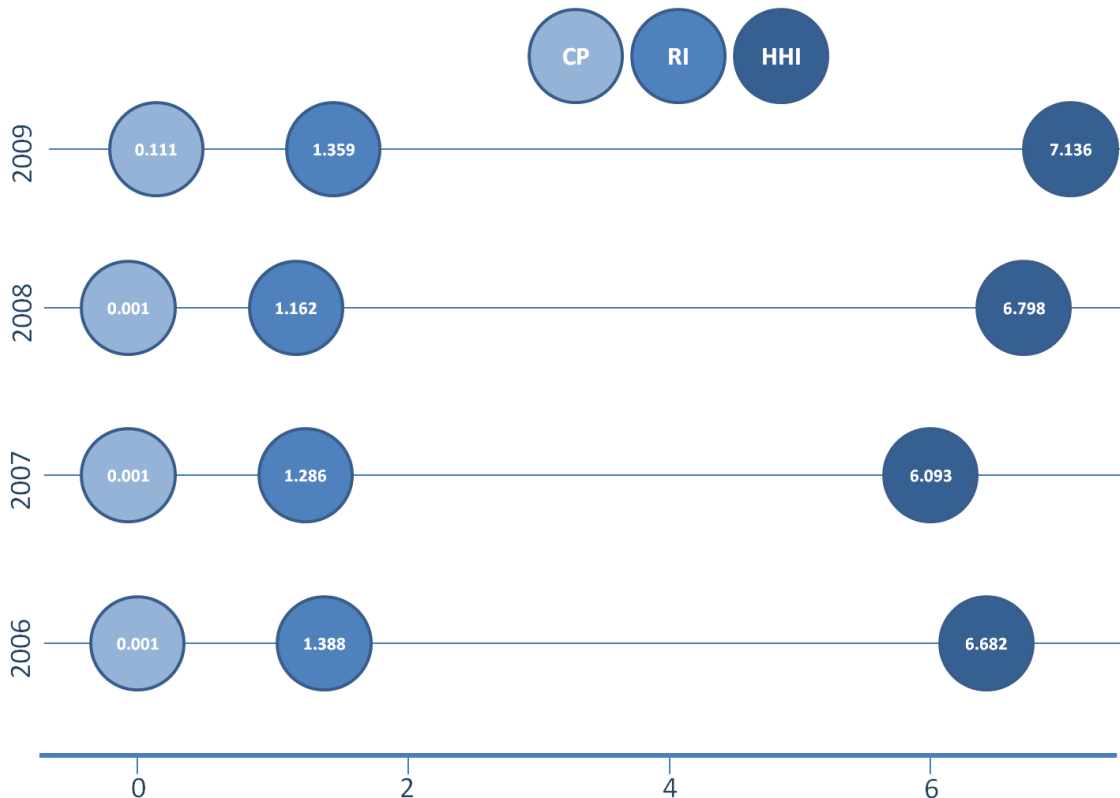
Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

Bajo la clasificación de la FTC, sólo dos de las actividades económicas estudiadas presentaron en promedio una estructura de mercado altamente concentrada. Dichas actividades fueron, como era de esperarse, la explotación de minas y canteras y la producción farmacéutica, cuyos *HHI* en promedio fueron 37% y 32%, respectivamente.

Las industrias culturales, al igual que el resto de actividades económicas analizadas, reportaron un nivel de concentración relativamente bajo con base en los tres indicadores (en promedio de 6.7%, 1.3% y 45.7% para el *HHI*, el *RI* y el *CR4* respectivamente). La tasa media de concentración reportada para el *RI* no fue notoriamente distinta con relación a la situación donde todas las firmas involucradas en la actividad tuvieran una cuota de mercado igual, en este caso, el valor teórico de competencia perfecta ($1/N$), calculado sobre el promedio de firmas dentro de las industrias culturales, durante los 3 años y los 3 bimestres del 2009, corresponde a 0.11%. De hecho, como puede verse en la Figura 5.2, la magnitud en porcentajes del *RI* no es muy lejana con respecto al valor teórico de las industrias culturales

y aunque el *HHI* se sitúa en promedio alrededor de siete puntos porcentuales por encima del valor teórico, sigue siendo una diferencia relativamente pequeña.

Figura 5.2. Comparación con competencia perfecta para las industrias culturales 2006 - 2009* (Porcentajes)



*Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

Por lo tanto, la estructura de mercado que opera en las industrias culturales agregadas es cercana a la competencia perfecta. En otras palabras, la participación de todas las firmas asociadas a las 20 industrias sobre el total de su producción agregada es relativamente simétrica. Sin embargo, cabe resaltar que fueron más concentradas, comparadas con las industrias manufactureras y el comercio y menos concentradas que los servicios financieros.

5.2.2. Cálculos anuales desagregados para las industrias culturales

Los resultados de la especialización regional reportados en la literatura económica regional (ver por ejemplo Goschin et al., 2008) han mostrado que en general, la concentración geográfica de las industrias podría incidir de manera puntual en la concentración de poder. En ese sentido, la distribución de poder sería menos simétrica dentro de las regiones de un país en donde existe una especialización industrial, comparada con la distribución de poder cuando se agrupan las regiones y los niveles de especialización disminuyen.

Si bien las industrias culturales analizadas están radicadas en una misma región, las consideraciones de especialización deberían poder aplicarse en la comparación del estudio agregado y el estudio detallado por subsector cultural. En teoría, se esperaría que los niveles de concentración del sector cultural fueran más bajos comparados con los niveles de concentración por subsector cultural. La razón es que las estructuras productivas de las unidades económicas dentro del sector son diversas y en el análisis agregado, no podría hablarse de niveles de especialización más allá de que el sector produce, dentro de todas las actividades económicas del municipio, productos y servicios culturales. No debería suceder así con los veinte subsectores culturales analizados por separado. De hecho, la división del sector en subsectores pone de manifiesto la existencia de niveles de especialización y en ese sentido, los veinte subsectores culturales producen bienes y servicios culturales específicos. Por tal motivo, es de esperar que el número de empresas en cada subsector sea más reducido y probablemente la concentración de poder sea más alta, según el nivel de especialización.

Como se evidencia en el Cuadro 5.8, pocas de las actividades propias de esta industria tienen más de cien empresas que declaran IVA. Los subsectores tuvieron en promedio un total de 48 unidades económicas, en algunos casos menos de cinco empresas e incluso, como el caso de la actividad de reproducción de materiales grabados, el total de empresas llegó a reducirse a uno o dos.

De los veinte subsectores de las industrias culturales, las actividades de publicidad presentan el mayor volumen de ventas promedio anuales, con \$104 mil millones de pesos a precios corrientes, lo cual concuerda con que esta industria tiene el mayor número de unidades económicas de todas las industrias culturales que declaran renta (en promedio 319 empresas). Le siguen en volumen, edición de libros, partituras, folletos y publicaciones con un nivel de ventas promedio anual de \$88 mil millones de pesos producidos en promedio por 53 empresas suscritas a dicha actividad; comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, con \$79 mil millones de pesos producto de la operación de en promedio 213 empresas; y edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas, con \$58 mil millones de

pesos producidos por 15 empresas.

Cuadro 5.8. Número de empresas por industria cultural (2006 - 2009*)

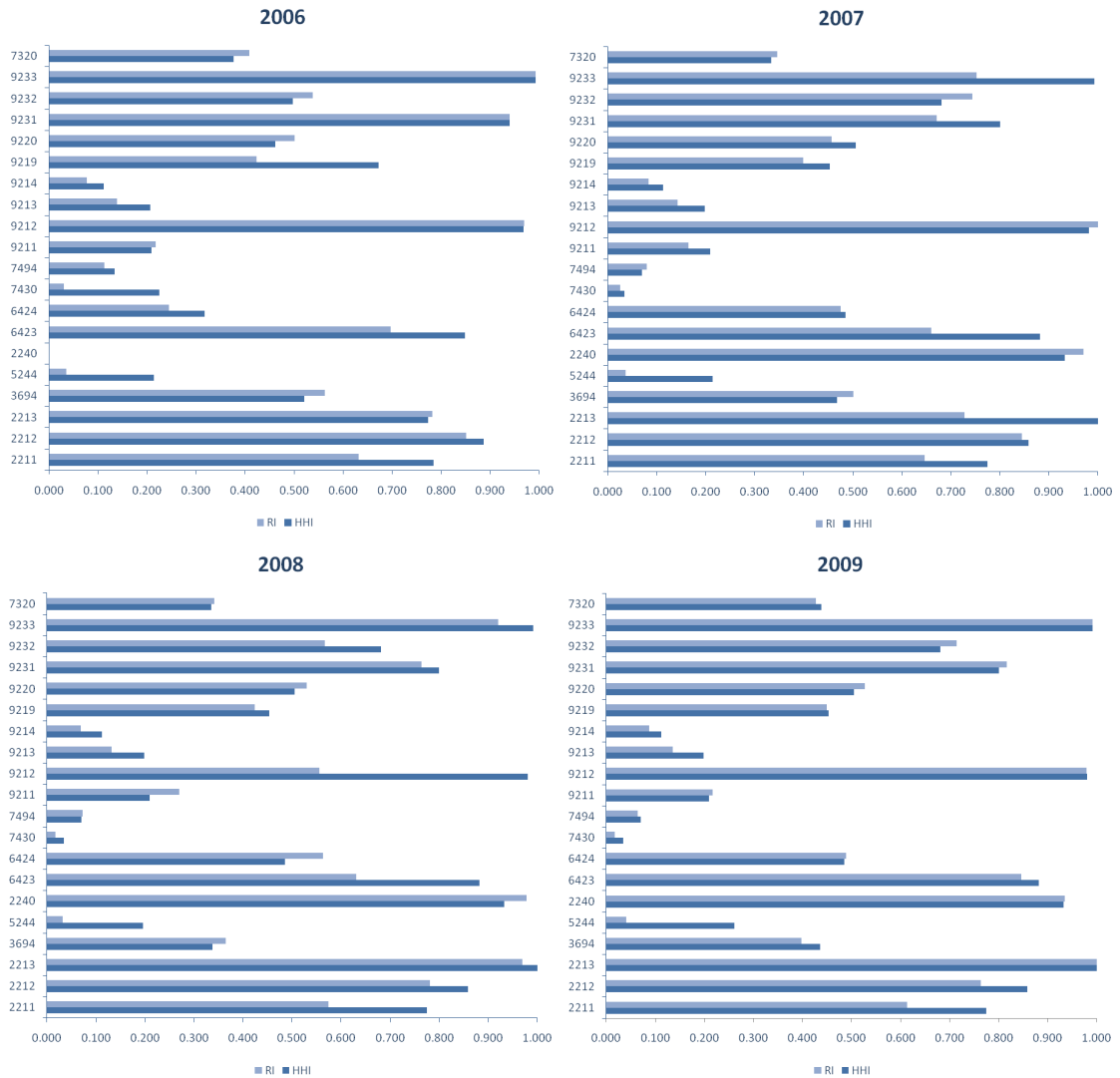
Actividad económica	2006	2007	2008	2009
Edición de libros, partituras, folletos y publicaciones	21	21	24	25
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	12	15	16	16
Edición de materiales grabados	3	3	3	3
Juegos y juguetería	4	6	7	8
Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio	214	216	216	207
Reproducción de materiales grabados	1	2	2	2
Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	14	10	11	11
Servicios de transmisión por Cable	59	51	32	25
Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades	7	12	17	13
Publicidad	291	314	344	328
Actividades de fotografía	52	53	57	59
Producción y distribución de filmes y videocintas	12	14	19	20
Exhibición de filmes y videocintas	4	3	4	4
Actividades de radio y televisión	55	57	60	60
Actividades teatrales, musicales y otras actividades artísticas	56	74	84	77
Otras actividades de entretenimiento ncp	29	31	30	28
Actividades de agencias de noticias	4	4	4	3
Actividades de bibliotecas y archivos	3	3	2	2
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	3	2	3	2
Actividades de jardines botánicos y zoológicos y parques nacionales	2	5	4	4

*Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

Aunque con estos datos no hay suficiente evidencia de concentración de poder económico al interior de las industrias culturales, de cierta forma permite intuir que al menos alguno de los subsectores culturales podría ser altamente concentrado.

