

Delimitación de las Actividades Características del Ocio y la Cultura (AECCO) en Andalucía.

Jesús Sánchez Fernández. Universidad de Málaga

José Sánchez Maldonado. Universidad de Málaga

Susana Cabrera Yeto. Universidad de Málaga

Antonio Clavero Barranquero. Universidad de Málaga

Salvador Gómez Sala. Universidad de Málaga

Índice.

1.- Introducción.....	3
2.- Delimitación preliminar de las AECCO.,.....	4
3.- Peso relativo de las AECCO en el tejido empresarial de Andalucía.....	7
4.- Algunas cuestiones metodológicas para la cuantificación de las AECCO	18
5.- Delimitación del sector de la cultura y el ocio.....	25
5.1.- La propuesta de la UNESCO (Framework for Cultural Statistics, FSC).....	27
5.2.- La propuesta de la Unión Europea. (Cultural Statistics in the UE: Final report of the LEG).....	32
5.3.- La propuesta de Australia (Australian Culture and Leisure Classification. ACLC, 2001)	36
5.4.- DCMS Evidence Toolkit – DET (2004)	41
5.5.- Canadian Framework for Culture Statistics (2004).....	50
5.6.- Fuentes estadísticas y explotación preliminar de la industria del ocio y la cultura en la comunidad de Madrid.....	54
5.7.- Propuesta final.....	58
Bibliografía.....	63

1.- Introducción.-

La estructura porcentual del VAB por sectores en Andalucía permite definir a la economía de nuestra Comunidad como moderna, dado el peso fundamental que tiene en ella el sector servicios, el cual representa en torno al 70% del total del VAB. Este peso relativo, que se ha mantenido casi constante a lo largo de los últimos diez años, esconde tras de sí una composición dentro de la cual hay un conjunto de actividades que cada vez están adquiriendo una mayor importancia y que son el resultado de una sociedad desarrollada, que empieza a demandar una serie de servicios que en otras fechas quedaban reservados para un subconjunto reducido de población. Nos referimos a las actividades de servicios que de forma genérica se vienen conociendo como AECCO (Actividades Económicas Características de la Cultura y el Ocio).

El subsector que abarca estas actividades está en un proceso de continuo crecimiento y su importancia actual es comparable, en términos cuantitativos, a la de otros sectores que tradicionalmente se consideran más maduros. Esta importancia la tiene tanto desde el punto de vista de su aportación al VAB regional y como fuente de generación de empleo.

Pero el principal problema con que nos encontramos para darle solidez a las afirmaciones anteriores consiste en definir lo que se entiende por AECCO. En este sentido podría resultar conveniente recurrir a una definición previa de lo que se entiende por esas actividades. Así, las mismas podrían definirse como: *“un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de bienes y servicios con contenidos simbólicos, concebidas por*

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social". Pese a que se trata de una definición que clarifica y delimita, sin embargo, no es del todo operativa pues no señala de manera específica cuáles son esas actividades a las que hace referencia. Esa falta de concreción en esta definición unida a que desde las fuentes oficiales (INE, principalmente) nunca se ha abordado la cuestión de su delimitación específica, hace que los intentos que se realicen desde distintos ámbitos adolezcan de falta de homogeneidad en cuanto a las actividades que se están teniendo en cuenta, por lo que las comparaciones no siempre resultan posibles. Pero estas dificultades previas nunca deben ser una barrera que impida avanzar para conseguir el objetivo de delimitar las AECCO y cuantificar su participación tanto en el VAB regional como en la generación de empleo.

2.- Delimitación preliminar de las AECCO.-

Hemos visto que la anterior definición, pese a su validez, no resulta del todo operativa. Pero tampoco habría resultado de gran utilidad limitarse al epígrafe 92 de la CNAE, por muy operativo que resulte este, pues el mismo se queda muy corto respecto lo que son las AECCO, pues las mismas hay que entenderlas en sentido amplio, y como tales hay que relacionarlas con todas aquellas que tengan que ver con el uso del tiempo libre. Bajo este enfoque las AECCO serían el espacio resultante de tres áreas de actividad: deporte, educación y turismo, además de otras actividades relacionadas con el comercio. De la intersección de las mismas se deduce un entramado de

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

actividades generadoras de bienes y servicios que conforman las AECCO. El listado aproximado de estas actividades es el que se detalla a continuación.

Tabla 1.- Ramas de actividad que constituyen la Industria de la Cultura y el Ocio (CNAE93):

22110	Edición de libros
22120	Edición de periódicos
22130	Edición de revistas
22140	Edición de soportes de sonido grabado
22150	Otras actividades de edición
45232	Construcción de carreteras, autopistas, aeródromos e instalaciones deportivas
52450	Comercio al por menor de electrodomésticos, aparatos de radio, televisión y sonido
52462	Comercio al por menor de materiales de bricolaje
52470	Comercio al por menor de libros, periódicos y papelería
52483	Comercio al por menor de juguetes y artículos de deporte
52487	Galerías de arte comerciales
55111	Hoteles y moteles con restaurante
55112	Hoteles y pensiones con restaurante
55121	Hoteles y moteles sin restaurante
55122	Hoteles y pensiones sin restaurante
55211	Albergues juveniles Albergues juveniles
55212	Refugios de montaña
55220	Camping
55231	Apartamentos turísticos
55232	Centros y colonias de vacaciones
55233	Otros alojamientos turísticos
55234	Otros alojamientos especiales no turísticos
55300	Restaurantes
55400	Establecimientos de bebidas
63300	Actividades de las agencias de viajes, mayoristas y minoristas de turismo y otras actividades de apoyo turístico
74113	Otras actividades jurídicas: registros de patentes y derechos de autor
75120	Regulación de actividades sanitarias, educativas, culturales y otros servicios sociales, excepto Seguridad Social obligatoria.
75210	Asuntos exteriores: servicios culturales destinados a prestarse en el extranjero
85324	Promoción de la convivencia
91331	Asociaciones juveniles
91332	Otro tipo de actividades asociativas
92111	Producción de películas
92112	Actividades de apoyo a la producción cinematográfica y de vídeo
92121	Distribución de películas cinematográficas y cintas de vídeo
92122	Distribución de películas en cintas de vídeo
92130	Exhibición de películas
92201	Actividades de radio
92202	Producción y distribución de televisión
92203	Emisión de programas de televisión
92311	Creación artística y literaria; interpretación de arte dramático, música y similares

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

92312	Producción de espectáculos
92313	Otras actividades relacionadas con el espectáculo
92320	Gestión de salas de espectáculos
92330	Actividades de ferias y parques de atracciones
92341	Salas de baile, discotecas y actividades similares
92342	Espectáculos taurinos
92343	Otros espectáculos
92400	Actividades de agencias de noticias
92510	Actividades de bibliotecas y archivos
92521	Actividades de museos
92522	Actividades de conservación de lugares y edificios históricos
92530	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales
92611	Gestión de estadios y polideportivos
92612	Gestión de estaciones de esquí
92613	Gestión de otras instalaciones deportivas
92621	Clubes y escuelas deportivas
92622	Gestión de puertos deportivos
92623	Otras actividades relacionadas con el deporte
92711	Casinos y salas de juegos de azar
92712	Loterías y apuestas
92713	Otras actividades relacionadas con los juegos de azar
92720	Otras actividades recreativas
93020	Peluquería y otros tratamientos de belleza
93041	Actividades termales y balnearios
93042	Otras actividades de mantenimiento físico corporal

El listado anterior constituye una aproximación al conjunto de actividades que son propias de la Industria del Ocio y la Cultura. Ni que decir tiene que este listado no tiene más pretensiones que el de ser una primera aproximación al tema, y que en el mismo es probable que no estén todas las que son ni sean todas las que están. Pero en el cualquier caso esta forma de definir las AECCO es congruente con la definición que se ha dado antes y, además, permite definir las de una manera más precisa.

3.- Peso relativo de las AECCO en el tejido empresarial de Andalucía.

Una vez que las mismas han sido delimitadas el siguiente paso consiste en cuantificar el peso que tienen en el contexto de la economía y, lo que quizás resulte más importante, saber cual ha sido la evolución de su importancia cuantitativa a lo largo de los últimos años.

Esta valoración se puede realizar atendiendo a distintas variables que serían un reflejo de su importancia en el contexto de la economía de un área concreta, llámese Andalucía o España. Las cuatro variables más relevantes que se tendrán en cuenta son las siguientes: el número de empresas, el número de locales, el empleo generado por las mismas y su VAB. La cuantificación de estas variables puesta en relación con los correspondientes totales para la economía en su conjunto nos permitirá hacernos una idea bien clara de la importancia y trascendencia de este sector emergente en las economías desarrolladas.

Pero la consecución de los objetivos marcados en el párrafo anterior está condicionada a la disponibilidad de la información estadística, la cual generalmente es escasa e imposibilita la consecución de esos objetivos. No obstante, las dos primeras variables son relativamente fáciles de cuantificar, incluso con los pocos datos oficiales disponibles con los que se cuenta y con los problemas derivados de su agregación, como se verá más adelante.

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

Para alcanzar esos dos primeros objetivos se puede utilizar el Directorio Central de Empresas (DIRCE) que realiza el INE¹ y que constituye la base de un gran número de operaciones estadísticas del INE, entre ellas la Contabilidad Nacional y la Regional de España. Este directorio facilita información relativa al número de empresas según distintos criterios, entre los que aparece la rama de actividad y el número de asalariados. Pero la gran limitación inicial de esta fuente es que solo da datos para una desagregación sectorial a nivel de tres dígitos, en lugar de llegar a los cinco dígitos o más que serían necesarios para afinar en la delimitación precisa de lo que se entiende por AECCO, evitando la inclusión de actividades que no son propias de esta “nueva industria”, o lo que sería peor dejar fuera algunas de ellas por no incurrir en el error de trabajar con las que no son. Cualquiera de estas dos situaciones no es deseable.

El listado de las ramas de actividad que se han tenido en cuenta con un nivel de agregación de tres dígitos es el que se muestra en la Tabla 2.

De todas las ramas incluidas, las 523 y 524 son las que más actividades recogen que no son propiamente AECCO. Así por ejemplo, dentro de la 523 están las del epígrafe 52310 (Comercio al por menor de productos farmacéuticos) y 52320 (Comercio al por menor de productos médicos y ortopédicos), que no sería correcto clasificarlas como AECCO. Algo similar ocurre con las del grupo 524, pues dentro del mismo están las del 52410 (Comercio al por menor de textiles), 52420 (Comercio al por menor de prendas de vestir), 52430 (Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero),

¹ El IEA también tiene un directorio de características similares, pero en el mismo no hay información para el conjunto del Estado, lo que no permite realizar comparaciones. En cambio da datos por provincias.

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

52440 (Comercio al por menor de muebles, aparatos de iluminación y otros), 52461 (Comercio al por menor de ferretería y vidrio plano), 52463 (Comercio al por menor de materiales de construcción, pinturas y barnices, etc), 52481 (Comercio al por menor de óptica, fotografía y precisión), 52482 (Comercio al por menor de relojería, joyería), 52484 (Comercio al por menor de droguería, papeles pintados y similares), 52486 (Comercio al por menor de combustible) y 52488 (Otro comercio al por menor). Algo similar ocurre con el sector 913 y 930. Pero estas limitaciones de información son fácilmente subsanables, pese a que en esta fase del trabajo no se haya podido conseguir, por lo que hay que dejar bien claro que las cifras que se presentan, tanto para Andalucía como para toda España, están “infladas”, como consecuencia de lo dicho anteriormente.

