

MEDICIONES CULTURALES

RESULTADOS DEL PROYECTO:

ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DE
CULTURA, CSC, EN LOS PAÍSES DEL ÁREA ANDINA



MEDICIONES CULTURALES

**RESULTADOS DEL PROYECTO:
ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DE
CULTURA, CSC, EN LOS PAÍSES DEL ÁREA ANDINA**

MEDICIONES CULTURALES

Resultados del proyecto: Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, CSC, en los países del área andina

La presente publicación contiene los resultados obtenidos a partir de la ejecución del proyecto «Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, CSC, en los Países del Área Andina», en el que participaron Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú gracias al financiamiento de la Organización de los Estados Americanos (OEA) –a través del Fondo de Cooperación para el Desarrollo–, y cuyo desarrollo tuvo lugar durante el período julio 2014 - marzo 2017.

En tal sentido, la información presentada ha sido elaborada por el Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia, el Instituto Nacional de Estadística de Bolivia, el Ministerio de Cultura de Colombia, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia, el Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador, el Ministerio de Cultura de Perú y el Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú.

Coordinación editorial: Alejandra María Muñoz Montoya y Gabriela Falconí Piedra

Revisión técnica: Francisco Ernesto Carrillo Castillo y Paola Andrea Angulo Ealo

Diseño, diagramación e impresión: Estación La Cultura S.A.C.

Fotografías: Imágenes gestionadas por el Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia, el Ministerio de Cultura de Colombia, el Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador y el Ministerio de Cultura de Perú.

Fecha de edición: Marzo 2017

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2017-03899



PERÚ Ministerio de Cultura



Con el apoyo de:



Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia

Marko Machicao Bankovic
Ministro de Culturas y Turismo

Max Eguivar Estrada
Director General de Promoción Cultural y Artística

Erick Junior López Calisaya
Jefe de la Unidad de Industrias Culturales

Sigrid Álvarez Cariaga
Jefe de la Unidad de Relaciones Internacionales

Wilma Cordero Aranibar
Profesional en Relaciones Internacionales

Andrea Pericón Romero
Encargada de Industrias de Artes Populares

Luzmila Párraga Ayala
Técnico en Industrias Culturales

Instituto Nacional de Estadística de Bolivia

Luis Fernando Pereira Stambuk
Director General Ejecutivo

Hugo Alberto Alba Braun
Director de Cuentas Nacionales

Miguel Ángel Cruz Oblitas
Jefe de Unidad de Síntesis Macroeconómica de Coyuntura

Norka María Cristina Tapia Villareal
Jefe de Unidad de Insumo Producto

Luis Marvel Campero Cutipa
Especialista en Cuentas Nacionales de Servicios Básicos, Transporte y Comunicaciones

Daniel Rivero Cusicanqui
Profesional en Cuentas Satélite y Metodologías

Autores del capítulo Bolivia

Erick Junior López Calisaya
Andrea Pericón Romero
Miguel Ángel Cruz Oblitas
Luis Marvel Campero Cutipa
Danny Daniel Rivero Cusicanqui

Agradecimientos a personas que han aportado al desarrollo del proyecto:
José Carlos Solares Ortega

Ministerio de Cultura de Colombia

Mariana Garcés Córdoba
Ministra de Cultura

Zulia Mena García
Viceministra de Cultura

Enzo Rafael Ariza Ayala
Secretario General

Adriana González Hassig
Coordinadora Grupo de Emprendimiento Cultural

Eduardo Saravia Díaz
Paola Andrea Angulo Ealo
Raúl Ernesto Casas Valencia
Diana Alexandra Varón Cárdenas
Equipo de trabajo Cuenta Satélite de Cultura

Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia

Mauricio Perfetti del Corral
Director

Giovanni Buitrago Hoyos
Director de Síntesis y Cuentas Nacionales

Marion Pinot de Libreros
Asesora técnica

Iván Ernesto Piraquive López
Coordinador Cuentas Satélite

Francisco Ernesto Carrillo Castillo
Maribel Tarazona Camacho
Helver Camilo Moreno González
Equipo Técnico Cuenta Satélite de Cultura

Autores del capítulo Colombia

Eduardo Saravia Díaz
Francisco Ernesto Carrillo Castillo
Mario Arturo Suárez Mendoza
Raúl Ernesto Casas Valencia

Agradecimientos a personas que han participado en el desarrollo del proyecto:

Ángel Eduardo Moreno Marín, Adriana Rubio Samacá, Diana Cristina Vargas Quintero, Iván Malaver, Mario Arturo Suárez Mendoza, Mauricio Agudelo Ruíz, Juan Fernando Plazas.

Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador

Raúl Vallejo Corral
Ministro de Cultura y Patrimonio

Juan Martín Cueva Armijos
Viceministro de Cultura y Patrimonio

María Belén Moncayo Benalcázar
Subsecretaria de Emprendimientos e Industrias Culturales

José Daniel Flores Cevallos
María Catalina Noroña Torres
Jonathan Cárdenas Castillo
Valeria Alexandra Ramos Navas
Equipo Técnico de la Cuenta Satélite de Cultura

Autores del capítulo Ecuador

José Daniel Flores Cevallos
Sebastián Zambrano Figueroa
Andrea Salomé Yáñez Arcos
Jonathan Cárdenas Castillo

Agradecimientos a otras personas que aportaron al desarrollo del proyecto:
Roberto Pazmiño, Amparito Sanipatín, Johanna Peñafiel, Mario Ruales, Daniela Hernández, Lisset Astudillo, Lourdes Arellano, Diego Abente.

Ministerio de Cultura de Perú

Salvador Alejandro Jorge del Solar Labarthe
Ministro de Cultura

Jorge Ernesto Arrunátegui Gadea
Viceministro de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales

Pierre Emile Vandoorne Romero
Director General (e) de Industrias Culturales y Artes

Ezio Neyra Magagna
Director (e) del Libro y la Lectura

Luz Fabiola Figueroa Cárdenas
Directora (e) de Artes

Pierre Emile Vandoorne Romero
Director (e) del Audiovisual, de la Fonografía y los Nuevos Medios

Jacqueline Sacramento del Valle
Nilton César Tasayco Pachas
Emilia Dora Ulloa Angulo
Marlene Ramírez Palomino
Equipo Técnico Cuenta Satélite de Cultura

Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú

Víctor Aníbal Sánchez Aguilar
Jefe Instituto Nacional de Estadística e Informática

José Luis Robles Franco
Director Nacional de Cuentas Nacionales

Francisco Javier Vásquez Chihuan
Director Ejecutivo de Cuentas de Hogares

Autores del capítulo Perú

Jacqueline Sacramento del Valle
Nilton César Tasayco Pachas
Emilia Dora Ulloa Angulo
Marlene Ramírez Palomino
Gabriela Falconí Piedra
Alejandra María Muñoz Montoya
César Anthony Tonconi Calisaya
Zoila Gloria Quezada Reyes
Alonso Castro Gutiérrez

Carmen Reyes Hiuguay
Asesora Externa Ministerio de Cultura

Agradecimientos a personas que han aportado al desarrollo del proyecto:

Luis Alberto Peirano Falconí, Rafael Varón Gabai, Mariela Ninna Noriega Alegría, Daniel Alfaro Paredes, Mercedes Wu Gondo, Nohemí Herrera Yarihuaman, Dennis Julio Caparachín Torres, Evelyn Dakli Sáenz Guevara, Natalia Ames Ramello, Eduardo Martín Morán Huanay, Javier Lara Camere, Alonso Almenara Ortiz, Carlos La Rosa Vásquez, Julio César Vega Guanilo, Raúl Álvarez Espinoza, Daniel Paolo Segovia Medina, Vilma Loli Barcelli.

Organización de los Estados Americanos

Luis Leonardo Almagro Lemes
Secretario General

Kim Osborne
Secretaria Ejecutiva
Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI)

Gloria Isabel Zuluaga
Monitoreo y Evaluación de Proyectos
Fondo de Cooperación para el Desarrollo (FCD)
Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI)

María Isabel Moscol
Oficial Administrativo
Oficina de la SG/OEA en Perú

MINISTERIO DE CULTURAS Y TURISMO DE BOLIVIA

Para el Ministerio de Culturas y Turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, el proyecto «Elaboración e Implementación de la Cuenta Satélite de la Cultura, CSC en los países del Área Andina» es una herramienta que permite la comprensión del papel protagónico que tienen los procesos culturales en el desarrollo económico del país y el impacto social que tiene la cultura, a partir de los resultados se pueden impulsar las políticas públicas, orientar la inversión pública y privada y mejorar las condiciones de las diversas áreas de desarrollo cultural.

Bolivia, en el marco del Convenio Interinstitucional con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), conformó el Comité Técnico de la Cuenta Satélite de Culturas, planteándose la creación del Sistema de Información Estadística de Culturas (SIEC) como objetivo previo a la realización de la CSC, en tal sentido agradece y felicita el permanente desempeño y trabajo coordinado.

Estamos convencidos de que las investigaciones y diagnósticos que se están desarrollando permitirán establecer criterios básicos para la construcción de la CSC en Bolivia, de acuerdo con estándares internacionales a partir de los cuales se pueda diseñar, monitorear y evaluar futuros proyectos de apoyo a las actividades culturales que amplíen el acceso a la cultura de tal forma que permita evidenciar su importancia económica, identificar los mecanismos de financiación pública y privada, cuantificar y diagnosticar la fuerza de trabajo, caracterizar las potencialidades y debilidades de las distintas actividades culturales y abordar temas como la diversidad en la oferta y demanda de productos y servicios en los diferentes sectores de las Industrias Culturales.

El Ministerio de Culturas y Turismo se compromete a seguir apoyando estos emprendimientos para el desarrollo de la Industria Cultural de los bolivianos, bolivianas y de la comunidad internacional.

Marko Machicao Bankovic

Ministro de Culturas y Turismo

Estado Plurinacional de Bolivia

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA

La relación entre cultura y economía en el contexto latinoamericano, ha venido fortaleciéndose a través de proyectos que apuntan a visibilizar las dinámicas económicas de los bienes y servicios culturales. En las declaraciones finales de la XXIV Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, llevada a cabo en Veracruz, México, bajo el lema: «Iberoamérica en el Siglo XXI: Educación, Innovación y Cultura», se destacó la importancia de implementar y promocionar sistemas de información estadísticos como la Cuenta Satélite de Cultura, para vigorizar a las Industrias Culturales.

En la última década, los países de la Comunidad Andina han adelantado un proyecto de cooperación, con el objetivo de armonizar las metodologías de medición económica. Esto garantiza indicadores comparables entre sí y análisis confiables de comportamientos del campo cultural. El resultado de este proceso ha permitido avanzar de manera coordinada entre los países para la medición de cuatro sectores.

Para Colombia este proyecto deja múltiples aprendizajes. Por un lado, el intercambio permitió evaluar nuevos mecanismos de investigación que mejoran las capacidades técnicas de las instituciones que recaban información, la analizan y la publican. Por otra parte, se logró consolidar la medición de otros segmentos que no se habían abordado previamente.

El aporte de Colombia consistió en compartir su experiencia y su conocimiento en la implementación de la metodología de Cuenta Satélite de Cultura de Colombia, un hito en la región que estamos prestos a contribuir para que se replique en todo el continente. Ésta es el resultado de un trabajo coordinado entre el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), y el Ministerio de Cultura desde el año 2002.

El Ministerio de Cultura de Colombia está comprometido con estos escenarios que propician el intercambio y cooperación, que promueven la integración regional y el fortalecimiento del sector cultural. El presente documento de análisis económico es un valioso instrumento para la toma de decisiones en materia de política cultural regional, en un momento en el que nuestros países apuntan a transformaciones integrales basados en la diversidad cultural y su impacto en la economía nacional. Celebramos el esfuerzo de todos los equipos involucrados para traernos esta herramienta y seguir fortaleciendo las industrias culturales de nuestra región.

Mariana Garcés Córdoba

Ministra de Cultura

República de Colombia

MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ECUADOR

La Constitución de la República del Ecuador expresa la voluntad de construir una sociedad democrática, soberana, plurinacional e intercultural. Establece que las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa y al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, definiendo como responsabilidad del Estado la generación de incentivos a los emprendimientos y la creación.

La vigencia de Ley Orgánica de Cultura desde diciembre de 2016, se constituye en uno de los hitos más importantes para el ejercicio de los derechos culturales, en concordancia con lo que establece la Constitución de la República. La Ley, reconoce la necesidad de contar con información consolidada sobre el sector cultural, como una herramienta de apoyo al diseño de políticas y a la toma de decisiones; en este sentido, se crea el Sistema Integral de Información Cultural que tiene como objetivo recopilar, sintetizar, difundir y poner en valor la información del ámbito cultural y patrimonial.

En este contexto, el trabajo de elaboración de la Cuenta Satélite de Cultura en Ecuador, se inicia en el año 2012 como proyecto emblemático ejecutado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio con la participación de instituciones como el Banco Central del Ecuador, el Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano, el Ministerio Coordinador de la Política Económica y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Con la integración del Ecuador al Proyecto «Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de la Cultura (CSC) en los países del Área Andina», coordinado y financiado por la Organización de Estados Americanos (OEA), ha si posible generar un espacio de intercambio de experiencias, generación de información, desarrollo de indicadores de manera homologada y comparable.

El trabajo llevado a cabo nos sitúa ante el desafío de continuar perfeccionando esta herramienta, con la incorporación de información proveniente de la gestión cultural y el patrimonio cultural, como sectores que generan otros valores que son esenciales en la afirmación de nuestra identidad y la diversidad cultural.

Todo el esfuerzo desplegado a nivel nacional y regional se refleja en esta primera publicación de resultados del proyecto. El Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador espera que esta información se convierta en una herramienta útil para fortalecer la política pública y el apoyo a gestores, artistas, actores e investigadores de la cultura.

Raúl Vallejo

*Ministro de Cultura y Patrimonio
República del Ecuador*

MINISTERIO DE CULTURA DE PERÚ

La cultura es un factor clave del desarrollo y, más aún, en países como el Perú, que cuentan con una rica historia y han forjado en base a ella un imaginario único. No es casual, entonces, que en América del Sur se haya promovido la institucionalización de espacios públicos de gestión para la cultura, la creación de Ministerios y la consolidación de instancias de cooperación regional. Sin embargo, estas medidas tienen aún dispares resultados y sigue pendiente el documentar y difundir las evidencias del impacto de este sector en el desarrollo integral de la ciudadanía.

En los últimos años, el Ministerio de Cultura ha venido trabajando en la generación de información y conocimiento sobre el campo cultural para fortalecer el diseño, la implementación y la evaluación de las políticas públicas culturales.

Esta práctica se sumó a una iniciativa que asumieron en 2012 los países del área andina. Así, Perú conjuntamente con Bolivia, Colombia y Ecuador, unieron esfuerzos alrededor de un proyecto que tuvo por objeto conocer la contribución de cuatro actividades culturales en los flujos económicos nacionales: audiovisual, editorial, música y artes escénicas. Desde 2014, este proyecto recibió el apoyo decidido de la Organización de los Estados Americanos (OEA) para su implementación.

En lo que se refiere al Perú, los resultados dan cuenta de la diversidad y potencial de los bienes y servicios culturales producidos en el país. Se evidencia, asimismo, la necesidad de elaborar nuevas metodologías y marcos conceptuales, así como trabajar con más organizaciones públicas y privadas (culturales y no culturales) para perfeccionar los procesos de medición a fin de obtener nuevos datos.

Los resultados del proyecto de la Cuenta Satélite de Cultura, en lo que corresponde al Perú, han sido posibles gracias a una alianza con el Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (INEI), entidad cuya función estratégica y aporte a la consolidación de políticas públicas efectivas es destacado.

Constituir y hacer sostenible un sistema de información cultural es una necesidad en los países de nuestra región, pues es fundamental para fortalecer la institucionalidad cultural, mejorar la calidad de las decisiones públicas y privadas del sector, y potenciar su función en el bienestar de nuestra gente.

Salvador Alejandro Jorge del Solar Labarthe

Ministro de Cultura

República del Perú

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS

Esta publicación se presenta como parte de los resultados del proyecto «Elaboración e Implementación de la Cuenta Satélite de Cultura CSC, en los Países del Área Andina» financiado por el Fondo de Cooperación para el Desarrollo (FCD) de la Organización de los Estados Americanos (OEA). El FCD/OEA es un instrumento innovador de cooperación técnica no reembolsable que contribuye al financiamiento de programas y proyectos nacionales y multinacionales de cooperación, ejecutados bajo el Plan Estratégico de Alianzas para el Desarrollo de la Organización. El FCD/OEA está compuesto principalmente por contribuciones voluntarias de los Estados Miembros.

Esta iniciativa permitió que Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú armonizaran las mediciones de sectores específicos de sus bienes y servicios culturales pudiendo así calcular el impacto de la cultura en la economía de estos países. En ese sentido, los Estados participantes ahora cuentan con un análisis económico de la información estadística cultural en cuatro sectores: Libros y publicaciones, audiovisual, música y artes escénicas.

Adicionalmente, a partir del Manual Metodológico de las Cuentas Satélites de Cultura del Convenio Andrés Bello, los países han efectuado desarrollos y aplicaciones metodológicas que han hecho posible obtener información económica cultural; y contar con cuentas que muestran hoy el lugar de este sector en las economías nacionales.

Con base en lo anterior, este proyecto logró afirmar la importancia de este tipo de mediciones y convertirlas en estrategias de información vinculadas a la institucionalidad cultural y estadística nacional de los gobiernos participantes. Asimismo, hizo posible la articulación entre entidades así como la visibilidad del sector en otros ámbitos públicos y privados de cada país gracias al proceso de intercambio generado a partir de la recolección de información.

Los resultados presentados en esta publicación permiten establecer un marco de referencia que sirve de insumo para el direccionamiento de las políticas públicas culturales de los países beneficiarios, y muestran cómo es viable a través de este tipo de iniciativas favorecer el fortalecimiento de las capacidades de los grupos técnicos y de sus instituciones, así como promover comunidades de aprendizaje que gestan conocimiento de manera conjunta.

Kim Osborne

Secretaría Ejecutiva

Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI)

Organización de los Estados Americanos

ÍNDICE

1. Las cifras en cultura y la integración regional	15
2. Hacia una armonización metodológica	23
3. Bolivia	37
Segmento audiovisual	40
Segmento libros y publicaciones	44
Segmento artes escénicas	49
Segmento música	53
Empleo cultural	57
4. Colombia	59
Segmento audiovisual	61
Segmento libros y publicaciones	66
Segmento artes escénicas	72
Segmento música	78
Empleo cultural	83
5. Ecuador	87
Segmento audiovisual	93
Segmento libros y publicaciones	99
Segmento artes escénicas	105
Segmento música	109
Empleo cultural	114
6. Perú	119
Segmento audiovisual	121
Segmento libros y publicaciones	126
Segmento artes escénicas	131
Segmento música	136
Empleo cultural	141
7. Indicadores no monetarios: Una mirada comparada de la región	145
8. Retos y desafíos	157
9. Glosario y bibliografía	163

<u>10. Anexos Estadísticos</u>	175
<u>Cuadros de Bolivia</u>	178
<u>Cuadros de Colombia</u>	184
<u>Cuadros de Ecuador</u>	202
<u>Cuadros de Perú</u>	266
<u>Cuadros de Indicadores no monetarios</u>	274

LAS CIFRAS EN CULTURA Y LA INTEGRACIÓN REGIONAL

7 7 7 8 3 7 8 3
5 5 8 2 5 5 2 5 8 2 5 5
9 8 9 9 3 2 6 3 9 8 9 9 3 2 6
1 9 1 9 6 6 3 9 2 1 9 1 9 6 6 3 9
3 6 7 6 3 5 3 8 5 8 3 6 7 6 3 5 3 8
4 5 2 2 2 9 6 7 9 5 4 5 2 2 2 9 6 7



© Juan David Padilla Vega - Ministerio de Cultura de Colombia

Si bien en los últimos años se ha visibilizado el aporte de la cultura a la producción de riqueza, la diversificación de la economía nacional y la generación de ingresos y empleo, su importancia cobra mayor significado cuando se observa que las expresiones culturales, manifestadas en bienes y servicios culturales, afianzan valores sociales e inciden en la construcción de identidades diversas y el fortalecimiento de la ciudadanía.

El impacto de la cultura, entonces, está relacionado con el desarrollo integral de la sociedad, es decir, con el cambio en el estilo de vida de las personas y, al mismo tiempo, con la mayor circulación y socialización de expresiones culturales. Por ello, la gestión cultural desde los Estados no se trata, como sostiene Víctor Vich (2014), de la pura gestión administrativa, sino de la intervención social para crear marcos institucionales que dinamicen la producción y circulación de expresiones culturales que, al mismo tiempo, generen espacios de creación y reflexión ciudadana.

En el marco de estos debates, Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, además de impulsar una serie de herramientas gubernamentales relacionadas con esta doble naturaleza de la cultura (las dimensiones social y económica propuestas por Unesco en el MEC-2009), tomaron plena conciencia del rol fundamental que tiene la generación de información para mejorar la gestión de la cultura, conseguir recursos para su continuidad y sostenibilidad y, sobre todo, para orientar de manera eficiente y eficaz las políticas públicas así como las decisiones de los actores públicos y privados que en ellas intervienen.

La participación de los cuatro países en los encuentros organizados por el Convenio Andrés Bello (CAB) -alrededor del papel de la cultura como factor de desarrollo e integración regional- o en los Seminarios convocados por el Sistema de Información Cultural (Sicsur) del Mercosur evidenció la precariedad de los datos que existen sobre el quehacer cultural de la región. Ello motivó el trabajo conjunto con la finalidad de realizar un diagnóstico inicial en la región

mediante una medición económica de las industrias culturales, el patrimonio cultural material e inmaterial y del campo cultural en general.

En este contexto, algunos países realizaron mediciones y estadísticas pioneras de las actividades consideradas características del campo de la cultura. Los datos hallados, si bien fueron notables, develaron al mismo tiempo dos necesidades: por un lado, medir con mayor precisión el sector cultural y, por otro, elaborar una metodología que sirviera como referencia común para las estadísticas de la cultura.

En el año 2005, el Convenio Andrés Bello, conjuntamente con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Aecid), dedicó esfuerzos a elaborar una propuesta regional de medición del campo cultural, la cual fue publicada en el 2009 bajo el título *Cuenta Satélite de Cultura. Manual Metodológico para su Implementación en Latinoamérica*.

A inicios del año 2012, Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú coincidieron en llevar a cabo las Cuentas Satélite de la Cultura (CSC) como una estrategia de armonización que contemplara la aplicación de metodologías homogéneas y comparables, la generación de mecanismos de medición económica –como la participación de las actividades culturales en el total de la economía de cada país, por ejemplo– y la producción de información estadística del campo cultural. Asimismo, acordaron que era importante la comparación con otros sectores de la economía y la definición de un sistema de indicadores, monetarios y no monetarios, de cada uno de los segmentos que lo componen.

Convencidos de que las CSC fortalecían el campo cultural (las industrias culturales y creativas, el patrimonio cultural y la educación cultural) al brindar información precisa y consistente, los cuatro países aprovecharon su confluencia en la Comunidad Andina de Naciones (CAN) como espacio de integración regional para, por un lado, seguir las orientaciones propuestas por el Manual del Convenio Andrés Bello sobre las Cuentas Satélites de Cultura (2009); y, por el otro, elaborar una normativa regional vinculante, la cual fue aprobada en marzo de 2013 con el nombre de «Programa de armonización de Estadísticas y Cuentas Satélite de la Cultura» (Decisión 782 de la CAN).

Durante el año 2012, a propósito de los esfuerzos realizados, los cuatro países acordaron desarrollar el proyecto «Elaboración e implementación de las Cuentas Satélite de la Cultura, CSC, en los Países del Área Andina». Dicha propuesta fue presentada a la Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral (SEDI) de la Organización de los Estados Americanos, y se recibió la aprobación para su financiamiento en diciembre de 2013, dándose inicio a la ejecución del proyecto en julio de 2014.

Sin duda alguna, una de las ventajas iniciales del proyecto fue la experiencia desarrollada por Colombia al elaborar la serie estadística 2005-2013 de la Cuenta Satélite de Cultura, pues dicho aprendizaje permitió compartir conocimientos y, de igual manera, orientar a los equipos técnicos de los países mediante talleres presenciales, reuniones virtuales y comunicaciones electrónicas.

Asimismo, fue vital partir de acuerdos comunes como la definición del 2007 como año base de la investigación (por cuanto es un periodo del cual existe una buena disponibilidad de datos económicos en los cuatro países), el uso de la metodología propuesta por el Manual del Convenio Andrés Bello y la delimitación de los cuatro sectores del campo cultural a investigar:

editorial, audiovisual, música y artes escénicas (los cuales fueron seleccionados respecto a su representatividad y la disponibilidad de información existente en cada uno de los países).

Después de un trabajo exhaustivo en equipo que duró alrededor de 33 meses, Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú presentan los resultados de este ejercicio de medición que es pionero en la región por la implementación armonizada de las Cuentas Satélite de Cultura, el intercambio de indicadores no monetarios de los sectores culturales establecidos y la elaboración de planes de sostenibilidad con perspectiva regional.

Desde un enfoque netamente económico, se puede afirmar que las actividades y productos de los cuatro sectores culturales seleccionados conforman un mercado interesante donde se generan recursos y fuentes de empleo. Al 2007, en los cuatro países los segmentos culturales establecidos produjeron alrededor de USD \$ 2.6 miles de millones de dólares. Esta cifra representa el valor agregado bruto¹, es decir, el valor adicional generado en la economía durante el proceso de producción, tal como se observa en el cuadro n.º 1:

**CUADRO N.º 1: CONSOLIDADO DE CUATRO SECTORES DEL CAMPO CULTURAL
VALOR AGREGADO BRUTO POR PAÍS
(en miles de dólares americanos USD de 2007)**

Países	Audiovisual	Libros y publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Bolivia ⁽¹⁾	94,253	44,038	1,646	3,673	143,610
Colombia	828,813	678,998	15,040	53,270	1,576,121
Ecuador	112,726	36,064	794	896	150,480
Perú	414,441	260,989	23,075	111,869	810,374
Total	1,450,233	1,020,089	40,555	169,708	2,680,585

Notas: (1)Preliminar

Fuentes:

Bolivia: Instituto Nacional de Estadística. 2007.

Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. 2007.

Ecuador: Banco Central del Ecuador - Ministerio de Cultura y Patrimonio. 2007.

Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura. 2007.

1 «El valor agregado es de interés analítico porque la suma del valor agregado de todas las unidades residentes más los impuestos sobre los productos (menos subvenciones a los productos), conforma el producto interno bruto (PIB), según la Organización de las Naciones Unidas 2008. Sistemas de Cuentas Nacionales. Cuando se elaboran mediciones focalizadas de las actividades económicas de un sector de la economía en particular, como es el caso de la cultura en la CSC, se obtiene el Valor Agregado Bruto (VAB) de esas actividades culturales. Para establecer la participación de un sector económico en el total de la economía de un país, se debe relacionar y comparar el VAB del sector en cuestión con el VAB del total de la economía, y no con respecto al PIB porque para el cálculo del PIB se deduce el valor apropiado por el gobierno bajo la forma de impuestos sobre la producción y se añade el valor de las subvenciones sobre la producción, lo que en algunos países puede ser un porcentaje relevante. Entonces, si se relacionara el VAB del campo cultural con el PIB es muy posible que se este subvalorando la participación de las actividades culturales en la economía total, lo cual no sería aceptable técnica ni políticamente». Disponible en: <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008Spanish.pdf>

Con base en lo anterior, cabe destacar que el porcentaje de participación del valor agregado bruto cultural ha sido significativo en los cuatro países de la región. En promedio, la participación regional es de 0.5%, siendo Bolivia la nación que presenta la mayor participación del valor agregado cultural en el valor agregado bruto total (1.09%) respecto a Ecuador, en el cual la participación cultural es de 0.31% según el estudio.

CUADRO N.º 2: APOORTE DEL VALOR AGREGADO BRUTO CULTURAL AL VALOR AGREGADO NACIONAL (2007)
(en miles de dólares americanos USD de 2007)

Países	Valor agregado bruto del sector cultural	Valor agregado bruto total	% de participación
Bolivia ⁽¹⁾	143,611	13,214,607	1.09
Colombia	1,576,121	333,802,776	0.47
Ecuador	150,480	48,510,903	0.31
Perú	810,374	93,718,009	0.87
Total	2,680,585	489,246,295	-

Notas: ⁽¹⁾Preliminar

Fuentes:

Bolivia: Instituto Nacional de Estadística. 2007. El Valor Agregado Bruto Total se refiere al valor del PIB

Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. 2007.