Figura 5.3. HHI anuales para los veinte subsectores de las industrias culturales 2006 - 2009**



*Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Ver Cuadro 5.3 para determinar el código CIU de cada subsector.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

En la Figura 5.3 se muestran los cálculos anuales del *HHI* y del *RI* para las industrias culturales desagregadas.⁸ Los resultados de los indicadores confirman que, en efecto, la mayoría de los subsectores son altamente concentrados, siguiendo la clasificación establecida por la FTC con respecto al *HHI*. Dentro de las más concentradas ordenadas jerárquicamente figuran: actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales (un resultado esperado, si se tiene en cuenta la naturaleza de los negocios de este tipo); exhibición de filmes y videocintas; actividades de bibliotecas y archivos; edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas; y servicios de transmisión de programas de radio y televisión. Por otra parte, los subsectores menos concentrados corresponden a actividades teatrales, musicales y otras actividades artísticas, las actividades de fotografía y publicidad. Estos resultados respaldan la hipótesis de la especialización mencionada a principios de este aparte.

5.2.3. Dinámica bimestral de la concentración para las industrias culturales

Una de las críticas más importantes con respecto a los índices de concentración, es que un buen indicador de este tipo debería medir la capacidad de las empresas de mantener su cuota de mercado en el tiempo.⁹ La razón es que las medidas estáticas capturan el poder de mercado en un momento dado, omitiendo el hecho que las cuotas de mercado pueden responder tanto a factores transitorios derivados de las condiciones externas a las firmas, como a factores permanentes inherentes a la operación de cada firma en particular (aquellos que finalmente le permiten ganar poder económico). En ese orden de ideas, el indicador ideal debería poder aislar el componente aleatorio del permanente, siendo el último mencionado el componente que le permite a una empresa mantenerse y a menudo, aumentar su cuota o poder de mercado (Michelini y Pickford, 1985).

Desafortunadamente tanto el *HHI*, el *RI* y el *CR*, como la mayoría de índices de concentración, son medidas estáticas. Es decir, simplemente registran las características de una distribución en un momento dado, y por lo tanto, no necesariamente reflejan el poder de mercado porque existe la posibilidad de que incorporen elementos aleatorios. Por esta razón, incluimos un análisis de los índices para una frecuencia más alta (datos bimensuales). Este análisis nos permite identificar la presencia de comportamientos transitorios o estacionales y el comportamiento permanente. Para

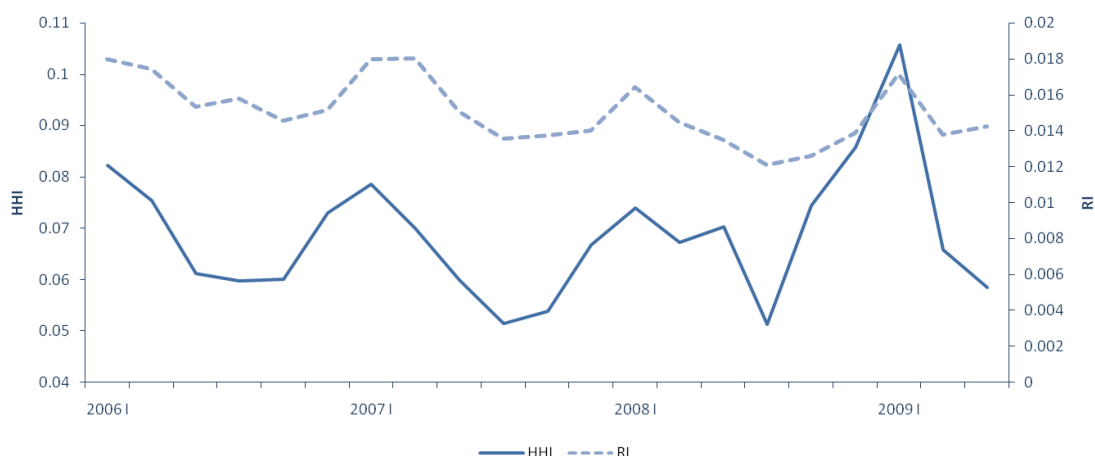
⁸Para efectos de este análisis se omitió el *CR4* dado que por la naturaleza de algunos subsectores, el número de unidades económicas es inferior a 4. Los subsectores que presentaron esta situación no corresponden a los sectores que producen mayores ingresos, y en estos casos no tiene sentido calcular índices de concentración si en efecto sólo existe una firma productora.

⁹Para profundizar sobre las críticas a los indicadores de este tipo, ver Calkins (1983).

ello se emplearon los seis bimestres de cada año, a partir del 2006 y hasta el 2009, con el objeto de intuir la tendencia de crecimiento o decrecimiento de los índices de manera meramente descriptiva.

De acuerdo con los resultados mostrados en la Figura 5.4, los indicadores de concentración de las industrias culturales muestran que no hay un nivel de concentración elevado en ninguno de los bimestres de los cuatro años analizados, según la clasificación de la FTC. No obstante, es posible identificar un comportamiento estacional en las ventas de las industrias culturales agregadas. Si se observa el comportamiento del *HHI* y el *RI* representados en la figura, se encuentra que la concentración de las ventas en las industrias culturales tiende a elevarse durante los últimos bimestres del año pero especialmente durante el último bimestre, y tiende a caer a partir del primer bimestre.

Figura 5.4. Indicadores de concentración bimestrales para las industrias culturales 2006 - 2009*



*Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

Este comportamiento puede obedecer a que una de las épocas del año en las que en Cali se observan la mayoría de eventos culturales, y en general, donde buena parte de las empresas con actividades culturales tienen una mayor operación es hacia el último bimestre del año, época que coincide con la temporada navideña y de feria. Por tal motivo, resulta razonable pensar que durante este período las oportunidades de ingresos de las empresas de carácter cultural son altas y, como consecuencia, la mayoría de empresas de este tipo concentran más su producción y ventas en diciembre que durante el resto del año, mientras otras cuantas conservan

un comportamiento más o menos equilibrado todo el tiempo. En ese sentido, la competencia por obtener una mayor cuota de mercado será más cerrada en época de feria, donde las barreras a la entrada son más altas y en donde empresas con mayor tradición y prestigio son las que terminan por concentrar los ingresos.

Este resultado no es insignificante. Por el contrario, es información importante para un inversionista interesado en la industria cultural caleña, en la medida en que podría resultar más fácil y menos arriesgado entrar al mercado durante el segundo bimestre del año, y no al final por ejemplo, en el mes de diciembre. Por otro lado, los índices de concentración del sector a lo largo de los bimestres se mantienen más o menos estables y relativamente bajos, por lo cual se concluye que la capacidad de las firmas de conservar sus ventas también es estable, y las condiciones para invertir son buenas.

Los resultados del cálculo de los índices de concentración bimestrales desagregados se presentan en los Cuadros 5.9 y 5.10. El comportamiento bimestral de ambos indicadores es poco volátil al interior de cada subsector cultural y las conclusiones son las mismas. Las actividades que en promedio presentaron los niveles más críticos de concentración, como era de esperarse, son aquellas en las que se registra un menor número de unidades económicas, como exhibición de filmes y videocintas; actividades de jardines botánicos y zoológicos y parques nacionales; edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas; edición de materiales grabados, y servicios de transmisión de programas de radio y televisión¹⁰.(Ver Cuadro 5.8).

¹⁰En algunos bimestres y para algunos subsectores se registraron índices iguales a 1, en estos casos sólo una de las unidades económicas declaró unos ingresos superiores a cero pesos.

Cuadro 5.9. HHI bimestral para las industrias culturales desagregadas
2006 - 2009** (1 de 2)

CIU	2006						2007					
	I	II	III	IV	V	VI	I	II	III	IV	V	VI
2211	0.9	0.83	0.6	0.71	0.7	0.91	0.92	0.83	0.76	0.82	0.6	0.89
2212	0.88	0.89	0.91	0.88	0.91	0.85	0.89	0.91	0.93	0.93	0.87	0.79
2213	0.5	0.89	1	0.67	0.75	0.77	1	1	1	0.5	1	0.57
2240	*	*	*	*	*	*	*	1	0.97	0.95	0.97	0.95
3694	1	1	0.97	0.87	0.67	0.53	0.53	0.94	0.91	0.68	0.93	0.9
5244	0.22	0.23	0.23	0.18	0.18	0.25	0.24	0.23	0.25	0.17	0.19	0.27
6423	0.73	0.84	0.91	0.9	0.83	0.84	0.79	0.78	0.84	0.79	0.79	0.66
6424	0.43	0.44	0.37	0.41	0.42	0.33	0.47	0.5	0.49	0.49	0.49	0.5
7320	0.45	0.47	0.46	0.4	0.32	0.31	0.44	0.39	0.32	0.45	0.43	0.25
7430	0.3	0.24	0.22	0.23	0.23	0.18	0.29	0.2	0.15	0.13	0.14	0.12
7494	0.14	0.14	0.13	0.14	0.12	0.14	0.13	0.12	0.12	0.09	0.09	0.1
9211	0.22	0.29	0.24	0.27	0.19	0.19	0.23	0.2	0.27	0.26	0.19	0.26
9212	0.86	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9213	0.2	0.23	0.18	0.22	0.21	0.23	0.22	0.24	0.3	0.21	0.21	0.21
9214	0.14	0.09	0.1	0.13	0.08	0.22	0.11	0.11	0.15	0.11	0.1	0.19
9219	0.65	0.71	0.6	0.77	0.68	0.63	0.71	0.73	0.65	0.67	0.67	0.44
9220	0.6	0.45	0.59	0.41	0.43	0.57	0.5	0.69	0.45	0.43	0.44	0.44
9231	0.81	0.84	0.94	0.85	0.97	0.97	0.58	0.9	0.77	0.54	0.52	0.66
9232	0.54	0.55	0.59	0.47	0.47	0.65	0.5	0.9	0.76	0.72	0.57	0.5
9233	1	0.99	1	0.98	1	1	0.99	0.98	0.98	0.58	0.61	0.67

Cuadro 5.9. HHI bimestral para las industrias culturales desagregadas 2006 - 2009**. (2 de 2)

CIIU	2008						2009		
	I	II	III	IV	V	VI	I	II	III
2211	0.8	0.81	0.71	0.7	0.82	0.81	0.9	0.75	0.61
2212	0.87	0.92	0.92	0.84	0.82	0.87	0.86	0.81	0.9
2213	*	0.85	*	1	1	1	1	1	1
2240	0.51	0.98	0.95	0.97	0.94	0.99	0.94	0.98	0.63
3694	0.23	0.62	0.2	0.46	0.31	0.35	0.72	0.35	0.51
5244	0.51	0.23	0.95	0.16	0.16	0.22	0.23	0.27	0.29
6423	0.97	0.89	0.89	0.88	0.87	0.43	0.87	0.87	0.9
6424	0.89	0.5	0.52	0.52	0.58	0.63	0.64	0.54	0.65
7320	0.44	0.39	0.32	0.42	0.37	0.26	0.47	0.5	0.36
7430	0.18	0.08	0.03	0.04	0.04	0.08	0.05	0.04	0.04
7494	0.1	0.09	0.08	0.08	0.07	0.14	0.08	0.07	0.07
9211	0.29	0.34	0.67	0.66	0.16	0.36	0.47	0.24	0.34
9212	1	1	1	1	0.82	0.79	0.93	1	1
9213	0.23	0.22	0.18	0.19	0.15	0.26	0.21	0.2	0.21
9214	0.14	0.08	0.13	0.1	0.13	0.12	0.15	0.17	0.12
9219	0.49	0.41	0.46	0.45	0.45	0.43	0.47	0.46	0.44
9220	0.7	1	0.51	0.51	0.52	0.56	0.88	0.74	1
9231	0.65	0.91	0.84	0.8	0.54	0.76	0.97	0.65	0.88
9232	0.5	0.55	0.46	0.53	0.64	0.51	0.5	0.73	0.74
9233	0.82	0.8	1	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	1

** Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

*Sólo una empresa declaró por lo cual se excluye el cálculo.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN.