Tabla 2.- Ramas de actividad que constituyen la Industria de la Cultura y el Ocio (CNAE93) agregadas a tres dígitos:

221	Edición
523	Comercio al por menor de productos farmacéuticos, artículos médicos, belleza e higiene
524	Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados
551	Hoteles
552	Camping y otros tipos de hospedaje de corta duración
553	Restaurantes
554	Establecimientos de bebidas
633	Actividades de las agencias de viajes, mayoristas y minoristas de turismo y otras actividades
913	Actividades asociativas diversas
921	Actividades cinematográficas y de vídeo
922	Actividades de radio y televisión
923	Otras actividades artísticas y de espectáculos
924	Actividades de agencias de noticias
925	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales
926	Actividades deportivas
927	Actividades recreativas diversas
930	Actividades diversas de servicios personales

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

Realizadas estas puntualizaciones, a continuación se va a proceder a explotar la información que facilita el DIRCE.

Como puede observarse, el número de empresas que en Andalucía se enmarcan en esta nueva industria crece a un ritmo más fuerte que el correspondiente a todo el Estado, de manera que el peso relativo muestra un perfil creciente a lo largo de los últimos años. Además esto ha ocurrido para todos los estratos de empleo, lo que lleva a pensar que este conjunto de actividades es uno de los motores de creación de empleo en nuestra Comunidad.

Tabla 3.- Empresas de Andalucía dedicadas a las AECCO respecto al total de España (%)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
AECCO	15,34	15,58	15,73	15,97	16,17	16,35
Sin asalariados	16,72	17,03	17,21	17,30	17,48	17,62
De 1 a 2 asalariados	14,17	14,35	14,47	14,99	15,12	15,35
De 3 a 5 asalariados	13,89	13,86	14,36	14,67	15,16	15,63
De 6 a 9 asalariados	13,05	13,60	13,87	14,20	14,75	14,90
De 10 a 19 asalariados	11,81	12,81	12,96	13,28	13,22	13,64
De 20 a 49 asalariados	11,56	12,14	12,44	12,39	13,74	13,62
De 50 a 99 asalariados	11,54	11,34	12,57	11,20	12,13	13,27
De 100 a 199 asalariados	9,79	8,68	8,20	8,89	9,74	10,34
De 200 a 499 asalariados	5,86	5,79	5,62	7,36	6,55	8,26
De 500 a 999 asalariados	1,85	7,14	4,00	2,90	2,13	3,96
De 1000 a 4999 asalariados	0,00	0,00	0,00	0,00	2,50	0,00
De 5000 ó más asalariados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: DIRCE, INE y elaboración propia.

Pero estos datos no nos permiten hacernos una idea del cual es el peso de estas actividades en el conjunto de la economía. Para ello vamos a recurrir a los datos de la tabla siguiente.

Tabla 4.- Empresas que se dedican a las AECCO respecto del total de empresas (%)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
España	26,04	26,03	25,88	25,72	26,01	25,94
Andalucía	28,00	27,94	28,04	27,95	28,37	28,26

Fuente: DIRCE, INE y elaboración propia.

Ni que decir tiene que estas cifras están sesgadas al alza, pues dentro de los numeradores de estos cocientes se han recogido un conjunto de actividades que no pertenecen a las AECCO, como ya se ha mencionado con anterioridad. Pero ese sesgo, que debe ser de la misma magnitud tanto en Andalucía como en España, no impide ver que el peso de esas actividades en Andalucía es superior al correspondiente para todo el Estado y si en otros estudios se ha cifrado que la aportación de estas industrias al VAB para todo el estado es superior el 3% para toda España a mediados de los años 90 del siglo pasado, es de imaginar que ese porcentaje en Andalucía será más alto.

Ese porcentaje debe ser más alto por otras razones, además de las que evidencian la tabla. Entre las mismas pueden señalarse dos. La primera es que esa estimación previa se realizó con un listado de ramas de actividad más restrictivo del que se sugiere en la Tabla 1. Por otro lado la metodología utilizada para esa estimación puede conducir a un sesgo para determinadas CC.AA., pues la misma se basa en la información que se deriva de las liquidaciones del IVA. Pero estas liquidaciones se realizan por las empresas en las CC.AA. donde tienen su sede social, que no tiene por que coincidir con el lugar donde desarrollen su actividad de manera íntegra, como pueden ser las

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

grandes editoriales, los medios de comunicación de ámbito nacional y demás empresas cuyo radio de acción sobrepasa los límites de su CC.AA. de residencia.

Otro aspecto relevante que podría ser tenido en cuenta es la posible especialización sectorial de Andalucía en el contexto de todas las AECCO. A tal efecto se ha elaborado la Tabla 5 donde se recoge el peso de cada una de estas actividades entre Andalucía y España.

Además de esa posible especialización, los datos de la Tabla 5 muestran de manera evidente que, al menos en términos de número de empresas, en Andalucía la actividad de este nuevo sector tiene un peso mayor que el que representa nuestra economía en contexto de toda España, pues las empresas dedicadas a las AECCO son un 16,35% del total de las que se dedican a esas actividades en España mientras que con respecto al total ese porcentaje es solo del 15,01.

Tabla 5. Proporción que representan las empresas de Andalucía respecto del total de España por ramas de actividad.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total grupos CNAE93	14,27	14,51	14,52	14,70	14,82	15,01
221	8,44	8,54	8,82	8,82	8,80	9,20
523	16,26	16,69	16,75	16,75	16,86	16,55
524	16,52	16,93	17,14	17,50	17,85	18,07
551	13,75	13,90	14,32	14,82	14,93	15,08
552	9,38	9,53	9,32	9,47	9,77	9,85
553	11,79	12,02	12,20	12,63	12,81	12,97
554	16,87	16,87	17,01	17,27	17,35	17,56
633	14,65	15,48	16,16	16,69	17,19	17,74
913	10,39	12,28	12,97	13,22	13,33	14,42
921	9,20	8,95	8,73	8,47	8,77	9,74
922	21,50	21,93	21,39	20,87	20,57	20,48
923	12,66	13,02	12,60	12,47	12,56	13,69
924	4,12	5,15	4,63	2,46	2,38	1,96
925	4,52	5,54	5,81	5,49	5,87	5,96
926	12,35	12,43	12,80	12,89	13,08	13,27
927	18,92	18,97	18,76	18,79	18,65	18,41
930	12,02	12,31	12,55	12,84	13,11	13,34
AECCO	15,34	15,58	15,73	15,97	16,17	16,35

Fuente: DIRCE, INE y elaboración propia.

A unos resultados similares se llega trabajando en términos de locales, como se muestra en las Tablas 6 y 7, que tienen una estructura similar a las anteriores.

Tabla 6.- Locales de Andalucía dedicados a las AECCO respecto al total de España (%)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
AECCO	15,45	15,64	15,81	16,05	16,20	16,46
Sin asalariados	16,69	16,92	17,26	17,36	17,54	17,72
De 1 a 2 asalariados	14,62	14,86	14,80	15,25	15,35	15,66
De 3 a 5 asalariados	13,77	13,89	14,56	14,88	15,13	15,72
De 6 a 9 asalariados	12,83	13,61	13,52	13,92	14,35	14,74
De 10 a 19 asalariados	11,46	12,41	12,53	13,03	12,66	13,26
De 20 a 49 asalariados	12,25	12,69	12,42	12,35	13,47	13,52
De 50 a 99 asalariados	12,89	12,89	14,12	12,85	13,74	13,62
De 100 a 199 asalariados	13,09	12,32	10,94	11,54	11,32	11,91
De 200 a 499 asalariados	7,33	9,22	6,91	10,25	8,58	7,84
De 500 ó más asalariados	3,85	3,33	2,86	2,17	5,66	7,94

Fuente: DIRCE, INE y elaboración propia.

Tabla 7.- Locales que se dedican a las AECCO respecto del total de locales (%)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
España	26,28	26,22	26,00	25,91	26,20	26,20
Andalucía	28,28	28,09	28,11	28,12	28,47	28,47

Fuente: DIRCE, INE y elaboración propia.

Pero la valoración de lo que representa este sector dentro del total de la economía puede realizarse también haciendo uso de otras fuentes que también facilitan datos fragmentados y que no pueden tomarse como definitivos, aunque si que contribuyen a arrojar luz sobre la cuestión que nos estamos planteando.

En concreto nos referimos a dos fuentes estadísticas distintas, que con sus limitaciones derivadas del grado de agregación con el que ofrecen la información, son muy interesantes, pues arrojan resultados que son consistentes con los ofrecidos en páginas anteriores y entre si. Nos referimos a la Central de Balances y a la Contabilidad Regional.

La primera de esta fuentes estadísticas, además de la agregación, presenta otras limitaciones, tales como que la misma no recoge los datos de las

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

empresas de naturaleza personal y que dentro de determinadas dimensiones del sector de la cultura y el ocio tienen un peso muy importante. Tampoco recoge los datos relativos a las actividades que realizan dentro de este sector las Administraciones Públicas y las privadas cuya actividad principal no es la cultura y el ocio. Pues bien, con todas estas limitaciones, además de otras que también se podría mencionar, como son que las empresas cuya sede social no esté localizada en Andalucía pero que si ejercen parte de su actividad económica en nuestra Comunidad tampoco quedan recogidas en esta fuente de información, los resultados que ofrecen muestran bien claramente la dimensión de este sector.

Tabla 8. VAB del de las AECCO respecto del VAB total (%)

	Número de empresas	2001	2002
Edición, artes gráficas y reproducción de soportes grabados	408	1,19	1,11
Hostelería	2.163	4,84	4,67
Actividades anexas a los transportes; actividades de agencias de viajes	437	0,95	0,97
Actividades recreativas, culturales y deportivas	774	2,26	2,11
Todas las actividades	40.454	9,24	8,86

Fuente: Central de Balances, IEA y elaboración propia.

Como puede apreciarse de la información de la Tabla 8, el peso relativo del sector ronda el 9% para los años considerados. Esta cifra debe leerse con todas las precauciones se derivan de las limitaciones de esta fuente que se han indicado en los párrafos anteriores. Pero incluso con esas precauciones propias de una estimación que no está depurada, lo que si queda claro es que estamos hablando de un sector con un peso relativo elevado, ligeramente inferior al del sector agrario.

Otra fuente alternativa es, como se ha señalado, la Contabilidad Regional. En este caso, la principal limitación es la que se deriva de su grado de agregación, pues ahora el de la cultura y el ocio se ha obtenido por agregación de tres ramas de actividad: Papel, edición y artes gráficas; Hostelería y Otras actividades sociales y otros servicios de mercado. Pues bien, con todas las restricciones que se derivan de esta agregación y sin poder entrar en una

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

depuración de los datos que permitiera una estimación más ajustada, los resultados son muy similares a los que se presentan en la Tabla 8, como puede apreciarse en la Tabla 9.

De cualquier forma, lo que si queda claro, aunque solo sea de manera muy aproximada es que la dimensión que está tomando esta industria emergente, propia de una sociedad desarrollada que demanda otro conjunto de bienes y servicios que no son los que podríamos denominar “básicos” y que tienen como objetivo último la “reproducción ideológica y social”, como se indicaba en la definición que se daba inicialmente, es de tal calibre que cada vez resulta más interesante y necesario saber cual es el orden de magnitud de la misma, medida como ya se ha señalado en términos de producción, empleo y renta generada.

Tabla 9. Peso relativo del sector AECCO en términos de VAB y empleo

VAB		1998	1999	2000	2001	2002
a	Andalucía	60.377.575	62.716.936	66.401.535	68.495.260	70.452.325
b	España	445.909.000	463.475.000	483.653.000	497.645.000	508.404.000
VAB AECCO		1998	1999	2000	2001	2002
c	Andalucía	6330759	6781253	7036021	7045275	7240180
d	España	51614000	53840000	55978000	56287000	57419000
EMPLEO		1998	1999	2000	2001	2002
e	Andalucía	2.164,7	2.267,5	2.402,3	2.485,7	2.549,2
f	España	14.896,5	15.436,4	15.974,7	16.354,0	16.594,1
EMPLEO AECCO		1998	1999	2000	2001	2002
g	Andalucía	227,7	246,5	262,6	261	273,4
h	España	1621,4	1695,7	1798,7	1802	1878,2
a/b		13,54	13,53	13,73	13,76	13,86
c/d		12,27	12,60	12,57	12,52	12,61
c/a		10,49	10,81	10,60	10,29	10,28
d/b		11,58	11,62	11,57	11,31	11,29
e/f		14,53	14,69	15,04	15,20	15,36
g/h		14,04	14,54	14,60	14,48	14,56
g/e		10,52	10,87	10,93	10,50	10,72
h/f		10,88	10,99	11,26	11,02	11,32

Fuente: Contabilidad Regional, INE y elaboración propia.