Ecuador: Banco Central del Ecuador - Ministerio de Cultura y Patrimonio. 2007.

Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura. 2007.

La oportunidad estratégica que tienen nuestros países en el ámbito internacional gracias a su diversidad y riqueza cultural, así como el aprovechamiento de la información para que los agentes culturales puedan mejorar sus proyectos de emprendimiento bajo un marco de oportunidades de igualdad, son dos temas claves que ha visibilizado el desarrollo de la CSC.

De ahí que el reto en los próximos años para Bolivia, Ecuador y Perú sea seguir los pasos de Colombia en la realización de más y nuevas investigaciones sobre el campo cultural con miras a obtener información actualizada que, por un lado, permita evaluar y formular políticas públicas culturales y, por otro, sea un referente para la toma de decisiones de agentes públicos y privados.

Los aprendizajes obtenidos durante la ejecución del proyecto son múltiples e incluyen, además del desarrollo de metodologías armonizadas y comparables o el diseño de marcos conceptuales consensuados –los cuales enriquecieron a su vez el proceso en cada país–, la generación de estrategias conjuntas de mayor efectividad para el logro de objetivos comunes. En este sentido, fue muy significativo el fortalecimiento de las capacidades de los técnicos y especialistas de cada país involucrado en el proyecto, al generar un trabajo articulado que ha permitido posicionar y reconocer la potencialidad del campo cultural para contribuir al desarrollo integral de los países participantes.

El conocimiento en torno a las dinámicas económicas a través de la identificación de las unidades productivas de las actividades culturales regionales fue otro aprendizaje invaluable de

este ejercicio de medición, que dio cuenta del efecto que tienen las industrias culturales en las demás actividades económicas y las características de su demanda, proporcionando una lectura sobre la participación y evolución del campo cultural con respecto al total de las economías nacionales y su comparación con otros sectores económicos.

Al término del proyecto, los gobiernos de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú pueden constatar el fortalecimiento de la información estadística cultural que han alcanzado gracias a la armonización. Ejercicio exitoso que bien podría replicarse de manera regional como una acción clave de cooperación entre países latinoamericanos para el intercambio de saberes en relación a la producción y gestión de sistemas de información sobre los fenómenos culturales.

HACIA UNA ARMONIZACIÓN METODOLÓGICA

7
5 8 2 5 5 2 5 8 2 5 5
9 8 9 9 3 2 6 3 9 8 9 9 3 2 6
1 9 1 9 6 6 3 9 2 1 9 1 9 6 6 3 9
3 6 7 6 3 5 3 8 5 8 3 6 7 6 3 5 3 8
4 5 2 2 2 9 6 7 9 5 4 5 2 2 2 9 6 7



© Ministerio de Cultura de Perú

La Guía Metodológica para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica, elaborada por el Convenio Andrés Bello¹ con la participación de varios equipos técnicos de la región, representó para los países participantes en el proyecto el punto de partida que permitió desarrollar la estrategia inicial de armonización.

Por acuerdo unánime se definieron actividades y productos -objetos de medición- de cuatro segmentos del campo cultural a trabajar: (1) Audiovisual, (2) Editorial, (3) Artes Escénicas y (4) Música². El objetivo común fue dar cuenta de sus características, enmarcándolas dentro del contexto económico de cada país, con la finalidad de visibilizar los aportes de estas manifestaciones culturales al desarrollo económico de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Para armonizar la medición de los cuatro segmentos culturales se retomaron ciertas definiciones y, en otros casos, se debatió cómo se realizaría la aplicación metodológica tomando en cuenta las características de cada país. En este acápite se intenta resumir dicho proceso:

1. LA CUENTA SATÉLITE DE CULTURA

Las Cuentas Satélite de Cultura de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú son un conjunto de cuentas basadas en los principios metodológicos de la Contabilidad Nacional, que consideran como marco de referencia al Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas (SCN 2008)³, y que presentan los distintos parámetros económicos, oferta y demanda, usos y recursos de la cultura de forma interrelacionada. El propósito es ofrecer un conjunto de variables

1 Convenio Andrés Bello 2015. Guía Metodológica para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. Segunda edición. Bogotá: Convenio Andrés Bello. Disponible en: http://convenioandresbello.org/inicio/wp-content/uploads/2015/10/guia_metodologica_digital-final.pdf

2 En el caso de Ecuador, debido a la falta de desagregación de la información, se incluye la música en vivo como parte del segmento artes escénicas.

3 Sistema de Cuentas Nacionales 2008, documento producido y realizado bajo los auspicios de las Naciones Unidas, la Comisión Europea, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial.

macroeconómicas que muestren la estructura productiva de los segmentos culturales y la importancia que cada uno tiene en el conjunto de cada economía.

2. METODOLOGÍA APLICADA

Con relación a las variables principales, el trabajo se realizó por segmento y de manera simultánea para los productores y productos característicos de cada segmento cultural. Para los primeros se establecieron cuentas de producción y cuentas de generación del ingreso, obteniéndose así, con la primera cuenta, la producción total a valores corrientes y constantes –según el caso– desagregada en producción principal y secundaria, los consumos intermedios a precios de comprador y por diferencia el valor agregado bruto; y, con la segunda, la desagregación del valor agregado entre los factores trabajo (remuneración a los asalariados), gobierno (impuestos a la producción) y capital (excedente bruto de explotación).

Las unidades observadas fueron las empresas, establecimientos y personas naturales que constituyeron las unidades productoras culturales. Respecto a los productos característicos de cada segmento cultural se estableció el equilibrio de oferta-utilización o Balances de Oferta Utilización (BOU).

En la oferta se identificaron:

- La producción a precios básicos y producción de mercado.
- Las importaciones y sus respectivos impuestos.
- Los otros impuestos netos de subsidios sobre los productos e impuesto al valor agregado no deducible.
- Los márgenes de comercio.

En el caso de la demanda se determinaron:

- El consumo intermedio a precios de comprador y a precios básicos.
- El consumo final de los hogares a precios de comprador.
- El consumo final del gobierno general y de las instituciones privadas sin fines de lucro.
- La formación bruta de capital fijo en productos culturales.
- La variación de existencias de bienes culturales de los productores.
- Las exportaciones.

En el cálculo del empleo sólo se consideraron dos categorías de desagregación en relación a las modalidades de contratación en el proceso productivo: asalariados e independientes. Esta última categoría agrupó a los trabajadores por cuenta propia o empresarios individuales, y a los ayudantes familiares. El cálculo específico fue a través del empleo equivalente⁴.

Respecto a las fuentes de información, éstas fueron muy variadas en cada país. Se destacan en este caso:

- La información de las cuentas nacionales de cada país elaboradas por los institutos nacionales de estadísticas o por los bancos centrales.
- Las encuestas específicas elaboradas por los institutos nacionales de estadística.
- Los sistemas de información o registros de los Ministerios de Cultura.
- Información sobre comercio exterior e impuestos de las entidades encargadas de administrar, fiscalizar y recaudar los tributos internos en cada país, así como controlar el tráfico internacional de mercancías.

4 Al decir empleo equivalente nos referimos al «número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo» que «se define como el total de horas efectivamente trabajadas por todas las personas empleadas dividido por el promedio de horas efectivamente trabajadas en puestos de trabajo de tiempo completo». Sistema de Cuentas Nacionales 2008 (SCN 2008), Pp. 541.

- Información derivada de los procesos de los organismos de control como, por ejemplo, el Sistema de Información y Registro Empresarial (Sirem) de la Superintendencia de Sociedades de Colombia o la información de la balanza de pagos realizada por el Banco Central de Bolivia.
- Estados financieros de las empresas dedicadas a las actividades culturales.
- Información de entidades privadas relacionadas al ámbito cultural.
- Datos generados en las actividades de los financiadores⁵ como por ejemplo el Registro Administrativo de los Espectáculos Públicos Culturales 2007 del Ministerio de Cultura de Perú.

Respecto a los clasificadores internacionales de referencia, los países participantes en el proyecto utilizaron la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev. 4) y la Clasificación Central de Productos (CPC ver 2) para la identificación de las actividades económicas y los productos culturales⁶. Asimismo, los cuatro países concertaron realizar los cálculos con base en el año 2007, a fin de contar con un año de referencia para todas las variables macroeconómicas en miles de dólares americanos de cada segmento cultural.

3. SEGMENTOS CULTURALES DEL ESTUDIO

a) Audiovisual

Respecto a este segmento cultural los países participantes del proyecto acordaron trabajar 6 actividades culturales (ver tabla n.º 1). Se identificaron cuatro subsegmentos: cine, video, radio y televisión, de los cuales se desprendieron seis actividades culturales.

En Colombia, para este segmento cultural se procedió primero al cálculo desagregado por actividad cultural. En el cálculo de las actividades de producción y distribución de películas cinematográficas y videos se identificaron tres subactividades: *producción de filmes*, *producción de video* y *distribución de filmes* para los cuales se manejaron fuentes de información y mecanismos diferenciados entre sí.

La producción de filmes se calculó por la sumatoria del monto que los exhibidores transfieren cada año a los productores de las películas colombianas por la exhibición de las mismas según el Sistema de Registro Cinematográfico (Sirec), más los ingresos correspondientes a los subsidios del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), más el valor deducido por el gobierno central por concepto de impuestos a inversionistas y donantes (41.25%) según la Ley del Cine de 2003, y más los ingresos obtenidos por concepto del comercio exterior que reporta la DIAN para esta subactividad.

El consumo intermedio para la producción de filmes se calculó con base en la información presupuestal de cada una de las películas producidas en el año (se toma como referencia el año o los años en que se hizo la preproducción, producción y postproducción y gastos de promoción) que no necesariamente coinciden con el año de estreno.

Para calcular la producción y consumo intermedio de la producción de video, primero se identificaron y reclasificaron algunas empresas que se encontraban en otras actividades. Adicionalmente, se vinculó la información de las empresas de la Superintendencia de Sociedades y la Encuesta Anual de Servicios (EAS) que no cruzan con los agentes identificados en el Sirec.

5 Convenio Andrés Bello 2015. Pp. 215.

6 Convenio Andrés Bello 2015. Pp. 57.

Para calcular la producción de la subactividad *distribución de filmes*, se usó la información disponible en el Sirec del módulo macrocine y módulo análisis de taquilla. Esta fuente cuenta con información desagregada sobre la suma de pago o abono efectuado al distribuidor de películas no colombianas, lo que en agregado representa los ingresos de todos los agentes encargados de la distribución de filmes y videocintas.

Para la actividad *exhibición de películas cinematográficas y videos* también se utilizó la información del Sirec de los módulos macrocine y análisis de taquilla para obtener los valores de producción mientras que para obtener el consumo intermedio se usó la estructura de costos de otras fuentes de información, expandida a todas las empresas incluidas en el cálculo de la cuenta de producción de la actividad. Las cuentas de producción de las actividades *programas de televisión y radio* fueron calculadas a nivel agregado dado que no identificaron una delimitación clara entre los agentes que las desarrollan.

En el cálculo de la producción de estas actividades se cruzaron los datos obtenidos de la Superintendencia de Sociedades, la EAS, la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), la información sobre canales públicos de televisión suministrada por la Contaduría General de la Nación y la información sobre los canales privados (Caracol y RCN) de la Superintendencia Financiera de Colombia.

Para el caso de la actividad *televisión por suscripción* se utilizó la información proveniente de la Superintendencia de Sociedades, la EAS del DANE y la información de la Comisión Nacional de Televisión, la cual cuenta con datos de ingresos para cada una de las empresas relacionadas al 2007 así como información del número de suscriptores.

En Perú, para este segmento cultural se utilizó el sistema intermedio cuya fuente fue el IV Cenec 2008 para la obtención de las variables macroeconómicas de las cuentas de producción y para la expansión al universo se utilizó la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho). La empresa Media Networks representó en el año 2007 el 40.0% del valor bruto de producción de la actividad *Producción de películas cinematográficas y videos*. Asimismo, es importante mencionar que por falta de información estadística no se estimó a los productores independientes en la actividad mencionada.

La actividad *distribución de películas cinematográficas y videos* está bastante concentrada por pocas empresas, por lo que el IV Cenec 2008 captó información financiera del 99.0% de la producción de la actividad. Para la actividad *exhibición de películas cinematográficas y videos*, el IV Cenec 2008 obtuvo una buena cobertura de empresas que operan a través de cadenas de cine a nivel nacional, y las estimaciones macroeconómicas obtenidas de esta fuente fueron contrastadas con los ingresos brutos de las estadísticas de Cine Datos.

Ecuador, por su parte, realizó en este segmento cultural un procedimiento similar al efectuado en artes escénicas con la finalidad de calcular el valor de producción, solo con la diferencia de que el valor de producción de la actividad económica de cuentas nacionales es la referida a Comunicaciones. El procedimiento para el cálculo del consumo intermedio y valor agregado también se parece al utilizado para el segmento artes escénicas.

Las fuentes de información para este segmento cultural en Bolivia han sido insuficientes, por lo que se valieron de otras estimaciones para su cálculo con la finalidad de rescatar la importancia de este segmento cultural. Entre ellas se encuentran:

- Entrevistas clave con productores de cine (largometrajes y cortometrajes)
- Información de importadores de producciones filmicas extranjeras.
- Número de empresas dedicadas a la producción de radio, televisión, cable y otro tipo de comunicaciones.
- Datos del gasto en audiovisuales proporcionada por el informante calificado.

b) Libros y publicaciones

Por consenso entre los países participantes del proyecto de la Cuenta Satélite de Cultura se acordó trabajar tres actividades económicas (ver tabla n.º 1). En Colombia, la principal fuente de información para calcular la cuenta de producción de este segmento cultural fue la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), que incluye información discriminada por productos tanto para la producción como para el consumo intermedio.

Otras fuentes importantes fueron los estados financieros (estados de resultados y balances) de las sociedades privadas no financieras, según la Superintendencia de Sociedades; y la información financiera de las entidades de gobierno y de las empresas públicas según la Contaduría General de la Nación. Con el apoyo de la Cámara Colombiana del Libro (CCL) se logró diferenciar a las empresas que se dedicaban exclusivamente a la impresión de libros de las que realizan edición.

Para completar el universo o identificar las empresas o establecimientos faltantes del total que se dedican a la edición de libros, se utilizó el total de registros del International Standard Book Number (ISBN), del cual se estimó la producción con el valor promedio por ejemplar para el año 2005, el cual fue ajustado con el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de los libros para hallar el año 2007. Para el cálculo del consumo intermedio de estos últimos productores no encontrados en las grandes fuentes de información, se utilizó el coeficiente técnico de la Encuesta Anual Manufacturera (EAM).

El directorio de la Asociación de Diarios Colombianos (Andiarios) y de la Asociación Nacional de Medios de Comunicación (Asomedios) sirvió para la identificación de las empresas dedicadas a la edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas en las fuentes de información de la EAM y de la Superintendencia de Sociedades. Para los BOU de las actividades de este segmento, se tomó información sobre las importaciones y exportaciones de comercio exterior trabajada por el DANE.

Para los márgenes de comercio se tomó como fuente de información la Encuesta Anual de Comercio (EAC) del DANE, para establecimientos especializados en el comercio tanto de libros como de diarios y revistas. Para los datos del consumo final se utilizó la información de la Encuesta de Calidad de Vida del DANE. Como los datos de esta fuente se presentan agregados en el rubro Libros, discos y casetes, éstos se desagregaron con la estructura de la Encuesta de Consumo Cultural del año 2008.

El Banco de la República de Colombia (Banco Central) proporcionó información sobre Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF) dado que realiza adquisiciones de libros, diarios, revistas y publicaciones periódicas por parte de sus bibliotecas.

En Perú, para el cálculo del valor bruto de producción de las actividades de este segmento cultural, se partió del nivel de producción calculado en el marco central de las cuentas nacionales de la actividad Edición impresa y en línea, donde con base a la matriz de producción de cuentas se identificaron las actividades económicas culturales que integran el segmento, además de otras actividades no culturales que componen la actividad cuentas.

Adicionalmente, se utilizó el sistema intermedio del IV Cenc 2008 por clase CIIU igualmente para identificar y separar aquellos establecimientos culturales del resto involucrado en actividades no culturales. Posteriormente, se evaluaron los cálculos obtenidos de este sistema intermedio a nivel de clase CIIU y por productos; y dado que la información del IV Cenc para este segmento cultural no tuvo buena cobertura, se armonizó con los resultados de los niveles

totales por actividades y productos que se presentan en los Cuadros de Oferta y Utilización de las Cuentas Nacionales.

Para el cálculo del consumo intermedio de las actividades de este segmento cultural, igualmente se partió del nivel obtenido de la actividad cuentas Edición impresa y en línea. Primero se utilizó la información del sistema intermedio del IV Cencs para calcular coeficientes técnicos por clase CIIU y estratos y aplicarlos al valor bruto de producción estimado para cada actividad cultural. Dado que en un primer cálculo la sumatoria de los consumos intermedios de las actividades culturales y no culturales no se igualaban con el valor de consumo intermedio de cuentas nacionales de la actividad económica Edición impresa y en línea, los coeficientes técnicos iniciales obtenidos del sistema intermedio se fueron ajustando para llegar a esos niveles sin perder la coherencia inicialmente encontrada.

Con respecto a los balances de oferta y utilización de los productos culturales de este segmento, por el lado de la oferta se utilizó la información de impuestos y comercio exterior de bienes de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat). Para el caso de la importación y exportación de servicios de edición, la información provino de la balanza de pagos elaborada por el Banco Central de Reserva, la cual fue estimada a partir de la estructura del comercio de bienes.

Se utilizaron los márgenes de comercio y transporte, además de las tasas de los impuestos y/o subvenciones del producto Edición impresa y en línea de cuentas nacionales, ajustándose según corresponda en el proceso de equilibrar la oferta con la demanda. Por el lado de la demanda, se destinó al consumo final de los hogares información estimada de la Encuesta Nacional de Hogares. Como los datos de esta fuente se presentan de manera general, éstos se desagregaron con la estructura de la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares (Enapref).

Asimismo, para el cálculo del consumo final de gobierno se tomó como fuente de información el registro administrativo del Sistema de Información de Administración Financiera (SIAF) del Ministerio de Economía y Finanzas.

Ecuador realizó un procedimiento similar al utilizado en artes escénicas para calcular el valor de producción de este segmento cultural, sólo con la diferencia de que el valor de producción de la actividad económica de Cuentas Nacionales es la referida a los Productos editoriales de imprenta y otros productos. El procedimiento para el cálculo del consumo intermedio y valor agregado igualmente es similar al utilizado en el segmento artes escénicas.

En el caso de Bolivia, hay que precisar que realizó el mismo procedimiento que utilizó para el cálculo de artes escénicas en el resto de segmentos culturales, con la diferencia que para este segmento cultural se valió adicionalmente de las siguientes informaciones:

- Número de títulos producidos en Bolivia.
- Empresas Editoriales representativas.
- Estados Financieros de Imprentas.
- Información de la Cámara del Libro.
- Estados Financieros de empresas representativas.
- Datos del gasto en edición y publicaciones proporcionadas por el informante calificado.

Asimismo, es importante mencionar que en este país se advierte una presencia creciente de publicaciones de libros, específicamente los relacionados con textos escolares.

c) Artes escénicas

Por consenso entre los países vinculados a este proyecto y con base en reflexiones de política pública y análisis sobre el campo cultural, para el caso de las artes escénicas se excluyó el

análisis del espectáculo musical en vivo, el cual se estudió en el segmento música. Respecto a este segmento sólo se obtuvo información para una actividad cultural (ver tabla n.º 1).

En Colombia, las principales fuentes de información para calcular la cuenta de producción de este segmento cultural fueron la información contable de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y la Encuesta Anual de Servicios (EAS) del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), a la cual se adicionó la información del gasto en eventos culturales cuya fuente fue la Contaduría General de la Nación. La información se obtuvo para el año 2012 y en función a este dato se realizó la retropolación para el año 2007.

Se complementó el cálculo, para obtener el Balance de Oferta y Utilización (BOU) de la actividad de este segmento cultural, con los estados financieros de la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia (Sayco), en los cuales se identificaron los recaudos de la entidad de aquellos agentes que utilizaron música dentro de algún tipo de presentación, evento y demás pertenecientes a este segmento cultural.

Antes de realizar todos estos procedimientos el equipo de Colombia construyó un directorio que facilitara una aproximación del universo de agentes que presentan como actividad principal aquellas relacionadas con el teatro y la música, para lo cual se utilizaron y depuraron diferentes bases de datos de diversas actividades realizadas a lo largo de los años por los grupos de Música, Danza y Teatro, entre otras fuentes.

Por su parte, Perú tuvo como principal fuente de información el IV Censo Nacional Económico (Cenec 2008), con el cual se construyó un sistema intermedio que consistió en homologar la información contable de las empresas con las variables de las cuentas nacionales. Con la información de la Encuesta Nacional de Hogares se logró expandir al universo las variables macroeconómicas para esta actividad cultural.

Con respecto a los Balances de Oferta-Utilización de los productos culturales pertenecientes a este segmento, para el comercio exterior se utilizó la información sobre las importaciones y exportaciones de servicios la cual fue tomada de la investigación sobre el comercio exterior de la Encuesta Anual de Turismo Emisor y Receptivo 2007 ejecutados por el Banco Central de Reserva del Perú y PROMPERU respectivamente. Se incluyó, además, información de los Registros Administrativos de los Espectáculos Públicos Culturales del Ministerio de Cultura e información de impuestos y comercio exterior de bienes de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat).

Por el lado de la demanda se utilizó el consumo final de los hogares, información que fue estimada a partir de la Enaho. Como los datos de esta fuente se presentan agregados, éstos se desagregaron con la estructura de la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares (Enapref). Asimismo, para el cálculo del consumo final del gobierno se tomó como fuente de información el registro administrativo del Sistema de Información de Administración Financiera (SIAF) del Ministerio de Economía y Finanzas.

En el caso de Ecuador, el equipo utilizó la información de los ingresos anuales por ventas del Censo Nacional Económico 2010 para construir indicadores de participación porcentual a nivel de CIU e internamente a nivel de CPC. Posteriormente, multiplicó el valor de producción de la actividad Entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios de cuentas nacionales con el indicador de participación porcentual a nivel de CIU, a fin de obtener los valores de producción estimados para las CIU 9000, 9602, entre otras, todas ligadas a esta actividad económica.

Luego, dado que también se contó con indicadores de participación porcentual a nivel de CPC para un CIU en particular, se efectuó un procedimiento similar para obtener los valores estimados de producción por productos característicos de la actividad cultural, nivel de CPC

9622, 9631, etc. Para el cálculo del consumo intermedio de esta actividad cultural se utilizó el coeficiente técnico de la actividad Entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios de cuentas nacionales. Por diferencia entre producción y consumo intermedio se obtuvo el valor agregado de esta actividad cultural.

Para los Balances de Oferta y Utilización (BOU), y para el caso de las importaciones y exportaciones de bienes se utilizó el Sistema de Consulta de Partidas Arancelarias, fuente del Banco Central del Ecuador (BCE). La tasa efectiva del Impuesto al Valor Agregado (IVA) para los productos de esta actividad cultural es calculada a partir de la Tabla de Oferta y Utilización (TOU). Esta última información sirvió de apoyo para conocer el destino de la oferta, es decir, si iban para el consumo final de los hogares o para el consumo final del gobierno.

Bolivia, por su parte, organizó primero su listado de informantes clasificándolos según su tamaño en tres grupos: grandes contribuyentes, empresas medianas y pequeñas unidades, con la finalidad de obtener información de sus estados financieros. Posteriormente, se realizó la vinculación a las cuentas nacionales a partir de una disposición de un plan de cuentas que se utilizó para su cambio de año base. En función de ello, elaboraron hojas de trabajo con resultados de la homologación de la información básica (estados financieros) con las variables de cuentas nacionales. Éstas permitieron armar estructuras de costos para esta actividad cultural así como para los Balances de Oferta y Utilización.

Para este segmento cultural contaron adicionalmente con información de:

- Estimación del número de salas teatrales.
- Estimación del número de funciones realizadas.
- Número aproximado de entradas vendidas.
- Datos del gasto en artes escénicas proporcionados por el informante calificado.

d) Música

De acuerdo con las realidades económicas y políticas de cada país y considerando la escasa disponibilidad de sus fuentes de información, los equipos acordaron abordar sólo dos niveles de actividades económicas (ver tabla n.º 1). En Colombia, dadas las particularidades de las actividades fonográficas y en vivo, tanto las fuentes de información como el tratamiento se procesaron de manera diferenciada.

Una primera etapa fue la identificación de los establecimientos que realizan producción fonográfica en el país, por lo que fue necesario aproximarse al directorio de empresas que hacen parte de la Asociación para la Protección de los Derechos Intelectuales sobre Fonogramas (Apdif). Posteriormente, se revisaron fuentes de información como la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) y la Superintendencia de Sociedades, con el propósito de complementar y robustecer el inventario. En el desarrollo de este ejercicio, fue necesario que el equipo de Cuenta Satélite de Cultura de Colombia cruzara las bases de datos obtenidas en cada una de las fuentes.

Para construir el valor de la producción de la música fonograbada se tomó la información de la variable valor de producción del capítulo VIII referido a Productos, subproductos y trabajos realizados por el establecimiento de la EAM. Respecto a la información de la Superintendencia de Sociedades, se utilizó el dato correspondiente a los ingresos operacionales de las empresas identificadas. Este cálculo se complementó con el valor de los ingresos obtenidos por las productoras fonográficas, a través del recaudo por el uso de los derechos conexos de la obra musical fonograbada.

Para el cálculo del consumo intermedio se recurrió igualmente al coeficiente técnico ya establecido con la información de la EAM, se sumó la información de los capítulos III y V

referidos a Otros costos y gastos de la actividad industrial causados durante el periodo y la información del capítulo IX referido a Materias primas, materiales y empaques, consumidos durante el año. De la fuente Superintendencia de Sociedades, se calculó el consumo intermedio por medio de la variable costos operacionales. Para el cálculo del BOU correspondiente a la música fonogramada, por el lado de la oferta, se tomó información sobre las importaciones de lo reportado por la DIAN.

Para hallar el valor de los márgenes de comercio se recurrió a la información de la Encuesta Anual de Comercio que elabora el DANE, mientras que el valor del IVA no deducible se calculó con base en la investigación que elabora el marco central de las cuentas nacionales. Por el lado de la demanda, se calculó el consumo final de los hogares con información directa de la Encuesta de Consumo Cultural (ECC) del año 2008 que se retrapoló al año 2007 con la información de la Encuesta de Calidad de Vida (ECV).

El valor de la variación de existencias se construyó con base en la diferencia resultante entre la oferta total y la demanda total de la música fonogramada. Para el dato de las exportaciones se utilizó la información sobre comercio exterior reportada por la DIAN y consolidada por la Dirección de Metodología y Producción Estadística del DANE.

Para el cálculo del valor de producción de la música en vivo se utilizó la información de la fuente DIAN, a la cual se le adicionó el gasto en eventos culturales del reporte de la Contaduría General de la Nación. Igualmente, para calcular el consumo intermedio se utilizó el valor reportado por los establecimientos en la DIAN.

Para la elaboración del BOU se contó igualmente con información de la DIAN y adicionalmente se recurrió a los estados financieros de la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia (Sayco). El gasto en consumo final de gobierno fue proporcionado por la información de la Contaduría General de la Nación.

Perú utilizó como principal fuente de información el IV Cenec 2008, a partir de la cual se construyó un sistema intermedio que consistió en transformar la información contable de las empresas a información de las cuentas nacionales. El objetivo fue obtener el valor bruto de producción por sumatoria de los ingresos obtenidos por el servicio brindado. Para la música en vivo se realizó un trabajo previo, que consistió en la identificación uno a uno de los establecimientos dedicados a esta actividad como su principal.

Para estimar la expansión de los datos de la muestra al universo, se utilizó la información de Enaho, obteniendo los ingresos totales por ocupaciones y por categoría de ocupación, se identificó la población ocupada asociada a la música en vivo obteniéndose una ponderación que ayudó en la apertura del nivel de la producción de la CIIU 9000 y estimar una producción para la música en vivo.

Asimismo, evaluando que la información del IV Cenec para este segmento cultural no tuvo buena cobertura, se armonizó con los resultados de los niveles totales de la actividad económica relacionada que se presentan en los Cuadros de Oferta y Utilización de las cuentas nacionales.