Cuadro 5.10. RI bimestral para las industrias culturales desagregadas
2006 - 2009** (1 de 2)

CIIU	2006						2007					
	I	II	III	IV	V	VI	I	II	III	IV	V	VI
2211	0.85	0.72	0.5	0.59	0.6	0.75	0.86	0.74	0.68	0.73	0.57	0.76
2212	0.84	0.85	0.87	0.85	0.88	0.83	0.86	0.87	0.9	0.9	0.82	0.77
2213	0.5	0.87	1	0.7	0.77	0.79	1	1	1	0.53	1	0.62
2240	*	*	*	*	*	*	*	1	0.97	0.95	0.97	0.95
3694	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.05	0.04	0.04	0.03	0.04
5244	1	1	0.97	0.88	0.71	0.57	0.57	0.95	0.91	0.71	0.93	0.87
6423	0.61	0.73	0.86	0.79	0.74	0.77	0.73	0.71	0.78	0.72	0.73	0.64
6424	0.35	0.34	0.31	0.35	0.36	0.31	0.48	0.52	0.52	0.52	0.51	0.53
7320	0.47	0.51	0.49	0.42	0.33	0.33	0.47	0.43	0.35	0.49	0.46	0.27
7430	0.04	0.04	0.04	0.04	0.03	0.03	0.05	0.04	0.03	0.03	0.03	0.03
7494	0.13	0.12	0.11	0.12	0.1	0.12	0.11	0.1	0.1	0.09	0.08	0.08
9211	0.24	0.32	0.26	0.29	0.21	0.2	0.23	0.22	0.3	0.29	0.21	0.25
9212	0.87	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9213	0.14	0.16	0.14	0.16	0.14	0.14	0.16	0.17	0.19	0.14	0.14	0.14
9214	0.13	0.08	0.08	0.11	0.08	0.12	0.09	0.1	0.12	0.1	0.09	0.13
9219	0.39	0.49	0.48	0.54	0.46	0.42	0.51	0.58	0.48	0.49	0.52	0.42
9220	0.62	0.47	0.62	0.45	0.47	0.6	0.5	0.73	0.49	0.48	0.46	0.47
9231	0.82	0.85	0.94	0.86	0.97	0.97	0.62	0.88	0.77	0.58	0.56	0.69
9232	0.58	0.6	0.61	0.51	0.48	0.65	0.51	0.91	0.78	0.75	0.61	0.51
9233	1	0.99	1	0.98	1	1	0.99	0.98	0.98	0.63	0.65	0.7

Cuadro 5.10. RI bimestral para las industrias culturales desagregadas 2006 - 2009**. (2 de 2)

CIIU	2008						2009		
	I	II	III	IV	V	VI	I	II	III
2211	0.67	0.69	0.52	0.5	0.71	0.65	0.77	0.63	0.49
2212	0.84	0.89	0.87	0.74	0.72	0.8	0.79	0.72	0.85
2213	*	0.86	*	1	1	1	1	1	1
2240	0.55	0.98	0.95	0.97	0.94	0.99	0.94	0.98	0.67
3694	0.04	0.04	0.03	0.03	0.03	0.04	0.05	0.04	0.04
5244	0.59	0.66	0.72	0.5	0.33	0.38	0.62	0.37	0.51
6423	0.97	0.85	0.88	0.87	0.85	0.43	0.81	0.84	0.89
6424	0.83	0.52	0.56	0.56	0.59	0.63	0.64	0.57	0.68
7320	0.47	0.41	0.35	0.42	0.36	0.26	0.44	0.48	0.38
7430	0.03	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
7494	0.09	0.08	0.07	0.07	0.06	0.08	0.08	0.07	0.07
9211	0.3	0.32	0.51	0.53	0.18	0.32	0.42	0.25	0.29
9212	1	1	1	1	0.84	0.76	0.93	1	1
9213	0.16	0.16	0.14	0.14	0.12	0.15	0.14	0.14	0.14
9214	0.12	0.08	0.12	0.09	0.09	0.08	0.11	0.11	0.1
9219	0.5	0.39	0.46	0.45	0.46	0.43	0.48	0.46	0.44
9220	0.73	1	0.53	0.53	0.55	0.6	0.88	0.76	1
9231	0.69	0.92	0.85	0.82	0.58	0.79	0.97	0.69	0.88
9232	0.52	0.6	0.5	0.57	0.66	0.54	0.52	0.76	0.77
9233	0.83	0.81	1	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	1

** Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

*Sólo una empresa declaró por lo cual se excluye el cálculo.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN.

Empleando los umbrales definidos FTC para el HHI y los resultados bimestrales desagregados podemos clasificar los subsectores culturales en aquellas industrias poco o nada concentradas, moderadamente concentradas y altamente concentradas. Los resultados se presentan en los siguientes recuadros.

Industrias poco o nada concentradas (entre 0 y 0.15)

- Actividades de fotografía
- Actividades teatrales, musicales y otras actividades artísticas
- Publicidad

Industrias moderadamente concentradas (entre 0.15-0.25)

- Actividades de radio y televisión

Industrias altamente concentradas (0.25-1)

- Reproducción de materiales grabados
- Producción y distribución de filmes y videocintas
- Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades
- Servicios de transmisión por cable
- Otras actividades de entretenimiento
- Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos
- Actividades de agencias de noticias
- Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados

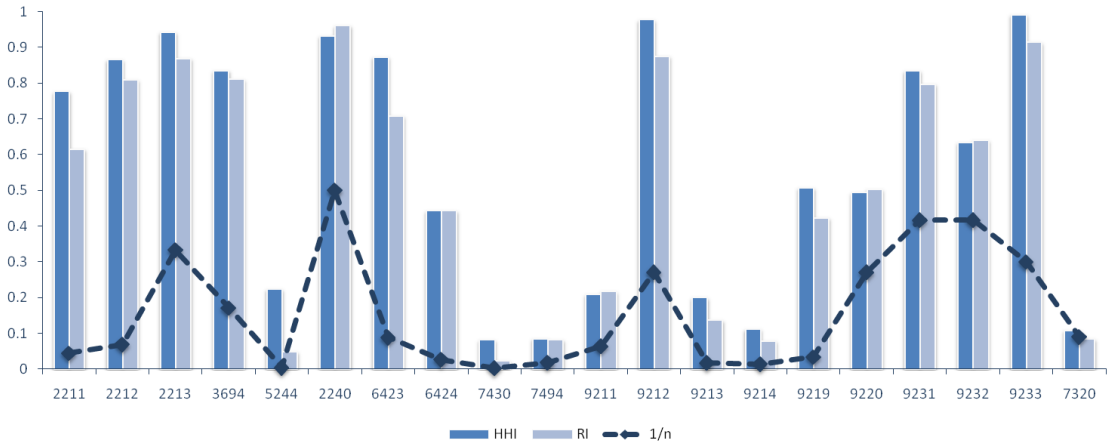
- Actividades de bibliotecas y archivos
- Edición de libros, partituras, folletos y publicaciones
- Servicios de transmisión de programas de radio y televisión
- Edición de materiales grabados
- Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas
- Juegos y juguetería
- Actividades de jardines botánicos y zoológicos y parques nacionales
- Exhibición de filmes y videocintas

Para dimensionar de alguna forma los resultados obtenidos, resulta importante comparar los niveles de concentración reportados en los Cuadros 5.9 y 5.10, con los niveles de concentración en la situación hipotética de una distribución perfectamente simétrica de las cuotas de mercado dentro de cada industria cultural. Teniendo en cuenta los promedios de la cantidad de empresas en cada subsector, el nivel de concentración medio que deberían presentar las industrias si tuvieran una estructura de competencia operativa estaría entre un rango de 0.003 y 0.42, máximo 0.50 en aquellos casos donde sólo se registren dos unidades económicas por industria.¹¹ Esto, comparado con los niveles de concentración presentados de hasta más de 0.80, refleja niveles de desigualdad de poder importantes, como se evidencia en la Figura 5.5.

¹¹Se excluye de este análisis el valor teórico de competencia perfecta para 2006 del sector Reproducción de materiales grabados, dado que para dicho año sólo una empresa perteneciente al sector declaró IVA y no tiene sentido económico hablar de competencia perfecta en una industria de sólo una firma.

Figura 5.5. Comparación con competencia perfecta para las industrias culturales 2006 - 2009*

Promedios anuales



*Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

5.3. Relación entre el HHI agregado y los subsectores de las industrias culturales

En las secciones anteriores se han presentado los cálculos del HHI para el agregado de las industrias culturales y para los veinte subsectores que conforman el sector. En esta sección se analiza cómo cada uno de los subsectores contribuye al índice de concentración agregado.

Para determinar la contribución de cada uno de los subsectores, podemos partir de la definición del HHI de la industria ($HHI_{industria}$) que está dado por:

$$HHI_{industria} = \sum_{i=1}^n S_i^2 = \sum_{i=1}^n \left(\frac{V_i}{\sum_{\forall i} V_i} \right)^2 = \sum_{i=1}^n \frac{V_i^2}{\left(\sum_{\forall i} V_i \right)^2} = \frac{1}{\left(\sum_{\forall i} V_i \right)^2} \sum_{i=1}^n V_i^2 \quad (5.4)$$

donde V_i corresponden a las ventas de la firma i .

El HHI de la industria ($HHI_{industria}$) se puede expresar en términos de los HHI de cada uno de los k subsectores HHI_j que conforman la industria. En especial,

5.3. RELACIÓN ENTRE HHI AGREGADO Y SUBSECTORES DE LAS IC 105

tendremos que:

$$HHI_{industria} = \sum_{j=1}^k w_j HHI_j \quad (5.5)$$

donde $w_j = \left(\frac{\sum_{\forall i \in j} V_i}{\sum_{\forall i} V_i} \right)^2$. Una demostración de esta expresión se presenta en el Apéndice.

En otras palabras, el *HHI* de la industria corresponde a la suma ponderada de cada uno de los *HHI* de los subsectores que conforman la industria, donde las ponderaciones son el cuadrado de la participación de las ventas del subsector en las ventas de toda la industria.