4.- Algunas cuestiones metodológicas para la cuantificación de las AECCO.-

Cuando lo que se pretende es cuantificar el VAB correspondiente a las actividades ligadas al ocio y la cultura lo más natural parecería ser dirigirse a las fuentes oficiales de que de alguna manera cabría esperar que ya lo hubieran realizado. Nos referimos en concreto a la Contabilidad Nacional (CN) y a la Contabilidad Regional (CR) que realiza el INE. Sin embargo esta vía acaba siendo un callejón sin salida por una razón muy simple: el nivel de desagregación por ramas de actividad con el que trabaja el INE no permite esa cuantificación de manera precisa, pues el INE trabaja con grandes ramas, de manera que el análisis pormenorizado según el subconjunto de actividades que conforman las AECCO conforme aquí se han definido no resulta posible. Lo más que se puede alcanzar es dar una valoración poco rigurosa de lo que representan esas actividades para el conjunto de toda Andalucía, sin poder entrar en otros niveles de desagregación, tanto funcional como espacial. Por todo ello se hace necesario realizar una estimación propia de esas magnitudes, aunque en ese proceso de estimación se contará, necesariamente, con la información estadística oficial existente, tanto publicada como la que no lo está pero existe.

Los métodos de estimación que se contemplan para estimar estas magnitudes son los siguientes:

1º Uso de las declaraciones–liquidaciones del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

Este procedimiento ha sido utilizado con anterioridad y hace uso de la información que suministran las fuentes fiscales. La información anterior se complementa con la relativa a la de Retenciones a Cuenta sobre el Rendimiento del Trabajo.

A partir de estos datos, y con el grado de desagregación requerida, puede pensarse que es fácil llegar a cuantificar el VAB para las distintas actividades que integran el sector del ocio y la cultura. El procedimiento es bastante simple,

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

pero presenta algunas limitaciones que cuestionan su validez. Comenzaremos exponiendo de manera resumida el mecanismo que habría que seguir para alcanzar el objetivo fijado.

Como se sabe el IVA es un impuesto que grava precisamente el valor añadido generado por cualquier empresa o agente económico que realice una actividad económica. En consecuencia, a partir de esa información de naturaleza fiscal y por agregación se llegaría a la estimación de las magnitudes que son objeto de nuestro interés. Como puede verse, en principio, esta forma de proceder resulta prometedora, pues a partir de las declaraciones-liquidaciones presentadas por los distintos agentes económicos es posible reconstruir el valor añadido generado por los mismos. Sin embargo este procedimiento presenta una serie de limitaciones que hacen del mismo algo con poca utilidad.

En concreto se trata de las siguientes:

a) La rigidez derivada de la asignación de cada empresa a un código concreto de la CENAE, con independencia del conjunto de actividades que realice. Esto significa que si la actividad principal de una empresa no es la prestación de servicios propios del ocio y la cultura, entonces todo su valor añadido se el imputa al sector correspondiente al que representa su actividad principal. También puede ocurrir lo contrario. En cualquier caso no hay garantía de que esos efectos se compensen, pues es más probable que una empresa preste servicios culturales y de mecenazgo sin que esos sean el objeto principal de su actividad, mientras que la situación contraria es menos habitual. Pensemos por ejemplo en las grandes empresas financieras, eléctricas y similares además de las grandes áreas comerciales. Así pues si de lo que se tratara es de estimar el VAB total, el procedimiento sería aceptable, pero cuando se desagrega sectorialmente no es tan eficaz.

b) No todas las empresas o agentes económicos están obligados a realizar liquidaciones del IVA. Pero incluso a algunos que si están obligados a practicar esa liquidación se les consiente la no liquidación, como es el caso de determinadas administraciones públicas. Para cuantificar la aportación de estos agentes al total habría que recurrir a otro tipo de fuentes.

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

c) El distinto grado de fraude en la liquidación de este impuesto que lleva a una segura infravaloración del VAB.

d) La presencia de distintos tipos impositivos que obliga a trabajar con tipos medios. Esto no sería un problema si se conociera la importancia relativa en cada empresa o sector de los distintos tipos impositivos con los que trabaja (4%, 7% y 16%). Pero esto no es lo habitual y más teniendo en cuenta que habría que trabajar con un cierto grado de agregación sectorial, pues los microdatos no resultan fáciles de obtener.

e) Una quinta limitación es la que se deriva del hecho de que sea distinto el lugar donde radica la sede social de la empresa que liquida el IVA y el lugar o lugares donde desarrolla su actividad. Piense por ejemplo en empresas de tipo editorial, audiovisuales, compañías de teatro, grandes superficies comerciales y otras similares. En todos estos casos se les estaría adjudicando un valor añadido a las CC.AA. que son sedes sociales de ese tipo de empresas que no les corresponde totalmente. Esta circunstancia lleva a que en 1997 se afirmara que el VAB del sector de ocio y cultura en Andalucía solo representaba el 1,88% del total, mientras que ese porcentaje en Cataluña era del 5,58% y en Madrid del 11,41%. Ni que decir tiene que es poco probable que esos porcentajes fueran idénticos en todas la CC.AA., pero tampoco es muy admisible esas diferencias tan grandes.

En consecuencia, este procedimiento de estimación del VAB solo sería válido para los datos correspondientes a todo el Estado y sin desagregación sectorial. Pero incluso en esos casos se llegaría a una infravaloración del mismo como consecuencia del fraude y de las actividades exentas de este impuesto.

Pero si a pesar de todo este fuera el procedimiento elegido, la información mínima necesaria para su implantación sería, como ya se ha indicado con anterioridad, las declaraciones-liquidaciones del IVA y las Retenciones a Cuenta sobre los Rendimientos del Trabajo.

2º Central de Balances e Impuesto sobre Sociedades.

En este caso se van a plantear dos vías alternativas que se diferencian tanto en la cobertura como en la fuente estadística utilizada.

Tanto en un caso como en el otro los datos que se manejan son los que facilitan las propias empresas relativos a su Cuenta de Pérdidas y Ganancias. En el caso de la Central de Balances el VAB se obtiene como diferencia entre los “Ingresos de Explotación” y los “Consumos de Explotación” además de la partida “Otros Gastos de Explotación”. Este sería el VAB de cada empresa y, por agregación, se tendría el del sector.

Hasta aquí no hay problemas en cuanto a la cuantificación del VAB. Los problemas surgen de nuevo con el grado de desagregación que ofrece la estadística oficial que resulta a todas luces insuficiente para los objetivos que se persiguen. Este sería, en principio, un problema menor que se podría obviar mediante la suscripción de un convenio entre la Consejería y el IEA que dispone de los ficheros completos del Registro Mercantil relativos a las cuentas de las empresas con obligación de presentarlas en ese registro público. Al amparo de este convenio se solicitarían los datos con una desagregación suficiente siempre y cuando el secreto estadístico lo permita.

Pero la disponibilidad de esa información no garantiza que los resultados a los que se llegara fueran de buena calidad pues, también en este caso, este procedimiento adolece de las siguientes limitaciones:

a) No todas las empresas están obligadas a presentar sus cuentas en el Registro Mercantil. Las empresas que tienen esa obligación son todas excepto las personales. Pero resulta que en 2002 de un total de 403.646 empresas que recoge el DIRCE en Andalucía, 261.233 eran personas físicas, es decir, casi el 65% de las empresas radicadas en Andalucía no están obligadas a presentar sus cuentas en el Registro Mercantil. Aunque estas empresas no sean las que más VAB generan, ni tampoco empleo, pero que duda cabe que estamos hablando de muchas empresas que se quedan fuera de control.

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

b) Además de las sociedades personales, tampoco están obligadas a presentar sus cuentas las empresas públicas, lo que conllevaría que el VAB generado por las distintas administraciones públicas quedaría también fuera de nuestra contabilización.

c) Al igual que ocurría cuando se trabajaba en términos de liquidaciones del IVA, ahora también se tiene que todas aquellas empresas que ejerzan su actividad en Andalucía, bien de forma completa o parcial a través de algún establecimiento, pero que su sede central esté registrada en otra Comunidad Autónoma no presentarán sus cuentas en los registros mercantiles de Andalucía, por lo que sus datos tampoco serían tenidos en cuenta.

d) También resulta que ahora la rigidez de las clasificaciones impide captar la parte del VAB de las empresas cuya actividad principal no son las AECCO pero que realizan ciertas actividades que caen dentro de las anteriores.

Todo esto lleva a que por la vía de la Central de Balances se infravaloraría de manera manifiesta el VAB de las AECCO. En consecuencia habría que completar esas estimaciones previas derivadas de la Central de Balances con los datos que se obtendría mediante un muestreo de las empresas personales, de las administraciones públicas (Ayuntamientos, diputaciones, universidades, etc.) y de aquellas grandes empresas que generan VAB propio de las AECCO.

Frente a la Central de Balances se podría utilizar el Impuesto sobre sociedades. En este caso las limitaciones serían básicamente las mismas pero incrementadas por el hecho de que ahora son menos las empresas obligadas a la liquidación de este impuesto.

3º Cuenta Satélite de las AECCO

Antes de iniciar la elaboración de la Cuenta Satélite de las Actividades Económicas de la Cultura y el Ocio (CSAECCO) resulta necesario abordar una serie de cuestiones previas, tales como: ¿qué es una Cuenta Satélite?, ¿cuál es su utilidad?, ¿cuáles son las actividades propias de esa actividad?, ¿qué

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

metodología se debe aplicar?, ¿cuáles son las fuentes estadísticas?, ¿qué tablas se elaborarán? etc.

En respuesta a la primera de las cuestiones formuladas en el párrafo anterior cabe indicar que *una cuenta satélite es un concepto desarrollado por Naciones Unidas pensado como instrumento para medir las dimensiones de los sectores económicos que no se definen como tales en las cuentas nacionales. En este sentido, las actividades de la Cultura y el Ocio son el resultado de una amalgama de ramas de actividad que tienen como denominador común, desde el punto de vista de la demanda, el uso del tiempo libre de la persona.*

El resultado de esta idea es un conjunto de cuentas y tablas, basado en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presenta los distintos parámetros económicos de la industria de la cultura y el ocio de manera interrelacionada para una fecha de referencia dada.

Esas cuentas y tablas se refieren a distintas variables, tanto de la oferta como de la demanda de la cultura y el ocio. En el caso de la oferta se estudian aspectos como la estructura de producción y costes de las empresas propias del sector, el tipo de insumos necesarios para desarrollar su actividad, el grado de utilización de la mano de obra, las inversiones en capital productivo, el papel de la Administración Pública como oferente directo de servicios o como coadyuvante de los mismos... En el caso de la demanda, se trata de identificar desde el punto de vista económico los diferentes tipos de bienes y servicios demandados, etc.

Cada una de esas cuentas y tablas son útiles en sí mismas; es decir, proporcionan información sobre algún aspecto relevante de las AECCO (tanto desde la perspectiva de demanda como de oferta). Pero la CSAECCO resultaría incompleta sin un análisis de interrelación oferta/demanda. Las tablas que contienen esa interrelación permiten obtener unas mediciones consistentes de la aportación del sector a la economía (a través de variables como el VAB).