Para calcular el Consumo Intermedio de las actividades de la música fonogramada y la música en vivo, se estimó a partir de información del IV Cenec proveniente de las empresas productoras de música en vivo. Respecto a los Balances de oferta y utilización de los productos culturales de este segmento, cabe señalar que la oferta está constituida por la producción y las importaciones registradas a precios básicos.

La demanda, por su parte, se destina al consumo final de los hogares según la información estimada de la Enaho. Como los datos de esta fuente se presentan agregados, se abrieron con la estructura de la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares (Enapref). Asimismo, para el cálculo del consumo final de gobierno se tomaron como fuente de información el Registro

administrativo del Sistema de Información de Administración Financiera (SIAF) del Ministerio de Economía y Finanzas.

Ecuador, al igual que en las artes escénicas, realizó para este segmento un procedimiento similar con la finalidad de calcular el valor de producción. Asimismo, al igual que en el segmento audiovisual, el valor de producción que se tomó como base fue el referido a la actividad económica de Cuentas Nacionales Comunicaciones e información. En cuanto al cálculo del consumo intermedio y valor agregado, se utilizó el mismo procedimiento que en el segmento artes escénicas

Para el cálculo de la música, Bolivia adicionó las siguientes fuentes de información:

- Entrevistas clave con empresas discográficas unipersonales (home-made-music).
- Información de importadores de música grabada.
- Número de empresas dedicadas a producción fonográfica.

Es importante recalcar que en Bolivia existe una empresa que concentra gran parte del mercado musical y la diferencia la componen una serie de estudios de grabación y edición privados, los cuales cuentan con diferente calidad de producción dependiendo de sus condiciones tecnológicas.

TABLA N.º 1: SEGMENTOS, ACTIVIDADES Y PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS CULTURALES ELEGIDOS PARA EL ESTUDIO

Segmentos culturales	Actividades culturales	Productos característicos
Artes escénicas	Producción de artes escénicas	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, entre otros)
Libros y publicaciones	Edición de libros	Libros en cualquier formato y/o plataforma
	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma
	Otros trabajos de edición	Otros trabajos de edición
Audiovisual	Producción de películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos
	Distribución de películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos
	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos exhibidos en salas de cine y/o en cualquier plataforma
	Programas de televisión	Servicios de televisión abierta
	Televisión por suscripción	Servicios de televisión por suscripción (cable o satélite)
	Programas de radio	Servicios de radio
Música	Producción de música fonogramada	Música fonogramada en cualquier formato o plataforma
	Producción de espectáculos musicales en vivo	Servicios de espectáculos musicales en vivo

Fuente: Acuerdos establecidos con base en la Guía Metodológica para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica, 2015.

4. APORTES METODOLÓGICOS

El punto de partida de los países, con excepción de Colombia, para obtener los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura fueron los datos de su respectivo cambio de año base de las Cuentas Nacionales: cuadros de oferta y utilización, cuentas de producción y de generación de ingreso, entre otras, de actividades en las que estuvieron inmersos las actividades culturales.

En Colombia, a pesar de estar supeditada a los conceptos básicos del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) 2008, la Cuenta Satélite de Cultura es una investigación completamente independiente del marco central de las cuentas nacionales del país, dado que utiliza sus propias fuentes de información.

Bolivia, adicionalmente, consideró como información de referencia para la realización de su Cuenta Satélite de Cultura los indicadores de los segmentos culturales priorizados en el marco del sistema de información cultural del Estado Plurinacional de Bolivia, el cual le permitió aclarar los vacíos de información de los segmentos libros y publicaciones y audiovisual.

Asimismo, para complementar la información para la elaboración de las Cuentas Satélites de Cultura se revisaron las fuentes primarias utilizadas para la realización del cambio de año base de los países –pero solo de unidades productoras culturales–, y se analizaron otras fuentes de información ya fueran éstas ejecutadas por los Ministerios de Cultura o por entidades relacionadas a la cultura o que estuvieran relacionadas con algún segmento y/o actividad cultural.

Los cambios de años bases de las Cuentas Nacionales de cada país fueron realizados en su mayoría por sus institutos nacionales de estadística, a excepción de Ecuador, donde es el Banco Central el encargado de elaborar las cuentas nacionales.

Como Bolivia tuvo como nuevo año base para las Cuentas Nacionales el 2010, en función a dicho año se realizó todo el cálculo de sus variables macroeconómicas para la Cuenta Satélite de Cultura y, a partir de esa fecha, se hizo la retropolación al 2007. No así para el caso de Perú y Ecuador, países que elaboraron sus Cuentas Nacionales con año base 2007, y pudieron obtener información y desagregar las actividades culturales que se encontraban inmersas dentro de alguna actividad económica.

Perú se valió de las propias fuentes de información utilizadas para elaborar el cambio de año base. Ecuador, por su parte, utilizó la información del Censo Nacional Económico 2010 para construir indicadores de participación porcentual por CIU y CPC de los ingresos anuales por ventas, a fin de obtener los valores brutos de producción y los coeficientes técnicos del año base de la actividad económica relacionada a la actividad cultural, para obtener los consumos intermedios.

5. PRINCIPALES LOGROS Y AVANCES EN LA ARMONIZACIÓN

- La homologación de metodologías, conceptos y presentación de resultados en los cuatro países participantes del proyecto Cuenta Satélite de Cultura.
- Conocimiento y comprensión de las cadenas de producción de los cuatro segmentos culturales que se han investigado.
- Identificación de fortalezas y debilidades que caracterizan a las diferentes fuentes de información utilizadas por cada país.
- Elaboración de recomendaciones para mejorar la calidad de las fuentes de información, en tanto oportunidad y consistencia, con miras a fortalecer las Cuentas Satélite de Cultura de los países de la región.



© Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia

INTRODUCCIÓN

El trabajo realizado para la Cuenta Satélite de Cultura de Bolivia es una experiencia inicial desarrollada en un contexto cuyas características han estado condicionadas principalmente por la información básica disponible. Aunque el país ha experimentado un crecimiento en cantidad y calidad de sus industrias culturales, enfrentamos una debilidad en la medición del aporte económico debido a la insuficiente información básica.

De los cuatro segmentos culturales priorizados por los países participantes en el proyecto, en el caso de Bolivia, el segmento con mayor cantidad de información es el de libros y publicaciones: se cuenta con información básica de registros administrativos (estados financieros, datos de exportaciones e importaciones), resultados de encuestas (Encuesta de Hogares) y cifras del trabajo de cambio de año base de las Cuentas Nacionales del periodo 2010.

El segmento audiovisual tiene menor cantidad de información básica, pues a diferencia del anterior no dispone del detalle de exportaciones e importaciones. Por otro lado, los otros dos segmentos adicionales (artes escénicas y música) tienen muy poca información disponible.

3	5	2	8	5	9	3	8	9	3	5	2	8	5	9	3	8
4	2	2		4	6	3	7	6	4	2	2		4	6	3	7
6		2			3	6	4	3	6		2			3	6	4
8						9	5		8						9	5
						9									9	

SEGMENTO AUDIOVISUAL

CONTEXTO

Los productos audiovisuales son obras con una serie de imágenes asociadas con o sin sonidos reproducibles, o una serie solo de sonidos reproducibles. Se caracterizan por el hecho de que su producción, difusión, transmisión y exhibición requiere habitualmente de un dispositivo tecnológico, independiente del tipo de soporte que los contiene. El segmento incluye una amplia diversidad de bienes y servicios que incluyen lo cinematográfico, lo videográfico, la televisión, la radio y los servicios multimedia. Los productos específicos del audiovisual son las películas y videos, los servicios de emisión de radio y televisión, y los servicios de exhibición de películas. De estos productos, las películas y videos son los más afectados por la venta ilegal (piratería).

La producción de contenidos audiovisuales en Bolivia se caracteriza por sus altos costos de producción, sean estos programas de televisión, películas o cortometrajes. De allí que en la mayoría de los países se generen esquemas de financiación diversos para apoyar su desarrollo, entre los cuales destacan los recursos por publicidad y subvenciones del gobierno nacional u otras administraciones públicas. En el caso de Bolivia, por el contrario, ante la dificultad de encontrar financiación para los proyectos, los participantes del proceso de producción de una película como el director, actores y técnicos, no reciben una remuneración directa ni se les paga honorarios, ya que se consideran socios del proyecto y su trabajo es valorado en proporción a los ingresos netos esperados generados por la taquilla u otras formas de comercialización del producto.

El segmento cuenta con un estatuto que es la Ley del Cine N.º 1302, la cual tiene por objeto normar, proteger e impulsar las actividades cinematográficas en general. La entidad encargada de supervisar lo establecido por la Ley es el Consejo Nacional de Cine (Conacine) adscrito al Ministerio de Educación, y el cual tiene por finalidad impulsar, fomentar, coordinar, asesorar y ejecutar las actividades en el ámbito de su competencia, en provecho del cine nacional.

El alcance de la ley se basa en el sistema de registro que exige que todo filme para ser exhibido o comercializado en el territorio nacional deberá estar legalmente registrado en el Conacine. Aquel que no cumpla esta condición, se reputará como internación o producción clandestina, y aunque si bien existen prohibiciones, no existen sanciones en la presente Ley.

PITI
CAMPOS

CRISTIAN
MERCADO

JORGE
HIDALGO

FERNANDO
ARZE

IVAN
CANELAS

Juana Azurduy

Guerrillera
de la Patria Grande

UNA PELÍCULA DEL
GRUPO UKAMAU

ESCRITA Y DIRIGIDA POR
JORGE SANJINÉS



PRODUCCIÓN: JORGE SANJINÉS CO-PRODUCCIÓN: MÓNICA BUSTILLOS DIRECCIÓN DE ARTE: CERCIO PRUDENCIO MONTAJE: CÉSAR PÉREZ CAMARAS: LUIS A. TAPIA

DISTRIBUCIÓN: LUIS BOLNAR CO-PRODUCTOR: CARLOS GARCÍA PRODUCTORA EJECUTIVA: MAINSTREAM APPS DENMARK PRODUCTORA EJECUTIVA: MACHICA POST-ECUADOR CO-PRODUCTOR: CRISTÓBAL INFANTE

CO-PRODUCTOR: JORGE ALTAMIRANO PRODUCTOR EJECUTIVO: MILTON GUZMÁN G. DIRECTOR DE CÁMARA: ALEJANDRO GOZALVES

WWW.JUANAAZURDUY.COM

Con relación al subsegmento radio, es frecuente que la producción y transmisión de las emisoras públicas tengan una financiación pública mientras los productores privados se sostienen por medio de la publicidad. Durante las etapas de difusión y transmisión de los contenidos simbólicos relacionados a los audiovisuales, se encuentran tanto los canales de distribución abiertos como cerrados. En el caso de la televisión abierta, el acceso para el usuario es comúnmente gratuito.

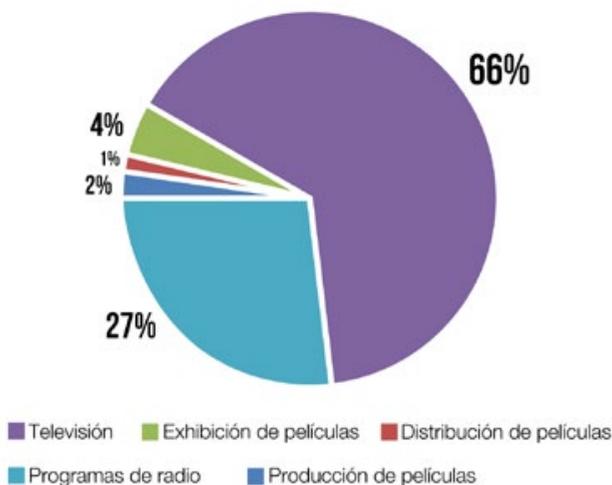
Para los canales cerrados los montos pagados por conexión a una red dan el derecho a recibir las transmisiones de un cierto número de canales o programas que componen la selección; por ejemplo, a través de los proveedores de televisión por suscripción o las plataformas virtuales como Netflix. Al igual que en el caso de la televisión abierta, en el circuito económico de la radio los agentes programadores son, en su mayoría, también productores de programas y pasan canciones o programas por los que pagan derechos de retransmisión, según el Reglamento General a la Ley N.º 164 (Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación para el sector de telecomunicaciones).

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

Este es un segmento cultural en el que se dispone de información de la producción nacional. Las fuentes de información utilizadas corresponden a registros administrativos, encuestas y entrevistas como fuentes primarias de recolección de los datos.

La estimación de la producción de servicios sector este segmento registró un valor de USD \$ 376.75 millones de dólares, donde los gastos por consumo intermedio ascendieron a un valor de USD \$ 282.49 millones de dólares, lo que significó un valor agregado generado por la actividad de USD \$ 94.25 millones de dólares.

GRÁFICO N.º 1: PARTICIPACIÓN DE LOS SUBSEGMENTOS EN EL VALOR AGREGADO BRUTO DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL (2007)
(en porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo
(p): Preliminar

El valor agregado generado por el segmento tuvo la siguiente participación: Televisión (programas y servicio por cable) 66.1%, programas de radio 27.1%, exhibición de películas 4.1%, producción de películas 1.4% y distribución de películas 1.3%. En lo que corresponde a la oferta extranjera (importaciones) el 5.65% refiere a actividades audiovisuales, por lo que el total de la oferta alcanzó los USD \$ 405.41 millones de dólares para el año 2007.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

El destino de la demanda total tiene una estructura diferenciada por componente, dado que el 58.32% estuvo dirigido a la demanda intermedia (ingreso como servicio a otras actividades económicas), el 26.65% tuvo su destino al consumo final de los hogares, el 10.37% de los servicios fueron vendidos a otros países (exportaciones) y mientras el 4.66% restante se establece como formación bruta de capital fijo.

BALANZA COMERCIAL

Para el año 2007 las exportaciones de productos audiovisuales registraron un valor alrededor de USD \$ 42 millones de dólares, mientras que las importaciones presentaron un valor de USD \$ 22.9 millones de dólares lo que indica un saldo comercial de USD \$ 19.1 millones de dólares a favor de la actividad en Bolivia, la cual está relacionada con la mayor participación de los servicios de Televisión Abierta que para el año 2007 significó un 44.44%.

APRENDIZAJES

La demanda de los servicios audiovisuales aumentó considerablemente, por lo que este segmento se ha convertido en una de las actividades económicas más dinámicas y de mayor evolución. De acuerdo con los resultados, la televisión y la radio son los subsegmentos que atraen la atención de la demanda, y juntos establecen una absorción del 92.23% de la oferta total del servicio.

Si bien es un segmento con mayor información en comparación con música y artes escénicas, es importante destacar la fortaleza de la información de la oferta nacional, mientras que sus debilidades se hallan en la disponibilidad de datos desagregados de las importaciones de servicios, y escasas cifras sobre los componentes de la demanda.

Los medios visuales en este segmento son los que mayor participación registraron, sin contar con las emisiones realizadas por los programas de radio, las cuales constituyen el 72.9% del valor agregado. Es necesario contar con una Encuesta a los Hogares no solo para este segmento sino para los demás sectores culturales determinados, que permita precisar e identificar las necesidades de los consumidores finales.

1	5	7	3	2	5	2	9	5	6	1	5	7	3	2	5	2	9
3	5	2	8	5	9	3	8	9		3	5	2	8	5	9	3	8
4	2	2		4	6	3	7	6		4	2	2		4	6	3	7
6		2			3	6	4	3		6		2			3	6	4
8						9	5			8						9	5
						9										9	

SEGMENTO

LIBROS Y PUBLICACIONES

CONTEXTO

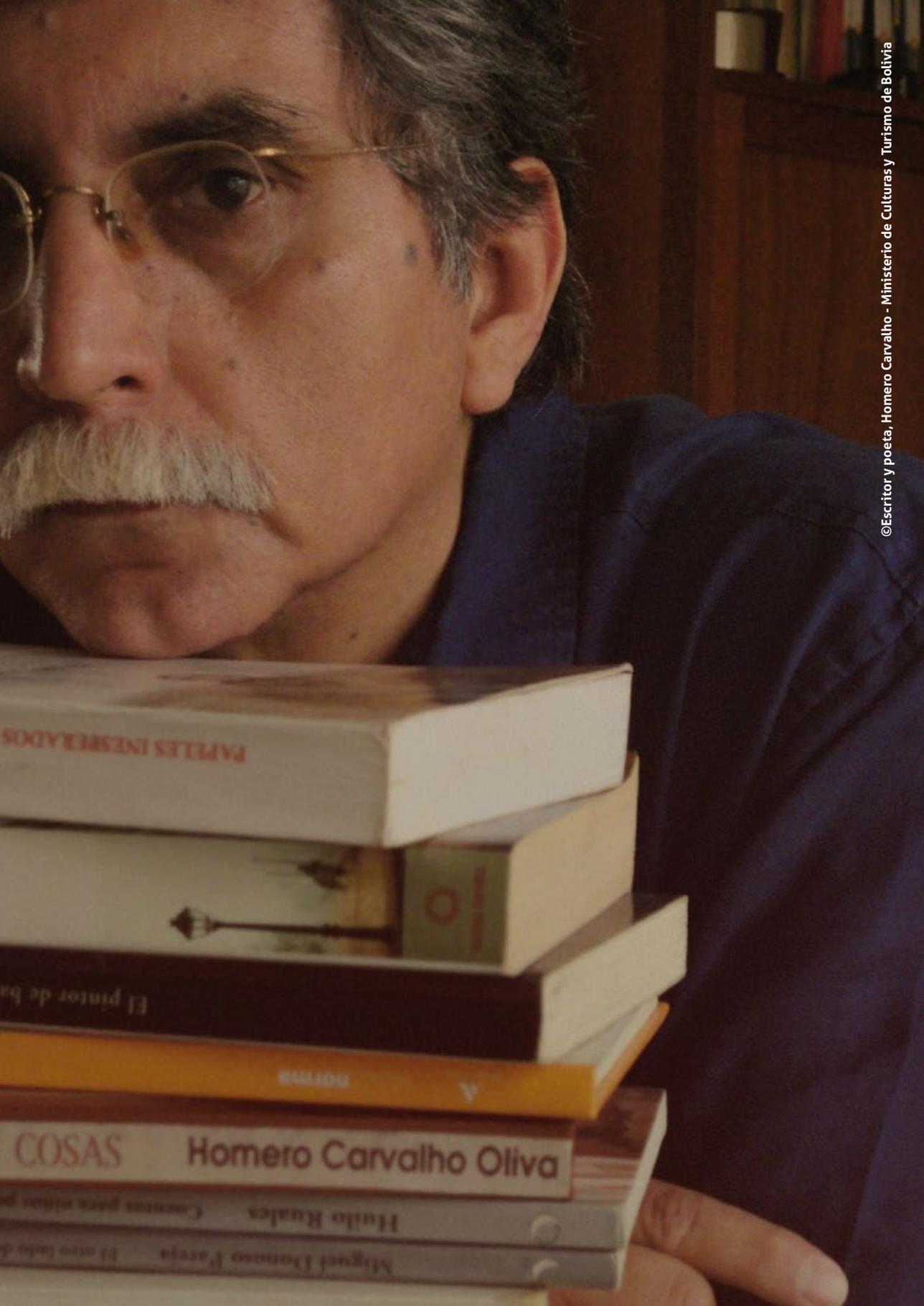
Los libros, como bienes culturales, corresponden a obras científicas, artísticas, literarias, técnicas, educativas, informativas, recreativas o de cualquier otra índole que conforman una publicación unitaria en uno o varios volúmenes (Cerlalc, 2008). Éstos pueden distribuirse en formato impreso con diferentes tipos de encuadernación (espiral, pasta, plástico, rústico o tapa dura) o en formato digital independientemente del soporte electrónico que se utilice para su lectura (e-book, sitio electrónico o pdf).

Los libros y publicaciones periódicas hacen referencia a la producción y comercialización de contenidos literarios, que generan como producto una publicación en formato físico o digital. La producción de los contenidos literarios se incluye en el sector de la creación y se excluye la comercialización.

Las publicaciones periódicas, por su parte, corresponden a los contenidos publicados en fascículos sucesivos que se presentan con una periodicidad fija o variable. Algunos ejemplos de este tipo de contenidos son los periódicos, las revistas y los boletines. Un «periódico» es una publicación editada normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya función principal es presentar noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. El periódico además puede presentar diversas posturas públicas y, en la mayoría de los casos, sus ingresos económicos principales derivan en la inserción de publicidad.

La actividad de edición de libros lleva procesos implícitos de creación y su actividad aporta el contenido simbólico del producto característico que generan. Los editores se encargan de las funciones de adquirir manuscritos, editarlos y distribuirlos, siendo la impresión un servicio que pueden subcontratar de terceros (o realizar por su cuenta propia en sus talleres). La edición e impresión son actividades centrales en el proceso productivo de los libros, las revistas y los periódicos y por ello es importante entender su tratamiento en las Cuentas Satélite de Cultura (CSC).

Los servicios de «edición de publicaciones periódicas» jerarquizan los artículos por importancia y la organización en un espacio de contenidos escritos, visuales, audiovisuales (multimedia), en medios impresos y electrónicos como diarios y revistas. El diseño editorial incluye



PAPLES ENRIEALDOS

El pintor de ba

norma

COSAS Homero Carvalho Oliva

Huilo Ruales

Miguel Donoso Pareja

fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión) y post-prensa (acabados). Las unidades de producción que realizan la actividad de impresión asumen la responsabilidad tan solo de las labores de reproducción que les son encargadas, mientras las que realizan actividades de edición asumen la responsabilidad sobre el producto desde el momento en que se selecciona el original hasta la puesta en el mercado de las copias.

En la actualidad el sector cuenta con la Ley N.º 366 denominada Ley del Libro y la Lectura «Oscar Alfaro», que tiene por objeto promover el ejercicio del derecho a la lectura y escritura en condiciones de libertad, equidad social y respeto a la diversidad de expresiones culturales, generando políticas públicas, planes y acciones de fomento a la escritura, lectura y acceso al libro, la creación cultural, literaria, academia y científica. Promulgada en el año 2013, esta norma reglamenta con un arancel de tasa cero y exento del impuesto al valor agregado a las importaciones y venta de libros, periódicos y revistas.

Según el estudio realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bolivia, el mercado editorial es reducido por dos factores claves: el primero, referido a la población de un poco más de 10 millones de habitantes con lo que la masa de consumidores es considerablemente menor en comparación con otros países de Latinoamérica; y segundo, que el 43% de la población lee al menos un libro anualmente.

Por otra parte, según los registros del país, en 2014 se publicaron 2,529 nuevos títulos. Aunque para los libros didácticos se publican muchos menos títulos nuevos, de cada ejemplar se imprimen aproximadamente 7,000 unidades, caso contrario el que ocurre con los libros de interés general dado que se publican muchos más títulos nuevos pero con tirajes que apenas superan las 1,000 unidades.

En Bolivia el mercado informal tiene un gran peso. Y, aunque existen leyes que protegen los derechos de propiedad, no hay ningún mecanismo de control que garantice la aplicación de dichas normas.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

Se consideran como actividades productivas la producción no autorizada de copias de libros, discos, etc.; sin embargo, la reproducción para el uso personal está por fuera del marco de la producción desde el punto de vista de las Cuentas Nacionales (Sistema de Cuentas Nacionales). Asimismo, los productos y actividades de edición son característicos del campo cultural, en tanto que los servicios de impresión son consumidos por la actividad de edición y se consideran consumo intermedio de la actividad de edición.

La producción de libros es efectuada por empresas editoriales las cuales desarrollan un conjunto de actividades que conforman el núcleo del sector. Generalmente, la editorial asume el riesgo por las obras que decide producir, define el número de ejemplares y determina el precio de venta del libro una vez publicado, acordando con los autores el pago de regalías por derechos de autor. En el proceso de producción de la obra, la editorial brinda un conjunto de servicios adicionando valor cultural y mejorando su contenido.

En términos de textos generales impresos, la editorial más grande de Bolivia produce aproximadamente entre 100 a 120 títulos al año, mientras que la segunda más grande publica unos 20 a 30 títulos al año. Las estadísticas regionales producidas por la Cerlalc, indican que Bolivia registró en el año 2014 un total de 1,276 títulos de libros con ISBN, un 6% más que el año 2013.

**CUADRO N.º 1: BOLIVIA
NÚMERO DE TÍTULOS DE LIBROS CON ISBN⁽¹⁾ (2009 - 2015)**

AÑO	2009	2010	2011	2012	2013	2014(p)	2015(p)
Número de Títulos	1,270	1,087	1,225	1,748	1,200	1,276	1,304

Fuente: Cerlalc 2009 - 2015

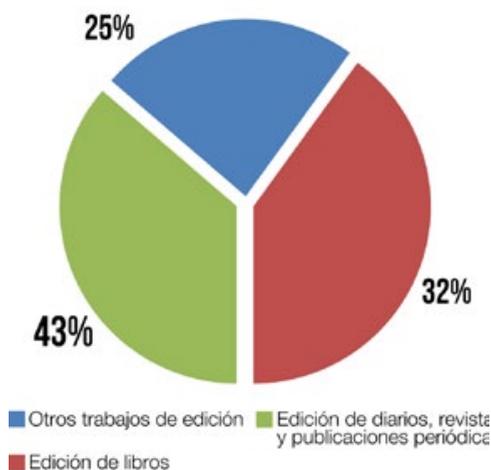
(p): Preliminar

(1): International Standard Book Number (Numero Estándar Internacional de Libros)

La valoración de la producción del segmento proporcionó una estimación de USD \$ 161.26 millones de dólares, con un respectivo gasto en consumo intermedio de USD \$ 117.22 millones de dólares, lo que permitió que se genere un valor agregado de la actividad de USD \$ 44.04 millones de dólares.

La oferta extranjera (importaciones) alcanzó los USD \$ 44.95 millones de dólares, y dado los otros componentes el total de la oferta registró un valor de USD \$ 246.99 millones de dólares. En la evolución de las importaciones de libros se registró un crecimiento el cual desde el año 2007 al 2016 ha aumentado en 65%, lo que indica una percepción positiva del producto que se tiene desde Bolivia.

**GRÁFICO N.º 2: PARTICIPACIÓN DE LOS SUBSEGMENTOS EN
EL VALOR AGREGADO BRUTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES (2007)**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo

(p): Preliminar

De las actividades del subsegmento la Edición de diarios, revistas y otras publicaciones periódicas participó con 43% del valor agregado, Edición de Libros con 32% y finalmente Otros trabajos de edición con 24%.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

El destino de la oferta total registró las siguientes características para la demanda intermedia 60.38%; para el consumo final de los hogares 37.08%; exportaciones 0.11% y variación de existencias (productos terminados en almacenes) 2.43%.

Según los datos de la Encuesta de Hogares la demanda de libros ha crecido en 14% entre 2007 y 2013. Las diferentes encuestas como Ipsos Bolivia indican que 43% de los bolivianos leen un libro y que el perfil del lector más frecuente es de una persona joven, entre 18 y 24 años, que compra sus libros a través de librerías o quioscos callejeros.

BALANZA COMERCIAL

Al respecto de la balanza comercial del segmento libros y publicaciones, las mediciones para el año 2007 muestran un registro de USD \$ 0,260 millones de dólares, mientras que las importaciones de productos registraron un valor de USD \$ 44.95 millones de dólares, lo que indica un saldo comercial altamente desfavorable de USD \$ 44.68 millones de dólares. La mayor incidencia en la balanza comercial, se observó en los otros productos editoriales, en el que las importaciones representan 43.09% del total registrado.

APRENDIZAJES

Aunque es un segmento que cuenta con bastante información, los datos se encuentran dispersos y conseguir información de la demanda no es tan viable dado que la información está agregada. En ese sentido es necesario vincular en las encuestas de consumo a los hogares variables relacionadas con la adquisición de libros u otras publicaciones, para identificar niveles de gasto.

Asimismo y ante medidas como la eliminación de barreras arancelarias y la anulación del impuesto al valor agregado a los libros, periódicos y libros, que conllevan una mayor complejidad en la medición de las variables, se debe prever estrategias que permitan obtener una mejor data.

1	5	7	3	2	5	2	9	5	6	1	5	7	3	2	5	2	9
3	5	2	8	5	9	3	8	9		3	5	2	8	5	9	3	8
4	2	2		4	6	3	7	6		4	2	2		4	6	3	7
6		2			3	6	4	3		6		2			3	6	4
8						9	5			8						9	5
						9										9	

SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS

CONTEXTO

De acuerdo el Manual del Convenio Andrés Bello, «Las artes escénicas hacen referencia a las actividades de interpretación de manifestaciones socioculturales y artísticas en vivo, en un espacio y escenario a través del cual la danza, el teatro, la música o el circo son disfrutados por un público específico»¹. Según la descripción anterior, las artes escénicas pueden agruparse en: danza, teatro y otras artes escénicas (marionetas o títeres, circo, entre otras expresiones), interpretaciones audiovisuales y plásticas, y las presentaciones musicales en vivo. Sin embargo, para esta investigación y de común acuerdo con Colombia, Ecuador y Perú, se decidió considerar el subsegmento presentaciones musicales en vivo en el segmento música.