Empleando (5.5) se puede determinar la contribución de cada uno de los veinte subsectores en la medida de concentración de las industrias culturales y cómo dicha contribución ha cambiado en el tiempo. Para los veinte subsectores se encontraron los siguientes resultados:

Cuadro 5.11. Contribución de cada subsector al HHI, 2006 - 2009** (1 de 2)

Actividad económica	% De contribución				
	2006	2007	2008	2009	Promedio
Edición de libros, partituras, folletos y publicaciones	42.422 %	37.929 %	59.408 %	53.816 %	48.394 %
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	19.693 %	25.073 %	23.298 %	25.021 %	23.271 %
Edición de Materiales Grabados	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %
Reproducción de materiales grabados	*	0.00 %	0.01 %	0.00 %	0.00 %
Juegos y juguetería	*	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %
Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería	9.866 %	11.486 %	9.683 %	12.934 %	10.992 %
Servicios de Transmisión de programas de radio y televisión	0.030 %	0.045 %	0.040 %	0.024 %	0.034 %
Servicios de Transmisión por Cable	0.785 %	1.340 %	1.096 %	3.177 %	1.600 %
Investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales	0.297 %	0.249 %	0.212 %	0.124 %	0.221 %
Publicidad	24.331 %	4.028 %	2.147 %	1.370 %	7.969 %
Actividades de Fotografía	0.534 %	0.140 %	0.052 %	0.046 %	0.193 %
Producción y Distribución de filmes y videocintas	0.001 %	0.001 %	0.006 %	0.001 %	0.002 %
Exhibición de Filmes y videocintas	0.001 %	0.001 %	0.000 %	0.004 %	0.001 %
Actividades de Radio y Televisión	1.138 %	1.740 %	1.293 %	1.418 %	1.397 %

Cuadro 5.11. Contribución de cada subsector al HHI, 2006 - 2009** (2 de 2)

Actividad económica	% De contribución				Promedio
	2006	2007	2008	2009	
Actividades teatrales, musicales y otras actividades artísticas	0.026 %	0.066 %	0.061 %	0.037 %	0.048 %
Otras Actividades de Entretenimiento ncp	0.466 %	0.326 %	1.308 %	1.711 %	0.953 %
Actividades de Agencias de Noticias	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %
Actividades de Bibliotecas y Archivos	0.241 %	0.217 %	0.083 %	0.143 %	0.171 %
Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	0.001 %	0.006 %	0.001 %	0.001 %	0.002 %
Actividades de Jardines Botánicos y zoológicos y parques nacionales	0.108 %	0.167 %	0.155 %	0.170 %	0.150 %

** Incluye datos hasta el tercer bimestre del 2009.

*Sólo una empresa declaró por lo cual se excluye este subsector.

Fuente: Construido a partir de datos de IVA de la DIAN

En el Cuadro 5.11 se evidencia que la edición de libros, partituras, folletos y publicaciones, es el subsector cuyo porcentaje de contribución a la concentración de las industrias culturales agregadas fue, en promedio, el más elevado. Explica aproximadamente el 50 % de la concentración observada para el agregado de subsectores culturales. Este resultado no es sorprendente en la medida en que, como se puntualizó anteriormente, este subsector es uno de los que cuenta con los ingresos totales promedio más altos del total de las industrias culturales para todos los años analizados, y hasta el tercer bimestre del 2009. Sin embargo, el peso de las ventas del sector sobre las ventas totales de las industrias culturales agregadas equivale solamente al 20 % aproximadamente. Justamente por esto los niveles de concentración agregados de las industrias culturales son bajos, de lo contrario habría que esperar una concentración agregada proporcional a la concentración al interior del subsector.

En términos de contribución a los niveles de concentración, le siguen los subsectores de edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas; comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados; y publicidad. Los tres explicaron en promedio aproximadamente el 23.3 %, el 10.99 % y el 7.8 % de la concentración en las industrias culturales, respectivamente.

5.4. Comentarios finales

En el análisis realizado no se observó una concentración de ventas elevada en las industrias culturales agregadas ubicadas en Cali para el período 2006 a 2009. Éste es un resultado apenas predecible al considerar que en promedio en la ciudad se registran más de 800 unidades económicas de carácter cultural. Sin embargo, los resultados que se obtienen en un análisis desagregado de este tipo de industria son diametralmente opuestos, pues existe una fuerte asimetría en la distribución de cuotas dentro de la mayoría de actividades culturales.

Esta información es útil para determinar oportunidades de inversión dentro de esta industria, que en los últimos años ha venido creciendo de manera importante. Si una actividad cultural tiene niveles de concentración elevados, probablemente esto estará asociado a grandes barreras a la entrada en operación para nuevas empresas. En esa medida, para un inversionista podría resultar atractivo invertir en industrias culturales donde sea fácil el acceso al mercado, es decir, donde prevalezca una relativamente baja concentración de poder económico por parte de las empresas ya existentes. Subsectores culturales como actividades de publicidad, actividades de fotografía y otros como actividades teatrales, son ejemplo del tipo de industrias atractivas a la inversión desde un punto meramente práctico de bajas barreras a la entrada.

Por otra parte sería importante, para otro tipo de estudio de mayor alcance, determinar cuáles son las causas de la concentración crítica de poder que tienen algunas industrias culturales. En esencia, la concentración de ventas en un mercado puede explicarse por tendencias monopolísticas o de oligopolio de las empresas existentes frente a las cuales las pequeñas no pueden competir. Por otro lado, las asimetrías también podrían ser explicadas por la generación de economías de escala y/o la administración eficiente de los recursos de producción de aquellas empresas con mayor poder de ventas en el mercado. En uno u otro caso, es responsabilidad del gobierno municipal intervenir para regular las tendencias de colisión del primer caso, o bien para incentivar a través de programas de financiación a los pequeños inversionistas culturales.

Apéndice

Descomposición del HHI para los subsectores. A continuación se presenta una breve demostración de la expresión (5.5). Partiendo de la definición del *HHI* para la industria, se tiene que:

$$HHI_{industria} = \sum_{i=1}^n S_i^2 = \sum_{i=1}^n \left(\frac{V_i}{\sum_{\forall i} V_i} \right)^2 = \sum_{i=1}^n \frac{V_i^2}{\left(\sum_{\forall i} V_i \right)^2} = \frac{1}{\left(\sum_{\forall i} V_i \right)^2} \sum_{i=1}^n V_i^2$$

Sin ninguna pérdida de generalidad, supongamos que la industria tiene k subsectores mutuamente excluyentes. De esta manera el HHI de la industria corresponderá a:

$$HHI_{industria} = \frac{1}{\left(\sum_{\forall i} V_i \right)^2} \sum_{i=1}^n V_i^2 = \frac{1}{\left(\sum_{\forall i} V_i \right)^2} \left[\sum_{\forall i \in 1} V_i^2 + \dots + \sum_{\forall i \in k} V_i^2 \right]$$

Para cada uno de los subsectores se tiene que el HHI se define como:

$$HHI_j = \sum_{\forall i \in j} S_i^2 = \frac{1}{\left(\sum_{\forall i \in j} V_i \right)^2} \sum_{\forall i \in j} V_i^2$$

y por lo tanto

$$\sum_{\forall i \in j} V_i^2 = HHI_j \left(\sum_{\forall i \in j} V_i \right)^2$$

Remplazando en la expresión para la industria se obtiene que:

$$HHI_{industria} = \frac{\left(\sum_{\forall i \in 1} V_i \right)^2}{\left(\sum_{\forall i} V_i \right)^2} HHI_1 + \dots + \frac{\left(\sum_{\forall i \in k} V_i \right)^2}{\left(\sum_{\forall i} V_i \right)^2} HHI_k$$

Es decir,

$$HHI_{industria} = \sum_{j=1}^k \left(\frac{\sum_{\forall i \in j} V_i}{\sum_{\forall i} V_i} \right)^2 HHI_j$$

Análisis del PIB del sector cultura de Santiago de Cali

En este capítulo se presentan los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura de la ciudad de Santiago de Cali entre 2005 y 2008¹ (el proceso fue descrito en el Capítulo 3). El resultado más importante es el peso de las industrias culturales en la economía de la ciudad; sin embargo, se realizan también otros análisis relevantes como lo son las comparaciones entre los resultados locales y nacionales, y se sugieren hipótesis para explicar el comportamiento de los sectores con cambios más relevantes.

6.1. Evolución de la participación de las industrias culturales en Cali y Colombia

El peso de las industrias culturales en el PIB de Cali, entre 2005 y 2008, ha oscilado entre 1.01 % y 1.22 %. El año en el que dicha participación fue más alta fue 2006 (ver Figura 6.1). Por su parte, en Colombia la participación de las industrias culturales en el PIB total, entre 2005 y 2007, se ubicó entre el 1.56 % y el 1.78 %.²

Las cifras de la participación de la cultura en el PIB son similares a las encontradas

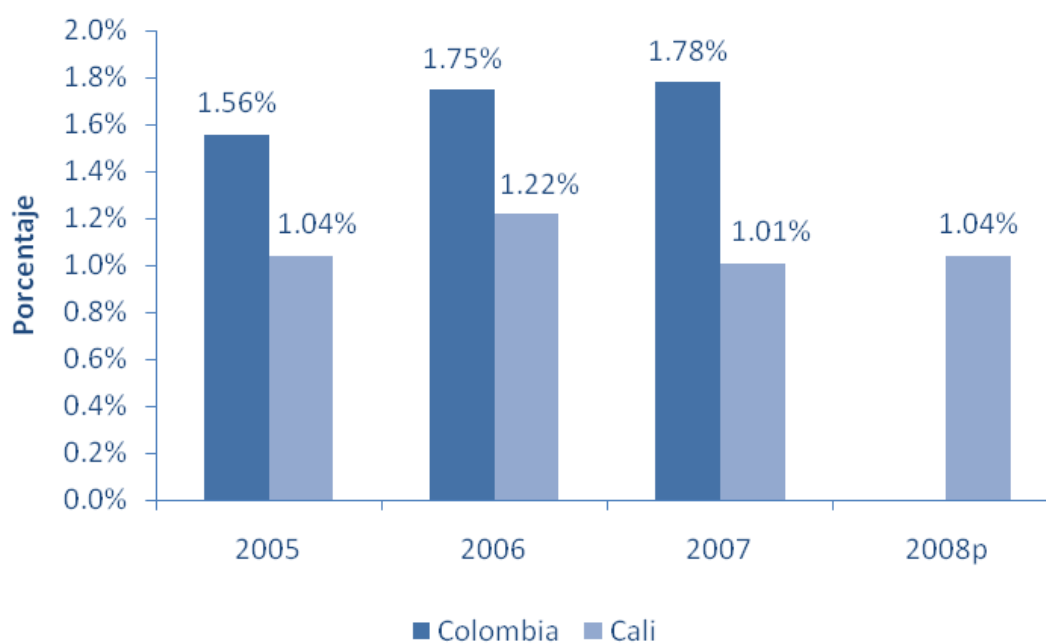
¹Los resultados del año 2008 son provisionales.

²Respecto a esto, vale la pena resaltar que sólo hasta el próximo año, se podrán tener cifras en Colombia que sigan la metodología propuesta por el Convenio Andrés Bello en el Manual metodológico publicado en el año 2009. Es por esto que las cifras, actualmente, no son del todo comparables.

para Perú, en el estudio realizado en el 2003 por el CAB (CAB, 2003). En dicho estudio se encuentra que en el 2001 la participación de la cultura en el PIB era del 1.03%.³ Sin embargo, la participación en Cali está por debajo de todos los otros países latinoamericanos que cuentan con una medición.⁴

Es importante resaltar que la mayor participación que tiene la cultura en el PIB de Colombia en comparación con la participación de la cultura en el PIB de Cali, tiene varias explicaciones. Por un lado, la medición en Colombia se realizó antes de la publicación de la metodología sugerida por el CAB, y fue un poco más amplia en su cobertura de sectores; por otro lado, hay que resaltar que el sector audiovisual,⁵ de mucho peso en el PIB del país, está concentrado en Bogotá (más adelante se presentará un análisis más detallado sobre el tema).