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

Por tanto, los objetivos que se persiguen con la elaboración de una CSAECCO para Andalucía son básicamente:

- Proporcionar una medición completa de la relevancia económica de la industria de la Cultura y el Ocio en Andalucía, a través de indicadores macroeconómicos como la aportación de esas actividades al VAB, la producción o la demanda.
- Proporcionar información que resalte el papel de las AECCO como generadoras de empleo.
- Caracterizar las estructuras de producción y/o costes de las industrias características de la Cultura y el Ocio.
- Servir de base para el diseño y la evaluación periódica de políticas, programas y proyectos en el sector cultural.

5.- Delimitación del sector de la cultura y el ocio.

Como ya se ha indicado antes, las cuentas satélites hacen referencia a sectores que no están definidos como tales en las cuentas de la contabilidad nacional o regional. Esto hace que antes de plasmar la cuenta de este sector “nuevo” en términos de tablas se hace necesario acotar su dimensión, es decir, realizar un recuento o inventario del conjunto actividades características del sector. Esta operación hay que realizarla para cada uno de esos sectores “nuevos” para los que se pretenda obtener su correspondiente cuenta satélite. En este sentido, el sector de la cultura y el ocio no es el primero ni mucho menos el único para el que se intenta cuantificar sus principales macromagnitudes y sus relaciones entre ellas. Con anterioridad, esta operación ya se ha realizado para otros sectores tales como el sector medioambiental (cuenta del agua, emisiones atmosféricas, protección medioambiental, flujos de materiales, cuenta de los bosques), la cuenta de los hogares, de la sanidad, de las administraciones públicas, de la enseñanza, el transporte, el deporte, la cuenta de I+D, el turismo, etc. Para todas ellas ha sido necesario definir previamente sus actividades características propias y después aplicar la metodología SEC 95 adaptándola a sus peculiaridades específicas.

Pero esa acotación sectorial cuando se realiza de forma individual para cada uno de esos sectores puede llevar a situaciones que pueden entrar en conflicto con la acotación que se realice para otros sectores. Así por ejemplo, uno de los sectores en el que más se ha avanzado en cuanto a la elaboración de su cuenta satélite es el turismo. Tanto es así que desde Febrero del año 2000, fecha en que fue aprobado por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas, existe una metodología internacional respaldada por la OMT, la OCDE y EUROSTAT, y denominada *Cuenta Satélite del Turismo: Referencias Metodológicas* (CSTRM). Esta ha constituido la principal base metodológica para la Cuenta de España y de otros países y regiones. Como un apartado de esta metodología figura la relación de productos y actividades característicos del turismo y que se reproducen a continuación:

Lista de Productos Característicos del Turismo

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- 1- Servicios de alojamiento
 - Hoteles y otros servicios de alojamiento
 - Servicios de segundas viviendas por cuenta propia o de forma gratuita
- 2- Servicios de provisión de alimentación y bebida
- 3- Servicios de transporte de pasajeros
 - 3.1 Servicios de transporte interurbano por ferrocarril
 - 3.2 Servicios de transporte por carretera
 - 3.3 Servicios de transporte marítimo
 - 3.4 Servicios de transporte aéreo
 - 3.5 Servicios anexos al transporte de pasajeros
 - 3.6 Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros
 - 3.7 Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros
- 4- Servicios de las agencias de viajes, operadores turísticos y guías turísticos
 - 4.1 Servicios de agencias de viajes
 - 4.2 Servicios de operadores turísticos
 - 4.3 Servicios de información turística y de guías turísticos
- 5- Servicios culturales
 - 5.1 Desarrollo artístico
 - 5.2 Museos y otros servicios culturales
- 6- Servicios recreativos y otros servicios de entretenimiento
 - 6.1 Deportes y servicios deportivos recreativos
 - 6.2 Otros servicios para la diversión y el recreo
- 7- Servicios turísticos diversos
 - 7.1 Servicios financieros y de seguros
 - 7.2 Otros servicios de alquiler de bienes
 - 7.3 Otros servicios turísticos

Lista de Actividades Características del Turismo

- 1- Hoteles y similares
- 2- Segundas viviendas en propiedad (imputado)
- 3- Restaurantes y similares
- 4- Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril
- 5- Servicios de transporte de pasajeros por carretera
- 6- Servicios de transporte marítimo de pasajeros
- 7- Servicios de transporte aéreo de pasajeros
- 8- Servicios anexos al transporte de pasajeros
- 9- Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros
- 10- Agencias de viajes y similares
- 11- Servicios culturales
- 12- Servicios de actividades deportivas y otras actividades de recreo.

Como puede observarse tanto en el apartado de productos como en el de actividades se incluyen algunos ítems que difícilmente pueden catalogarse como pertenecientes al turismo o, en el mejor de los casos, habría que admitir la posibilidad de que pudieran pertenecer también a otro sector. Nos estamos refiriendo a los epígrafes 5 y 6 de los productos y al 11 y 12 de las actividades. Pero es que la propia definición de lo que se entiende por turismo dada por Naciones Unidas no deja de ser en algunos aspectos ambigua, pues según esta definición el turismo abarca todas aquellas "*Actividades que realizan*

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”.

Se trata de una definición muy amplia, pues incluye de manera explícita actividades que difícilmente debieran contemplarse como turísticas. Así, resulta difícil admitir que los desplazamientos temporales por motivos de negocio o trabajo son actividades turísticas. Esto hace que las líneas divisorias sean difusas pues las divisiones sectoriales no son mutuamente excluyentes.

Pero si la elaboración de una cuenta satélite para un sector que goza de una metodología internacionalmente aceptada plantea alguno de los problemas que anteriormente se han indicado, que no se podrá decir de aquellos sectores donde esa metodología no está tan bien definida como en el caso del turismo. Por otro lado, la falta de una línea divisoria clara impide que a partir de las distintas cuentas y por agregación se pueda llegar a obtener resultados globales de la economía sin incurrir en duplicidades.

Todo lo anterior lleva a que se deba ser muy cuidadoso en esta fase previa relativa a la delimitación de los productos y actividades propios del sector de la cultura y el ocio. Pero a la vez que cuidadoso se va a delimitar el sector en sentido amplio, de forma que recoja lo mejor posible todas aquellas actividades que, al menos, desde el punto de la demanda estén conectadas por el uso que haga el consumidor de su tiempo libre, ya sea demandando actividades culturales en sentido estricto o bien culturales y de ocio en sentido amplio. Para realizar esta tarea se procederá al análisis de experiencias previas en cuanto a la delimitación del sector se refiere.

5.1.- La propuesta de la UNESCO (Framework for Cultural Statistics, FSC)

El primer intento de poner un poco de orden en la definición de un sistema de estadísticas culturales lo realizó la Oficina de Estadística de la UNESCO en 1986 y el resultado de ese intento fue la elaboración del *Framework for Cultural Statistics* (FCS). Este esquema era el resultado de unos requerimientos

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

previos en lo que se invitaba a que definiera un sistema estadístico con carácter integral, donde se recogieran tanto los aspectos sociales como económicos del sector: producción, distribución, consumo y demanda de bienes y servicios culturales. Además ese sistema de estadísticas debiera ser de tal naturaleza que fuera lógico y se basara en unos principios que hicieran posible su conexión con los sistemas estadísticos relacionados.

El FCS se estructuró inicialmente en diez categorías, áreas o dominios que sirven para definir el sector cultural:

- Categoría 0: Patrimonio cultural
- Categoría 1: Material impreso y literatura
- Categoría 2: Música
- Categoría 3: Artes escénicas
- Categoría 4: Artes plásticas y pictóricas
- Categoría 5: Cine y fotografía
- Categoría 6: Periodismo
- Categoría 7: Actividades socio culturales
- Categoría 8: Juegos y deportes
- Categoría 9: Naturaleza y medio ambiente.

Pero esta estructura decimal pronto se mostró que, por distintas razones, no era operativa y se propuso otra reorganización del sector también basada en diez dimensiones, parecidas a las anteriores pero con agrupaciones diferentes. Este continuo cambio deja entrever el carácter dinámico de este sector, donde las agrupaciones integrantes de una dimensión pueden ser susceptibles de catalogarse en otra, lo que lleva a que las clasificaciones mutuamente excluyentes son difíciles de conseguir y en consecuencia cualquier estructura que se defina es susceptible de crítica, como el mismo informe se reconoce al admitir un cierto grado de arbitrariedad en la subcategorías consideradas, y de ser contemplada de forma distinta.

La segunda propuesta, elaborada después de un periodo de tiempo largo, es la siguiente:

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

Categoría 0	Patrimonio cultural
01	Monumentos históricos
02	Patrimonio arqueológico
03	Patrimonio museístico
04	Patrimonio de archivos
05	Otras formas de patrimonio cultural
Categoría 1	Material impreso y literatura
11	Libros y folletos
12	Periódicos y revistas
13	Servicios de biblioteca
Categorías 2 y 3	Música y artes escénicas
21	Música al aire libre
22	Música en recintos cerrados
31	Teatro
32	Danza
33	Otras artes escénicas (circo, marionetas, etc)
2/3	Grabaciones de audio y audiovisuales
Categoría 4	Artes visuales
Grupo A 41	Pintura
42	Escultura
43	Artes gráficas
44	Artesanía
45	Otras formas de arte visual
Grupo B 46	Fotografía
461	Fotografía creativo-artística
462	Otro tipo de fotografía
Categorías 5 y 6	Medios audio y audio-visuales
Categoría 5	Cine
51	Cine
Categoría 6	Radio y televisión
61	Radio
62	Televisión
5/6	Vídeo
Categoría 7	Actividades socio-culturales
71	Asociaciones
72	Servicios socio-culturales multifunción
73	Prácticas socio-culturales
731	Prácticas individuales
732	Vida familiar
733	Vida en comunidad
74	Datos multidimensionales
Categoría 8	Juegos y deportes

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

Categoría 9	Naturaleza y medioambiente
91	Medioambiente natural
92	Medioambiente urbano (calidad de vida en la ciudad)

Como el mismo grupo de trabajo de la UNESCO reconoce, esta clasificación del sector es una visión pragmática que se aleja del enfoque más teórico basado en una definición previa del concepto de cultura. Pero este enfoque que intenta apegarse a la práctica y política de cada uno de los estados miembros es una solución ecléctica pero que tarde o temprano acaba viéndose desbordada

Esta clasificación se completa con las funciones que desempeñan cada una estas categorías y subcategorías. Estas funciones cambian ligeramente según de la Categoría de la que se trate. Así para la Categoría 0 son cuatro: 1.- Registro y Protección, 2.- Comunicación y Difusión; 3.- Consumo; 4.- Participación. Para las Categoría 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8 y 9 son cinco: 1.- Creación /Producción; 2.- Transmisión/Difusión; 3.- Recepción/Consumo; 4.- Registro/Conservación/Protección; 5.- Participación. En cambio para la Categoría 7 en lugar de proponer “funciones” los que se hace es sugerir posibles estadísticas.

El cruce de estas dos dimensiones, categoría y función, da lugar a una matriz “actividades” del sector cultural.

Este primer intento realizado por la UNESCO ha sido continuado por otras iniciativas, unas de naturaleza conjunta, como la dirigida por EUROSTAT, y otras a iniciativa propia de los estados e incluso por entes territoriales menores, como es el caso de España y Canadá.

Pero en la mayoría de los casos lo que se ha hecho es un intento de definir un sistema estadístico propio del sector de la Cultura, en unos casos, y en otros de la Cultura y el Ocio. Esta diferenciación es más que semántica en unas ocasiones y en otras es una mera cuestión formal, pues el contenido del sector definido bajo una denominación u otra es sustancialmente el mismo.

Sin embargo en todos subyace un denominador común. Se trata de la rápida transformación que está experimentando el sistema productivo dentro de las economías modernas, en las cuales hay determinados sectores clásicos e importantes en el pasado (agricultura e industria) pero que en la actualidad están dejando paso a otros nuevos que no están claramente diferenciados y que se han metido a todos bajo el saco común del sector servicios.