Las artes escénicas en Bolivia, si bien se desarrollan continuamente a través de actividades culturales y de la generación de productos que devienen del gozo y satisfacción del consumidor, desafortunadamente no tienen un registro sistemático y ordenado de la labor de sus participantes.

El territorio juega un rol fundamental en la realización de estas actividades culturales, especialmente en lo que se llama eje central: La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, concretamente en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz de la Sierra. Existen una variedad de compañías teatrales (más de 10 en cada ciudad del eje central) y elencos, que además de presentarse en espectáculos particulares participan en festivales nacionales e internacionales organizados en el país. A estos grupos se suman las presentaciones de elencos de danzas autóctonas bolivianas y clásicas, las cuales en su mayoría son expuestas en los teatros municipales.

Respecto a los escenarios se destacan los más importantes del país. En la ciudad de La Paz está el teatro municipal «Alberto Saavedra Pérez», en El Alto existen tres espacios para la práctica teatral: el Teatro Raúl Salmón (con capacidad de 400 personas), el Teatro de Cámara

¹ Convenio Andrés Bello 2015. Guía Metodológica para la Implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. Bogotá: CAB. Pp. 75.



(capacidad de 100 espectadores), y el Teatro Andino al aire libre (capacidad de un poco más de 100 espectadores, el cual no cuenta con servicios de luces ni de sonido).

En Santa Cruz se encuentran el Teatro de la Casa Municipal de la Cultura, el Centro Simón Patiño, el Centro Cultural Plurinacional, el Teatro René Moreno, el Centro Boliviano Americano, el Goethe Institute, el Centro Nosotros Dos, el elenco privado «Infieles» y el Chaplin Show. La ciudad cuenta, además, con el tradicional Festival de Teatro Universitario «Bicu Bicu» que se realiza hace más de dos décadas. En cuanto a la danza, en Santa Cruz se organiza el Festival de Danzas Tentayape, que cuenta con la participación de agrupaciones de todos los departamentos de Bolivia.

Cochabamba cuenta con dos teatros de importante aforo: el teatro municipal José María Acha con capacidad de 430 espectadores y el otro escenario Adela Zamudio con capacidad de 350 personas. También existen otros escenarios para las prácticas culturales como son la Casa Negra, el Teatro Capital, el Tapeque y el Martadero. Asimismo y con relación a las actividades culturales, la ciudad cuenta con dos importantes festivales de teatro: el Festival Nacional de Teatro Peter Travesi y el Festival de Teatro Bertolt Brecht, éste último organizado por el Instituto Cultural Boliviano Alemán. Eventualmente, se organizan algunos espectáculos de ópera presentados en el Portal de la ciudad de Cochabamba, aunque es usual la presentación de espectáculos de títeres o marionetas.

Los artistas están organizados en la Asociación Boliviana de Actores (ABDA) que agrupa a actores profesionales, tanto del teatro como de otras artes escénicas, con el objeto de establecer sus bases en el reconocimiento de la historia del Teatro Boliviano. Los eventos son realizados en los espacios y/o escenarios de propiedad del Gobierno Central o Municipal, y están destinados a la promoción y difusión de las artes representativas por los artistas bolivianos.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

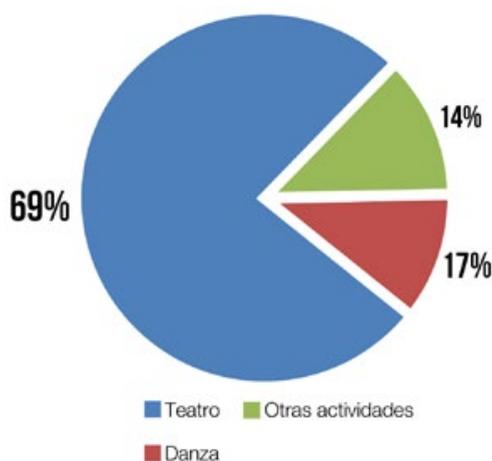
De acuerdo con la oferta en Bolivia, un elenco privado de danza realiza entre cuatro y cinco presentaciones por año, en ambientes que generalmente son alquilados y pagados con la recaudación de las entradas vendidas. El costo de una entrada para ver una actuación de un elenco de danza en la ciudad de La Paz se encuentra entre los 50 (USD \$ 7 dólares) y 80 bolivianos (USD \$ 11 dólares). Sin embargo, puede llegar a costar entre 100 (USD \$ 14 dólares) a 150 bolivianos (USD \$ 22 dólares), el escenario del Teatro Municipal Alberto Saavedra Pérez, donde se realizan presentaciones de recitales, conciertos musicales, obras teatrales, ballet y ópera.

La utilización de las salas teatrales municipales son de carácter gratuito, pero los demás escenarios para las artes escénicas cobran un canon de alquiler, y en varias ocasiones, participan de un porcentaje del monto de las entradas vendidas. Para este caso, la medición de la producción se realizó a partir del ingreso de la venta de taquillas, como resultado de la estimación del número de entradas vendidas por el precio unitario promedio.

En el caso de la actividad de no mercado se consideró como producción la suma de los costos, resultado de las entrevistas realizadas a las unidades informantes datos que también fueron utilizados en el cálculo del consumo intermedio.

La oferta nacional del servicio de las artes escénicas para el año 2007, alcanzó una producción estimada de USD \$ 2.82 millones de dólares, de los cuales el gasto en consumo intermedio registró un valor de USD \$ 1.17 millones de dólares, lo que significó un valor agregado generado por el segmento de USD \$ 1.65 millones de dólares.

GRÁFICO N.º 3: PARTICIPACIÓN DE LOS SUBSEGMENTOS EN EL VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS ARTES ESCÉNICAS (2007)
(en porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo
(p): Preliminar

Entre los subsegmentos se destaca la participación en el valor agregado de la actividad de teatro con 69%, mientras que en danza y otras actividades escénicas fue del 17% y el 14% respectivamente. Según las estimaciones, las importaciones del servicio llegaron a USD \$ 11 mil dólares vinculadas a algunas expresiones de danza de ballet clásico. En conclusión la oferta total del servicio de artes escénicas llegó aproximadamente a USD \$ 3.07 millones de dólares.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

La oferta del servicio realizada por la actividad tiene prácticamente casi todo su destino al consumo de final de los hogares (99.7%), con un valor de USD \$ 3.06 millones de dólares. Las expresiones son menos significativas en el consumo intermedio (aproximadamente valorada en USD \$ 8 mil dólares) y mucho menos en las exportaciones (cerca de USD \$ 1 mil dólares). Este último componente de la demanda puede tener variaciones significativas dependiendo de los contratos logrados por los elencos para la presentación en otros países.

BALANZA COMERCIAL

Para al año de estudio de los sectores culturales, el periodo 2007 tanto las exportaciones como las importaciones son poco significativas para este sector cultural. Las exportaciones apenas llegan a mil dólares, y las importaciones se estimaron en USD \$ 11 mil dólares, lo que da un saldo desfavorable cerca de USD \$ 10 mil dólares.

APRENDIZAJES

Es necesario introducir mecanismos de ordenamiento, recolección y sistematización de la información, dada las condiciones actuales de los datos dispersos, para realizar una mejor medición del comportamiento del segmento.

1	5	7	3	2	5	2	9	5	6	1	5	7	3	2	5	2	9
3	5	2	8	5	9	3	8	9		3	5	2	8	5	9	3	8
4	2	2		4	6	3	7	6		4	2	2		4	6	3	7
6		2			3	6	4	3		6		2			3	6	4
8						9	5			8						9	5
						9										9	

SEGMENTO MÚSICA

CONTEXTO

Las actividades de edición y grabación de música en Bolivia, de manera muy significativa, se encuentran vinculadas a los trabajos de los sellos discográficos nacionales: Discolandia en la ciudad de La Paz y Lauro & Compañía en Cochabamba. Ambos realizan actividades de edición, grabación y comercialización de música fonogramada. Aunque éstos son sellos discográficos tradicionales e importantes, existen en el país otros sellos de menor tamaño caracterizados por su trabajo con nuevos artistas o no muy conocidos, por lo que su registro es muy incipiente.

Por otra parte, los artistas están agrupados en la Sociedad Boliviana de Autores y Compositores de Música (Sobodaycom), la cual efectúa labores de recaudación por todo uso comercial y público de obras musicales nacionales y extranjeras dentro del territorio boliviano, y distribuye esas regalías a sus autores y compositores. Los artistas intérpretes de música también cuentan con su agrupación que es la Asociación Boliviana de Intérpretes y Ejecutantes de Música (Abaidem), creada con el objetivo de proteger los derechos de los artistas, ejecutantes e intérpretes de la música. Según los registros del Ministerio de Culturas y Turismo, existen más de 2,600 empresas dedicadas a la edición de música en el país.

A pesar de que los artistas reconocen que no es negocio la producción de discos, destacan que esta es una actividad muy importante para promocionar y dar a conocer su trabajo. Algunos de los artistas producen su material discográfico en sus propias instalaciones o en las de productores independientes, procediendo a la edición y masterización de su material con agentes especializados.

Uno de los grandes retos de la producción musical en Bolivia es la piratería, actividad que se mantiene debido a los nuevos y diversos dispositivos y equipos que pueden copiar, reproducir y distribuir ilegalmente cientos de copias de creaciones musicales. Estos productos, accesibles a la población en general, son puestos en el mercado a bajos costos hecho que disminuye la posibilidad de participación de empresas, lo que ha producido en el país la salida de algunas de ellas.



Respecto a las presentaciones musicales en vivo se incluyen en este campo tanto la organización de conciertos y presentaciones de aquellos eventos masivos, así como las presentaciones musicales en cafés y clubes. Los eventos masivos son realizados con la participación en la mayoría de casos con la participación de artistas internacionales, utilizando infraestructuras como los estadios deportivos y otros escenarios de gran capacidad.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

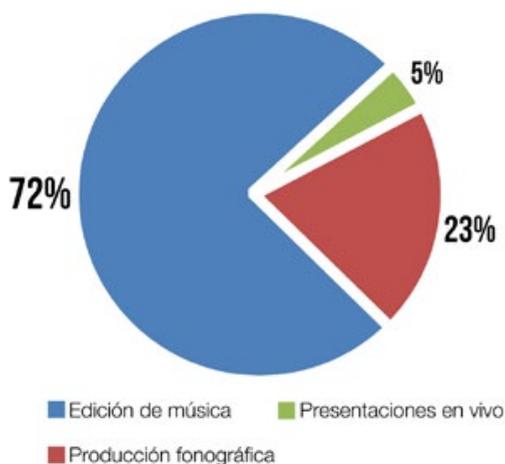
Según los registros del Ministerio de Culturas y Turismo (MCyT) existen en los tres departamentos más de 2,600 empresas dedicadas a la edición de música, gracias a la demanda de los grupos musicales para promocionar su música. La fuente principal de la oferta nacional para música fonogramada fueron los estados financieros de los dos sellos discográficos.

Para los productores menores independientes se recabó información del número de empresas, y sobre la base de una empresa tipo se estimó su producción, aquella que sirvió para realizar el proceso de expansión al total de las empresas. Para la edición musical, también se partió del total de las empresas registradas en el MCyT, y con la información de una empresa tipo se estimó la producción, para luego expandir al total de empresas registradas.

Con relación a las presentaciones en vivo, la estimación del valor bruto de producción se realizó sobre la base de la información del valor de la taquilla, proceso que es resultante de una estimación del número de conciertos realizados, considerando el número de espectadores y las entradas vendidas multiplicadas por un precio unitario promedio.

Las estimaciones indican que el segmento registra una producción nacional de

GRÁFICO N.º 4: PARTICIPACIÓN DE LOS SUBSEGMENTOS EN EL VALOR AGREGADO BRUTO DEL SEGMENTO MÚSICA (2007)
(en porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo
(p): Preliminar

USD \$ 9.92 millones de dólares, lo que implicó un gasto por consumo intermedio de USD \$ 6.24 millones de dólares, por lo que la actividad de música fonogramada y espectáculos en vivo generó un valor agregado de USD \$ 3.67 millones de dólares. Observando la participación del valor agregado por subsegmento la actividad de edición de música registró una participación de 72%, seguida por la producción fonográfica en 23% y las presentaciones en vivo con 5%.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

A la producción nacional de USD \$ 9.92 millones de dólares se suman las importaciones, resultando una oferta de USD \$ 11.17 millones de dólares. Nuevamente, el destino está centrado prácticamente al consumo de los hogares con un valor de USD \$ 11.13 millones de dólares y mucho menor al consumo intermedio y exportaciones, con USD \$ 30 mil y USD \$ 4 mil dólares, respectivamente.

BALANZA COMERCIAL

La información de comercio exterior de Bolivia en este segmento cultural es menor para el año 2007 con relación al resto de segmentos. Para el año 2007 las exportaciones llegaron a USD \$ 4 mil dólares, mientras que las importaciones registraron USD \$ 382 miles de dólares, lo que implica un saldo comercial desfavorable de USD \$ 378 millones de dólares. Esta incidencia está explicada por la mayor participación de los productos de los servicios de espectáculos musicales en vivo en 68.54%.

APRENDIZAJES

Para este segmento es también importante introducir mecanismos de ordenamiento, recolección y sistematización de la información (con excepción de los informantes de música fonogramada); así como estrategias para la reducción de la influencia de la piratería que disminuye de manera ostensible los costos de producción. Si bien la producción de discos no es rentable, se destaca el valor de producto musical como herramienta de promoción.

Esta es una actividad que depende de manera significativa de la reacción del público, pues es la demanda de los espectadores lo que marcan la pauta. En ese orden de ideas, la promoción continua de espectáculos permitiría una mayor atención de la población

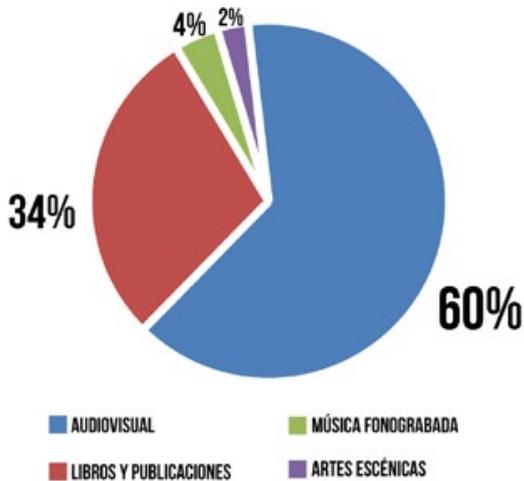


© Festival de Bandas Folklóricas de Oruro - Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia

EMPLEO CULTURAL

Con base en la Encuesta Continua de Empleo y el ejercicio de retropolación para el año 2007, los resultados muestran que el mayor porcentaje de participación en cuanto a personas ocupadas está en el segmento audiovisual con cerca del 60%, seguido por el segmento libros y publicaciones con 34%, el segmento música fonogramada y espectáculos en vivo con 4% y artes escénicas con 2%.

GRÁFICO N.º 5: PARTICIPACIÓN DE LOS SEGMENTOS EN EL EMPLEO DE LA ACTIVIDAD CULTURAL (2007)
(en porcentaje)



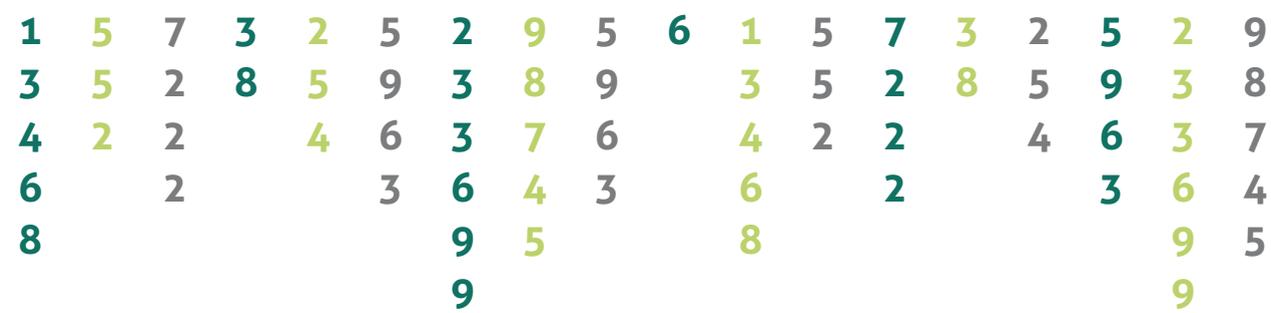
Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo

COLOMBIA

7
5 8 9 1 9 3 4
5 8 9 1 9 3 4
9 8 9 9 6 6 3 5 3 8 5 8 3 6 7 6 3 5 2 2 2 9 6 7 9 5 4 5 2 2 2 9 6 7

7
8 3 5 5 2 9 8 9 1 9 1 9 6 6 3 5 3 8 5 4 5 2 2 2 9 6 7

7
8 3 5 5 2 9 8 9 1 9 1 9 6 6 3 5 3 8 5 4 5 2 2 2 9 6 7



SEGMENTO AUDIOVISUAL

CONTEXTO

Para el caso colombiano, el segmento audiovisual es uno de los que presenta mayor dinamismo y evolución, pues los subsectores que lo componen (radio, cine y televisión) tienen una gran atención del mercado, además han estado sujetos a importantes cambios tecnológicos, que facilitan la producción, distribución y acceso de sus contenidos y además cuenta con un marco normativo que ha venido favoreciendo sistemáticamente el crecimiento, la producción y el consumo de bienes y servicios relacionados.

Entre varias normas generales que favorecen este segmento en Colombia se cuenta con tres leyes específicas que apuntan a su directo fortalecimiento. Por un lado la Ley General de Televisión, Ley N.º 182 de 1995, que tiene como objetivo reglamentar el servicio de televisión y estimular su desarrollo a través de la creación del Fondo para el Desarrollo de la Televisión entre otras normativas que favorecen dicha actividad.

Por otro, las leyes del fomento al sector cinematográfico, la Ley N.º 814 de 2003 (Ley del Cine) adopta medidas de fomento tendientes a posibilitar escenarios de retorno productivo entre los sectores integrantes de la industria de del cine, promoviendo la inversión en el ámbito productivo de los bienes y servicios comprendidos en dicha industria. Dos de los principales logros de dicha Ley son la creación de la contribución parafiscal, denominada Cuota para el Desarrollo Cinematográfico, a cargo de los exhibidores cinematográficos, los distribuidores que realicen la actividad de comercialización de derechos de exhibición, administrada por el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, cuyos recursos son un factor importante para la financiación de películas colombianas y otras actividades de fomento a la cinematografía en el país.

Y por otro lado, los contribuyentes que realicen inversiones o hagan donaciones a proyectos cinematográficos de producción o coproducción colombianas tendrán derecho a deducir de su renta en un ciento veinticinco por ciento (125%) del valor real invertido o donado.

Asimismo, la Ley N.º 1556 de 2012 por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas, norma que está enfocada en el fomento de la actividad cinematográfica de Colombia y el sector turismo, promoviendo el territorio nacional como elemento del patrimonio cultural para la filmación de audiovisuales, como escenario para la actividad turística, la promoción de la imagen del país y el desarrollo de la industria cinematográfica colombiana.



CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

El segmento audiovisual es el que genera mayor cantidad de recursos económicos de los sectores incluidos en esta publicación con una producción asociada en 2007 de USD \$ 1,304 millones de dólares, y que alcanzó los USD \$ 2,328 millones de dólares en 2014, representando un crecimiento en la producción sectorial del 78% entre el año 2014 y 2007, asimismo, el valor agregado generado por este sector alcanzó en 2014 un máximo de USD \$ 1,579 millones (ver cuadro n.º 1).

CUADRO N.º 1: CUENTA DE PRODUCCIÓN SEGMENTO AUDIOVISUAL VALORADO A PRECIOS DEL AÑO 2005 POR ENCADENAMIENTO (2007 - 2014)
(en miles de dólares americanos USD)

Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
P.1 Producción total audiovisual	1,304,647	1,569,467	1,397,084	1,749,515	1,934,721	2,142,371	2,228,821	2,328,441
P.1 Producción de filmes y videocintas	75,114	86,386	114,510	123,949	117,646	124,884	135,215	98,326
P.1 Distribución de filmes y videocintas	25,109	27,089	32,734	46,036	53,093	58,753	59,545	59,481
P.1 Exhibición de filmes y videocintas	79,943	80,447	94,200	135,052	174,339	197,960	199,294	199,268
P.1 Producción televisión abierta	485,654	536,512	486,201	608,937	683,776	704,853	743,076	714,624
P.1 Producción radiodifusión	165,239	182,543	165,425	207,185	232,648	239,820	252,824	243,144
P.1 Servicios de televisión por suscripción	473,588	656,489	504,014	628,355	673,218	816,101	838,867	1,013,597
P.2 Consumo Intermedio total audiovisual	475,835	614,022	520,269	653,328	660,358	620,413	751,833	749,056
B.1 Valor agregado bruto total audiovisual	828,813	955,445	876,816	1,096,187	1,274,364	1,521,958	1,476,989	1,579,385

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura. Valores a precios de 2005 por encadenamiento. DANE-MinCultura.

Por su parte, los subsectores con la mayor producción en el interior del segmento audiovisual son la de televisión abierta, con una producción asociada de USD \$ 714 millones de dólares para 2014 y los servicios de suscripción a televisión, con una producción de USD \$ 1,013 millones de dólares.

BALANZA COMERCIAL

Existen diversas limitaciones para identificar con certeza el comportamiento de la balanza comercial del segmento audiovisual, especialmente porque gran cantidad de las transacciones asociadas a las importaciones y exportaciones de este sector corresponden a servicios, que en la actualidad no tienen un mecanismo de medición en Cuentas Nacionales estricto que permita identificar su dinámica.

Teniendo en cuenta lo anterior, ha sido posible identificar información de comercio exterior asociada al producto «derechos de exhibición del filmes», que corresponde a la importación y exportación de contenidos cinematográficos que posteriormente es exhibido en salas. El comportamiento de la balanza comercio de este producto es deficitario, con unas importaciones para 2007 de USD \$ 5,9 millones de dólares, alcanzando los USD \$ 12.6 millones de dólares en 2014, mientras que sus exportaciones apenas alcanzan los USD \$ 27 mil dólares en 2007 y finalizando con USD \$ 57 mil dólares en 2014. Por su parte, en relación los productos asociados a radio y televisión se cuentan con unas importaciones para 2007 de USD \$ 26.8 millones de dólares para 2007 y de USD \$ 40.46 millones de dólares para 2014, mientras que las exportaciones fueron de USD \$ 22.25 millones de dólares en 2007 y USD \$ 36.46 millones de dólares en 2014.

Lo anterior se puede resumir en una balanza comercial agregada (sólo para los segmentos que se cuenta con información) en un valor promedio de la balanza comercial en el segmento audiovisual de USD \$ -6.48 millones de dólares.

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Es necesario aclarar que, debido a las limitaciones de la información que se logra recabar a través de la metodología de la CSC, los BOU del segmento contempla cinco Balances de Oferta y Utilización: servicios de producción de videos; derechos de exhibición de filmes; filmes; filmes exhibidos y transmisión de radio y televisión.

Para los filmes se consideraron los flujos efectivos que genera su producción en cada uno de los momentos estudiados. El uso de estos flujos se clasifica como formación bruta de capital fijo por cuenta propia el cual alcanzó los USD \$ 10, 8 millones de dólares en 2014.

Para los servicios de producción de videocintas se usaron los datos de las productoras audiovisuales, cuyo rendimiento es utilizado como insumo para otras empresas del segmento tales como canales de TV, agencias de publicidad, entre otras. Por esta razón, el consumo asociado a este producto es en su totalidad consumo intermedio de otros sectores (USD \$ 87,46 millones de dólares en 2014).

El producto filmes exhibidos cuenta con algunas características particulares, entre ellas, que en él se incorporaron los ingresos de los establecimientos que llevan a cabo esta labor como actividad principal o secundaria. Adicionalmente, se tuvieron en cuenta los recaudos realizados por el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) como impuestos y derechos diferentes al Impuesto de Valor Agregado (IVA) y las subvenciones al producto, que resultan de la exhibición de cortometrajes tal y como lo dicta la Ley N.º 814 del 2003.

Para el resultado de los derechos de exhibición de filmes, se encontró que el uso de estos productos es principalmente consumo intermedio de otros agentes, en este caso de los exhibidores, con un equilibrio entre oferta y demanda de USD \$ 149.7 millones de dólares.

Para el caso del producto transmisión de radio y televisión se incorporan tanto los ingresos por pauta (consumo intermedio y consumo de hogares), como los ingresos generados por la televisión por suscripción y las exportaciones de canales privados alcanzando un total en su equilibrio de USD \$ 2,085 millones de dólares en 2014.

APRENDIZAJES

El segmento audiovisual, como se ha visto, es uno de los que más genera ingresos y valor agregado de los cuatro sectores analizados en el presente documento. Cabe mencionar que esta generación de flujos económicos está particularmente liderada por la radio y la televisión, que tienen como principal fuente de financiación la inversión publicitaria, a la vez que son los subsectores más «demandados» por la población.

Este hecho da cuenta de la importancia que tienen los anunciantes para la posibilidad de monetizar contenidos culturales, y la necesidad de que otros subsectores implementen estrategias similares para la generación de ingresos.

Por otra parte, es importante anotar que aún queda un largo camino por recorrer en cuanto a recolección de información relacionada con circulación y monetización de contenidos audiovisuales en soportes digitales y de streaming, pues aún las fuentes de información identificadas no dan cuenta de los recursos que mueve el mercado al interior de estos canales.

Asimismo se consideran de gran relevancia las limitaciones de recolección de información relacionada con el comercio exterior servicios relacionados con el segmento audiovisual, dejando de lado un gran aporte que están generando un sinnúmero de empresas y organizaciones en eslabones intermedios de producción de este segmento.



SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES

CONTEXTO

El segmento libros y publicaciones comprende la edición de libros, la edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas, y otras actividades como la edición de fotografías, grabados, postales, horarios, carteles y reproducciones de obras de arte. Estas actividades se caracterizan por la creatividad que requiere su elaboración y están protegidas por el derecho de autor.

Para la Cuenta Satélite de Cultura se seleccionaron las siguientes actividades de edición, clasificadas en la CIIU Revisión 4, con la cual se presentan los datos de la totalidad de las fuentes de información utilizadas:

- Edición de libros, folletos y partituras (5811).
- Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas (5813).
- Otros trabajos de edición (5819).

Las actividades de edición son actividades productivas (de acuerdo con lo que el Sistema de Cuentas Nacionales –SCN- considera como producción valorada económicamente) dentro del campo cultural, puesto que consisten en la generación de productos con contenidos simbólicos. De acuerdo con la CIIU, «la edición comprende un conjunto de actividades financieras, técnicas, artísticas, jurídicas, de comercialización, etc. tendientes a lograr la reproducción y difusión de un material intelectual, científico o artístico».¹

Según la definición de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), un libro es toda obra literaria, científica o de otro tipo, que cuenta con la extensión necesaria para formar un volumen y puede tratar sobre cualquier tema². Las publicaciones seriadas son aquellas cuyos volúmenes se suceden en orden numérico o cronológico, bajo un título común y en número indefinido, mientras que las publicaciones periódicas son

1 Departamento Administrativo Nacional de Estadística s.f.. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 3 Adaptada para Colombia. Bogotá: DANE. Pp. 157.

2 Aunque esta definición no hace referencia únicamente a los soportes físicos, por cuanto los libros en formato digital están siendo cada vez más usuales.



Siguieron a volar en aviones, sin frenos, con ruedas
muy ligadas como las de una bicicleta o con direcciones
no y pesados. Aprendieron a aterrizar en ríos, lodo,
contra árboles y montañas, y en el desierto con el Perú
dentro de Colombia.

Los que abrieron caminos en el cielo en la historia de un
país, un momento histórico colombiano, algunos
nombres, Estados Unidos, Italia — que, desde el año
1900, la construcción del siglo XX, un desarrollo
para

PILAR LOZANO

**Los que abrieron
caminos en el cielo**

por Olga Cecilia

Los que abrieron caminos en el cielo en la historia de un país

publicaciones seriadas que se publican cada cierto tiempo, como los diarios, anuarios, series de informes, memorias de instituciones, series de actas y conferencias y series monográficas.