Figura 6.1. Participación de las industrias culturales en el PIB, Cali y Colombia. 2005-2008p



Fuente: Construido a partir de datos del DANE y el CIENFI

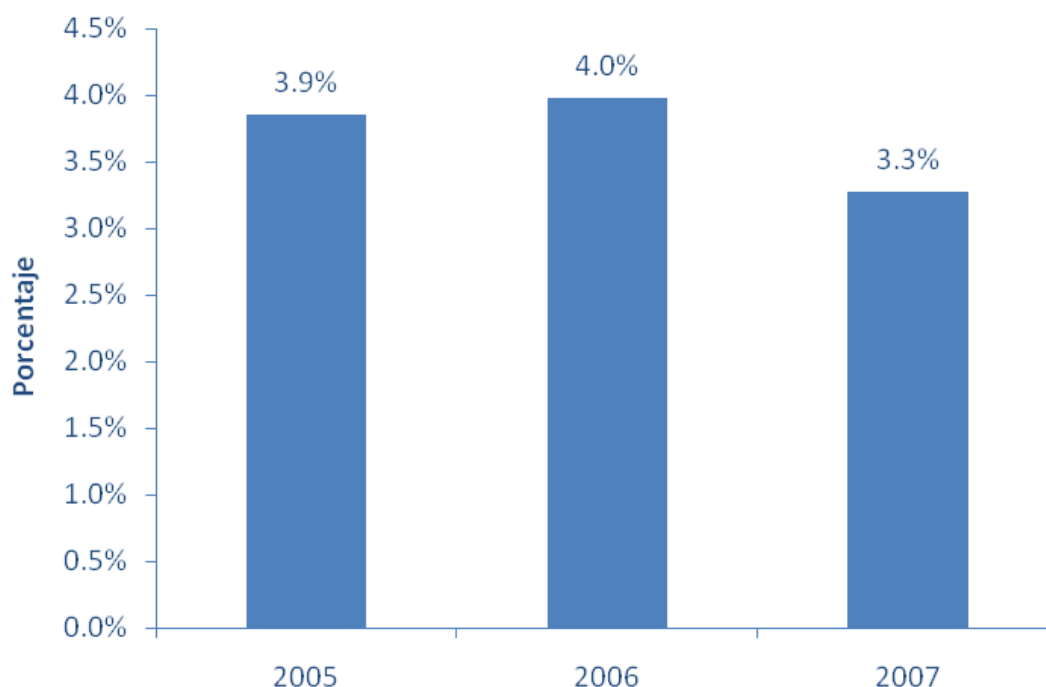
³Esto comprende los sectores: artes, artesanías, cine, editorial, fonografía, museología, prensa escrita, publicidad, radio y televisión.

⁴Hasta donde llega nuestro conocimiento no existe otra ciudad latinoamericana con una CSC.

⁵Que incluye actividades de radio y televisión, servicios de transmisión de radio y televisión, actividades de agencias de noticias y producción, exhibición y distribución de filmes y videocintas.

Con respecto a la participación del PIB de la cultura de Cali en el PIB de la cultura de Colombia, se encuentra que ha estado entre 3.3% y 4.0%. En el 2005 fue de 3.9%, pasó a 4.0% en el 2006 y cayó a 3.3% en el 2007. Este es un comportamiento relativamente estable, tal como la participación del PIB caleño en el PIB colombiano, que desde el 2005 se ha encontrado entre 5.7% y 5.8%. Esta diferencia entre 2.4 y 2.5 puntos porcentuales en la participación del PIB de la cultura y del PIB de la economía, evidencia que la participación del sector cultural caleño en el nacional es más débil que la de otros sectores de la economía caleña, como por ejemplo, la construcción.

Figura 6.2. Participación del PIB de la cultura de Cali en el PIB de la cultura de Colombia 2005-2007



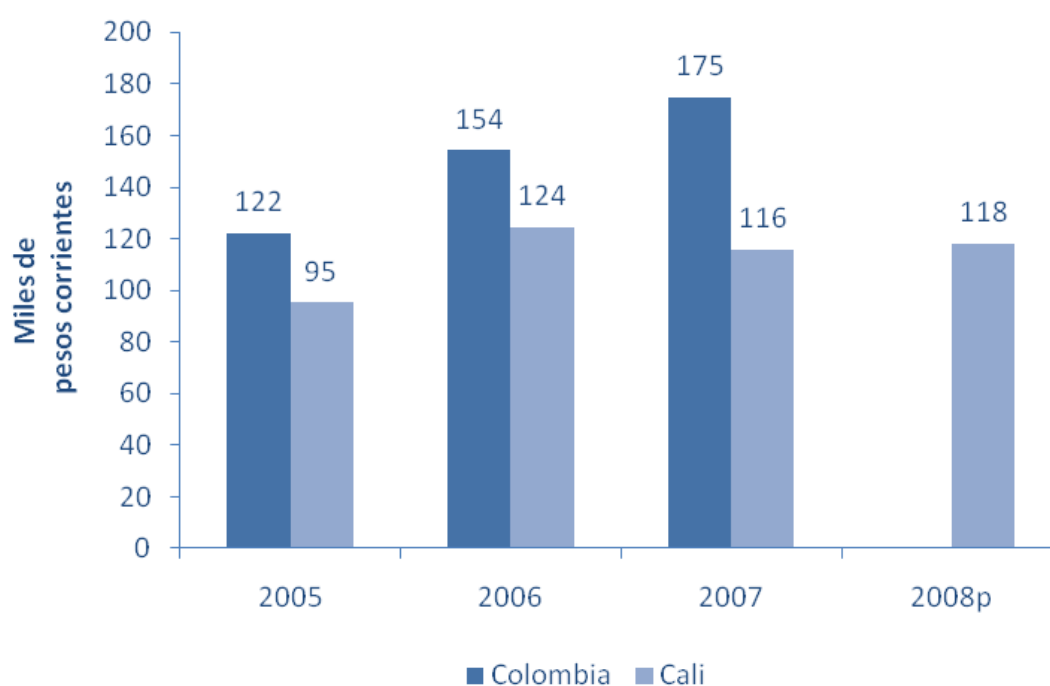
Fuente: Construido a partir de datos del DANE y el CIENFI

6.2. PIB cultural per cápita en Cali y Colombia

En cuanto al PIB cultural per cápita, se encuentra que en Colombia se ha ubicado entre 122,000 y 175,000 pesos anuales a precios corrientes, mientras que en Cali ha estado entre 95,000 y 124,500. A precios constantes de 2000 se encuentra que el

mayor crecimiento del PIB per cápita en Cali, en los cuatro años estudiados, fue el de 2006 con 29.2 %, seguido por una caída de 7.1 % y una posterior recuperación de 4.7 %. Sin embargo, para hacer la comparación con Colombia, es necesario recurrir a los crecimientos nominales, dado que no existe un cálculo de la CSC nacional a precios constantes. En el 2006, en Colombia, el PIB cultural per cápita creció en 26.5 %, mientras que en Cali éste creció en 30.4 %; y en el 2007, el crecimiento en Colombia fue de 13.4 %, mientras que en Cali se presentó una caída de 6.7 %. En ambos casos, el 2006 fue un muy buen año para estas industrias.

Figura 6.3. PIB per cápita de la cultura - Cali y Colombia. Precios corrientes

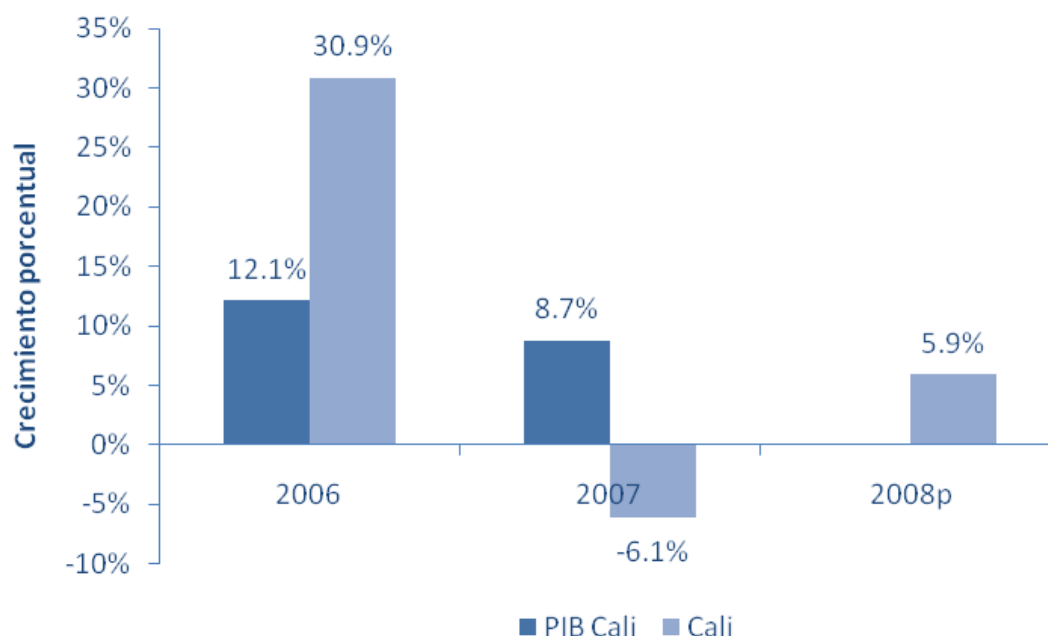


Fuente: Construido a partir de datos del DANE y el CIENFI

6.3. Crecimiento del PIB y volatilidad

El PIB generado por las industrias culturales en Cali, ha presentado un crecimiento muy volátil en los cuatro años estudiados (2005-2008). A precios constantes, creció en 30.9 % en el 2006, fue seguido en el 2007 por una caída de 6.1 % y en el 2008 nuevamente crece al 5.9 %. Mientras tanto, la economía caleña creció al 12.1 % en el 2006 y al 8.7 % en el 2007 (Ver Figura 6.4).

Figura 6.4. Crecimiento del PIB y PIB de la cultura de Cali. 2005-2008p. Precios constantes del 2000



Fuente: Construido a partir de datos del CIENFI

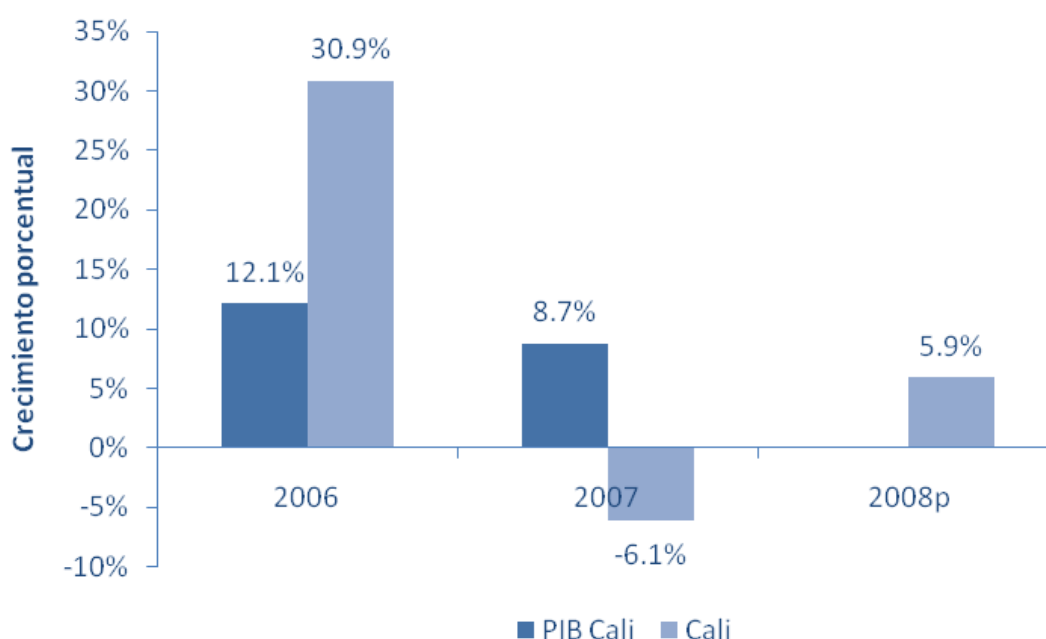
Al compararse con la nación, a precios corrientes, se encuentra que la volatilidad en Colombia ha sido mucho menor que en Cali, como era de esperarse. Sin embargo, tanto en la ciudad como en el país, en el 2006 fue predominante el crecimiento (28.0% en Colombia y 32.0% en Cali), mientras que en el 2007 el crecimiento nacional fue de 14.7%, en comparación con una caída de 5.6% en Cali. Por sectores, a nivel municipal, los más volátiles han sido el audiovisual y el patrimonio material; los menos volátiles formación artística, artes escénicas, investigación y patrimonio natural.