En este sentido la CNAE93 es un claro ejemplo de clasificación obsoleta que no responde a la realidad actual, pues dentro de la misma no resulta fácil redefinir estos nuevos sectores emergentes, que en otras épocas eran residuales pero que en la actualidad, dada la mayor capacidad adquisitiva de las sociedades modernas y de la mayor formación de su población, están adquiriendo cada vez un peso mayor en la economía, tanto desde el punto de vista de la producción como del empleo.

Los bienes y servicios producidos en este sector antes quedaban reducidos a la demanda de unos pocos, pero en la actualidad son bienes y servicios de consumo de masas. Por esta razón, este sector emergente que rivaliza en importancia con otros más consolidados, no puede seguir estando fragmentado y repartido artificialmente en distintas parcelas estadísticas que responden a una clasificación que ha quedado, como ya se ha mencionado, obsoleta.

Por supuesto lo que tampoco se puede ni se debe hacer es definir el sector en términos de lo que se “hace” o en función de las competencias asignadas a un determinado departamento administrativo.

Con estas premisas es con las que han ido surgiendo las nuevas delimitaciones del sector, aunque no todas con el mismo grado de acierto. En cualquier caso vamos a realizar un breve repaso de las más relevantes para finalmente hacer una propuesta propia. No obstante, esta forma individualizada de proceder quizás no resulte la más adecuada, por cuanto puede llevar a una falta de homogeneización y comparabilidad de los conceptos manejados entre unas y otras instituciones. En cualquier caso, la virtud de estas iniciativas está

en adelantarse a los problemas y sugerir posibles soluciones a los mismos. Aunque solo sea por esta razón merece la pena el esfuerzo.

5.2.- La propuesta de la Unión Europea. (Cultural Statistics in the UE: Final report of the LEG)

Este primer intento por definir un marco estadístico para las actividades culturales desarrollado por la UNESCO tuvo su continuación en la Unión Europea. Esta iniciativa de la UE fue el resultado de una petición explícita de los estados miembros al Consejo Europeo, de forma que este adoptó en 1995 una resolución sobre la promoción de las estadísticas en materia de cultura y de crecimiento económico, donde se invitaba a la Comisión, en estrecha cooperación con los Estados miembros, “a garantizar una mejor utilización de los recursos estadísticos existentes y que los trabajos de elaboración de estadísticas culturales progresen armoniosamente”.

Como resultado de esta iniciativa se tomó la decisión de crear en 1997 un Grupo de Orientación específico (*Leadership Group*, LEG) sobre estadísticas culturales en la UE adoptada por el CPE (Comité del Programa Estadístico).

El objetivo general era la creación, a escala comunitaria, de un sistema de información coherente y comparable que contribuyera a una mejor comprensión de las relaciones entre cultura y desarrollo socioeconómico en los Estados miembros. Esa información estadística incluiría básicamente el análisis de los datos existentes y la elaboración de indicadores destinados a reflejar la diversidad de la realidad cultural en Europa y a contribuir a la definición, seguimiento y evaluación de las políticas desarrolladas a nivel comunitario. En todo caso, este grupo de trabajo era consciente de las dificultades de este proyecto, pues como señala en su informe final “la cultura es un dominio limitado y heterogéneo cuyas actividades no siguen necesariamente la lógica económica de la industria; en consecuencia, los sistemas estadísticos tradicionales tienen dificultad para su observación. La cultura es también un sector en el cual influyen de manera fuerte las particularidades nacionales”.

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

Junto a este objetivo general se definieron otros más específicos, tales como:

- a) Definir un tronco común de campos de actividades considerados unánimemente como culturales.
- b) Realizar una clasificación de actividades culturales inspirada en el marco de estadísticas culturales definido por la UNESCO.
- c) Mejorar y elaborar las estadísticas culturales aprovechando las encuestas existentes.
- d) Definir variables e indicadores que permitan describir la oferta y la demanda de las distintas actividades culturales.
- e) Proponer a los estados miembros un conjunto de definiciones y clasificaciones homogéneas que permitan las comparaciones internacionales.

Pero como la cantidad y variedad de actividades culturales es grande y su localización tiene lugar en sectores económicos diferentes, el resultado es que resulta difícil que la cultura tenga la unidad estructural de un sector cuyas funciones sean claramente distinguibles dentro de una economía nacional o regional. Por otra parte, el comportamiento de la gente en relación con el consumo cultural y con las prácticas culturales es muy complejo. En esas condiciones, es difícil llevar a cabo una observación estadística metódica y permanente.

Por consiguiente, y con objeto de trabajar a escala europea, el grupo LEG creó cuatro grupos de trabajo o *Task Force*.

El primero de ellos se encargó de definir un sector cultural común a todos los países y dividir ese sector cultural por actividades, elaborando una clasificación de actividades culturales -entendida como un instrumento de observación destinado a un uso común de los países europeos- que permita la identificación

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

y clasificación de las entidades (empresas, sociedades, asociaciones, etc.) que producen los bienes y servicios culturales.

El segundo se hizo cargo de analizar las estadísticas sobre empleo cultural y elaborar una clasificación de profesiones.

Al tercero se le encomendó analizar la financiación y el gasto cultural e intentar evaluar el consumo de bienes y servicios.

Finalmente, al cuarto se le responsabilizó de estudiar la demanda en términos de participación individual en los distintos campos de la cultura.

Por razones prácticas, cada Grupo de Trabajo del grupo LEG definió las variables e indicadores relativos a su campo específico. Sin embargo, hay que señalar que el fin último de la elaboración de estadísticas culturales europeas es asociar esas distintas variables e indicadores con objeto de dar un interés concreto a los análisis de la política cultural, por ejemplo, las consecuencias de la financiación pública sobre el empleo o los índices de asistencia a actividades culturales. Ese enfoque integrado, propuesto por el grupo LEG para el trabajo futuro, parece apropiado no sólo para examinar el sector cultural en su conjunto sino también para analizar, como es necesario, tanto los distintos subsectores que pueden definirse dentro del mismo como los distintos tipos de instituciones culturales.

El grupo LEG ha trabajado con el fin de utilizar los dos enfoques complementarios:

- un enfoque general para abordar los temas transversales que revisten especial importancia para la política cultural: empleo, financiación y prácticas culturales;
- un enfoque institucional, que pretende describir las instituciones desde diversos puntos de vista y elaborar estadísticas sobre ellas, sobre los bienes y

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

servicios que ellas producen y sobre el público.

La principal aportación del primer grupo de trabajo fue la elaboración de una clasificación de las actividades culturales, en línea con la propuesta de la UNESCO, pero más restrictiva pues deja fuera actividades tales como: los deportes, el medio ambiente, la publicidad, la moda, los idiomas y los juegos de azar.

. Esta clasificación tenía la virtud de ser el resultado consensuado por todos los estamos miembros participantes. Dentro de esta clasificación se distinguieron los siguientes ámbitos o dominios culturales:

- Patrimonio cultural
 - o Monumentos
 - o Museos
 - o Lugares arqueológicos
 - o Otros
- Archivos
- Bibliotecas
- Edición
 - o Libros
 - o Prensa
- Artes plásticas
 - o Artes visuales y de diseño
 - o Fotografía
- Arquitectura
- Artes escénicas
 - o Música
 - o Danza
 - o Teatro
 - o Multidisciplinar
- Medios de comunicación, audio y audiovisuales, multimedia.
 - o Cine

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Radio
- Televisión
- Vídeo
- Grabación
- Multimedia

Junto a estas dimensiones se definieron las siguientes funciones de naturaleza económica:

- Conservación
- Creación
- Producción
- Difusión
- Comercialización
- Formación.

De nuevo, el cruce de las ocho dimensiones anteriores con estas seis funciones da como resultado una tabla de doble entrada en cuyas celdillas aparecen definidas las actividades características del sector cultural. El problema principal que surge con esta clasificación de “actividades” es que no siempre existe una relación precisa con la CNAE.

5.3.- La propuesta de Australia (Australian Culture and Leisure Classification. ACLC, 2001)

La Oficina Australina de Estadística (ABS) promovió y desarrolló a lo largo de los años 90 del siglo pasado un proyecto conducente a la unificación de todo el cuerpo de información estadística relativa a la cultura y el ocio con el que se pretendía evitar las duplicidades existentes hasta esa fecha en esta materia. El resultado de ello fue una triple clasificación: clasificación de las empresas de este sector; clasificación de los productos y, finalmente, clasificación de la ocupación.

Estas clasificaciones fijan su atención en los aspectos económicos de las actividades de la cultura y el ocio es decir “la forma en la que las actividades de la cultura y el ocio se relacionan con la economía a través del gasto y el empleo”. Así la primera de ellas incluye a toda empresa que o bien produce u ofrece bienes y servicios propios de al cultura o el ocio para el uso del consumidor final. La segunda define los bienes y servicios de este sector y, finalmente, la tercera relaciona las ocupaciones que pueden considerarse ser parte del sector.

El enfoque utilizado por la ABS es distinto tanto al de la UNESCO como al de EUROSTAT, aunque el resultado final sea muy parecido. En cualquiera de los casos de los que se trata es de identificar los subsectores o empresas de la cultura y el ocio y los productos y servicios que ellos generan.

Pero para llegar a esta triple clasificación previamente se arrancó de una definición previa tanto de lo que se entiende como Cultura y Ocio. En primer lugar la Cultura, definida en sentido amplio, hace referencia a un término que se utiliza para describir las formas de vida aprendidas o un sentido compartido de la calidad de vida. A su vez el Ocio representa a aquellas actividades realizadas por una persona para su disfrute, descanso y relajación o diversión. Esta forma de definir estos conceptos conlleva conexiones y solapamientos entre los mismos, lo que hace que no sean ni independientes ni mutuamente excluyentes, por lo que no sería operativo trabajar con cada uno de ellos pro separado. Se trata de definiciones de naturaleza práctica que tienen como base la propia actividad. En este sentido se entiende por actividades de la cultura y el ocio aquellas que se realizan con el objeto de: disfrute, relax, diversión; expresión artística; uso, práctica y desarrollo de habilidades deportivas; creación, desarrollo y conservación de de los contenidos culturales y espirituales; cualquier otra actividad que facilite todas las anteriores.

Todas estas actividades están estrechamente relacionadas con el uso del tiempo libre, entendido este como el subconjunto de las 24 horas del día que una persona no dedica a actividades vitales (comer, dormir, cuidado personal),

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

actividades regladas (tiempo de trabajo y ecuación) o actividades del hogar (limpieza, cuidado de los hijos, compras). Sin embargo, aunque el tiempo libre juega un papel fundamental en la determinación de las actividades propias de la cultura y el ocio, no todas estas actividades se realizan siempre haciendo uso de esa cuarta categoría del tiempo de la persona. Esto crea un problema de “contornos”, los cuales no siempre están bien definidos y hace que resulte necesaria la discusión para saber si una actividad debe o no incluirse dentro del sector en cuestión.

Estructura de la clasificación de empresas.