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

Dentro de los «Otros trabajos de edición» se encuentra la edición de catálogos para almacenes, de mercancía y de colecciones; la edición de fotografías, de tarjetas postales, de tarjetas de felicitación, horarios, formularios, carteles, afiches, calendarios. También se incluye la reproducción de obras de arte, la edición de catálogos de obras de arte, los diseños de estampados para ropa, material publicitario, incluso libretas de cupones de descuento, otras obras impresas, la edición en línea de estadísticas y otros tipos de información, la edición de diarios y agendas temáticas y de cubiertas para globos terráneos.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

Con la llegada de las nuevas tecnologías de la información se afectaron varios sectores industriales, lo que incidió en la transformación de la industria editorial. Con la aparición de Internet se ampliaron las formas de representación, y se dio una coincidencia de tecnologías digitales (audio, video, hipertexto, radio, televisión, interactividad, entre otros) que empezaron a afectar las relaciones personales, las formas de comunicación, entretenimiento, comercio y, sobretodo, en las maneras de aprendizaje.

Los cambios más evidentes en la industria editorial son la digitalización de impresos, el libro electrónico y la impresión por demanda. Esto ha incidido no solo el formato en el que se presentan las publicaciones, sino que también ha cambiado las relaciones entre autor-lector y autor-editor. La impresión por demanda no necesita de un pedido inicial de la obra, ni costos iniciales, como tampoco genera excesos de inventario, ya que se realiza sólo cuando el usuario la solicita.

La producción nacional de libros, diarios, revistas, otras publicaciones periódicas y otros trabajos de edición creció 112.77% entre el año 2007 y el 2014, en tanto que las importaciones de los mismos productos crecieron un 183.61% para el mismo período.

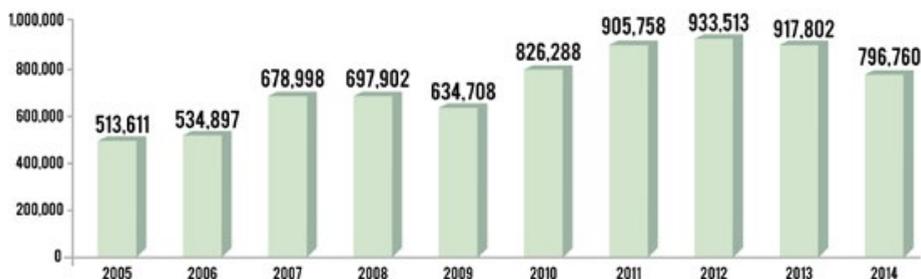
**CUADRO N.º 2: OFERTA DE LOS PRODUCTOS DEL SEGMENTO
LIBROS Y PUBLICACIONES (2005-2014)
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Producción precios básicos	513,413	548,287	696,525	737,482	726,032	783,202	840,811	902,617	800,291	785,502
Producción de mercado	513,413	548,287	696,525	737,482	726,032	783,202	840,811	902,617	800,291	785,502
Importaciones CIF precios básicos	55,438	72,065	86,198	109,011	79,125	104,492	107,239	109,363	156,081	158,269
Márgenes de comercio	173,124	189,545	209,062	221,355	220,624	236,561	251,710	270,728	273,484	250,050
Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	4,811	5,391	7,877	8,766	8,606	11,058	12,177	12,961	13,768	15,628
Oferta total - Precios comprador	746,787	815,788	999,663	1,076,613	1,034,387	1,135,313	1,211,936	1,295,669	1,243,624	1,209,448

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura

De otra parte, el valor agregado generado por este segmento fue de USD \$ 678,998 miles de dólares en 2007 pasando a USD \$ 796,760 miles de dólares en 2014, lo que representa un crecimiento de 17.3%.

**GRÁFICO N.º 1: VALOR AGREGADO DE LAS ACTIVIDADES DEL SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES EN COLOMBIA (2005-2014)
(en miles de dólares americanos USD)**



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura. Valores a precios de 2005 por encadenamiento. DANE-MinCultura.

Los agentes económicos involucrados en este segmento son aquellos establecimientos públicos y privados, ya sean personas jurídicas o naturales que tienen como actividad principal la edición de libros, diarios, revistas y otros trabajos de edición.

BALANZA COMERCIAL

Para la serie de años estudiados por la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia (2005-2014) la balanza comercial del sector editorial presenta desde el año 2012 una tendencia negativa, en tanto que hasta el año 2011 todos los años fue positiva. El año 2014 la cifra de importaciones fue de USD \$ 158 millones de dólares, mientras que las exportaciones fueron por USD \$ 142 millones de dólares.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Según la Encuesta de Consumo Cultural realizada por el DANE para el año 2014, del total de la población de 12 años y más que afirmó saber leer y escribir en 2014, el 48.4% leyó libros en los últimos 12 meses, presentándose un aumento con respecto a 2012 (47.7%). El promedio de libros leídos por parte de las personas de 12 años y más, que saben leer y escribir y leyó libros en los últimos 12 meses (población lectora), corresponde a 4.2 libros.

El 52,6% de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir, leyó revistas en 2014, presentando un aumento en la lectura de este tipo de publicación con respecto al 2012 (50.4%). La lectura de periódicos por parte de la población de 12 años y más presentó un aumento para el 2014 (67.1%) con relación a 2012 (63.2%).

El dispositivo electrónico que más usaron las personas de 12 años y más en 2014 para leer fue el computador de escritorio y/o portátil (59,0%), seguido por el celular (40,0%), tableta (13,0%) y lector de libros electrónicos (1,6%).

APRENDIZAJES

Es claro que los exiguos hábitos de lectura constituyen una de las dificultades más evidentes no solo para la industria editorial, sino para el desarrollo social y cultural de Colombia. Por lo tanto, es una necesidad urgente que desde los Ministerios de Cultura y Educación se formule políticas y se generen las condiciones que permitan la formación de una sociedad con capacidad y con atracción por la lectura, y que en consecuencia tenga la capacidad para la producción y la expresión de sus propias manifestaciones culturales.

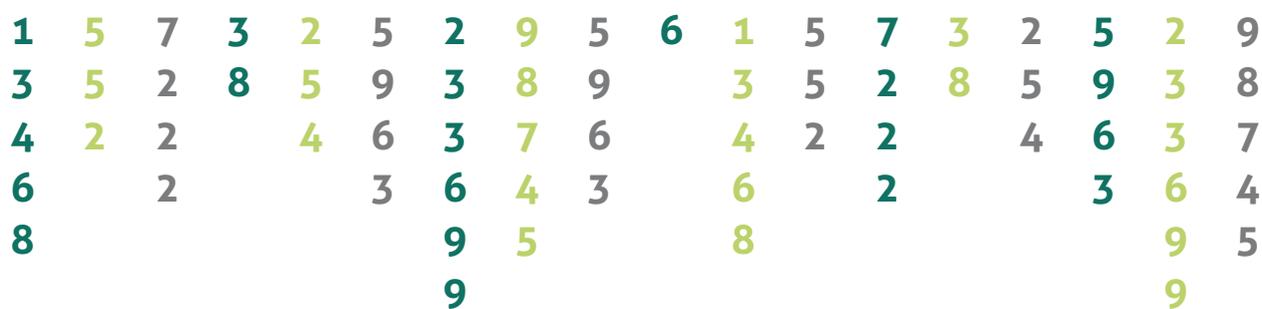
Como prioridad de las políticas se debe considerar el papel social y cultural de las bibliotecas como un servicio público y enfocarse en su crecimiento y sostenibilidad, aún más cuando el país ha hecho una gran inversión en la dotación y en el cubrimiento de estos espacios culturales.

De otra parte, los cambios en las tecnologías de la información han provocado una caída en la participación de los diarios y revistas impresos en el contexto de los medios de información y le ha impuesto grandes desafíos al modelo actual del periodismo apoyado en la publicidad. Esto ha propiciado el reconocido debate sobre la viabilidad de los diarios y revistas en el largo plazo. El escenario se ha vuelto más complicado en cuanto a que la tendencia generada por el cambio estructural en las tecnologías de la información se ha empeorado por una fuerte caída en la pauta publicitaria, producto de la ralentización económica.

CUADRO N.º 3: DEMANDA DE SERVICIOS DE EDICIÓN (2005-2014)
(en miles de dólares americanos USD)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Consumo intermedio precios comprador	186,588	209,182	227,384	240,428	275,576	305,016	310,524	308,972	289,206	342,558
Consumo intermedio precios básicos	136,723	150,310	174,516	183,989	210,698	234,724	235,511	230,656	205,526	252,361
Márgenes de comercio	46,907	55,293	48,486	51,771	59,705	64,565	68,862	71,900	78,060	83,424
IVA no deducible	2,958	3,579	4,382	4,667	5,173	5,728	6,151	6,416	5,620	6,773
Gasto de consumo final de los hogares precios comprador	413,423	439,272	465,340	479,344	503,361	557,979	533,907	549,871	540,101	517,383
Gasto de consumo final de los hogares precios básicos	270,160	272,933	296,551	310,730	332,400	371,052	354,918	362,614	344,345	325,034
Márgenes de comercio	140,306	162,760	164,407	163,947	165,788	181,199	172,838	180,842	190,136	185,576
IVA no deducible	2,958	3,579	4,382	4,667	5,173	5,728	6,151	6,416	5,620	6,773
Formación bruta de capital fijo	678	1,281	1,771	3,245	1,178	1,063	1,013	1,131	1,703	510
Variación de existencias	8,368	14,064	17,437	23,244	988	12,550	44,717	101,129	95,407	110,152
Exportaciones a precio comprador	137,731	165,067	224,061	223,189	184,565	127,046	138,942	102,543	143,075	122,365
Demanda total - Precios comprador	746,787	828,867	935,994	969,450	965,668	1,003,653	1,029,102	1,063,646	1,069,492	1,092,969

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura



SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS

CONTEXTO

El segmento artes escénicas y espectáculos artísticos, como lo define la Ley de Espectáculo Público de 2011, se refiere a:

(...) «los espectáculos públicos de las artes escénicas, las representaciones en vivo de expresiones artísticas en teatro, danza, música, circo, magia y todas sus posibles prácticas derivadas o creadas a partir de la imaginación, sensibilidad y conocimiento del ser humano que congregan la gente por fuera del ámbito doméstico».¹

Éste puede entenderse como un segmento del campo cultural que puede desagregarse en los subsectores de teatro, danza, presentaciones que articulen danza, teatro y música, otras formas de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, entre otros), interpretaciones con medios alternativos (audiovisuales, plásticos), y las presentaciones musicales en vivo². Cada uno de éstos tiene características particulares al tipo de representación que se está desarrollando, pero comparten el hecho de ser consumidos en el mismo momento en que se está desarrollando el espectáculo. Ahora bien, es importante resaltar que por consenso entre los países vinculados a este proyecto, con base en reflexiones de política pública y análisis sobre el campo cultural, para el caso de las artes escénicas se excluirá el estudio del espectáculo musical en vivo, el cual será estudiado en el segmento específico de música.

En este sentido, las artes escénicas se han caracterizado por la diversidad de géneros y expresiones que contiene. Asimismo, gracias a esta diversidad y a que en ciertos casos éstas expresiones no requieren de una alta inversión de capital para su realización, la creación y producción de espectáculos de las artes escénicas puede encontrarse a lo largo y ancho del territorio nacional, permitiendo una descentralización de la difusión de contenidos artísticos. Sin embargo, es importante resaltar que en muchas ocasiones carecen de la infraestructura adecuada para la producción de eventos con mayores niveles de calidad. Este ha sido un eje

1 Congreso de la República 2011. Ley N.º 1493 «Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones». Disponible en: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley149326122011.pdf>

2 Pinot de Liberos, Marion 2009. Cuenta Satélite de Cultura: Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica. Bogotá: Convenio Andrés Bello. Pp. 40.



problemático en el sector debido a que no se han generado muchos espacios que contemplen la demanda específica de nichos de mercado.

De acuerdo con Gómez y Lagos (2008)³ existe un número importante de festivales de danza y teatro en los cuales se da a conocer lo que se está produciendo a nivel nacional, y otros festivales que además de presentar danza y teatro nacional, también se conforman como escenarios importantes para compañías extranjeras. Éstos son el Festival Iberoamericano de Teatro que se celebra cada dos años y el Festival Alternativo que dedica un espacio importante para el teatro y la danza contemporánea; cabe destacar también el Festival Universitario de Danza Contemporánea realizado en Bogotá y el Festival Internacional de Teatro de Manizales como escenarios de difusión de estas actividades artísticas.

De igual manera, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Cultura viene generando estímulos para la financiación de espectáculos en vivo, lo cual se traduce en el incremento del disfrute de los hogares. Sin embargo, en el diálogo público-privado se han identificado problemáticas específicas del segmento que han representado obstáculos en el desarrollo y participación de los agentes de esta cadena. Así, se plantean diferentes estrategias para superar los obstáculos correspondientes a cuatro ejes de trabajo: Talento humano - formación en el uso de los derechos de autor y asociaciones de gestión colectiva; Marco normativo - eliminación de trámites excesivos; Fortalecimiento empresarial - incentivar el trabajo asociativo del sector; e Infraestructura - ley del espectáculo en vivo.

Por lo tanto, será importante continuar el trabajo a favor del desarrollo del sector implementando estrategias de política pública, con la articulación público-privado, que permitan generar mayor expansión del consumo de espectáculos de las artes escénicas y valorar así la diversidad en el contenido. Es importante destacar que la producción de artes escénicas no sólo permite el fortalecimiento económico del sector, sino que son espacios que generan un importante impacto social y cultural en las regiones.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

Las artes escénicas son actividades con un fuerte componente de transmisión de contenidos simbólicos, los cuales para ser producidos requieren de insumos y mano de obra como cualquier otra actividad económica. Es decir que su producción se encuentra enmarcada en escenarios de transacciones económicas para producir una obra de teatro o una presentación de danza, generando costos por su producción y valor añadido o ganancia, resultado de realizar un evento de este tipo.

La oferta de servicios de producción de espectáculos artísticos en vivo, presentó un incremento del 114% entre 2007 y 2014, pasando de ingresos de USD \$ 11,792 miles de dólares en 2005 a USD \$ 25,308 miles de dólares en 2014. De igual manera durante toda la serie, el crecimiento promedio anual fue de 10%.

Por otro lado, el valor agregado generado por este segmento fue de USD \$ 15,040 miles de dólares en 2007 pasando a USD \$ 38,966 miles de dólares en 2014, representando un crecimiento promedio anual de 22.2%, lo cual puede indicar que a pesar de que las artes escénicas no sean totalmente sostenibles, tanto el gasto público como los ingresos del sector privado, han venido incrementándose de manera importante.

3 Gómez, Sandra y Andrés Lagos. 2008. «Colombia» En: Sur-Sur.info. Texto escrito con la colaboración de Peter Palacios y Natalia Orozco, con la coordinación del Área de Danza del Ministerio de Cultura Bogotá. Disponible en: <http://www.sur-sur.info/spip.php?rubrique26>

**GRÁFICO N.º 2: VALOR AGREGADO DE LA PRODUCCIÓN DE ACTIVIDADES
TEATRALES Y MUSICALES Y OTRAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS
(2005-2014)**
(en miles de dólares americanos USD)



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura, cifras encadenadas. Valores constantes. MinCultura-DANE

Los agentes económicos que se encuentran identificados en este segmento son aquellos que tienen como actividad principal la producción para el público en general, de obras de teatro, conciertos y óperas, espectáculos de danza, para una o más funciones. La actividad puede ser realizada por grupos, compañías, orquestas o bandas, pero también puede consistir en funciones de artistas, actores y actrices, músicos y autores, entre otros. Asimismo se incluyen las actividades conexas, como las del manejo de la escenografía, los telones de fondo y el equipo de iluminación y de sonido, y de funcionamiento de agencias de venta de tiquetes de teatro, salas de concierto y de teatro y otros locales, así como el diseño de la escenografía y el montaje iluminado.⁴

BALANZA COMERCIAL

El intercambio entre países de contenidos relacionados con las artes escénicas es una acción permanente. En este sentido, la variedad de mecanismos, escalas de producción y formas de circulación, que las regiones comparten generan dinámicas de demanda que Colombia puede cubrir dada la calidad de su producción artística y su gran diversidad en procesos de creación.

En la actualidad, las formas de integración de las actividades culturales a los circuitos del mercado son muy variadas, en comparación con otras regiones con mecanismos más uniformes en su desarrollo como el europeo o el canadiense. Una importante proporción de las actividades relacionadas con las artes escénicas en Colombia, y en general en Latinoamérica, se genera en espacios informales, permitiendo así una acumulación de saberes e intercambios culturales que nutren permanentemente la calidad y originalidad de las obras de la región.

⁴ Descripción tomada del Código Internacional Industrial Uniforme, CIIU Revisión 3 Adaptada para Colombia, referente a la actividad 9214 (actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas).

Adicionalmente, las artes escénicas se encuentran sustentadas localmente, esto se debe a que han permanecido en el sector productivo y han permitido la creación de empleos menos susceptibles a las fluctuaciones de la economía global. Es preciso mencionar que las actividades relacionadas con este segmento en la región son intensivas en mano de obra y no en capital, haciendo de este un sector con grandes potencialidades para la creación de empleo.

A pesar de esto, la información cuantitativa en relación con la balanza comercial de servicios es muy limitada aún, dada la insuficiencia de los instrumentos de recolección de información de las entidades encargadas tanto de las estadísticas como de las que tienen a cargo los temas comerciales. Por esta razón, en este apartado no se presentan datos ni cuadros al respecto.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

El consumo de espectáculos de las artes escénicas se entiende como el disfrute de los ciudadanos de una obra de teatro, espectáculo de danza, o espectáculo musical, todos en vivo. De acuerdo con la Encuesta de Consumo Cultural del DANE, el 17% de las personas de 12 años y más en 2014 asistieron a teatro, danza y/o ópera. Asimismo, de la población que afirmó haber asistido, el 68% afirmó haberlo hecho de forma gratuita. Por su parte, quienes afirmaron haber asistido a espectáculos de las artes escénicas con cobro, el 30% lo hizo pagando alrededor de 10 dólares.

Por otro lado, de acuerdo con los resultados de la CSC se puede observar que para 2007, los hogares gastaron USD \$ 9,847 miles de dólares en servicios de producción y presentación de artes escénicas. Para 2014, este gasto fue de USD \$ 15,893 miles de dólares. Esto representó un crecimiento del 61% entre los dos años mencionados, lo cual puede indicar que los hogares han venido aumentando la destinación de parte de sus ingresos en la asistencia a este tipo de actividades culturales.

Ahora bien, la producción de espectáculos está compuesta por espectáculos con y sin cobro. La demanda de espectáculos de artes escénicas puede verse como un consumo final de hogares, el cual se puede acceder con la compra de tiquetes realizada por los ciudadanos para asistir a los espectáculos en vivo, como con el consumo final del Gobierno, el cual se refiere a todos aquellos espectáculos en vivo que las diferentes instancias gubernamentales financian. Éstos últimos en valores constantes han representado un crecimiento promedio anual de 29%.

APRENDIZAJES

Las artes escénicas son un segmento cultural con potencial para dinamizar tanto la economía como la circulación de contenidos simbólicos en el país. Sin embargo, con el fin de que esta dinámica se potencialice será necesario que esté estructurada bajo un trabajo de agremiaciones sectoriales donde los agentes de cada uno de los eslabones de la cadena de producción trabajen articuladamente. Parte de esta integración debe surgir un circuito de espacios de exhibición, en donde los artistas puedan presentarse de forma itinerante bajo parámetros claros y estandarizados.

Asimismo, es necesario seguir implementando los beneficios que trae la Ley N.º 1493 del 2011 de Espectáculo Público, generando la infraestructura adecuada para la presentación de espectáculos en vivo. Con esta mejora en la infraestructura, diversa (espacios pequeños, medianos y grandes) y especializada para el tipo de público (nichos de mercado), los artistas con puestas en escena dejarán de tener limitaciones frente al espacio, no tendrán que recortar parte de su espectáculo e incrementarán su calidad. Para lograrlo, será importante generar

políticas públicas que creen las condiciones de entorno que viabilicen el desarrollo del sector de las artes escénicas en Colombia.

Adicionalmente, es de gran importancia que el sector público desarrolle una estrategia de formación de públicos a nivel nacional, no solo para la apreciación del teatro y la danza, sino para el fomento de la diversidad en la circulación de los géneros para que el público valore estas expresiones artísticas y cultive una disposición a pagar por ellas desde la primera infancia. Finalmente, para los agentes culturales la participación de las instituciones públicas en el desarrollo del segmento es fundamental para la construcción conjunta y articulada de estrategias que potencien la competitividad sectorial. Asimismo, la empresa privada también puede ser facilitadora para el fortalecimiento de este segmento.



SEGMENTO MÚSICA

CONTEXTO

En Colombia existen múltiples ejercicios académicos que pretenden analizar las dinámicas políticas, sociales y económicas de la música dentro de contextos específicos. Por un lado, las investigaciones que parten desde disciplinas afines a la antropología, la sociología, la psicología, así como desde los estudios culturales, permiten visibilizar el impacto que tienen determinados géneros musicales en la construcción de subjetividades, sentidos, afecciones y emocionalidades, en el devenir cotidiano al interior de grupos o comunidades.¹ Por otro, estudios enfocados en examinar el estado macro económico de esta expresión artística, se convierten en un insumo práctico para la formulación de lineamientos de política pública sectorial y la toma de decisiones de inversionistas privados.

Las acciones realizadas por el equipo de Cuenta Satélite de Cultura de Colombia se enmarcan dentro del segundo conjunto de estudios, consolidando un sistema de información a partir de diferentes fuentes que proveen datos monetarios y no monetarios, con el propósito de evaluar el comportamiento de las actividades características de la música grabada y música en vivo en una serie de tiempo. En este sentido, los resultados que se presentan a continuación hacen parte de las mediciones económicas de estos dos subsegmentos, dando cuenta de rubros asociados a las actividades productivas, al igual que los fenómenos de oferta y demanda de los productos vinculados.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

El segmento música se encuentra integrado por las actividades de edición de música fonograbada y espectáculos musicales en vivo. Dentro de la primera es importante mencionar que existe una participación de diferentes agentes del sector, los cuales llevan a cabo procesos de creación, interpretación, producción y postproducción, dando como resultado el master de un sencillo, LP o álbum. Con el objetivo de realizar la medición económica de este subsegmento,

¹ Estos estudios no desconocen el factor económico.



se identificaron aquellos establecimientos que desarrollan la producción de música fonogramada como actividad principal.

Ahora bien, siguiendo las recomendaciones de la Guía Metodológica para la Implementación de las de Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica (2016), se incluyen las actividades secundarias que se generan en estas empresas, al igual que los rubros asociados a los derechos conexos de las obras.

Por otro lado, la producción de espectáculos musicales en vivo requiere ciertas especificidades técnicas y profesionales, en el que se generan transacciones económicas diferentes a las actividades de edición de música fonogramada. De la misma manera, sus particularidades móviles permiten que se realicen en todo el territorio nacional, y se destaca que se consolidan otras experiencias sensibles en su consumo colectivo.²

Tomando como referente los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia, se puede afirmar que el agregado de personas naturales y jurídicas dedicadas a la producción de espectáculos musicales en vivo son quienes generan mayores ingresos en el segmento. Mientras las actividades de edición de música fonogramada presentan variaciones poco significativas, las actividades de música en vivo tuvieron un crecimiento del 240.09% de 2005 a 2014, con una tasa de crecimiento promedio anual del 16.26%, demostrando el potencial económico de este subsegmento.

CUADRO N.º 4: PRODUCCIÓN DEL SEGMENTO MÚSICA (2005-2014) (en miles de dólares americanos USD)

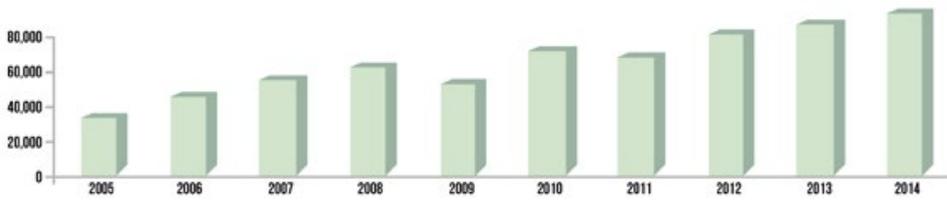
Conceptos	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
P.1 Producción música fonogramada	43,739	44,460	51,241	54,543	43,311	45,667	45,432	50,199	50,246	49,499
P1. Producción música en vivo	39,591	51,094	61,900	89,040	79,344	116,519	109,024	125,277	120,830	134,643

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura. Valores a precios de 2005 por encadenamiento. DANE-MinCultura.

Del mismo modo, vale señalar que el crecimiento del Valor Agregado del segmento música creció un 94.18% del año inicial estudiado a 2014. En este sentido, se puede considerar que las actividades productivas que lo comprenden, pueden convertirse en una oportunidad para diseñar herramientas estratégicas de planeación de política pública y planes de sostenibilidad (en especial para el fortalecimiento de la industria de la edición de música fonogramada), y la inversión de capital privado en eventos y festivales de música en vivo.

² Para mayor información conceptual sobre estas actividades remitirse al documento de análisis de las artes escénicas en Colombia.

GRÁFICO N.º 3: VALOR AGREGADO DE LA PRODUCCIÓN DEL SEGMENTO MÚSICA (2005-2014) (en miles de dólares americanos USD)



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura. Valores a precios de 2005 por encadenamiento. DANE-MinCultura.

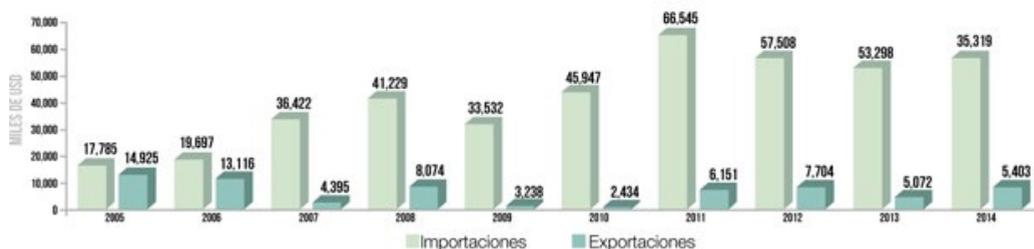
BALANZA COMERCIAL

Al realizar un estudio sobre las transacciones que ocurren entre la oferta y la demanda de los productos o servicios asociados a las actividades de edición de música fonogramada y espectáculos musicales en vivo, se debe tener en consideración ciertos aspectos relacionados con la consecución de información, al igual que las características específicas de cada uno de los subsegmentos.

Como primer punto, y como se menciona en el análisis del segmento artes escénicas, la información cuantitativa que da cuenta del intercambio comercial de servicios entre países es muy limitada, al no existir instrumentos idóneos para la recolección de datos. En este sentido, dentro de los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura de Colombia, no se contemplan dichas transacciones económicas vinculadas con los espectáculos de música en vivo.

Para el caso de del comercio exterior de los productos asociados a la música grabada, vale la pena destacar que el nivel de importaciones es significativamente mayor a las exportaciones, por lo cual la balanza comercial es negativa para todos los años de estudio. Como se puede observar en el gráfico n.º 4, para el 2005 no existe una diferencia considerable entre las variables mencionadas, siendo ésta tan solo de USD \$ -2.8 millones de dólares. No obstante, para el año 2011 el valor de esta relación es de USD \$ -60.3 millones de dólares, lo que pone sobre la agenda pública la necesidad de evaluar este comportamiento, con el propósito de generar mecanismos que garanticen un flujo efectivo de productos colombianos fuera del país.

GRÁFICO N.º 4: BALANZA COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS ASOCIADOS A LA EDICIÓN DE MÚSICA FONOGRAFADA (2005-2014) (en miles de dólares americanos USD)



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura. Valores a precios de 2005 por encadenamiento. DANE-MinCultura.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Una de las variables que cobra mayor interés para la elaboración de análisis crítico, parte de la información sobre el consumo cultural de los hogares. En este sentido, los datos que arroja la Encuesta de Consumo Cultural permiten identificar el monto que pagaron las personas de 12 años y más por la compra de música fonogramada. De la misma manera ocurre con las transacciones económicas que realizaron las personas de 12 años y más, con el propósito de asistir a eventos de música en vivo.