La volatilidad del sector cultural para la ciudad no es un fenómeno inesperado. Por un lado, como sucede para la nación, a medida que se entra con más detalle en la medición del valor agregado, se encuentra que la volatilidad es mayor. Prueba de esto, es la mayor volatilidad del PIB cultural nacional que del PIB total nacional. Por ejemplo, si se usa el coeficiente de variación⁶ como una medida de la volatilidad, la volatilidad del crecimiento del PIB de la cultura nacional es alrededor de seis veces más grande que la volatilidad del PIB total nacional.

⁶Definido como la desviación estándar dividido por la media.

Por otro lado, Alonso (2004) y Alonso y Solano (2009) discuten cómo la economía caleña es mucho más volátil que la economía nacional.⁷ De esta forma, el simple hecho de que el sector cultural esté inmerso en la economía caleña la hace más volátil. Naturalmente, el impacto del cierre o apertura de una empresa cultural en Cali, es mucho mayor en el PIB cultural de la ciudad que en el PIB total de la economía de la misma, y a su vez es mucho más pequeño en los PIB cultural y total nacional. Adicionalmente, la movilidad empresarial es más factible por ciudades que por países.

Figura 6.5. Crecimiento del PIB de la cultura, Cali y Colombia



Fuente: Construido a partir de datos del DANE y el CIENFI

Aunque el crecimiento del sector cultural en Cali es más volátil que a nivel nacional,⁸ éste solo es dos veces más volátil que el crecimiento del PIB municipal, mientras que en Colombia el crecimiento del PIB del sector cultural es seis veces más grande que el crecimiento del PIB nacional. En otras palabras, aunque el crecimiento del PIB

⁷Este resultado es muy intuitivo, pues una economía municipal es menos diversificada que una nacional. Además, la administración municipal cuenta con menos herramientas de política económica para suavizar los ciclos económicos que la administración nacional.

⁸Empleando el coeficiente de variación como medida de volatilidad, el crecimiento del sector cultural municipal es cuatro veces más volátil que el crecimiento del mismo sector a nivel nacional.

de la cultura de Cali es más volátil que el del PIB de la cultura de Colombia, la volatilidad en relación con el PIB total es mayor a nivel nacional que en el municipio.

6.4. Subsectores del PIB cultural de Cali

6.4.1. Comparación de años base

En el ejercicio de CSC para el municipio de Cali,⁹ se realiza la medición de diez sectores de la industria cultural. Estos sectores son:

- Artes escénicas
- Artes plásticas y visuales
- Libros y publicaciones
- Audiovisual
- Diseño
- Juegos y juguetes
- Patrimonio material
- Patrimonio natural
- Formación artística
- Investigación experimental en el campo de ciencias sociales y humanidades

De los anteriores sectores de la cultura, en el año 2005 el sector que más aportó al PIB de la cultura en Cali fue el de diseño, seguido por el de libros y publicaciones, el audiovisual y el de artes plásticas (fotografía).¹⁰

Si se realiza el ejercicio de unir los valores agregados de las actividades publicadas por el DANE en las CSC nacionales para el año 2000, en los grupos sugeridos por el Convenio Andrés Bello (CAB), se encuentra que es posible ubicar en un sector propuesto por el CAB, el 89.9 % del valor agregado cultural nacional. A continuación

⁹Ver el Capítulo 3 para una descripción detallada

¹⁰Este sector ha venido perdiendo importancia desde el 2005, año en el cual fue tercero en importancia, para llegar al séptimo puesto en el 2008. La caída en el valor agregado generado por el sector fotografía, es explicada por el desplazamiento de la foto impresa ante la aparición y popularización de las cámaras digitales.

se presenta el Cuadro 6.1, en el que se comparan las participaciones de los sectores sugeridos por el CAB en los años base de Colombia y Cali.

Cuadro 6.1. Participación de los subsectores del CAB en el PIB cultural. Años base.

Sector sugerido por el CAB	Colombia-2000	Cali-2005
Artes escénicas	15.2 %	7.8 %
Artes plásticas	3.0 %	8.1 %
Libros y publicaciones	20.3 %	10.3 %
Audiovisual	19.5 %	9.3 %
Producción y edición musical	ND	ND
Diseño	7.8 %	50.1 %
Juegos	0.0 %	0.1 %
Patrimonio material	2.2 %	2.9 %
Patrimonio natural	ND	2.1 %
Formación	4.9 %	5.4 %
Investigación	17.0 %	4.0 %
Otros no clasificados	10.1 %	0.0 %
TOTAL	100.0 %	100.0 %

Nota: Los sectores no incluidos, que representan el 10.1 % restante a nivel nacional, son servicios de asociaciones culturales, otros servicios de esparcimiento, y servicios de asociaciones culturales del gobierno. Estos no fueron incluidos por no encontrar un sector al que puedan asignarse claramente.

A diferencia de la medición realizada en Colombia hasta el momento, que sólo incluye actividades de diseño relacionadas con la publicidad, el CAB sugiere la inclusión de las actividades de diseño afines con la arquitectura, el diseño de modas, interiores, etc. (sin incluir diseño de maquinarias). En Cali, el sector diseño genera más de la mitad del valor agregado de las industrias culturales, pero la publicidad por sí sola tiene una participación que ha oscilado entre 20 % y 30 %, mientras que en Colombia, la publicidad tuvo en el 2000 (año base de la cuenta satélite de cultura nacional y único año para el cual es público un desglose por actividades) una participación del 7.8 % del PIB de la cultura nacional. La importancia del sector diseño en el PIB cultural de la ciudad de Cali (especialmente en lo que concierne al diseño arquitectónico), es consistente con la importancia del sector construcción, que tiene una participación mucho más alta en Cali que en Bogotá o a nivel nacional.

Por su parte, a nivel nacional, el sector con más peso en el año base fue el de entretenimiento (37.8 %). Sin embargo, la metodología propuesta por el CAB desagrega ese sector en varios otros. Vale la pena concentrarse en el sector de actividades de

radio y televisión, que en el 2000, representó el 29.5 % del valor agregado de las actividades de esparcimiento culturales y el 11.2 % del PIB cultural de la nación. Estas actividades hacen parte del sector audiovisual (sugerido por el CAB), que en el 2000, representó alrededor del 19.5 % del PIB nacional, mientras que en Cali ésta fue de 9.3 %. Esto es prueba de la alta concentración de la producción de cine, radio y televisión en empresas de Bogotá y otras ciudades del país.

La participación del sector de libros y publicaciones en los años base, es mayor en Colombia que en Cali. En Colombia se ubicó en el 20.3 %, mientras que en Cali sólo llegó a 10.3 %.¹¹

Por su parte, las actividades de formación artística tuvieron una participación similar en Cali y Colombia (5.4 % en la ciudad y 4.9 % en el país). Por el contrario, las actividades de investigación en el campo cultural tuvieron mayor importancia en Colombia con un 17.0 %, que en Cali con un 4.0 %.

El sector fotografía en Cali tuvo una mayor importancia que en Colombia en sus años base (8.1 % vs 3.0 %), mientras que el sector de patrimonio material tuvo una participación similar (2.9 % vs 2.2 %).

6.4.2. Comparación 2005-2007

Debido a que la agrupación de las CSC nacionales no corresponde exactamente a la propuesta por el Convenio Andrés Bello, en esta sección se trabajará con una reagrupación del cálculo de la ciudad de Cali en los sectores del DANE.

A nivel local no se realizó un cálculo separado para el sector gobierno, y a nivel nacional no existe cálculo para arquitectura y diseño, comercio especializado de libros al por menor y fabricación de juegos y juguetes. En estos sectores, que no están presentes a nivel nacional, se concentró el 44.1 % del valor agregado cultural de Cali en el 2007, el 37.5 % en el 2006 y el 33.7 % en el 2005.

El sector edición e impresión de libros y revistas pesa a nivel nacional, entre el 13.3 % y el 16.0 %, mientras que en Cali se ubicó entre 3.5 % y 5.6 %. Por su parte, el sector de servicios de esparcimiento y culturales pesó a nivel nacional entre el 37.9 % y el 43.2 %, mientras que en Cali se ubicó entre 18.0 % y 21.9 %.

El sector museos de no mercado, que a nivel nacional se encuentra entre el 0.5 % y el 0.6 %, en Cali se ubicó entre el 0.4 % y el 0.6 % de participación del PIB cultural.

Los servicios de transmisión de radio y televisión tienen un aporte al PIB muy volátil, entre 0.4 % y 3.8 %, en comparación con una participación muy constante en

¹¹La única diferencia en la metodología de cálculo nacional y de Cali, es la inclusión del comercio especializado de libros en el cálculo del valor agregado de libros y publicaciones de la ciudad.

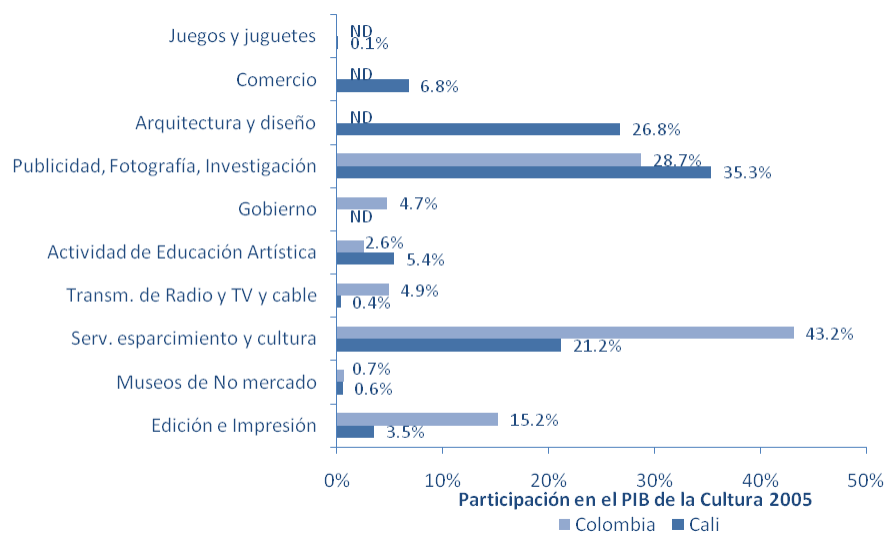
el PIB nacional entre 4.6 % y 5.0 %.