Esta clasificación se organiza en tres niveles: 4 divisiones, 22 grupos y 75 clases. El resultado de esta clasificación es el siguiente:

1 PATRIMONIO

11 Museos

- 111 Museos de arte
- 112 Otros museos
- 113 Antigüedades y restauración

12 Patrimonio medioambiental

- 121 Parques naturales y reservas
- 122 Parques zoológicos y acuáticos
- 123 Jardines botánicos

13 Bibliotecas y archivos

- 131 Bibliotecas
- 132 Archivos

2 ARTES

21 Literatura y edición

- 211 Creación literaria
- 212 Edición e impresión de periódicos
- 213 Edición de revistas
- 214 Edición de libros
- 215 Impresión de otros soportes
- 216 Venta al por mayor de libros
- 217 Venta al por menor de libros

22 Artes escénicas

- 221 Conciertos
- 222 Teatro
- 223 Danza
- 224 Opera y musicales

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- 224 Otras artes escénicas
- 225 Instalaciones para las artes escénicas

23 Composición y edición de música

- 231 Composición de música
- 232 Edición de música
- 233 Compañías de grabación y distribuidoras
- 234 Venta al por menor de música

24 Artes visuales y artesanía

- 241 Creación artes visuales básicas y artesanía
- 242 Servicios comerciales de fotografía
- 243 Venta al por menor de artes visuales y artesanía

25 Diseño

- 251 Arquitectura
- 252 Producción y diseño de publicidad
- 253 Diseño gráfico
- 254 Otros diseños

26 Radiodifusión, medios electrónicos y cine

- 261 Servicios de radio
- 262 Servicios de televisión
- 263 Producción de vídeos y películas
- 264 Distribución de vídeos y películas
- 265 Exhibición de películas
- 266 Servicios de alquiler de vídeos
- 267 Creación de contenidos interactivos
- 268 Servicios de información electrónica

27 Otras artes

- 271 Venta al por menor de instrumentos musicales
- 272 Artes educativas
- 273 Agencias de colecciones con copyright
- 274 Producción de soportes para la grabación

3 DEPORTES Y ACTIVIDADES FÍSICAS

31 Carreras de caballos y perros

- 311 Carreras de caballos y perros

32 Instalaciones deportivas y de actividades físicas

- 321 Gimnasios y centros de culturismo
- 322 Otras instalaciones deportivas y de actividades físicas

33 Servicios deportivos y de actividades físicas

- 331 Organizaciones administrativas para el deporte y las actividades físicas
- 332 Clubes, equipos y profesionales del deporte y las actividades físicas
- 333 Actividades al aire libre

físicas

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

334 Servicios para el ejercicio del deporte y las actividades físicas

34 Producción y ventas de bienes para el deporte y las actividades físicas

341 Producción de bienes para el deporte y las actividades físicas

342 Venta la por mayor de bienes para el deporte y las actividades físicas

343 Venta la por menor de bienes para el deporte y las actividades físicas

4 OTRAS MANIFESTACIONES DE LA CULTURA Y EL OCIO

41 Juego

411 Casinos

412 Otros servicios del juego

42 Empresas recreativas

421 Parques temáticos y de ocio

422 Otras empresas recreativas y de ocio

43 “Hospitality”

431 Pubs, tabernas y bares

432 Cafes y restaurantes

433 Clubs

44 Ocio al aire libre

441 Espacios para campings y caravanas

442 Excusiones al aire libre

45 Organizaciones sociales y comunitarias

451 Grupos y clubs específicos

452 Organizaciones religiosas

46 Otros servicios de la cultura y el ocio

461 Agencias de reservas y venta de entradas

462 Servicios de agentes y representantes

463 Representantes de eventos

464 Empresas, profesionales y asociaciones laborales de la cultura y el ocio

465 Otros servicios de la cultura y el ocio

47 Construcción de instalaciones de la cultura y el ocio

471 Construcción de instalaciones de la cultura y el ocio

48 Producción y venta de otros bienes de la cultura y el ocio

481 Producción de otros bienes de la cultura y el ocio

482 Venta al por mayor de otros bienes de la cultura y el ocio

483 Venta al por menor de otros bienes de la cultura y el ocio

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

Junto a esta clasificación de empresas según la actividad que realizan las mismas, la ACLC incluye, como ya se ha indicado, otras dos clasificaciones adicionales, una relativa a la producción de bienes y servicios según tipo y otra en la que se agrupan las distintas profesiones que pueden ejercerse en el ámbito de la cultura y el ocio. Estas dos últimas clasificaciones entran en un nivel de detalle tal que hace desaconsejable reproducirlas en este resumen, por lo que, para una información más detallada, lo más aconsejable es consultar la página de la ABS <http://www.abs.gov.au/> donde se encuentran las tres clasificaciones de las que estamos hablando.

Estas tres clasificaciones dan pie a la creación de un sistema de información estadística con coherencia interna en el ámbito de la cultura y el ocio. En este caso, a diferencia de los intentos anteriores, se recoge de manera explícita la necesidad de crear ese sistema de información donde además de la cultura aparezca también el ocio, dadas las interacciones existentes entre ambos ámbitos y lo menguado que quedaría cada uno de ellos por separado.

Con estas clasificaciones lo que se pretende es superar las limitaciones de otras clasificaciones previas tipo CNAE y CON, pues dentro de éstas resultaba difícil definir y concretar el sector de la cultura y el ocio. Con esta estructura clasificatoria, que es totalmente operativa en término estadísticos, lo que se persigue es definir la información necesaria, tanto en términos físicos como económicos, para una correcta cuantificación del sector.

5.4.- DCMS Evidence Toolkit – DET (2004)

El DCMS Evidence Toolkit – DET es un proyecto desarrollado por el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido (DCMS) y que vino a sustituir al anterior “Regional Cultural Data Framework”.

Como se señala en el mismo documento, este producto que ahora presentamos fue el resultado de una “necesidad urgente” manifestada por todas las instituciones culturales regionales inglesas por disponer de una base robusta y fiable en la que descansara el futuro desarrollo de las políticas culturales. Este deseo se basaba en:

a) la ausencia de un sistema metodológico y de definiciones que fuera compartido. El sector cultural carecía de una definición que resultara robusta, pues hasta ese momento la misma tenía naturaleza operativa y se daba en función de las competencias asignadas o asumidas por la institución (ministerio, consejería, etc.) responsable de ese sector. Pero según que las competencias se distribuyeran de forma distinta entre instituciones, la definición “operativa” cambia.

b) La complejidad y lo fragmentado de este sector hacía que resultara muy difícil medirlo con las técnicas y fuentes estadísticas convencionales. Había problemas de coordinación entre las definiciones dadas por los mercados propios de esos bienes y servicios y las correspondientes a las clasificaciones estadísticas (tipo COICOP) basadas en principios de producción industrial. Esta falta de sintonía entre y denominaciones provocaba que ciertas actividades del sector de la cultura que no estaban recogidas de manera expresa en las clasificaciones oficiales era necesario estimarlas de una manera indirecta no ausente de sesgos y errores. A todo esto hay que añadir las clasificaciones oficiales se han ido quedando obsoletas en especial en aquellas parcelas de la actividad más dinámicas, como son todas las actividades de los servicios, y la cultura es uno de ellas.

Como consecuencia de estos y otros problemas similares y relacionados, la mayoría de las oficinas estadísticas regionales se han venido viendo obligadas a dar sus propias soluciones a ese problema común, lo que ha provocado que los resultados obtenidos por cada una de ellas no sean comparables entre si.

c) Como consecuencia de lo anterior el resultado era una falta de información estadística fiable que permitiera la toma de decisiones.

Todo esto lleva a la necesidad de dar una definición que sea robusta y duradera en el tiempo y que a su vez sea compatible con las mejoras técnicas en la recolección de los datos y el análisis de los mismos. A su vez debe estar en sintonía con la forma común del concepto de cultura.

Como resultado de todas estas consideraciones, el presente “Toolkit” propone como definición de cultura la siguiente:

“La cultura tiene dos dimensiones: la material y la no material. La definición de Sector Cultural debe centrarse en la parte material, entendiéndose como tal la suma de actividades y recursos necesarios (herramientas, infraestructuras y utensilios) implicados en el “ciclo” completo de creación, producción, difusión, exhibición/recepción, archivado/conservación y educación/comprensión que relaciona los bienes y servicios culturales.”

En línea con esta definición se admite que el rango de actividades definidas como culturales no es fijo. Pero admitiendo esto como cierto, la propuesta de dominios que se hace incluye los siguientes: *Artes Plásticas, Representación, Audio-Visual, Libros y Prensa, Deporte, Patrimonio y Turismo.*

Frente a estos siete dominios el DET propone una doble clasificación que se superpone con las anteriores. En este caso los sectores son: *Industrias Creativas y Arte.*

Actividades culturales.

Artes Plásticas:

- Creación de trabajos visuales (incluye escultura y artesanía)
- Actividades basadas en el diseño (moda, interiorismo, edificación (arquitectura), dibujo y producción de diseño).
- Producción de trabajos visuales (incluye reproducción de trabajo impresos y producción de moldes)
- Producción de bienes de capital y consumo (Ej. pintura y materiales para el artista).
- Exhibición de trabajos visuales
- Organización de festivales
- Organización de eventos y cultura del conocimiento
- Venta y comercio de trabajos visuales y antigüedades (galerías de arte, casas de subasta)

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Venta y comercio de reproducciones y moldes.
- Actividades de educación y entrenamiento
- Actividades de especialistas de prensa y medios de comunicación, críticos, etc.

Representación

- Creación teatral, coreografía y trabajos circenses
- Producción de actividades de entretenimiento en directo.
- Actividades de compañías (danza, teatro, circo, etc.).
- Servicios relacionados con la producción de actividades de entretenimiento en directo (incluye agentes)
- Difusión de actividades de musicales y similares
- Organización de festivales (danza, teatro callejero, etc.)
- Organización de eventos y cultura del conocimiento
- Actividades de educación y entrenamiento
- Actividades de especialistas de prensa y medios de comunicación, críticos, etc.

Audio-Visual

- Creación de trabajos cinematográficos y trabajos audio-visuales (no cinematográficos)
- Creación de materiales de publicidad
- Creación de trabajos musicales
- Creación de trabajos multimedia
- Producción de bienes de capital y consumo (Ej. consolas de mezcla de sonido, equipos de transmisión para radio y TV, proyectores de cine, etc.).
- Actuaciones de grupos musicales, orquestas y compañías
- Producción de películas para el cine
- Producción de películas no para cine
- Producción de programas de radio
- Producción de programas de TV

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Producción de anuncios publicitarios (TV, radio y cine) y materiales de publicidad para prensa y al aire libre
- Producción de música, sonido y grabación audio visual
- Producción de trabajos multimedia (incluye software para el ocio, arte digital y nuevos medios)
- Servicios relacionados con la producción musical y los trabajos multimedia y de radio y TV (incluye agentes, representantes, promotores, etc)
- Compra de medios, planificación y evaluación.
- Difusión de actividades de salas de conciertos e instalaciones musicales.
- Distribución de películas
- Distribución de música grabada
- Distribución de trabajos multimedia
- Administración de actividades cinematográficas
- Organización de ferias y festivales
- Emisión de radio
- Emisión de televisión
- Compra y venta de grabaciones musica, sonido y multimedia
- Actividades de educación y entrenamiento
- Actividades de especialistas de prensa, críticos, columnistas, etc.

Libros y prensa

- Creación de trabajos literarios (actividades de los autores)
- Borradores de artículos para periódicos, revistas y semanarios (actividades de los periodistas)
- Producción de libros
- Producción de bienes de consumo y capital importantes
- Producción de periódicos, revistas y semanarios
- Actividades de agencias de prensa
- Organización de ferias y festivales de lectura y de libros
- Compra y venta de libros
- Compra y venta de periódicos
- Actividades de educación y entrenamiento.

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Actividades de especialistas de prensa, críticos, columnistas, etc.

Deporte

- Profesionales del deporte, culturismo (Actividades de los participantes, entrenadores e instructores)
- Servicios relacionados con el deporte el culturismo y actividades saludables (incluye agentes, promotores, directores)
- Actividades de asociaciones y clubes deportivos
- Actividades de gimnasios y centros de salud
- Actividades de mantenimiento de las infraestructuras del deporte, la gimnasia y centros de salud (incluye estadios, campos de juego y centros de recreo)
- Producción de bienes de consumo y de capital importantes (equipos de deporte, gimnasia y salud)
- Compra y venta de equipos de deporte, gimnasia y salud
- Organización de eventos
- Actividades de educación y entrenamiento.
- Actividades de especialistas de prensa, críticos, columnistas, etc.