Con relación al producto Discos, cintas y otros materiales grabados para grabaciones de sonido o análogas, vale resaltar que en el 2011 la población colombiana gastó casi USD \$ 83 millones de dólares en música (en cualquier formato o plataforma). Siendo este el pico de la serie estudiada, se puede observar que desde el año en mención existe una un decrecimiento del 28% hasta 2014. Esta tendencia puede ser el resultado de diferentes factores: por un lado, las descargas gratuitas en plataformas web (autorizadas y no autorizadas) suele ser recurrente, al igual que la escucha de música en YouTube o Vimeo.³

De otra parte, las plataformas que ofrecen servicios de streaming de música por suscripción permiten que la escucha sea gratuita, bajo ciertas restricciones, lo cual puede significar que los colombianos no consideren necesario realizar dichas transacciones económicas. Finalmente, los bajos costos en la compra de música ilegal o pirata, se convierte en una opción de acceso a múltiples géneros y artistas. Respecto a la asistencia a conciertos, recitales, presentaciones de música en espacios abiertos o cerrados en vivo, fue en el 2012 donde los hogares realizaron el mayor pago por el disfrute de esta actividad cultural, con un valor aproximado de USD \$ 29 millones de dólares.

3 Ver Encuesta de Consumo Cultural de Colombia. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural>



© Juan David Padilla Vega, Grupo Incubación Circo de Piedecuesta - Ministerio de Cultura de Colombia

EMPLEO CULTURAL

Dentro de los objetivos de la Cuenta Satélite de Cultura se encuentra la medición del factor trabajo utilizado en la producción de las actividades pertenecientes al campo cultural. Con ese propósito se elabora la Matriz de Trabajo del Campo Cultural y de los indicadores macroeconómicos derivados, los cuales permiten evidenciar las relaciones técnico-económicas de las actividades productivas consideradas culturales.

La matriz de trabajo del campo cultural es una secuencia de submatrices que presentan información sobre la distribución de puestos de trabajo por cada uno de los segmentos del campo cultural, por categoría ocupacional (independientes y asalariados) y por sexo, así como el cálculo del trabajo no observado (Balance oferta y demanda del campo cultural) . En esta oportunidad se presentan los resultados de los trabajos equivalentes a tiempo completo desde la óptica de la oferta laboral, para la serie de años 2007-2014.

**GRÁFICO N.º 5: TRABAJO EQUIVALENTE A TIEMPO COMPLETO (TETC)
POR SEGMENTO DEL CAMPO CULTURAL Y CATEGORÍA OCUPACIONAL (2007-2014)**

SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL	2007	2014	ASALARIADOS 2007 - 2014	2007	2014	CUENTA PROPIA 2007 - 2014	2007	2014	TOTAL TETC 2007 - 2014
Libros y publicaciones	25.362	13.326		6.763	1.618		32.125	14.944	
Juegos y juguetes	2.403	3.231		3.017	3.110		5.420	6.341	
Audiovisuales	38.796	25.545		8.171	8.736		46.967	34.281	
Creación publicitaria	19.234	28.350		21.332	24.177		40.566	52.527	
Artes visuales, música, artes escénicas, creación	12.409	6.048		38.475	41.426		50.884	47.475	
Patrimonio material	2.316	3.670		895	1.142		3.211	4.812	
Educación cultural	19.687	36.034		1.911	3.285		21.598	39.319	
Total General	120,207	116,204		120,207	83,494		200,771	199,699	

Fuente: Cuenta Satélite de Cultura. DANE-MinCultura.

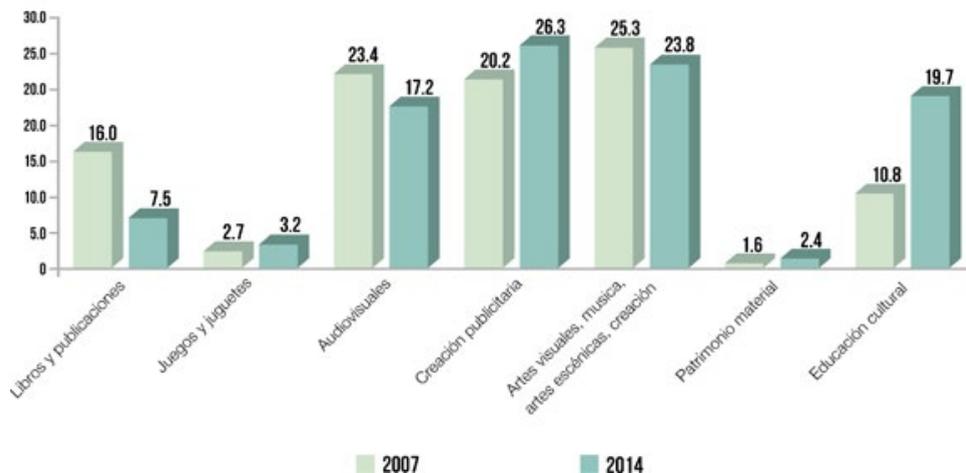
En el año 2014 el total de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo del campo cultural presenta un decrecimiento de 0.5% con respecto al año 2007, pasando de 200,771 TETC en el año 2007 a 199,699 TETC en el año 2014. Este comportamiento se explica por la disminución del segmento libros y publicaciones; el cual presenta un decrecimiento en 53.5%, pasando de 32,125 TETC en el año 2007 a 14,944 TETC en el año 2014. Se observa que el segmento creación publicitaria presenta un crecimiento en 29.5%; pasando de 40,566 TETC en el año 2007 a 52,527 TETC en el año 2014.

En el año 2014, el total de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo en la categoría asalariados presenta una disminución en 3.3% con respecto al año 2007; pasando de 120,207 TETC en el año 2007 a 116,204 TETC en el año 2014. Este comportamiento se explica por la disminución de los subsegmentos de audiovisuales; los cuales presentan un decrecimiento en 34.2%, pasando de 38,796 TETC en el año 2007 a 25,545 TETC en el año 2014. Se observa que el segmento creación publicitaria expone un crecimiento en 47.4%; pasando de 19,234 TETC en el año 2007 a 28,350 TETC en el año 2014.

En el año 2014 el total de puestos de trabajo equivalente a tiempo completo en la categoría cuenta propia, expone un crecimiento en 3.6% con respecto al año 2007; pasando de 80,564 TETC en el año 2007 a 83,494 TETC en el año 2014. Esta variación se argumenta por el crecimiento de los segmentos de artes visuales, música, artes escénicas y creación en 7.7%, pasando de 38,475 TETC en el año 2007 a 41,426 TETC en el año 2014. El segmento creación publicitaria presenta un crecimiento de 13.3%; pasando de 21,332 TETC en el año 2007 a 24,177 TETC en el año 2014.

A continuación se presenta la participación porcentual por segmento del campo cultural y total por categoría ocupacional (A+CP) 2007 y 2014. De acuerdo con la información se observa que en los años extremos de la serie se presenta una recomposición de los puestos de trabajo equivalente a tiempo completo por segmento del campo cultural.

GRÁFICO N.º 6: PARTICIPACIÓN PORCENTUAL POR SEGMENTO DEL CAMPO CULTURAL Y TOTAL POR CATEGORÍA OCUPACIONAL (A+CP) (2007 Y 2014)



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura. DANE-MinCultura



© Compañía Nacional de Danza 40 años - Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador

INTRODUCCIÓN

A lo largo de las últimas décadas del siglo XX y de los primeros años del siglo XXI, las posibilidades asociadas al desarrollo de las industrias culturales en el Ecuador estuvieron condicionadas por lo que se considera «un vacío de políticas públicas, el caos y la dispersión institucionales, la inexistencia de un Sistema Nacional de Cultura y un tipo de relación establecida entre el Estado y los gestores culturales mediada por el clientelismo y la discrecionalidad en la asignación de recursos y en la facilitación del acceso a los espacios públicos» (Sylva, 2011).

Si bien muchos de los actores, emprendimientos e industrias de este sector de la cultura «jugaron un rol muy importante en la construcción de la identidad del país, en la exportación de contenidos culturales» (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014) y constituyeron verdaderos pilares de dinamización productiva y de generación de empleo, sus actividades se han enfrentado históricamente a la «inexistencia de incentivos y protección, la falta de estrategias que permitan competir con la producción de las industrias culturales internacionales; y la inserción en nuevas formas de mercados generados a partir de la digitalización» (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014).

Según lo reportado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en el «Estudio de identificación y mapeo de actores, redes y asociaciones y otros actores vinculados a emprendimientos culturales», y tomando la referencia a Jeremy Rifkin (2000), la relación de la cultura con la economía se debe a: «un cambio en la estructura del sistema capitalista que, dicho en pocos términos, experimenta una transformación en el tipo de producción que genera, ya que se da un paso de una producción industrial de bienes, a otra en la cual, la creatividad, comunicación e información tienen un rol importante» (Puce, 2016).

En este contexto, la investigación en mención puntualiza que en cuanto a las formas de desarrollo, el Informe sobre Desarrollo Humano elaborado por el PNUD, destaca que «no se puede concebir ningún tipo de desarrollo al margen de las posibilidades de expresión de los diversos modos de vida de la población: la negación de la libertad cultural puede generar

privaciones muy importantes y así empobrecer la vida de la gente» (Puce, 2016). La cultura aparece, entonces, como una condición de desarrollo de ésta.

Es necesario entender la existencia de varios procesos que han configurado la contribución real de las industrias culturales y creativas a las economías de los países de la región latinoamericana, tal y como lo advierten autores como Arsenault y Castells. Consecuentemente, «los procesos contemporáneos de globalización, digitalización, uso de redes y de diferenciación cultural de los medios que han generado nuevas formas de organización, producción y distribución en la que las industrias culturales y el modelo de negocio mediante el cual operaban ha tenido que replantearse» (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014).

En Ecuador es imprescindible contemplar cómo desde finales de los noventa se generalizó la comercialización de productos «no autorizados», «que para las empresas de producción representaron una pérdida casi absoluta de rentabilidad en el negocio, debido a la competencia desleal a la que tienen que enfrentarse». En ese contexto, muchos de los exponentes de la industria cultural optaron «por abandonar el país al mismo tiempo que los emprendimientos independientes se han visto debilitados, disminuyendo así el tamaño de la industria nacional» (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014).

Todos los factores antes mencionados configuraron el entorno en el que se desarrolló el sector de los emprendimientos e industrias culturales dejando como saldo «cadenas de valor desarticuladas, con actores desempeñándose en ámbitos fragmentados y de auto gestión que dificultaron el flujo de información y el establecimiento de intereses comunes, y generalizaron la desconfianza frente a instituciones privadas y públicas» (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014).

Es decir, hasta los primeros años del siglo XXI, el quehacer de este sector de la cultura -en específico- se ubicó al margen «del delineamiento de políticas culturales nacionales» lo que entre otras cosas responde a un desentendimiento con respecto a su valoración y aporte específico en la economía nacional (Cerbino y Rodríguez, 2007).

En 2007 se inaugura un periodo de estabilidad política en el Ecuador, identificado con la consolidación del gobierno del presidente Rafael Correa. Esta coyuntura determinó un replanteamiento de la importancia de las industrias culturales en el país. Las evidencias de este enunciado son varias: (1) la declaratoria del desarrollo cultural del país como política de Estado (2007), (2) la conformación del Ministerio de Cultura (2007), (3) la generación de políticas culturales desde el Plan Nacional para el Buen Vivir, y finalmente, (4) la aprobación de la Ley Orgánica de Cultura (2016).

En 2008, la Constitución Política del Estado confiere al Sistema Nacional de Cultura la misión de «fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural» (artículo 377) y dispone que se conforme por «todas las instituciones del ámbito cultural que reciben fondos públicos y por los colectivos y personas que voluntariamente se vinculen al sistema» (artículo 378). Más adelante en el tiempo, estas iniciativas tendrán correspondencia en los contenidos de los diferentes instrumentos de planificación¹ establecidos por el Estado.

A través del Plan Nacional se logra generar el enlace necesario, mediante los marcos generales para la instrumentalización de política pública, entre las industrias culturales y el cambio

1 Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010, Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013 y Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.

en la matriz productiva del Ecuador. Así se plantean, entre otras cuestiones, la importancia de la producción cultural y creativa como sectores fundamentales a la economía nacional. En su última versión (2013-2017), el Plan Nacional menciona que para alcanzar «la revolución cultural, que genere nuevos conceptos y valores ciudadanos para constituir una sociedad crítica, emprendedora, creativa y solidaria, se vuelven fundamentales las industrias culturales y la democratización de la palabra».

Finalmente es importante mencionar que el proyecto de Ley de Cultura representa un marco sin precedentes para el Ecuador en asuntos culturales. Esta norma garantiza el fomento, la protección y la promoción de las diversas expresiones culturales; así como la creación, distribución y circulación de bienes y servicios culturales y artísticos en el fomento de las industrias culturales, entre otras garantías constitucionales que afianzan los derechos culturales de los ciudadanos ecuatorianos.

RESULTADOS GENERALES 2007-2014²

Los elementos antes mencionados permiten establecer la realidad transversal y las circunstancias en las que debería producirse cualquier interpretación y análisis de la información subyacente a la Cuenta Satélite de Cultura 2007 - 2014³ en general, y de los cuatro segmentos específicos considerados en el proyecto de implementación en la región andina, en particular. Hacia 2007, la relevancia de las industrias culturales se ve representada por un valor agregado cultural bruto que alcanza el 1% del valor agregado bruto total³ (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016).

En lo que respecta al empleo, y en concordancia con los datos establecidos en la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu), el Ministerio de Cultura y Patrimonio ha logrado estimar que, entre 2007 y 2014, un 4.6% de la población total ocupada a nivel nacional en promedio se ha vinculado o desempeñó una ocupación relacionada al sector cultural (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016).

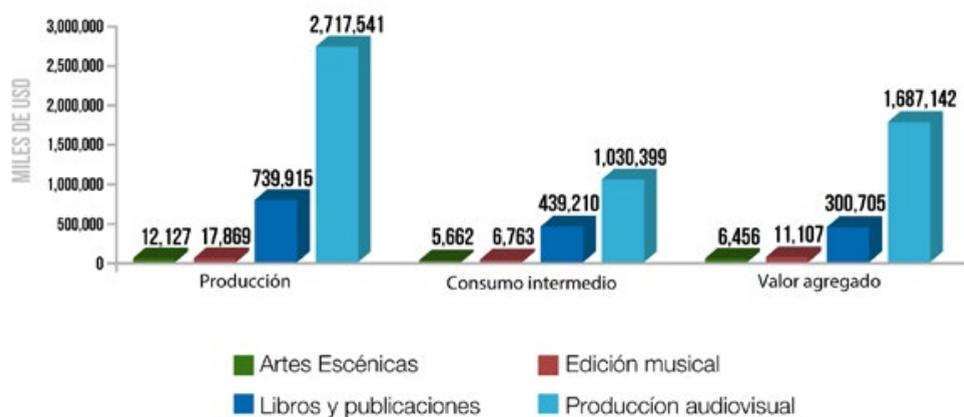
Específicamente, en lo que tiene que ver con la producción de los cuatro segmentos considerados en el presente estudio (audiovisual, libros y publicaciones, artes escénicas y música), durante el periodo entre los años 2007 y 2014, se ha logrado establecer que su actividad económica registró una producción acumulada de USD \$ 3,487.7 millones de dólares. Por otro lado, el valor agregado acumulado atribuido al conjunto de actividades económicas contempladas ascendió a USD \$ 2,005.4 millones de dólares.

Como se observa en el gráfico n.º 1, el segmento más importante en términos de contribución a la producción total fue el audiovisual, cuya actividad representó el 78% de la producción total y el 84% del valor agregado para el total de los cuatro segmentos, respectivamente. Así mismo, se constata la importancia del segmento Libros y Publicaciones, que consolidó una participación porcentual del 21% con respecto a la producción total observada durante el periodo de análisis y del 15% en relación al valor agregado de los cuatro segmentos.

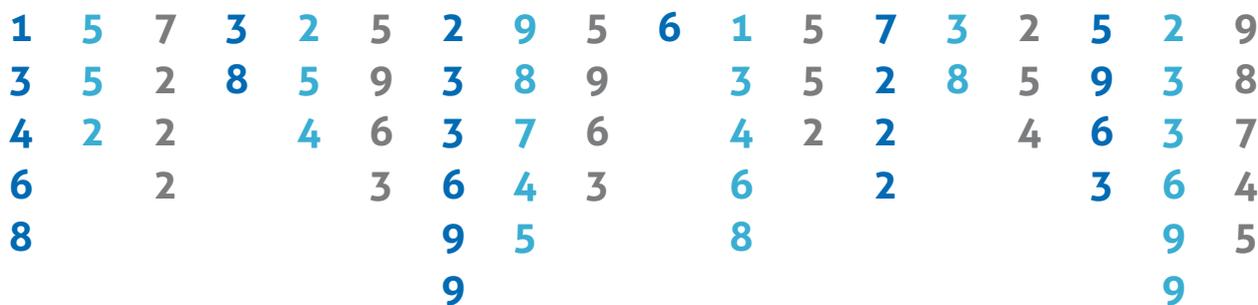
2 La generación de la serie histórica 2008 - 2014 para la CSC se viabilizó a través de una metodología diseñada por el Ministerio de Cultura y Patrimonio para construir la CSC 2007. Dicha metodología fue elaborada atendiendo los lineamientos previstos por el Manual del Convenio Andrés Bello (CAB), legitimada por los equipos técnicos del Proyecto Regional de la OEA y validada por las instancias nacionales competentes (Banco Central del Ecuador y Ministerio Coordinador de Política Económica) para tal efecto. Paralelamente, cabe señalar que las cifras que se presentan a partir de 2008 en adelante son de *carácter provisional*.

3 Esta información proviene de la Cuenta Satélite de Cultura 2007 (CSC 2007), mencionada en la nota 2. Su documento técnico se encuentra disponible en el Ministerio de Cultura y Patrimonio.

GRÁFICO N.º 1: PRODUCCIÓN, VALOR AGREGADO Y CONSUMO INTERMEDIO PARA CUATRO SEGMENTOS (2007 - 2014)
 (en miles de dólares americanos USD constantes de 2007)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
 Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio



SEGMENTO AUDIOVISUAL

Entre 2007 y 2014 el segmento audiovisual registró una producción total equivalente a USD \$ 2,717.5 millones de dólares (lo que representa el 78% de la producción total para los cuatro segmentos analizados en presente estudio). El valor agregado generado por dicha producción alcanzó los USD \$ 1,687.1 millones de dólares (84% del valor agregado de los cuatro segmentos).

Tomando en cuenta los ocho segmentos¹ definidos por Ecuador para la construcción de la Cuenta Satélite de Cultura, la producción acumulada durante los ocho años analizados para el segmento audiovisual se ubicó en cerca del 34% de la producción de todos los segmentos que conformaron el sector cultura para ese período.

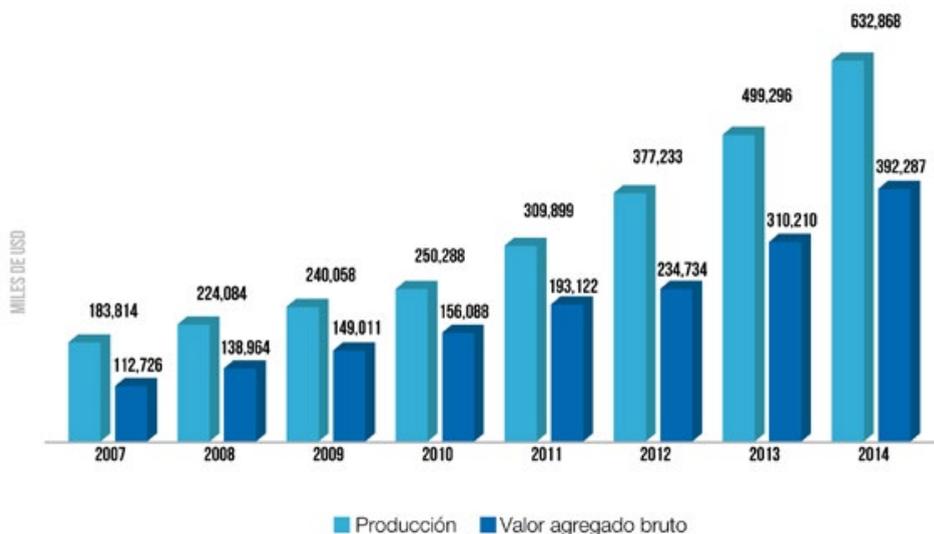
Los volúmenes de producción atribuidos para el segmento experimentaron una trayectoria de crecimiento identificada con una tasa promedio del 19% interanual. Es entre 2008 y 2009 que el segmento registra el menor crecimiento interanual en su producción (7%). Por el contrario, entre 2012 y 2013, el segmento experimenta el mayor aumento en su producción, respondiendo a una tasa interanual correspondiente al 32%. El valor agregado bruto para el segmento bordeó el 62% de la producción y creció con un ritmo anual promedio del 20% (gráfico n.º 2).

Como se aprecia en el gráfico n.º 3, las actividades económicas asociadas a la Programación y Transmisión de Televisión participaron con cerca del 80% del total de la producción y del valor agregado registrado para el segmento a lo largo de todo el periodo de análisis. Las actividades agrupadas en torno a la Transmisión de Radio representaron el segundo grupo en importancia, las cuales participaron con el 13% del tamaño atribuido a todo el segmento, entre 2007 y 2014 (gráfico n.º 3).

¹ Es importante anotar que en el marco del proyecto de la OEA, se han calculado resultados para cuatro segmentos. Sin embargo, considerando la disponibilidad de información en Ecuador, el equipo técnico pudo obtener datos para cuatro segmentos más y para la serie estadística 2007-2014.

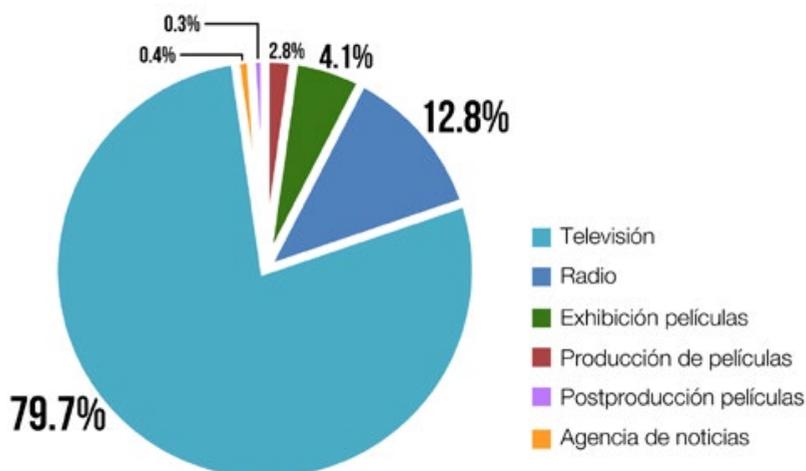


**GRÁFICO N.º 2: PRODUCCIÓN Y VALOR AGREGADO BRUTO
SEGMENTO AUDIOVISUAL (2007 - 2014)**
(en miles de dólares americanos USD constantes de 2007)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

**GRÁFICO N.º 3: PARTICIPACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CADA SUBSEGMENTO EN
LA PRODUCCIÓN TOTAL DE AUDIOVISUAL (2007 - 2014)**



Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

En el cuadro n.º 1 se resume la serie histórica 2007 – 2014 asociada a los Balances de Oferta y Utilización registrados para el segmento audiovisual. Centrando el análisis en los componentes de la oferta, a lo largo del periodo de estudio se constata un valor de importaciones totales que asciende a los USD \$ 8 millones de dólares, el mismo que representó el 0.22% de la oferta total acumulada para los 8 años analizados. En lo que respecta a la demanda, se evidencia que cerca del 77% de la misma se tradujo en consumo final de los hogares, 6% en consumo intermedio, y apenas el 0.01% se canalizó a través de exportaciones¹.

**CUADRO N.º 1: BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN
SEGMENTO AUDIOVISUAL (2007 – 2014)
(en miles de dólares americanos USD corrientes de 2007)**

	Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción de mercado	183,814	249,940	272,974	284,424	347,531	419,773	570,529	740,119
	Importaciones CIF precios básicos	0	1.241	1.478	1.379	1.608	1.308	981	31
	Derechos Arancelarios	0	74	89	83	96	78	86	1
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	17,007	23,125	25,256	26,316	32,155	38,839	52,787	68,478
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	22,058	29,993	32,757	34,131	41,704	50,373	68,463	88,814
	Márgenes de comercio y transporte	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de transporte	0	0	0	0	0	0	0	0

¹ La poca participación de las exportaciones en el segmento audiovisual puede atribuirse, entre otras razones, a la dificultad enfrentada por los mecanismos de registro de cuentas nacionales en relación a las transacciones de bienes y servicios no tangibles. En este caso particular respondiendo al fenómeno global de la digitalización.

	Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	OFERTA TOTAL Precios comprador	222,879	304,374	332,555	346,333	423,094	510,370	692,846	897,443
	DEMANDA TOTAL Precios comprador	222,879	304,374	332,555	346,333	423,094	510,370	692,846	897,443
DEMANDA	Consumo intermedio	16,643	20,921	22,654	25,173	28,602	30,702	32,528	34,676
	Derechos Arancelarios	0	74	89	83	96	78	86	1
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	1,541	1,822	1,960	2,203	2,499	2,720	2,934	3,205
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	1,998	2,363	2,542	2,857	3,241	3,528	3,806	4,157
	Consumo final Hogares	167,164	230,249	251,794	260,615	320,526	390,376	538,816	705,474
	Derechos Arancelarios	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	15,466	21,303	23,297	24,113	29,656	36,119	49,853	65,272
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	20,060	27,630	30,215	31,274	38,463	46,845	64,658	84,657
	Exportaciones	7	12	4	15	12	2	165	0

Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

En lo que se refiere específicamente a las actividades asociadas a la industria cinematográfica, se debe destacar que es precisamente en 2007 donde se marca el inicio de un periodo de apoyo permanente a las actividades comprendidas en el segmento, principalmente desde la esfera de la política pública. En efecto, 2007 representa la cristalización de los esfuerzos correspondientes a un momento previo (entre 1999 y 2006) caracterizado por la profesionalización de la actividad y «la creación, a manos de los cada vez más numerosos cineastas activos, de algunas instituciones que fortalecieron el proceso de emergencia de la cinematografía local», impulso que culminará en 2006-2007 con la creación del Consejo Nacional de Cine (CNCine) (Luzuriaga, 2014).

Desde su creación, el CNCine establece mecanismos sectoriales de fomento, puestos en marcha a través de convocatorias anuales para financiar y llevar adelante proyectos cinematográficos de producción y coproducción nacional, así como también una serie de iniciativas enfocados a la circulación nacional e internacional de contenidos audiovisuales nacionales. La tabla n.º 1 da cuenta, en parte, de la realidad de la industria en 2007. Entre 2007 y 2010,

el CNCine apoyó la proyección de 21 estrenos, cifra significativa considerando que durante la década previa «los estrenos del cine ecuatoriano sucedían uno cada 5, 10, 20 o 30 años» (Luzuriaga, 2014).

TABLA N.º 1: INDICADORES INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA NACIONAL (2007)

Indicador	Número anual
Número de espectadores de películas nacionales	40,000
Estreno de obras cinematográficas independientes de producción o coproducción nacional	6
Obras cinematográficas independientes de producción o coproducción nacional	8

Fuente: Ministerio de Cultura y Patrimonio
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

1	5	7	3	2	5	2	9	5	6	1	5	7	3	2	5	2	9
3	5	2	8	5	9	3	8	9		3	5	2	8	5	9	3	8
4	2	2		4	6	3	7	6		4	2	2		4	6	3	7
6		2			3	6	4	3		6		2			3	6	4
8						9	5			8						9	5
						9										9	

SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES

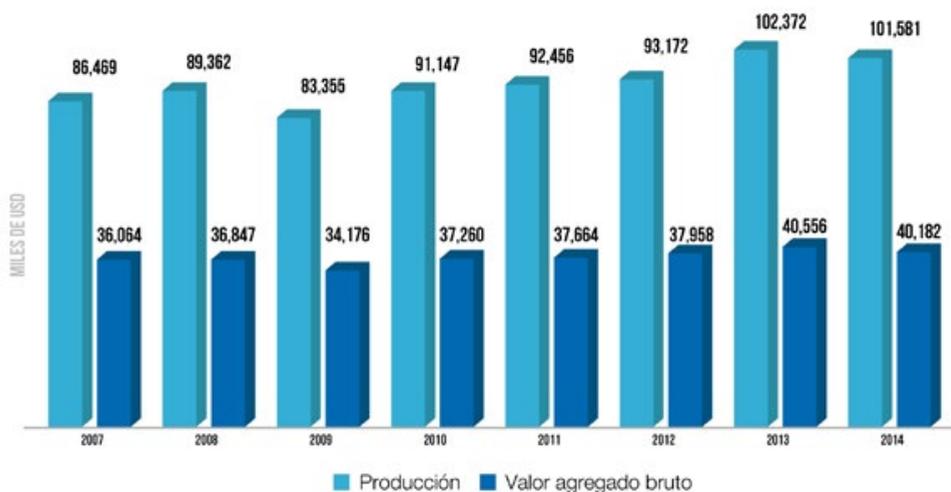
El segmento Libros y publicaciones alcanzó una producción total acumulada de USD \$ 739.9 millones de dólares durante los ocho años analizados. Como se señaló anteriormente, esa cifra representó cerca del 21% de la producción total de los cuatro segmentos, entre 2007 y 2014. Por su parte, el valor agregado quedó fijado en USD \$ 300.7 millones de dólares (15% del valor agregado para los cuatro segmentos).