Las actividades de publicidad, fotografía, investigación y desarrollo cultural, en Colombia representaron entre el 28.7 % y el 36.1 % del total del PIB. En Cali, dicha participación está entre el 22.0 % y el 35.3 %.

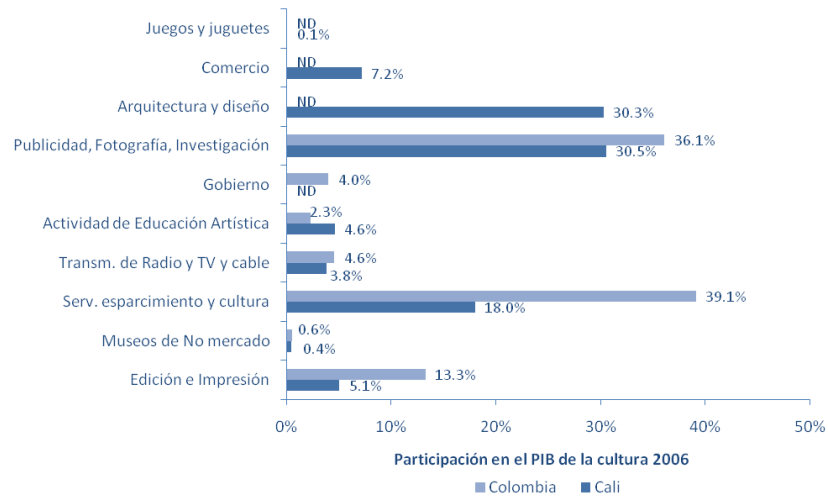
Las actividades de educación artística tienen más peso en Cali que en Colombia, en el país se ha ubicado entre 2.0 % y 2.6 % mientras que en Cali su participación ha sido entre el 4.6 % y el 5.6 %. La producción cultural en el sector de formación artística se concentra en las carreras que tienen que ver con diseño (publicidad, arquitectura y diseños), la participación de las carreras relacionadas con el diseño ha crecido sostenidamente desde 79.4 % en el 2005, hasta 83.7 % en el 2008. Esto es consistente con la importancia que tiene el sector en la ciudad de Cali.

El sector gobierno, que no fue medido independientemente para el caso caleño, pesa en Colombia entre el 3.8 % y el 4.8 %. Por su parte, el sector arquitectura y diseño, no medido para el caso de Colombia, pesa entre 26.8 % y 36.0 % en Cali; la actividad de comercialización de libros pesa entre 6.8 % y 8 %; la fabricación de juegos y juguetes tiene una participación constante de 0.1 % en el PIB cultural de la ciudad.

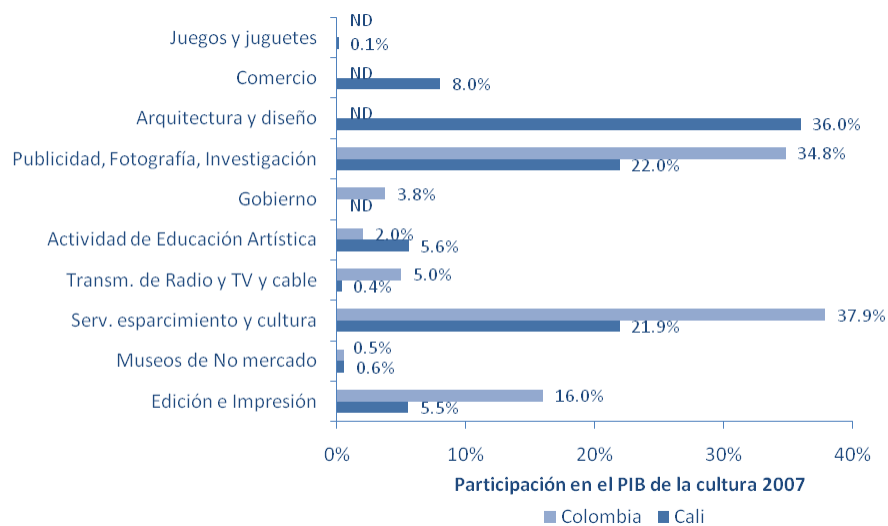
Figura 6.6. Participación de los sectores culturales DANE en el PIB de la cultura, 2005



Fuente: Construido a partir de datos del DANE y el CIENFI

Figura 6.7. Participación de los sectores culturales DANE en el PIB de la cultura, 2006

Fuente: Construido a partir de datos del DANE y el CIENFI

Figura 6.8. Participación de los sectores culturales DANE en el PIB de la cultura, 2007

Fuente: Construido a partir de datos del DANE y el CIENFI

6.4.3. Comportamiento de los subsectores de las industrias culturales

La mayoría de los sectores han presentado crecimientos sostenidos de su valor agregado a precios constantes, sin embargo debe resaltarse la caída del sector de artes plásticas y visuales (fotografía), que incluye fotografía comercial y artística, y muestra una disminución del 82.7 % en su valor agregado entre 2005 y 2008. Dicho comportamiento es explicado por el desplazamiento que la fotografía digital ha ocasionado en la foto impresa, especialmente en el caso de la fotografía comercial.

El sector de patrimonio material, conformado por museos, bibliotecas y archivos, ha presentado un descenso en su valor agregado, del 25.1 % si se compara el 2008 con el 2005. Por su parte, el sector de investigación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades, también ha tenido un descenso del 16.9 % en el mismo período de tiempo.

Los tres sectores mencionados anteriormente son los únicos que presentaron caídas en el período 2005-2008.

El sector más representativo de las industrias culturales de la ciudad, el sector de diseño, tuvo su punto más alto en el año 2006 para luego descender tanto en el año 2007 como en el 2008. El año del auge en el crecimiento del valor agregado de diseño coincide con ser también el año del auge de la construcción en Cali (crecimiento del 41 % del valor agregado de la construcción), sin embargo, el crecimiento del año 2007 fue positivo en el caso de la construcción y negativo en el caso del diseño (-15.1 %).

CAPÍTULO 7

Comentarios finales

Las industrias culturales son “[...]aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). Lo que las industrias culturales tienen en común, es que todas usan su creatividad, conocimiento cultural, y propiedad intelectual, para producir productos y servicios con valor social y cultural” (UNESCO Bangkok, 2007).

Este libro presenta los resultados de un estudio sobre la economía de las industrias culturales en Cali. Abarca desde la definición y caracterización del sector, hasta la medición de concentración de las ventas y el cálculo del Producto Interno Bruto cultural. Este estudio hace parte de una serie de tres estudios que se realizaron sobre las industrias culturales en Cali en el marco del proyecto “Industrias Culturales como motor del desarrollo de la ciudad de Santiago de Cali”, producto de la unión de las iniciativas de Comfandi, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Ministerio de Cultura, la Alcaldía de Santiago de Cali a través de su Secretaría de Cultura y Turismo, la Asociación Metrópoli Colombia, la Universidad Icesi y la Cámara de Comercio de Cali.

El primer estudio fue la construcción de una línea de base para la industria cultural, en el cual se creó un libro de 124 indicadores de tipo *input* y/o *output*, con el que se construye y consolida gran parte de la información estadística básica del sector cultural en Cali, como primer paso para la construcción de la cuenta satélite de

cultura.

El segundo estudio fue la estimación de la demanda cultural en Cali, calculada a partir de encuestas poblacionales. Esta parte del estudio incluye la perspectiva del gasto en la caracterización de la cultura en Cali.

Paralelamente a los dos trabajos anteriores, se realizó el estudio que se presenta en este documento, en el cual se empieza por discutir las diferencias en la definición de industrias culturales, creativas y del derecho de autor. Se debaten también las metodologías utilizadas para medir el impacto económico de los diferentes tipos de industria y se adopta la más apropiada. Se procede a realizar una caracterización de las industrias culturales a partir del Censo Económico de Cali - Yumbo, que además permite hacer un análisis de la ubicación de la industria cultural. A partir de información del IVA, se calculan los índices de concentración de las ventas de la industria residente en Cali. Y por último, utilizando toda la información anteriormente recolectada, se construyen las metodologías y se calcula el aporte del producto interno bruto cultural al total en la ciudad de Cali.

El estudio presentado en este libro, es el primero de este estilo realizado a nivel de ciudades en Colombia y Latinoamérica, y provee a Santiago de Cali con una Cuenta Satélite de la Cultura en el marco del Sistema de Cuentas Municipales de la ciudad. Previamente, en Colombia se habían realizado algunos estudios de impacto económico de la cultura en el nivel nacional, de sectores en particular o de carnavales. Así mismo, se habían hecho mapeos de las industrias creativas en Bogotá. Pero este es el primero en consolidar información estadística monetaria y no monetaria para crear las cuentas de producción y generación del ingreso a nivel de ciudades, con base en la metodología del Convenio Andrés Bello.

En el capítulo de definición, se explicó que las industrias culturales son diferentes de las industrias creativas y de las protegidas por el derecho de autor en varios sentidos, pero quizá el más importante es la capacidad que tienen para transmitir contenidos simbólicos. Necesariamente, todas las industrias culturales están contenidas en el sector cultural, pero algunas como la explotación del patrimonio natural, material o inmaterial, no podrían ser clasificadas como industrias creativas. Y, por ejemplo, la artesanía, industria cultural y creativa, no entra dentro de las industrias protegidas por el derecho de autor.

Es importante haber realizado dicha delimitación por tres razones fundamentales, en primer lugar, para aclarar que las industrias culturales no son sinónimo de la cultura; en segundo lugar, para delimitar claramente con qué otras mediciones se puede comparar el estudio; y finalmente, para aclarar hasta qué punto una actividad creativa o protegida por el derecho de autor puede ser considerada cultural.

La primera aproximación que se hizo en este trabajo al sector de las industrias culturales de manera cuantitativa, fue por medio del procesamiento y análisis del

Censo Económico de Cali y Yumbo, realizado en el 2005. Dentro de los resultados principales de dicho análisis, se encuentra que las industrias culturales representaron el 2.1 % de las unidades económicas de la ciudad y generaron al menos 6,632 empleos, en el 2005. Estos 1,077 establecimientos se ubicaron a lo largo y ancho de la ciudad, aunque con especial concentración en las comunas 2, 3¹ y 19. Gráficamente se pudo percibir la tendencia hacia la clusterización, especialmente en el sector de libros y publicaciones, publicidad y audiovisual.

El sector está conformado principalmente por microempresas, tiene alto nivel de informalidad tanto de las empresas (RUT, Registro Mercantil e Industria y Comercio), como del empleo (pago de parafiscales). El destino principal de la producción es local, y los sectores que en el año 2005 reportaron tener mayor nivel de ventas mensuales fueron fotografía y comercio especializado de libros.

Las industrias culturales de Cali hacen un aporte que se ha ubicado entre el 1.01 % y el 1.22 % del PIB de la ciudad entre el año 2005 y 2008. El mejor año de las industrias culturales, con mayor crecimiento y participación, fue el 2006. Así mismo, su participación en el PIB de la cultura nacional ha estado entre 3.3 % y 4.0 %. Sin embargo, la composición del PIB de la cultura de Cali y Colombia es diferente, y la volatilidad del PIB de la cultura de Cali es aún mayor que el nacional.

El sector que más aporte hace al PIB cultural es el de diseño, compuesto por actividades de arquitectura, publicidad, diseño de modas, joyas, gráfico, etc.² Esto es coherente con la gran importancia de la construcción en Cali, en comparación con Bogotá, el Valle del Cauca y Colombia. Así mismo, el sector de libros y publicaciones³ tiene un peso alto y sostenido desde el 2005.