Patrimonio

- Creación y planificación de instituciones culturales nuevas relativas al patrimonio
- Actividades de los museos
- Actividades de protección de los monumentos
- Actividades arqueológicas
- Actividades de los archivos
- Actividades de lectura y conservación de las bibliotecas
- Otras actividades relacionadas con el patrimonio (incluye jardines botánicos y zoológicos)
- Actividades científicas de conservación y restauración relacionadas con todo tipo de artefactos culturales.
- Organización de eventos

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Actividades de educación y entrenamiento.
- Actividades de especialistas de prensa, críticos, columnistas, etc.

Turismo

- Agentes y operadores de turismo (incluye empresas de charter)
- Promoción turística (actividades de oficinas de turismo)
- Actividades de mantenimiento de infraestructuras turísticas (incluye alojamiento, parques temáticos y similares)
- Otorgamiento de licencias de restaurantes y clubes (incluidos bares)
- Producción de bienes de consumo y de capital importantes (equipos de feria, máquinas tragaperras, caravanas, etc.)
- Organización de eventos
- Actividades de educación y entrenamiento.
- Actividades relacionadas con los juegos de azar

Industrias creativas

La definición en sentido amplio de esta dimensión incluye todos aquellos bienes y servicios del sector creativo: *publicidad, arquitectura, arte y antigüedades, artesanía, diseño, diseño de moda, vídeo y películas, software para el ocio interactivo, radio y televisión, representaciones artísticas, music y software y servicios de ordenador* que caracterizan la creatividad original y la propiedad intelectual como fuentes de riqueza y empleo.

Esta forma de definir este dominio hace sus actividades se solapen con las de otros ya definidos, lo que lleva a que se deba tener mucho cuidado para evitar las duplicidades.

Actividades del sector.

- Creación de trabajos cinematográficos y trabajos audiovisuales (no cine)
- Creación de materiales para la publicidad
- Creación de trabajos musicales

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Creación de trabajos multimedia
- Producción de bienes de consumo y de capital importantes (consolas para mezcla de sonidos, equipo para la transmisión de noticias, proyectores de cine, etc.)
- Actuaciones de grupos musicales, orquestas y compañías
- Producción de películas para cine
- Producción de películas (no cine)
- Producción de programas de radio
- Producción de programas de televisión
- Producción de publicidad (TV, radio y cine) y materiales de publicidad para la prensa y al aire libre
- Producción de grabaciones de música, sonido y audiovisuales
- Producción de trabajos multimedia (incluye software para el ocio, arte digital y nuevos medios)
- Servicios relacionados con la producción de música, periodismo y multimedia (incluye agentes, promotores y directores)
- Compra de medios, planificación y evaluación
- Actividades de difusión de conciertos
- Distribución de películas
- Distribución de música grabada
- Distribución de trabajos multimedia
- Administración de cine
- Difusión de radio
- Difusión de TV
- Compra y venta de música, sonido y grabaciones audiovisuales.
- Compra y venta de de trabajos multimedia
- Creación de trabajos literarios (actividades de los autores)
- Redacción de artículos para periódicos, revistas y semanales (actividad de los periodistas)
- Producción de libros
- Producción de bienes de consumo y de capital importantes
- Producción de periódicos, revistas y semanales
- Actividades de las agencias de prensa

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Actividades de los agentes literarios
- Compra y venta de libros
- Compra y venta de prensa
- Creación de trabajos visuales (incluida escultura y artesanía)
- Actividades basadas en el diseño (moda, interiorismo, arquitectura, diseño gráfico, etc.)
- Exhibición de trabajos visuales
- Organización de festivales
- Compra y venta de trabajos visuales y antigüedades (galerías de arte, casas de subastas)
- Compra y venta de reproducciones
- Actividades de los especialistas de los medios de comunicación, críticos, etc.
- Creación de trabajos teatrales, del circo y coreografías
- Producción de actividades al aire libre
- Actividades de las compañías (danza, teatro, circo, etc.)
- Servicios relacionados con la producción y el entretenimiento al aire libre
- Difusión de actividades de teatros (danza, obras dramáticas, etc.)
- Actividades de educación y entrenamiento.

Artes

- Creación de trabajos visuales (incluida escultura y artesanía)
- Actividades basadas en el diseño (moda, interiorismo, arquitectura, diseño gráfico, etc.)
- Creación de trabajos visuales (incluidas las reproducciones)
- Producción de bienes de consumo y de capital importantes (por ejemplo, pinturas de artistas y materiales)
- Exhibición de trabajos visuales
- Organización de eventos y promociones
- Organización de festivales
- Compra y venta de trabajos visuales y antigüedades
- (galerías de arte, casas de subastas)

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Compra y venta de reproducciones
- Actividades de los especialistas de los medios de comunicación, críticos, etc.
- Creación de trabajos teatrales, del circo y coreografías
- Producción de actividades al aire libre
- Actividades de las compañías (danza, teatro, circo, etc.)
- Servicios relacionados con la producción y el entretenimiento al aire libre
- Difusión de actividades de teatros (danza, obras dramáticas, etc.)
- Actividades de educación y entrenamiento.

Una vez que se ha identificado el listado de actividades culturales referidas a los dominios definidos previamente es posible definir una matriz con esos dominios y sus correspondientes procesos, lo cual dibuja el ciclo cultural. Estos procesos son los seis siguientes: creación, producción, difusión, exhibición/percepción, archivado/conservación y educación/comprensión.

Esta matriz es en realidad una tabla de doble entrada en la que las filas son los dominios y las columnas los procesos. A su vez, el cuerpo central de la misma estará constituido por las distintas actividades que se ha señalado con anterioridad.

5.5.- Canadian Framework for Culture Statistics (2004).

Como se señala en la propia definición de este “Framework”, el objetivo que se persigue con el mismo es facilitar definiciones y conceptos que sirvan de referencia para la obtención de un conjunto de estadísticas que sean comparables, a la vez que permitan definir indicadores y posibiliten el desarrollo de actividades de investigación. El principal concepto que se pretende delimitar es el de cultura en términos estadísticos, para evitar caer en definiciones amplias y vagas. Además se intenta definir un sector que sea mutuamente excluyente con otros sectores estadísticos que ya existan. Así se excluyen de la cultura el medioambiente, el deporte, el ocio y la tecnología. Por el contrario se incluyen de forma específica los medios escritos, la industria cinematográfica, el periodismo, la grabación de sonido, la publicidad musical,

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

las artes escénicas, las artes visuales, la artesanía, la arquitectura, la fotografía, el diseño, la publicidad, los museos, las galerías de arte, los archivos, las bibliotecas y la educación cultural.

Finalmente, este esquema estadístico de la cultura integra los aspectos sociales y económicos de la misma. Con este esquema estadístico se pretende abarcar no solo la creación, producción, manufactura y distribución de los bienes y servicios culturales, sino también su consumo y el impacto económico y social que tiene lugar en la cadena creativa y en el consumo.

En este sentido se propone como definición operativa en términos estadísticos la siguiente: Se entiende por cultura *la actividad artística creativa y los bienes y servicios producidos por ella así como la conservación del patrimonio cultural*.

Como puede comprobarse, se trata de una definición por el lado del valor o la producción, de la que se descartan otras actividades más difusas que pueden tener cabida en una definición menos estricta.

Para que un bien o servicio pueda ser incluido dentro del sector de la cultura debe reunir alguno de los siguientes criterios:

- Que se trate de un bien creativo que garantice los derechos de propiedad intelectual.
- Servicios asociados con la conservación y presentación de los bienes creativos.
- Bienes y servicios que impliquen la creación, producción o transmisión de otros bienes y servicios creativos, donde se incluyen aquellos servicios que añaden o alteran el contenido de un producto cultural (por ejemplo, servicios editoriales, ilustraciones, obras de arte, diseño, estudios de música, etc).
- Servicios asociados a la conservación, exhibición e interpretación del patrimonio humano.

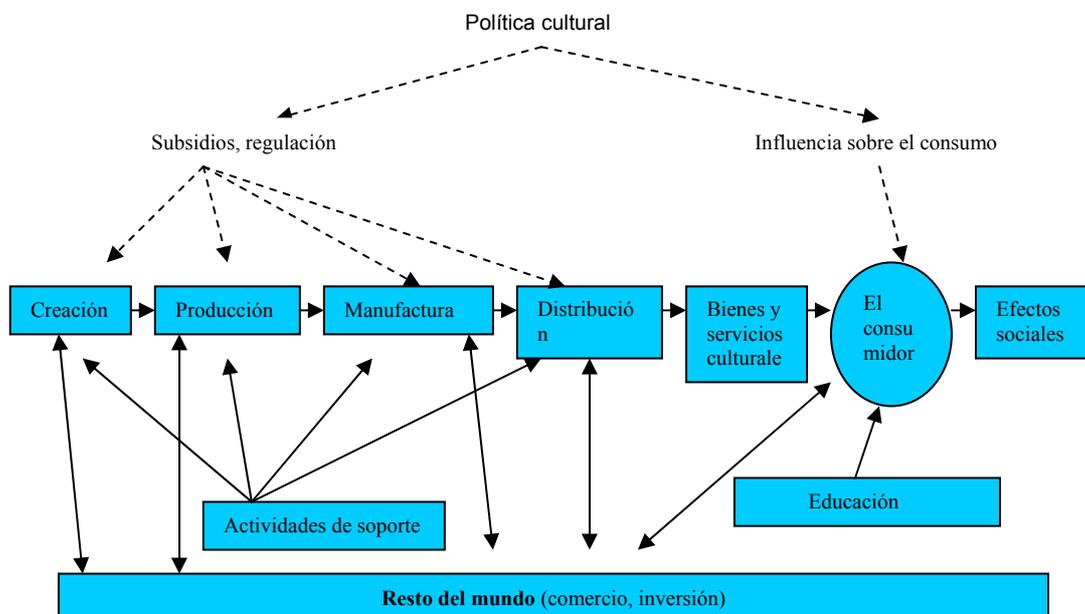
XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

- Servicios educacionales dirigidos a trabajadores que producen bienes o servicios creativos.

Los bienes y servicios resultantes según estos criterios se diferencian entre si según que se trate de:

- Inputs intermedios frente a los destinados a la demanda final
- Bienes y servicios principales o secundarios. Los principales son aquellos en los que toda la cadena creativa cae dentro del sector cultura. Por el contrario, los no principales son aquellos en los que solo una parte de la cadena creativa pertenece al sector cultura.

Este esquema estadístico que permite la definición del sector cultural se basa en el concepto de cadena creativa, la cual de forma esquemática sería la siguiente:



DIMENSIONES DEL SECTOR DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES

Trabajos editados y escritos

Películas y vídeo

Medios de comunicación

Grabación y edición de música

Artes escénicas

Artes visuales

Arquitectura

Diseño

Publicidad

Festivales

Patrimonio

Bibliotecas y archivos

Fotografía

Servicios educativos

El cruce de estas dimensiones con las cinco etapas de la cadena creativa dan lugar al conjunto de bienes y servicios del sector cultural.