Sin embargo, al momento de analizar la producción acumulada durante los 8 años correspondientes al segmento Libros y publicaciones, se tiene que dicha producción acumulada representó del 9% de la producción cultural, considerando que el país logró estimar la información desde el año 2007 al 2014.

Los volúmenes de producción atribuidos al segmento experimentaron un ritmo de crecimiento asociado con una tasa promedio del 2% interanual. Sin embargo, entre 2008 y 2009 el segmento registra la mayor caída interanual en su producción (-7%). Por el contrario, entre 2012 y 2013, el segmento revela una recuperación expresada en la mayor tasa de crecimiento interanual (10%) registrada durante el periodo analizado. El valor agregado bruto para el segmento bordeó el 41% de la producción registrada por las actividades económicas que lo conforman y creció con una tasa promedio anual del 1.6% (gráfico n.º 4).

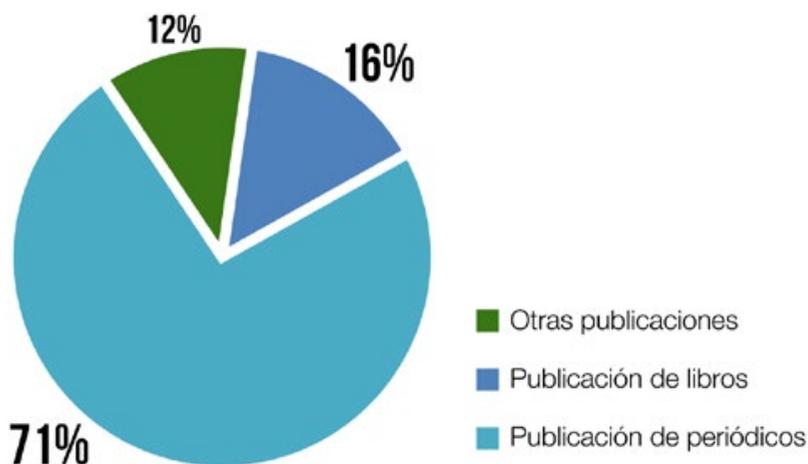


**GRÁFICO N.º 4: PRODUCCIÓN Y VALOR AGREGADO BRUTO
SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES (2007 – 2014)**
(en miles de dólares americanos USD constantes de 2007)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

**GRÁFICO N.º 5: PARTICIPACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CADA SUBSEGMENTO EN
LA PRODUCCIÓN TOTAL DE LIBROS Y PUBLICACIONES (2007 - 2014)**



Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

De acuerdo al gráfico n.º 5, el conjunto de actividades que más contribuye a la producción total del segmento son las relacionadas con la *Publicación de Periódicos, Diarios y Revistas*. Éstas representaron el 71% de la producción y del valor agregado registrado para el segmento durante el periodo. Por su parte, las actividades relacionadas con la *Publicación de Libros y Otras Publicaciones* acreditan una participación del 16% y del 12%, respectivamente.

El cuadro n.º 3 expone los valores monetarios de los Balances de Oferta y Utilización observados para el segmento libros y publicaciones. Por el lado de la oferta, a lo largo del periodo de estudio, se verifican importaciones totales por un valor que alcanza USD \$ 670 millones de dólares, las cuales representaron el 41% de la oferta total acumulada para los ocho años analizados. En lo que respecta a la demanda, se evidencia que cerca del 89% de la misma se tradujo en consumo final de los hogares. Mientras tanto, el peso de las exportaciones en la demanda total acumulada llegó al 3%.

**CUADRO N.º 3: BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN
SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES (2007 – 2014)**
(en miles de dólares americanos USD corrientes)

	Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción de mercado	86,469	92,670	92,348	103,783	110,601	111,187	123,380	128,710
	Importaciones CIF precios básicos	100,263	117,251	71,910	70,985	88,587	84,478	76,855	59,701
	Derechos Arancelarios	1,174	5,863	3,596	3,549	4,429	4,224	3,556	3,188
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	-	-	-	-	-	-	-	-
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	10,711	11,479	11,439	12,855	13,700	13,772	15,283	15,943
	Márgenes de comercio y transporte	-	-	-	-	-	-	-	-
	Márgenes de comercio	-	-	-	-	-	-	-	-
	Márgenes de transporte	-	-	-	-	-	-	-	-
OFERTA TOTAL Precios comprador		198,617	227,263	179,293	191,172	217,317	213,661	219,073	207,542
DEMANDA TOTAL Precios comprador		198,617	227,263	179,293	191,172	217,317	213,661	219,073	207,542

	Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
DEMANDA	Consumo intermedio	-	-	-	-	-	-	-	-
	Derechos Arancelarios	-	-	-	-	-	-	-	-
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	-	-	-	-	-	-	-	-
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	-	-	-	-	-	-	-	-
	Consumo final Hogares	181,715	205,752	161,740	171,720	194,169	188,715	191,352	178,947
	Derechos Arancelarios	1,174	5,863	3,596	3,549	4,429	4,224	3,556	3,188
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	-	-	-	-	-	-	-	-
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	10,710	11,479	11,439	12,855	13,700	13,772	15,283	15,943
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-	-	-
Exportaciones	5,018	4,169	2,518	3,047	5,019	6,950	8,882	9,464	

Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

De acuerdo con un estudio publicado por Cerlalc en 2006, la industria editorial en América Latina «comenzó un pronunciado declive en 1999 y después del 2002 se produjo una gran reducción de títulos de libros debido a la pérdida de ingresos de las publicaciones y a un aumento en los precios de los productos editoriales» (Cerlalc et al., 2006). Sin embargo, y a pesar de dicho fenómeno, el sector editorial en Ecuador experimentó, a partir de 2006, un periodo de recuperación que supuso «ventas totales que registraron –durante la primera parte del año- un incremento del 63% comparado con el mismo periodo en 2005» (Cerlalc et al., 2006). Así, «entre 2001 y 2005, el registro ISBN en LAC aumentó de 61,957 a 83,905 títulos, creciendo en un 35%» (Cerlalc et al., 2006).

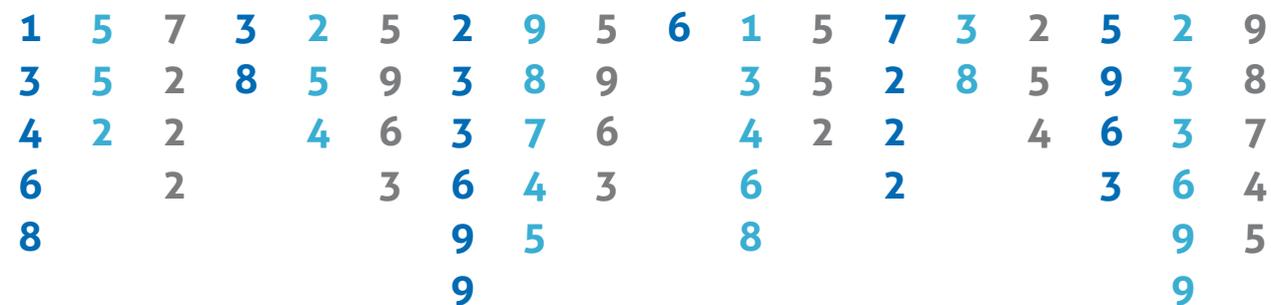
En ese contexto, el desempeño de la industria editorial en Ecuador mantuvo, a lo largo de 2007, una tendencia de producción anual relativamente creciente (Cámara Ecuatoriana del Libro, 2008), representada por 3,224 títulos y 12.8 millones de ejemplares (cuadro n.º 4). Simultáneamente, durante el periodo ingresaron nueve nuevas editoriales (cuadro n.º 4), lo que implicó que los actores vinculados al segmento, de acuerdo a los registros de la Cámara Ecuatoriana del Libro, aumenten en número hasta alcanzar la cifra de 192. Como se sugirió anteriormente,

la iniciativa pública durante el periodo de análisis, fomentó el desarrollo del segmento a través de políticas centradas en la circulación de contenidos editoriales, alentando la participación del sector en ferias nacionales e internacionales del Libro, así como también el establecimiento de líneas de apoyo específicas para la creación y producción de contenidos pertenecientes a la industria del libro.

**CUADRO N.º 4: INDICADORES
SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES (2007)**

Descripción	2007
Producción de títulos	3,224
Primera edición	2,031
Reimpresión	654
Reedición	539
Producción de ejemplares	12,803,452
Nuevas editoriales registradas	9

Fuente: Cámara Ecuatoriana del Libro (2008)
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio



SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS

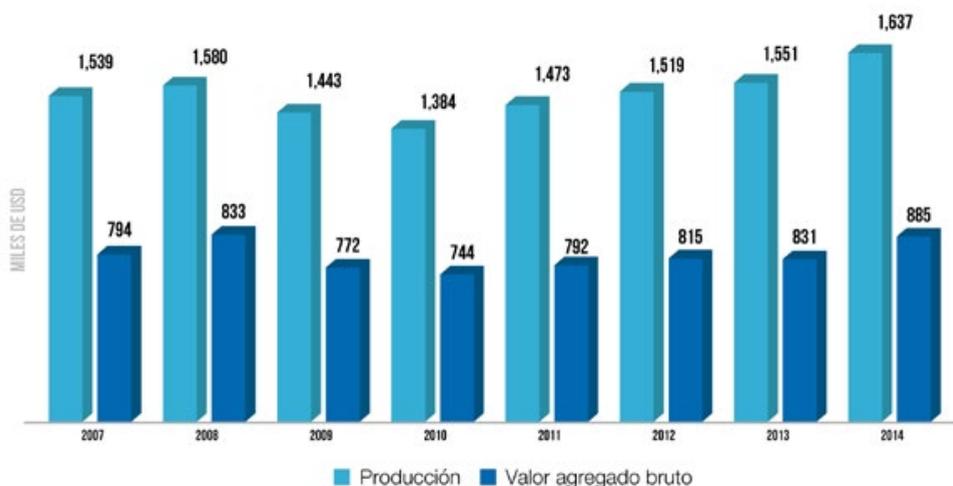
Durante el periodo de análisis, el segmento artes escénicas generó una producción acumulada total de USD \$ 12.1 millones de dólares, con un valor agregado bruto de USD \$ 6.4 millones de dólares (gráfico N.º 6). La producción acumulada durante los ocho años analizados para el segmento artes escénicas aportó el 0.15% de la producción de todos los segmentos que conformaron el sector cultura (esto en referencia a la metodología validada por el Banco Central del Ecuador).

Los volúmenes de producción atribuidos para el segmento experimentaron una trayectoria de crecimiento identificada con una tasa promedio del 1% interanual. Es entre 2008 y 2009 que el segmento registra la mayor caída interanual en su producción (-8.7%). Por el contrario, entre 2010 y 2011, el segmento muestra una recuperación que se expresa en la mayor tasa de crecimiento interanual (6.4%) registrada para el periodo analizado. El valor agregado bruto para el segmento bordeó el 53% de la producción y creció con un ritmo equivalente al 2% en promedio anual.

En el cuadro n.º 5 se aprecian los Balances de oferta y utilización consolidados para el segmento artes escénicas. En el estudio, la producción significó el 95% de la oferta total acumulada. En lo que respecta a la demanda, ésta se encuentra representada casi por completo por el consumo final atribuido a los hogares.



**GRÁFICO N.º 6: PRODUCCIÓN Y VALOR AGREGADO PARA EL
SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS (2007 - 2014)**
(en miles de dólares americanos USD constantes de 2007)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 5: BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN
SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS (2007 – 2014)**
(en miles de dólares americanos USD corrientes)

	Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción de mercado	1,539	1,764	1,607	1,624	1,841	2,011	2,163	2,346
	Importaciones CIF precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Derechos Arancelarios	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	94	108	98	99	112	123	132	143
	Márgenes de comercio y transporte	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de transporte	0	0	0	0	0	0	0	0

	Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA TOTAL									
Precios comprador		1,633	1,871	1,706	1,723	1,953	2,134	2,295	2,489
DEMANDA TOTAL									
Precios comprador		1,633	1,871	1,706	1,723	1,953	2,134	2,295	2,489
DEMANDA	Consumo intermedio	0	0	0	0	0	0	0	0
	Derechos Arancelarios	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Hogares	1,539	1,764	1,607	1,624	1,841	2,011	2,163	2,346
	Derechos Arancelarios	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	94	108	98	99	112	123	132	143
	Variación de existencias	0	0	0	0	0	0	0	0
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

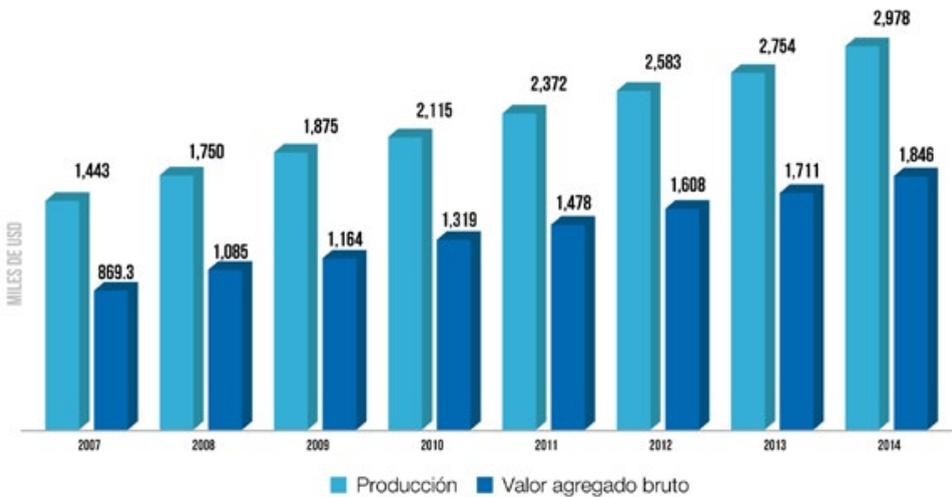
La información cuantitativa y cualitativa disponible con respecto al segmento artes escénicas en 2007 es escasa y puntual, lo que termina limitando la posibilidad de caracterizar este segmento de manera adecuada.

1 5 7 3 2 5 2 9 5 6 1 5 7 3 2 5 2 9
 3 5 2 8 5 9 3 8 9 3 5 2 8 5 9 3 8
 4 2 2 4 6 3 7 6 4 2 2 4 6 3 7
 6 2 3 6 4 3 6 2 3 6 4
 8 9 5 8 9 5

SEGMENTO MÚSICA

El segmento música presenta una cifra de producción interanual acumulada cercana a los USD \$ 17.8 millones de dólares, con un valor agregado que bordeó los USD \$ 11.1 millones de dólares. Siendo así, la producción del segmento representó apenas el 0.5% del producto y del valor agregado bruto consolidado para los cuatro segmentos, a lo largo del periodo 2007 - 2014.

**GRÁFICO N.º 7: PRODUCCIÓN Y VALOR AGREGADO BRUTO
 SEGMENTO MÚSICA (2007 – 2014)**
 (en miles de dólares americanos USD constantes de 2007)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
 Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio



Los volúmenes de producción atribuidos para el segmento experimentaron una trayectoria de crecimiento identificada con una tasa promedio del 11% interanual. Es entre 2008 y 2009 que el segmento expone la tasa de crecimiento interanual más baja del periodo (7%). Por el contrario, entre 2009 y 2010, el segmento revela una recuperación que se expresa en la mayor tasa de crecimiento interanual (13%) registrada para el periodo analizado. El valor agregado bruto para el segmento bordeó el 62% de la producción y creció con un ritmo equivalente al 10% en promedio anual.

Lo que sucede con el segmento, en lo que se refiere al comportamiento de sus mercados es similar al de artes escénicas. Efectivamente, como se aprecia en el cuadro n.º 6, los Balances de Oferta y Utilización calculados para el segmento, muestran que la oferta está constituida por los valores consignados a la producción y que la demanda es fundamentalmente consumo final de los hogares.

**CUADRO N.º 6: BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN
SEGMENTO MÚSICA (2007 – 2014)**
(en miles de dólares americanos USD corrientes)

	Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción de mercado	1,443	1,706	1,835	2,063	2,340	2,547	2,747	3,001
	Importaciones CIF precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Derechos Arancelarios	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	169	200	215	242	274	298	322	352
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	173	205	220	247	281	305	329	360
	Márgenes de comercio y transporte	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de transporte	0	0	0	0	0	0	0	0
OFERTA TOTAL Precios comprador		1,785	2,110	2,270	2,552	2,894	3,151	3,399	3,713
DEMANDA TOTAL Precios comprador		1,785	2,110	2,270	2,552	2,894	3,151	3,399	3,713

	Conceptos	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
DEMANDA	Consumo intermedio	1,443	1,706	1,835	2,063	2,340	2,547	2,747	3,001
	Derechos Arancelarios	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	169	200	215	242	274	298	322	352
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	173	205	220	247	281	305	329	360
	Consumo final Hogares	0	0	0	0	0	0	0	0
	Derechos Arancelarios	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto Consumos Especiales (ICE)	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	0	0	0	0	0	0	0	0
	Variación de existencias	0	0	0	0	0	0	0	0
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Banco Central del Ecuador (2007 – 2014), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010).
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

En lo que respecta a algunos rasgos que caracterizan al segmento, por lo general los análisis parten del hecho de que desde los noventa «la piratería, la aparición de portales para descarga gratuita de música en la Internet, la comercialización masiva de CD en blanco y la crisis bancaria» supusieron una desarticulación de la cadena de valor que derivó en que «el músico ecuatoriano esté obligado a ser su propio productor, publicista, mánager» (Gómez y Montero, 2014).

En un reporte basado en información del Servicio de Rentas Internas (SRI) y publicado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio en 2012, como parte de un 'Diagnóstico y políticas para el desarrollo de la industria fonográfica ecuatoriana', se aprecia que de 59 empresas agrupadas bajo la categoría tributaria música, «sólo 31 registran datos a nivel de ingresos, pasivos, patrimonio y pago de impuestos, en 2009» (Gómez y Montero, 2014).

Los retos que enfrenta el segmento pasan por la profesionalización (a lo largo de toda la cadena), el insuficiente financiamiento, la protección de derechos de autor, entre otros. Entre 2007 y 2008 se organizó, por iniciativa del Ministerio de Cultura, el Primer Congreso del Sector Musical del Ecuador, en el «que participaron músicos, productores, editores, gremios y demás personas asociadas con el sector musical». El resultado del Congreso «fue la entrega al Ministerio de Cultura de un documento general de las propuestas, ponencias y demás necesidades de este sector» (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2008)

APRENDIZAJES Y DESAFÍOS

Los principales desafíos son aquellos relacionados con la generación y la consolidación de información precisa, consistente, periódica y oportuna. En ese sentido resulta imprescindible desarrollar e implementar recursos específicos de levantamiento para el sector cultural. Paralelamente es necesario coordinar esfuerzos interinstitucionales y promover el desarrollo de capacidades al interior del Ministerio de Cultura y Patrimonio para que se consoliden sistemas de información sostenibles en el tiempo.

Un aspecto fundamental para el cumplimiento del apartado mencionado tiene que ver con la institucionalización de la información. Es necesario posicionar a la cultura como un sector con valor agregado, por lo tanto con este aspecto el Sistema Nacional de Cultura podría verse enriquecido con información multisectorial que puede brindar el estado central.

El perfeccionamiento de fuentes de información y metodologías de medición de indicadores culturales es una tarea que se debe asumir constantemente. Este ejercicio permitiría beneficiar y facilitar a los departamentos estatales y privados de estadísticas e indicadores de cada uno de los subsectores culturales, para el establecimiento de mecanismos de seguimiento e intervención oportuna sobre las propuestas e iniciativas.

De la misma forma la generación de mecanismos de vinculación con universidades para el desarrollo de líneas especializadas de investigación es uno de los desafíos que se deberá trabajar en los próximos años. Esta estrategia permite que se produzcan investigaciones periódicas desde la Academia y con participación estudiantil para garantizar así contenidos permanentes y en constante actualización.

Finalmente, un desafío que no puede pasar desapercibido es la vinculación de los sistemas de información con instituciones de investigación de otros países de la región. Esto, permitiría la generación de datos armonizados y comparables para la puesta en marcha de estrategias de desarrollo cultural en la región. Asimismo, varias organizaciones multilaterales como el Mercosur, la Unasur o la Celac, han exhortado en sus declaraciones, propuestas y proyectos la importancia que tienen las políticas públicas que generan información adecuada para sus países miembros, como es el caso del Sicsur.



© Compañía Nacional de Danza 40 años - Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador

EMPLEO CULTURAL¹

La información consolidada descrita a continuación se refiere a la evolución del indicador Trabajo Equivalente a Tiempo Completo (TETC). Se trata de un indicador acordado por los países del área andina para una estimación homologada del trabajo en el sector cultural, el cual es diferente a los parámetros utilizados por el Ministerio de Cultura para la estimación del aporte del sector a los indicadores de trabajo publicados.

El indicador propuesto mide la intensidad de la mano de obra utilizada en un proceso productivo. Es decir, refleja las horas efectivamente empleadas en un sector, en relación al promedio de horas legalmente trabajadas². El uso de esta metodología de cálculo permite corregir la variable de puestos disponibles en función del promedio de horas efectivamente empleadas en un segmento en particular.

En lo que tiene que ver con la información que alimentó el cálculo del indicador, se deben puntualizar tres aspectos. En primer lugar, la información proviene de dos fuentes principales: (1) la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo, y Subempleo (Enemdu), y (2) el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE)³. Ambas bases son publicadas por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En segundo lugar, la información presentada para cada uno de los segmentos ha sido calculada en base a Código CIU (Revisiones 3.1 y 4.0) con una desagregación a cuatro dígitos.⁴ Lo anterior, utilizar dos revisiones del catálogo para la estimación de los datos, puede implicar

1 Trabajo Equivalente a Tiempo Completo (TETC) para cuatro segmentos del sector cultural.

2 El promedio legal de horas trabajadas en Ecuador es de 40 horas semanales o 2080 horas anuales.

3 Los registros de DIEE son construidos en base a registros administrativos de dos instituciones públicas: el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

4 En el caso de la Enemdu, la información no puede ser desagregada a cuatro dígitos por lo cual se realizó una estimación en base a los registros administrativos del DIEE, los mismos que permiten obtener un grado mayor de desagregación.

una limitación al momento de comparar la información a lo largo del periodo de análisis. Esto se debe a que la revisión 4.0 es más exhaustiva con respecto a la 3.1, sobretudo en la descripción del sector de servicios, motivo por el cual la cifra de los puestos de empleo considerados aumenta a partir de las estadísticas construidas para 2013, año en que se lleva a cabo el cambio metodológico mencionado.

En tercer lugar, las cifras de TETC presentadas corresponden solamente a trabajadores asalariados, esto debido a que la construcción de la información se ha centrado en el uso de los datos referentes a registros administrativos asociados al personal ocupado por empresa en un año determinado, aquellos que son parte del Sistema de Seguridad Social.

Tomando en cuenta las limitaciones existentes se ha logrado establecer que el indicador planteado en el presente estudio registra la existencia de 5,845 puestos de trabajo en 2007. Para 2015, esa cifra alcanzó los 16,373 puestos de trabajo, lo que equivale a un crecimiento promedio anual equivalente de 12.13%.

El segmento con la mayor participación en 2015 es el de producción audiovisual con 57.7% del total, equivalente a 9,438 de puestos de TETC. El segmento libros y publicaciones consolida un aporte del 24.8% o 4,050 miles de puestos de TETC. Por su parte, artes escénicas y música representan el 15.9% y 1.7% del total de TETC, respectivamente. A continuación, se realiza un análisis específico del crecimiento de cada uno de los segmentos que son parte del presente estudio.

Audiovisual

El segmento comprende las siguientes actividades: (1) Producción y distribución de películas cinematográficas y videos (CIU 4.0: J5911, J5912, J5920, J5913); (2) Exhibición de películas cinematográficas y videos (CIU 4.0: J5914); y, (3) Producción programas de televisión (J6020) y de radio (J6010) (INEC, 2012). En concordancia con las actividades antes descritas, en el gráfico n.º 8 se presenta la evolución de los puestos de trabajo durante el periodo 2007-2015. Dentro de este segmento, y en relación al 2015, el 67.8% de los puestos de trabajo formales existentes corresponden a la producción de radio y televisión, el 19.3% corresponde a la exhibición de filmes y el 13.0% restante a la producción y distribución de filmes.

**GRÁFICO N.º 8: TRABAJO EQUIVALENTE A TIEMPO COMPLETO (TETC)
SEGMENTO AUDIOVISUAL (2007 – 2015)
(miles de puestos de trabajo)**

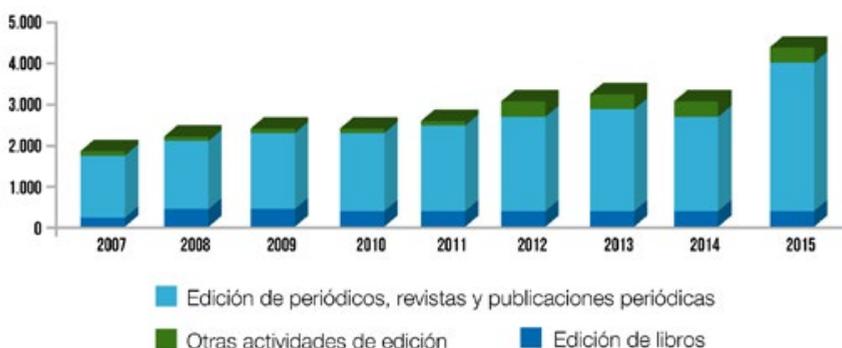


Adaptado de: INEC, DIEE
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Libros y publicaciones

En este segmento se incluyen tres tipos de actividades económicas: (1) Edición de libros (J5811); (2) Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas (J5813); y (3) Otros trabajos de edición (J5819). Entre estas actividades productivas en el acumulado 2007-2015 la que tiene un mayor porcentaje de participación con respecto al TETC es la referida a la edición de diarios, con un 85.5% del total de puestos de trabajo determinados para el conjunto del segmento. La edición de libros acredita el 10.5% de los puestos de trabajo existentes para el segmento. En el periodo de análisis estas actividades tuvieron un crecimiento promedio del 9.1% anual (gráfico n.º 9).

**GRÁFICO N.º 9: TRABAJO EQUIVALENTE A TIEMPO COMPLETO (TETC)
SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES (2007 – 2015)
(miles de puestos de trabajo)**

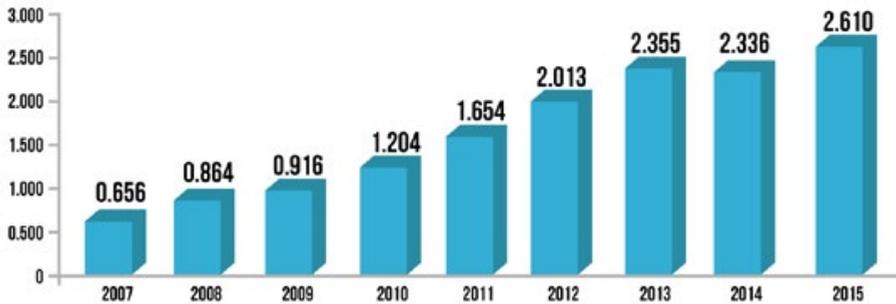


Adaptado de: INEC, DIEE
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

Artes escénicas

Las artes escénicas están relacionadas con el clasificador económico correspondiente a las actividades creativas, artísticas y de entretenimiento (R900). En este caso se ha logrado determinar un crecimiento promedio del 16.6% anual en relación a los puestos de trabajo formales determinados para el segmento (gráfico n.º 10).