Tal vez el cambio más notorio en la composición del PIB de la cultura de la ciudad se encuentra en la pérdida de importancia y decrecimiento en el valor agregado generado por las actividades de fotografía, que se han visto desplazadas paulatinamente por el uso de cámaras digitales.

7.1. El reto de Santiago de Cali

Los resultados descritos anteriormente han sido logrados en un contexto en el cual no hay políticas públicas, ni del nivel nacional ni municipal, para la promoción de las industrias culturales. En este contexto las opciones para formalizar las empresas y el trabajo han sido escasas, y la cultura no ha sido vista continuamente como una

¹En donde se encuentra el conocido sector de San Nicolás.

²En la caracterización del Censo Económico de Cali - Yumbo no hubo información suficientemente desagregada para arquitectura y diseño, por ello el peso fue menor.

³Incluyendo las actividades de comercialización

opción de trabajo con el potencial de generar un ingreso permanente. ¿Qué pasaría si se creara un contexto para aprovechar el potencial de la cultura en la generación de riqueza?

La informalidad es tal vez el mayor enemigo de la prosperidad de las industrias culturales. Sin un contexto que permita formalizar el trabajo, el incentivo para que el artista decida ocuparse de tiempo completo en sus actividades de creación y producción de bienes y servicios culturales, es casi inexistente. Por su parte, el incentivo para tener la actividad cultural solamente como un pasatiempo a la vez que se trabaja en otro sector de la economía que garantice seguridad tanto social como económica, se hace mayor.

El proyecto “Industrias Culturales como motor del desarrollo de Santiago de Cali” que se está llevando a cabo en la ciudad en el período 2009-2012, es una oportunidad para dinamizar y formalizar el sector, y tiene el reto de conseguir que la participación de las industrias culturales en el PIB del municipio llegue al menos a los niveles manejados en Colombia. Sin embargo, para llevar a cabo este objetivo es necesario contar también con un ambiente político y tributario que incentive la creación de industria cultural, así como con la contribución del sector privado para el fortalecimiento del clúster.

El talento está distribuido de forma relativamente homogénea entre todos los estratos sociales, la creación de herramientas para que quienes poseen talentos puedan potenciarlos y hacer de ellos una fuente permanente de ingresos, es un reto que debe plantearse en un contexto en el que los servicios están ganando espacio en la economía del país.

Los nuevos adelantos en materia política, como la Ley del Cine y la publicación del documento CONPES Social 3659 sobre Industrias Culturales, son importantes en el camino hacia la consolidación del sector cultural como motor de la economía. Así mismo herramientas como:

- Reducción del número o monto de impuestos a los espectáculos culturales.
- Reducción de los costos asociados a la contratación para el caso de las empresas culturales.
- Promoción de la exportación de productos y servicios culturales,
- Estandarización de los productos y servicios culturales ofrecidos internamente.
- Creación de redes de comunicación entre el clúster de industrias culturales y del turismo cultural.
- Mejoramiento tecnológico de los procesos llevados a cabo al interior de las empresas culturales.

- Promoción de los productos y servicios culturales.
- Creación de programas especializados para gerencia de industrias culturales.
- Capacitación de mano de obra especializada para las industrias culturales, por medio de programas formales o no formales.

Las anteriores serían las claves para la dinamización del sector y su consolidación. Éstas dependen de varios tipos de actores, tanto del gobierno, como de los gremios, las universidades y los empresarios culturales. Hay un largo camino por recorrer, que requiere el trabajo conjunto de todos cuantos podrían resultar beneficiados con la diversificación de la producción municipal hacia los servicios culturales. La misión es llevar a la industria cultural de Cali hacia la formalización, y una participación que compita con los niveles mundiales de participación de las industrias culturales (3% - 4%).

REFERENCIAS

- Allen Consulting Group. *The economic contribution of Australia's copyright industries*. Reporte técnico, Australian copyright Council y Centre for Copyright Studies, 2001.
- J. C. Alonso C. *Evolución agregada y sectorial de la economía caleña durante la década de los años 90*, páginas 43–66. Universidad Icesi, Cali, 2004.
- J. C. Alonso, N. Gonzalez, V.H. Osorio, R. Vera, B.C. Zuluaga. *Cuentas macroeconómicas del municipio de Santiago de Cali. Una década de la economía caleña 1991-2001*, Capítulo 3, páginas 67–114. Universidad Icesi-Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Cali, 2004a.
- J. C. Alonso C., S. Tamura, y R. Vera. *Nociones de la contabilidad macroeconómica y características de las cuentas macroeconómicas para el municipio de Santiago de Cali*, páginas 15–39. Universidad Icesi, Cali, 2004b.
- J. C. Alonso C., R. Vera, y J. Solano, editores. *PIB trimestral, una nueva herramienta de medición de la economía caleña*. Universidad Icesi - Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Cali, 2006.
- DANE. J.C. Alonso, M. Arcos, J. Solano, R. Vera, A.I. Gallego. *Una mirada descriptiva a las comunas de Cali*. Universidad Icesi. Diciembre 2007.
- J. C. Alonso C. y N. Solano. *Comparación de la economía caleña con la economía colombiana y vallecaucana*, en Cuentas económicas de Santiago de Cali, 1990-2008, páginas 15–32. Universidad Icesi - Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Cali, 2009.

- J. C. Alonso C., editor. *Cuentas Económicas de Santiago de Cali: 1990-2008*. Universidad Icesi - Departamento Administrativo de Planeación Municipal, Cali, 2009.
- J.C. Alonso, A.I. Gallego, C. Restrepo, S. Magyaroff, MP Ulloa. Metodología para el cálculo de las cuentas satélites de cultura del municipio de Santiago de Cali 2005-2008. Proyecto Industrias Culturales de Cali, 2010.
- S. Calkins. The new merger guidelines and the Herfindahl-Hirschman index. *California Law Review*, 71(2):402-429, 1983.
- Centre for Cultural Policy Research in the University of Hong Kong. *Baseline study on Hong Kong's creative industries*. Reporte técnico, Central Policy Unit, HK Special Administrative Region Government, 2003.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, Convenio Andrés Bello (CAB), Universidad ARCIS. *Impacto de la cultura en la economía chilena: participación de algunas actividades culturales en el PIB y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles*, 2003.
- Convenio Andrés Bello (CAB). *Cuenta satélite de cultura: Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*. Editorial Nomos, 2009.
- Convenio Andrés Bello (CAB), Universidad San Martín de Porres. *El impacto económico de la cultura en Perú*. Colección Economía y Cultura No. 11, 2005.
- Culture Statistics Program of Statistics Canada. *Canadian framework for culture statistics*. Reporte técnico, Minister of Industry, 2004.
- Culture Statistics Program of Statistics Canada. *Economic contribution of culture sector to Canada's provinces.*, 2007.
- B. Curry y K. D. George. Industrial concentration: A survey. *The Journal of Industrial Economics*, 31(3):202-255, 1983.
- DANE. *Metodología: Censo económico Cali-Yumbo 2005*, 2006.
- DANE-DSCN. *Metodología de la cuenta satélite de cultura*. Reporte técnico, DANE, 2007.
- Department of Culture Media y Sports (DCMS). *Creative industries mapping document, UK, 2001*. Reporte técnico, DCMS, 2001.
- DNDA y OMPI. *La contribución económica de las industrias del derecho de autor y los derechos conexos en Colombia*. Panamericana formas e impresos, 2008.

- FTC. *Release of revised horizontal merger guidelines*. Reporte técnico, U.S Department of Justice and the Federal Trade Commission, 2010.
- Z. e. a. Goschin. The concepts of specialisation and spatial concentration and the process of economic integration: Theoretical relevance and statistical measures. the case of romania's regions. *The Journal of the Romanian Regional Science Association*, 2(1), 2008.
- I. M. Grossack. The concept and measurement of permanent industrial concentration. *The Journal of Political Economy*, 80(4):745–760, 1972.
- C. E. Guzmán, Y. Medina, y Y. Quintero. *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Convenio Andrés Bello (CAB), 2004.
- M. Hall y N. Tideman. Measures of concentration. *California Law Review*, 62(317): 162–168, 1967.
- T.M. Heng, A. Choo. *Economic contributions of Singapore's creative industries*. Economics Division Ministry of Trade and Industry, (First Quarter), 2003.
- C. Micheleni y M. Pickford. Estimating the Herfindahl index from concentration ratio data. *Journal of the American Statistical Association*, 80(390):301–305, 1985.
- Ministerio de Cultura de Colombia y Convenio Andrés Bello (CAB). *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. Reporte técnico, 2003.
- Ministerio de Cultura de Colombia y CRECE. *Guide to producing regional mappings of the creative industries*. Reporte técnico, Ministerio de Cultura, 2007.
- Ministerio de Cultura de España. *El valor económico de la cultura: Resultados 2000-2005*. 2007.
- OMPI. *Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries*. Reporte técnico, 2003a.
- P. Penygey, K. & Mukácsi. *The economic contribution of copyright-based industries in Hungary*. OMPI, 2005.
- R. Picard, T. Toivonen, M. Grönlund. *The contribution of Copyright and related rights to the European Economy*. Reporte técnico, European Comission, 2003.
- T. Price. *The economic importance of copyright*. Reporte técnico, The Common Law Institute of Intellectual Property, 1993.
- A. Quartesan, M. Romis, y F. Lanzafame. *Las industrias culturales en América Latina y el caribe: Desafíos y oportunidades*. BID, 2007.

- R. Schmalensee. Using the h-index of concentration with published data. *The Review of Economics and Statistics*, 59(2):186–193, 1977.
- V. Singh *Economic contribution of culture in Canada* Minister of Industry, 2004.
- S. Siwek of Economists Incorporated. *Copyright industries in the U.S. economy: The 2003-2007 report*. Reporte técnico, International Intellectual Property Alliance IIPA, 2009.
- UNESCO. *Declaración universal sobre la diversidad Cultural*. Serie sobre la Diversidad Cultural No. 1, 2001.
- UNESCO Bangkok. *Statistics on cultural industries: Framework for the elaboration of national data capacity building projects*. Reporte técnico, UNESCO, 2007.
- United Nations Statistics Division. *System of national accounts 1993*. Reporte técnico, United Nations, 1993.
- Universidade Estadual de Campinas, OMPI. *Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de Mercosur y Chile.*, 2003b.
- Wall Communications Inc. *The economic contribution of copyright industries to the Canadian economy*. Reporte técnico, Canadian Heritage, 2004.

Este libro hace parte del proyecto “Industrias Culturales como motor del desarrollo de la ciudad de Santiago de Cali”, producto de la unión de las iniciativas de Comfandi, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Ministerio de Cultura, la Alcaldía de Santiago de Cali a través de su Secretaría de Cultura y Turismo, la Asociación Metrópoli Colombia, la Universidad Icesi y la Cámara de Comercio de Cali.

Como parte del proceso de investigación, se encontró la necesidad de estudiar el comportamiento económico de las Industrias Culturales en la ciudad de Santiago de Cali. Una pieza muy importante para cumplir con esta tarea, es crear la Cuenta Satélite de la Cultura, que recoge el impacto de las actividades culturales en la economía de la ciudad.

Este documento recoge el análisis de la información disponible para caracterizar las industrias culturales de la ciudad de Cali, presenta el marco teórico de la Cuenta Satélite de la Cultura para el municipio y los resultados de la misma. Es el primer estudio de su categoría, realizado en la ciudad de Santiago de Cali.

Esperamos que esta obra genere, tanto en el sector académico como en los tomadores de decisiones del sector, el entusiasmo necesario para animar la discusión de políticas públicas de fomento a las industrias culturales de la ciudad.



**Industrias Culturales
de Cali**

ISBN: 978-958-8357-30-0



9 789588 357300