5.6.- Fuentes estadísticas y explotación preliminar de la industria del ocio y la cultura en la comunidad de Madrid

22.1. Edición

22.11. Edición de libros

22.12. Edición de periódicos

22.13. Edición de revistas

22.14. Edición de soportes de sonido grabado

22.15. Otras actividades de edición

52.46. Comercio al por menor de materiales de bricolage

52.461 Comercio al por menor de ferretería y vidrio

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

52.462 Comercio al por menor de materiales de bricolage

52.463 Comercio al por menor de materiales de construcción, pinturas y barnices.

52.47. Comercio al por menor de libros, periódicos y papelería

55. HOSTELERÍA

55.1 Hoteles

55.11 Hoteles, moteles, hostales y pensiones con restaurante

55.111. Hoteles y moteles con restaurante

55.112. Hoteles y pensiones con restaurante

55.12 Hoteles, moteles, hostales y pensiones sin restaurante

55.121. Hoteles y moteles sin restaurante

55.122. Hoteles y pensiones sin restaurante

55.2. Camping y otros hospedajes de corta duración

55.21 Albergues juveniles y refugios de montaña

55.211. Albergues juveniles

55.212. Refugios de montaña

55.22. Camping

55.23. Otros tipos de hospedaje

55.231. Apartamentos turísticos

55.232. Centros y colonias de vacaciones

55.233. Otros alojamientos turísticos

55.234. Otros alojamientos especiales no turísticos

55.3. Restaurantes.

55.30. Restaurantes

55.4. Establecimientos de bebidas

63. ACTIVIDADES ANEXAS A LOS TRANSPORTES; ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJES.

63.30. Actividades de las agencias de viajes, mayoristas y minoristas de turismo y otras actividades de apoyo turístico

63.301. Mayoristas y minoristas de turismo

63.302. Agencias de viajes

63.303. Otras actividades de apoyo turístico

91. ACTIVIDADES ASOCIATIVAS

91.3. Actividades asociativas diversas

91.33. Otras actividades asociativas

91.331. Asociaciones juveniles

91.332. Otro tipo de actividades asociativas

92. ACTIVIDADES RECREATIVAS, CULTURALES Y DEPORTIVAS

92.1. Actividades cinematográficas y de video

92.11. Producción cinematográfica y de video

92.111 Producción de películas

92.112 Actividades de apoyo a la producción cinematográfica y de vídeo

92.12. Distribución de películas

92.121. Distribución de películas cinematográficas y cintas de vídeo

92.122. Distribución de películas en cintas de vídeo

92.13. Exhibición de películas

92.130. Exhibición de películas

92.2. Actividades de radio y televisión

92.20. Actividades de radio y televisión

92.201. Actividades de radio

92.202. Producción de radio y televisión

92.203. Emisión de programas de televisión

92.3. Otras actividades artísticas y de espectáculos

92.31. Creación e interpretación artística y literaria

92.311. Creación artística y literaria; interpretación de arte dramático, música y similares

92.312. Producción de espectáculos

92.313. Otras actividades relacionadas con los espectáculos.

92.32. Gestión de salas de espectáculos

92.320. Gestión de salas de espectáculos

92.33. Actividades de ferias y parques de atracciones

92.330. Actividades de ferias y parques de atracciones

92.34. Otras actividades de espectáculos

92.341. Salas de baile, discotecas y actividades similares

92.342. Espectáculos taurinos

92.343. Otros espectáculos

92.5 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales

92.51. Actividades de bibliotecas y archivos

92.510. Actividades de bibliotecas y archivos

92.52. Actividades de museos y conservación de lugares y edificios históricos

92.521. Actividades de museos

92.522. Actividades de conservación de lugares y edificios históricos.

92.53. Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales

92.530. Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales

92.6. Actividades deportivas

92.61. Gestión de estadios y otras instalaciones deportivas

92.611. Gestión de estadios y polideportivos

92.612. Gestión de estaciones de esquí

92.613. Gestión de otras instalaciones deportivas

92.62. Otras actividades deportivas.

92.621. Clubes y escuelas deportivas

92.622. Gestión de puertos deportivos

92.623. Otras actividades relacionadas con el deporte.

92.7. Actividades recreativas diversas

92.71. Actividades relacionadas con los juegos de azar y apuestas

92.711. Casinos y salas de juegos de azar

92.712. Loterías y apuestas

92.713. Otras actividades relacionadas con juegos de azar

92.72. Otras actividades recreativas

92.720. Otras actividades recreativas

93.02. Peluquería y otros tratamientos de belleza

93.04. Actividades de mantenimiento físico corporal

93.041. Actividades termales y balnearios

93.042. Otras actividades de mantenimiento físico corporal

5.7.- Propuesta final.

Como se ha podido comprobar en las páginas que preceden, la delimitación del sector de la cultura y el ocio no parece que resulte una cuestión baladí. Son muchos los intentos que se han desarrollado y no todos son convergentes, aunque también es cierto que hay un núcleo central común en todos ellos. Con la relación anterior no hemos pretendido en manera alguna ser exhaustivos², pero lo que si está claro es que a la luz de todas esas aportaciones se hace necesaria una revisión de nuestra propuesta inicial.

En esta nueva propuesta el sector de la cultura y el ocio se definirá en torno a tres niveles:

- **Nivel 1: Cultura en sentido estricto**
- **Nivel 2: Actividades de ocio**
- **Nivel 3: Otras actividades de la Cultura y el Ocio**

Con esta clasificación se ha pretendido crear espacios mutuamente excluyentes, aunque este objetivo no siempre se consigue del todo, de manera que sea posible, por mera agregación, pasar de una visión más restringida a otra más amplia de lo que puede entenderse por sector de la cultura y el ocio.

Estos niveles son los que se recogen en la tabla siguiente.

² Hay otros intentos en el caso español, como es el trabajo desarrollado dentro del IDESCAT para la cuantificación de la cuenta satélite de la cultura en Cataluña. La delimitación que se hace del sector en este caso es la misma que la realizada por la EUROSTAT, razón por la que no nos extendemos en su desarrollo y exposición. Otra aportación inicial en el contexto español son los trabajos de García García y otros publicados por la SGAE en los que se realiza una primera cuantificación del sector de la cultura en España por CCAA.

Nivel 1: Cultura en sentido estricto

	Dimensión	Areas/Actividades	CNAE
1.1	Patrimonio cultural	<ul style="list-style-type: none"> • 1.1.1 Monumentos históricos • 1.1.2. Patrimonio arqueológico • 1.1.3. Patrimonio museístico • 1.1.4. Otras formas de patrimonio cultural 	92521 92522 92530?
1.2	Material impreso y literatura	<ul style="list-style-type: none"> • 1.2.1. Libros • 1.2.2. Folletos • 1.2.3. Periódicos • 1.2.4. Revistas • Creación literaria • Edición e impresión de periódicos • Edición de revistas • Edición de libros • Impresión de otros soportes • Venta al por mayor de libros Venta al por menor de libros 	22110 22120 22130 22150 22210? 22220 22230 22240 22250 51471 52470 52502 91332?
1.3	Archivos y Bibliotecas	<ul style="list-style-type: none"> • 1.3.1. Archivos • 1.3.2. Bibliotecas 	
1.4	Música y artes escénicas	<ul style="list-style-type: none"> • 1.4.1. Música al aire libre • 1.4.2. Música en recintos cerrados • 1.4.3. Teatro • 1.4.4. Danza • 1.4.5. Conciertos • 1.4.6. Opera y musicales • 1.4.7. Otras artes escénicas (circo, marionetas, etc) • Grabaciones de audio y audiovisuales • Instalaciones para las artes escénicas • Composición de música • Edición de música • Compañías de grabación y distribuidoras • Venta al por menor de música • Venta al por menor de instrumentos musicales • Producción de soportes para la grabación 	22140 22310 22320 22330 92311 92312 92313 92320 92343
1.5	Artes visuales, plásticas y artesanía	<ul style="list-style-type: none"> • 1.5.1. Pintura • 1.5.2. Escultura • 1.5.3. Artes gráficas • 1.5.4. Artesanía • 1.5.5. Fotografía • 1.5.6. Otras formas de arte visual • Artes visuales y de diseño • Creación artes visuales básicas y artesanía • Servicios comerciales de fotografía • Venta al por menor de artes visuales y artesanía 	36222? 36300? 52481? 52487 52501
1.6	Medios de comunicación, audio y audiovisuales, multimedia	<ul style="list-style-type: none"> • 1.6.1. Cine • 1.6.2. Radio • 1.6.3. Televisión • 1.6.4. Vídeo • 1.6.5. Multimedia • Grabación • Servicios de radio 	51430 52450? 92111 92112 92121 92122 92130 92201

XIII ENCUENTRO DE ECONOMÍA PÚBLICA. ALMERÍA, 2006

		<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de televisión • Producción de vídeos y películas • Distribución de vídeos y películas • Exhibición de películas • Servicios de alquiler de vídeos • Creación de contenidos interactivos • Servicios de información electrónica • Producción de soportes para la grabación 	92202 92203 92400
1.7	Arquitectura, Diseño y Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • 1.7.1. Arquitectura • 1.7.2. Diseño (gráfico y otro tipo) • 1.7.3. Publicidad (diseño) 	

Nivel 2: Actividades de ocio

	Dimensión	Areas/Actividades	CNAE
2.1	Juegos y deportes	<ul style="list-style-type: none"> • 2.1.1. Gimnasios y centros de culturismo • 2.1.2. Otras instalaciones deportivas y de actividades físicas • 2.1.3. Organizaciones administrativas para el deporte y las actividades físicas • 2.1.4. Clubes, equipos y profesionales del deporte y las actividades físicas • 2.1.5. Actividades al aire libre • Servicios para el ejercicio del deporte y las actividades físicas • Producción de bienes para el deporte y las actividades físicas • Venta la por mayor de bienes para el deporte y las actividades físicas • Venta la por menor de bienes para el deporte y las actividades físicas 	36400 36500 45232? 51472 51475? 52483 92611 92612 92613 92621 92622 92623 92720
2.2	Carreras de caballos, de perros y tauromaquia	<ul style="list-style-type: none"> • 2.2.1. Carreras de caballos • 2.2.2. Carreras de perros • 2.2.3. Tauromaquia 	92342
2.3	Naturaleza y medioambiente	<ul style="list-style-type: none"> • 2.3.1. Medioambiente natural • 2.3.2. Medioambiente urbano (calidad de vida en la ciudad) • 2.3.3. Parques naturales y reservas • 2.3.4. Parques zoológicos y acuáticos • 2.3.5. Jardines botánicos 	

Nivel 3: Otras actividades de la Cultura y el Ocio

	Dimensión	Areas/Actividades	CNAE
3.1	Juego	<ul style="list-style-type: none"> • 3.1.1. Casinos • 3.1.2. Otros servicios del juego 	92711 92712 92713
3.2	Empresas recreativas	<ul style="list-style-type: none"> • 3.2.1. Parques temáticos y de ocio • 3.2.2. Otras empresas recreativas y de ocio 	92330
3.3	Actividades socio-culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones • Servicios socio-culturales multifunción • Prácticas socio-culturales • Prácticas individuales • Vida familiar • Vida en comunidad • Datos multidimensionales • Grupos y clubs específicos • Organizaciones religiosas 	
3.4	Producción de otros bienes y servicios de la cultura y el ocio	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de reservas y venta de entradas • Servicios de agentes y representantes • Representantes de eventos • Empresas, profesionales y asociaciones laborales de la cultura y el ocio • Otros bienes y servicios de la cultura y el ocio 	
3.5	Construcción de instalaciones de la cultura y el ocio	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de instalaciones de la cultura y el ocio 	

Bibliografía

Australian Bureau of Statistics (2001): Australian Culture and Leisure Classification. www.abs.go.au

Baró, E. (2003): *Comptabilitat Satèl.lit de la Cultura*. Institut d'Estadística de Catalunya.

Department for Culture, Media and Sport (2004): *DCMS Evidence Toolkit – DET. Technical Report*. www.culture.gov.uk

IEA. Central de Balances de Andalucía.

INE. Contabilidad Regional. Serie 1995-2004.

INE. Directorio Central de Empresas. 2004.

INE (2004): *Cuenta Satélite del turismo en España: Nota metodológica*.

Minister of Industry (2004): *Canadian Framework for Cultural Statistics*. Cultural Statistics Program. www.statcan.ca

Rubalcaba, L. y Patricia Gabaldón (): *Fuentes estadísticas y explotación preliminar de la industria del ocio y la cultura en la comunidad de Madrid*. SERVILAB e Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

UNESCO (1986): *Framework for Cultural Statistics*.

UE (1997): *Cultural Statistics in the UE: Final report of the LEG*.

Wassall, G. H. and Douglas DeNatale (1997): *Arts, Cultural, and Humanities Organizations in the New England Economy, 1996*. New England Foundations for the Arts.

Wassall, G. H. and Douglas DeNatale (2003): *New England's Creative Economy: The Non-Profit Sector, 2000*. New England Foundations for the Arts.