**GRÁFICO N.º 10: TRABAJO EQUIVALENTE A TIEMPO COMPLETO (TETC)
SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS (2007 – 2015)
(miles de puestos de trabajo)**

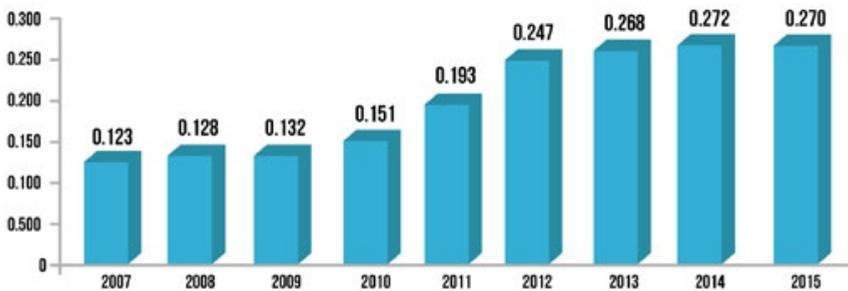


Adaptado de: INEC, DIEE
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio

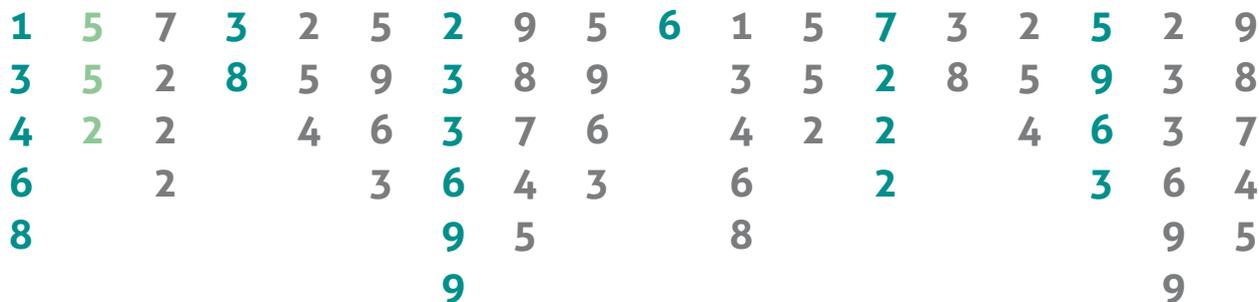
Música

En el marco de este segmento se revisan los puestos de trabajo correspondientes a la siguiente actividad económica: Actividades de grabación de sonido y edición de música (J590). El crecimiento promedio de los puestos de trabajo formales para este segmento se ubicó en 9,2% durante el periodo analizado (gráfico n.º 11).

**GRÁFICO N.º 11: TRABAJO EQUIVALENTE A TIEMPO COMPLETO (TETC)
SEGMENTO MÚSICA (2007 – 2015)
(miles de puestos de trabajo)**



Adaptado de: INEC, DIEE
Elaboración: Ministerio de Cultura y Patrimonio



SEGMENTO AUDIOVISUAL

CONTEXTO

La industria del cine en el Perú ha pasado por diversas etapas: en el gobierno de Velasco Alvarado se promulgó en 1972 el Decreto Legislativo N.º 19327 (conocido también como la Ley de Fomento a la Industria Cinematográfica), el cual promovía, entre otros beneficios, la exhibición obligatoria de películas nacionales y el incentivo tributario. Otro momento importante se sitúa en la época del gobierno de Alberto Fujimori con la Ley N.º 26370 de fomento a la producción cinematográfica nacional, que creó la figura de los concursos cinematográficos. Los gobiernos de turno no han cumplido los presupuestos establecidos por ley, llegando en el 2007 a recibir solo el 11.5% del presupuesto determinado en la norma. Con la creación del Ministerio de Cultura y a través de la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO) se financian emprendimientos audiovisuales a través de fondos concursables, así como el Programa Ibermedia, estímulo en el cual participa el país y que hace posible el apoyo a proyectos de coproducción, desarrollo y formación dentro de la región iberoamericana.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

El sector audiovisual generó en el año 2007 un valor agregado bruto de USD \$ 414 millones 441 mil dólares, de los cuales el 90% fue generado por tres actividades económicas: la televisión por suscripción, programas de televisión y programas de radio. La actividad de televisión por suscripción generó mayor valor agregado con USD \$ 193 millones 393 mil dólares, destacando las empresas como Telefónica multimedia S.A.C. y Telmex Perú S.A. Luego, la actividad de programas de televisión creó un valor agregado de USD \$ 140 millones 195 mil dólares, de los cuales los canales de señal abierta como América televisión¹, ATV² y Frecuencia latina³ concentran el 45% del valor de la actividad. Finalmente, la actividad de programas de radio aportó con USD \$ 38 millones 848 mil dólares, de los cuales se destacan las operadoras de radio el Grupo RPP S.A. y la Empresa Radiodifusora Marconi S.A. que concentran el 24% del valor de la actividad.

1 Compañía Peruana de Radiodifusión S.A.

2 Andina de Radiodifusión S.A.C.

3 Compañía Latinoamericana de Radiodifusión S.A.

la teta asustada

UN VIAJE DEL MIEDO A LA LIBERTAD

 **59th** Internationale
Filmfestspiele
Berlin
Competition

SECCIÓN OFICIAL A COMPETICIÓN



una película de **CLAUDIA LLOSA** con **MAGALY SOLIER SUSI SÁNCHEZ EFRAIN SOLÍS MARINO BALLÓN**

PRODUCTORES ANTONIO CHAVARRÍAS JOSÉ MARÍA MORALES CLAUDIA LLOSA

DIRECTORA DE FOTOGRAFÍA NATASHA BRAIER DIRECTORAS DE SONIDO PATRICIA BUENO SUSANA TORRES MONTAJE FRANK GUTIÉRREZ DISEÑO Y MONTAJE DE SONIDO FABIOLA ORDOYO

MEZCLAS DAVID CALLEJA SONIDO DIRECTO EDGARD LOSTANAU MÚSICA SELMA NUTAL PRODUCTORES DELEGADOS ANGELO MASCLANS MIGUEL MORALES MARINA CHARÚN

DIRECTORA DE PRODUCCIÓN DELIA GARCÍA AYUDANTE DE DIRECCIÓN POL RODRÍGUEZ ESCRITA Y DIRIGIDA POR CLAUDIA LLOSA

www.wanda.es

El 10% restante del valor agregado bruto del sector audiovisual fue generado por las actividades de producción, distribución y exhibición de películas cinematográficas y videos. La actividad de producción alcanzó un valor agregado bruto de USD \$ 19 millones 325 mil dólares. Cabe destacar que la empresa Media Networks Perú⁴ S.A.C representa el 33% del valor agregado bruto en relación la producción cinematográfica. La actividad de distribución creó un valor agregado bruto de USD \$ 3 millones 957 mil dólares. Entre las empresas dedicadas a esta labor se encuentran Warner Bros (South) INC, Twentieth Century Fox Peruana S.A, United International Pictures SRL, Andes films S.A y Delta films S.A.C. Por último, la actividad de exhibición aportó a la generación de valor agregado bruto con USD \$ 18 millones 722 mil dólares. Ésta es ejecutada, principalmente, por empresas grandes que operan a través de multicines a nivel nacional, de las cuales Cineplex S.A, UVK Multicines Larco S.A, Pentarama S.A, Cinemark del Perú S.R.L y Top Rank publicidad SRL⁵ concentran el 91% del VAB de la actividad.

CUADRO N.º 1: CUENTA DE PRODUCCIÓN SEGMENTO AUDIOVISUAL
(en miles de dólares americanos USD)

Conceptos	2007
Producción	806,156
Consumo intermedio	391,715
Valor Agregado Bruto	414,441

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Los Balances de Oferta y Utilización (BOU) del sector audiovisual están conformados por seis productos: películas cinematográficas y video, películas cinematográficas y videos distribuidos, películas y videos exhibidos en salas de cine, servicios de televisión abierta, servicio de televisión por suscripción y servicios de radio.

La oferta del producto películas cinematográficas y video está compuesta por la producción de origen nacional que generan las productoras por la creación de contenidos cinematográficos, videos y programas o anuncios de televisión y por las importaciones que realizan los agentes económicos de dicho producto. La demanda la realizan principalmente las actividades de televisión y las agencias de publicidad que lo utilizan como insumo para producir otro bien o servicio, además si la película es el máster, se clasifican como formación bruta de capital fijo⁶ (FBCF) el cual puede ser adquirido o elaborado por cuenta propia. La oferta del producto películas cinematográficas y videos distribuidos son los ingresos obtenidos por el alquiler y distribución de películas y videos y la demanda se ubica principalmente en el consumo intermedio de los exhibidores de películas en salas de exhibición.

El producto películas y videos exhibidos en salas de cine por el lado de la oferta son los ingresos por la exhibición de las películas nacionales e importadas y la demanda se registra en el consumo de los hogares. La oferta nacional del producto de servicios de televisión abierta incorpora los ingresos de la compra neta de espacios publicitarios que venden, mientras que por el lado de la demanda se destina al consumo intermedio del sector publicidad. La oferta

4 Dedicada a la actividad de producción de contenidos-programas de televisión.

5 Cinestar.

6 Los originales de películas se considera FBCF ya que consiste en el valor de las adquisiciones de activos nuevos y existentes de ese tipo por parte de los productores, menos el valor de la disposición de activos fijos del mismo tipo.

de los servicios de televisión por suscripción son los ingresos generados por el pago por la suscripción al servicio de cable y por publicidad; en la importación se registran los servicios de los canales privados y el uso de los anunciantes de publicidad; en la demanda se registra el consumo de los hogares el pago por los servicios de televisión por suscripción. El producto servicios de radio que generó ingresos por publicidad y la demanda la realizan las actividades anunciantes por el servicio de publicidad.

**CUADRO N.º 2: BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN
DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL (2007)
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos	Producto	Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción	Servicios de radio
OFERTA	Producción a precios básicos	68,085	12,466	34,842	275,857	336,591	67,446
	Producción de mercado	68,085	12,466	34,842	275,857	336,591	67,446
	Importaciones CIF a precios básicos	25,252	639	0	0	18,859	0
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	0	0	0	0	0	0
	Margen de transporte	0	0	0	0	0	0
	Margen de comercio	0	0	0	0	0	0
	Impuesto a los Productos	0	0	4,155	0	0	0
	Subsidios sobre productos	0	0	0	0	0	0
	IVA no deducible	639	0	6,713	4,155	50,185	959
	OFERTA TOTAL Precios del comprador	93,977	13,106	45,710	280,013	405,635	68,405
	DEMANDA TOTAL Precios del comprador	93,977	13,106	45,710	280,013	405,635	68,405
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	91,739	13,425	0	280,013	105,804	68,405
	Consumo intermedio precios básicos	91,739	13,425	0	275,857	102,927	67,446
	CF Hogares precios comprador	0	0	45,710	0	299,831	0
	CF Hogares precios básicos	0	0	34,842	0	252,523	0
	GCF Gobierno e ISFL	0	0	0	0	0	0
	Formación Bruta de Capital Fijo FBCF	2,238	0	0	0	0	0
	Variación de existencias	0	-320	0	0	0	0
	Exportaciones a precio comprador	0	0	0	0	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas en Informática - Ministerio de Cultura.

BALANZA COMERCIAL

Siguiendo los lineamientos de la metodología de la Cuenta Satélite de Cultura, los resultados del saldo de la balanza comercial del sector audiovisual en el año 2007 fue deficitario con USD \$ 44 millones 751 mil dólares.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda de cine está en función a la cantidad demanda de cine y de acuerdo con la información recaudada la variable relativa para el estudio es la asistencia a salas de cine. En el año 2007 la asistencia a salas de cine fue de 16,5 millones de espectadores. De ese total, el número de espectadores que asistieron a películas extranjeras fue 16,2 millones mientras que los espectadores de películas nacionales fueron 0,23 millones.

La radio es el medio de difusión masivo más importante que llega a los hogares a nivel nacional. En el Perú el 83.7% de los hogares⁷ cuentan con al menos una radio. El área rural tiene una importante participación (78.9%) en la tenencia del equipo. El estudio realizado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú 2006 - CONCORDTV⁸ sobre el «Grado de satisfacción de los usuarios de radio y televisión» muestra que los motivos principales por los que se escucha radio son el entretenimiento (53.9%) e información (53%). En tanto, la televisión es uno de los medios de comunicación con más acceso en los hogares con una participación que alcanza el 74.8% a nivel nacional. El estudio de CONCORDTV nos indica que el consumo promedio de horas de la televisión es de más de 3 horas diarias, siendo las principales razones de ver televisión: informarse (75.7%); entretenerse, divertirse o relajarse (37.1%); y educarse (11.6%). En 2007, los hogares peruanos que accedieron a la televisión por cable alcanzaron el 17% del total, incrementándose los siguientes años⁹.

APRENDIZAJES

La evolución del sector audiovisual está generando oportunidades para el crecimiento de empleo, el aumento de la demanda por parte de los hogares por contenidos audiovisuales así como el incremento del acceso de jóvenes que tienen mayor conocimiento en el manejo tecnológico a través de los medios digitales reduciendo los costos de producción. Los hogares peruanos tienen altos niveles de tenencia de equipos de televisión y radio a nivel nacional y además aumenta año a año el nivel de penetración del servicio de televisión por cable y el servicio de streaming de contenido audiovisual.

Existe la necesidad de mayores fondos para el desarrollo del sector cinematográfico que deben competir con las películas de grandes presupuestos como las de Estados Unidos. Dichos fondos se deben contemplar para abarcar necesidades del sector tanto en la producción de contenido audiovisual como formación de público y profesionales del sector. Asimismo, dicho fondo ayudaría a tener mayor cantidad de personal en la institución estatal a cargo de esta política.

Dentro de las debilidades del sector está la falta de cobertura en algunas zonas del interior del Perú y la televisión paga. Existe una falta de espacios de exhibición para películas nacionales debido a que la mayoría prioriza las películas de Estados Unidos. En ese sentido, es importante la creación de espacios de exhibición alternativos tanto físicos como digitales a través del streaming.

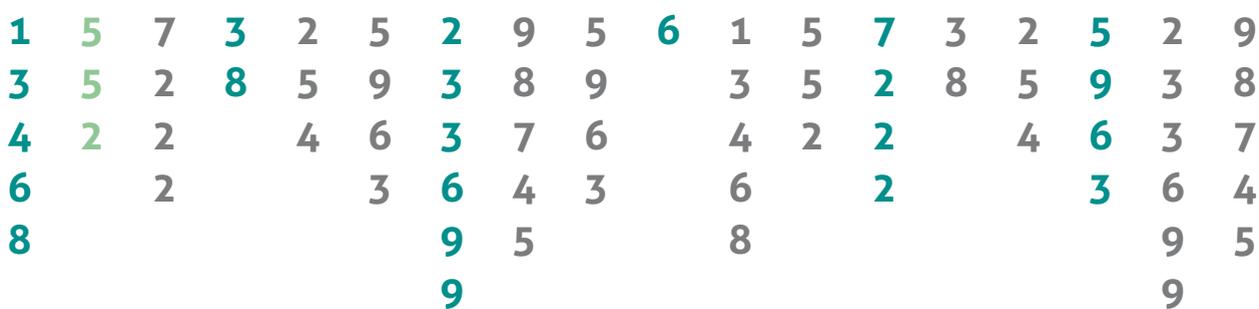
La actividad de producción de películas cinematográficas y videos¹⁰ tiene una participación de 8.7%, muy baja en relación al total de la producción del sector audiovisual, en parte como resultado de una baja producción de películas peruanas así como de la poca asistencia del público por películas locales. Dentro de los obstáculos está el crecimiento de la piratería online en contenidos audiovisuales, la ausencia de políticas educativas de protección para la defensa de la propiedad intelectual y el insuficiente talento humano especializado sobre todo en nuevas tecnologías digitales.

7 Instituto Nacional de Estadística e Informática 2014. Censo Estadístico - Encuesta Nacional de Hogares (Enaho). Lima: INEI.

8 Es un órgano autónomo, plural y consultivo adscrito al Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

9 Instituto Nacional de Estadística e Informática 2014. Encuesta Nacional de Hogares (Enaho). Lima: INEI.

10 La actividad incluye programas de televisión.



SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES

CONTEXTO

El 30 de noviembre de 1950 se promulgó la Ley N.° 13270, conocida como la «Ley de promoción Industrial», la cual creó distintos incentivos para las empresas que decidieran invertir en el país mediante ventajas tributarias y arancelarias. En 1956, se creó el Patronato del Libro Peruano que puso en circulación ediciones populares de libros peruanos con grandes tirajes. En la década del sesenta, la Ley N.° 13710 exoneró de impuesto a los libros, cuadernos impresos, revistas y periódicos. En 1972 la Unesco designó el año como el «Año Internacional del Libro» con el fin fomentar programas de acceso al libro y fomento de la lectura. Bajo esta conmemoración, diversos países entre ellos el Perú crearon comités nacionales para organizar las actividades y homenajes que tuvieron como lema «Libros para todos». Sin embargo, en la década de los ochenta, el problema de la piratería, sumado al creciente costo del papel, desaceleró el crecimiento del sector editorial que abarcó ésta y la siguiente década. Finalmente, el hito más importante hasta ahora ha sido la promulgación de la «Ley de Democratización del Libro y de Fomento de la Lectura» en el 2003.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

Según cifras de la agencia del ISBN en Perú, 748 agentes realizaron labores de edición de libros en 2007, siendo las editoriales comerciales las que concentran la mayor producción con el 75.1% del total de títulos producidos. Las editoriales universitarias produjeron el 9.5% y las empresas no editoriales el 7.7% del total. En 2014, el número de agentes se triplicó siendo las editoras comerciales las que concentran la mayor cantidad de títulos producidos. En 2007, los ingresos por ventas fueron de USD \$ 68 millones 070 mil dólares y el gasto en insumos como servicios de imprenta, papeles, servicios de publicidad, entre otros, representó el 47.5% de los ingresos.

La edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas es desarrollada por los medios de comunicación escritos y los agentes encargados de su distribución y comercialización minorista. Los medios escritos son un negocio con la característica particular de que venden



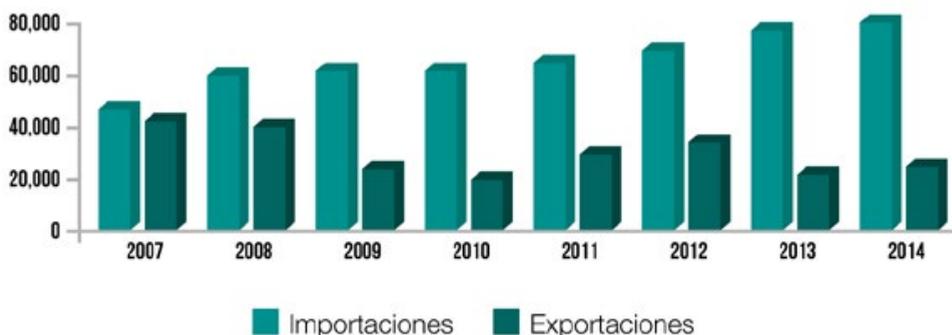
dos productos de manera simultánea: ejemplares y publicidad, siendo los mayores ingresos producto de la venta de espacio publicitario. En 2007 los ingresos por ventas fueron de USD \$ 491 millones 029 mil dólares participando con el 82.3% del total facturado por el segmento y que el gasto en insumos representó el 58.2% de los ingresos.

Las otras actividades de edición comprenden la edición de catálogos, fotos, grabados, tarjetas postales, tarjetas de felicitación, carteles, materiales publicitarios y otros materiales impresos. La producción es desarrollada por empresas gráficas dedicadas a dar servicios de diseño e impresión offset y digital. En 2007, los ingresos por ventas fueron de USD \$ 37 millones 432 mil dólares y que el gasto en insumos representó el 47.2% de los ingresos.

BALANZA COMERCIAL DE BIENES

En 2007, Perú exportó libros por un valor de USD \$ 42 millones 481 mil dólares siendo la región de América del Sur el principal mercado con una participación de 52.9% del total exportado. A partir de 2008, el escenario se torna negativo al reducirse paulatinamente la demanda de los principales compradores en la región, llegando a fines del 2014 a menos del 30% del valor alcanzado en 2007. De otro lado, las compras al exterior alcanzaron los USD \$ 47 millones 170 mil dólares en 2007 creciendo a una tasa promedio del 7.9% entre 2007 y 2014 con las regiones de América del Sur y Europa como los mayores proveedores de libros.

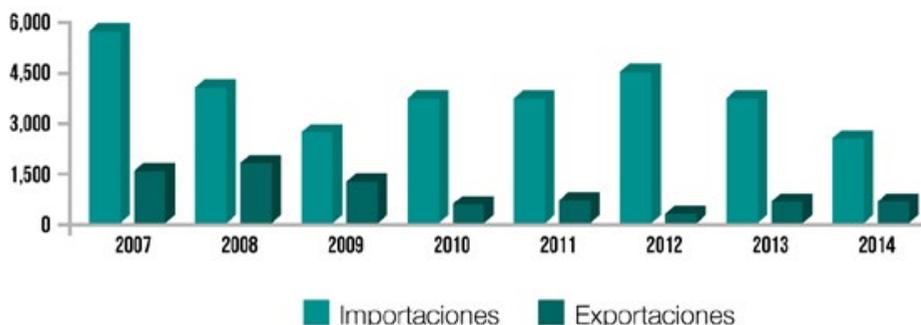
GRÁFICO N.º 1: COMERCIO EXTERIOR DE LIBROS (2007-2014)
(en miles de dólares americanos USD)



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

Las ventas de diarios, revistas y publicaciones periódicas al exterior fueron de USD \$ 1 millón 720 mil dólares en 2007, siendo los países de América Central y el Caribe los principales destinos con el 44.2% del total facturado. Con el transcurso de los años, las compras desde esta región se contrajeron. En tanto, las importaciones alcanzaron los USD \$ 5 millones 641 mil dólares en 2007 con la región de América del Sur como el principal origen. Resultado de la fuerte contracción en la demanda por parte de los países de Centroamérica, se han generado saldos negativos en la balanza comercial entre el 2007 y 2014.

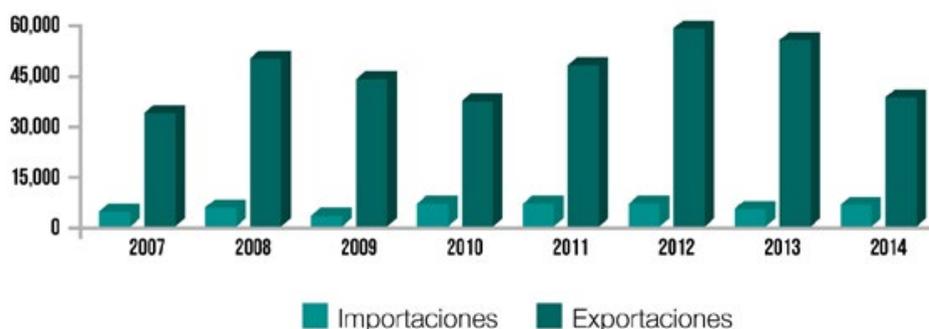
GRÁFICO N.º 2: COMERCIO EXTERIOR DE DIARIOS, REVISTAS Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS (2007-2014)
(en miles de dólares americanos USD)



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

En 2007, el valor facturado por ventas al exterior de otros productos editoriales alcanzó los USD \$ 35 millones 740 mil dólares siendo los principales destinos Colombia, Venezuela, Ecuador y Bolivia. En tanto se importó un valor de USD \$ 4 millones 591 mil dólares siendo el 33.7% desde América Latina. La segunda región de origen fue Europa con el 26.8% del total, América del Norte y Asia participaron con el 18.6% y el 16.9% respectivamente; mientras que el 4% restante llegó desde otras latitudes del mundo. Así, entre el 2007 y 2014 se han producido resultados positivos en la balanza comercial.

GRÁFICO N.º 3: COMERCIO EXTERIOR DE OTROS PRODUCTOS EDITORIALES (2007-2014)
(en miles de dólares americanos USD)



Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

En 2007, el valor de la oferta total de libros en el país alcanzó los USD \$ 185 millones 077 mil dólares, siendo casi la totalidad aportada por la oferta a precios básicos principalmente importada, el 0.3% correspondió a los márgenes de distribución y los subsidios sobre los productos representó 0.7%. En tanto, el 97.4% de este valor se destinó al consumo final, mientras el 2.6% restante se usó como insumo por otras actividades económicas. Respecto al consumo final, el 67.9% fue de los hogares, el 28.2% se destinó al exterior, el 4.3% fueron compras de instituciones públicas y las existencias tuvieron un valor de USD \$ 5 mil 434 miles de dólares que entra con signo negativo al Balance Oferta Utilización indicando que se deshizo y vendió parte de sus existencias.

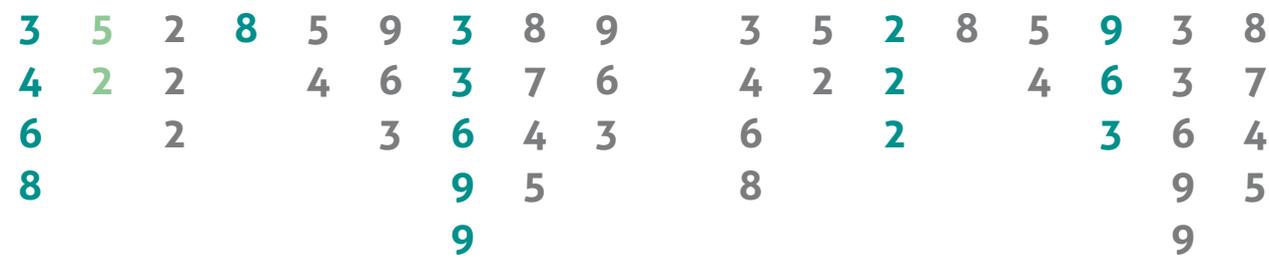
El valor de la oferta total de diarios, revistas y publicaciones periódicas en el país alcanzó los USD \$ 533 millones 815 mil dólares, de los cuales el 94.3% fue aportada por la oferta a precios básicos principalmente local, el 0.3% correspondió a los márgenes de distribución y el 5.3% representó a los impuestos sobre los productos. En relación con la demanda, el 84.6% de la oferta se destinó a los servicios de publicidad y comercio, mientras del 15.4% restante, el 15.0% fue a los hogares y el 0.4% al exterior.

En 2007, el valor de la oferta total de los otros productos editoriales alcanzó los USD \$ 50 millones 505 mil dólares, de los cuales el 94.9% fue aportado por la oferta a precios básicos principalmente nacional, el 0.6% correspondió a los márgenes de comercio y el 4.4% representó a los impuestos sobre los productos. Mientras tanto, el 18.4% de la oferta tuvo como destino otras actividades económicas, mientras el 87.3% fue vendido al exterior y las existencias tuvieron un valor de USD \$ 2 mil 877 miles de dólares que entra con signo negativo al Balance Oferta Utilización indicando que se deshizo y vendió parte de sus existencias.

APRENDIZAJES

Entre los principales obstáculos que afronta la actividad editorial está la poca visibilidad de la oferta de contenidos editoriales nacionales tanto de producción pública como privada. Al tratarse de una actividad industrial, debe promoverse la creación de un fondo de financiamiento destinado a la renovación y adquisición de nuevas tecnologías de producción, edición y distribución mediante líneas de crédito a micro, pequeñas y medianas empresas, bajo cualquier forma societaria o unipersonal, a fin de mejorar la productividad y su competitividad, lo que impactará en una reactivación comercial y de agregado de valor.

De otro lado, se observa la ausencia de programas de formación superior a nivel técnico y universitario para los profesionales de la industria que considere los nuevos conocimientos teóricos y prácticos que demanda la nueva cadena de valor enfatizando en los procesos de producción y distribución. Asimismo, se debe fortalecer el acceso de la población a los contenidos editoriales y promover el hábito lector para alcanzar una tasa igual o superior al nivel regional, reconociendo que sin demanda no hay oferta. Para asegurar el respeto a la creación y preservar los derechos de los creadores debe promoverse la creación de sociedades de gestión colectiva de derechos. Y finalmente, debe revisarse el marco normativo que rige el derecho de autor, actualizando y modificando las leyes que lo rigen para dar la normatividad apropiada.



SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS

CONTEXTO

Las artes escénicas son una manifestación cultural que está en crecimiento constante y genera desarrollo social gracias a que forman parte de la identidad y diversidad cultural del país. Tiene un impacto en otras actividades económicas a través de las cadenas productivas y son un generador de empleo directo e indirecto ya que su proceso productivo participan diversos agentes. Ello evidencia la relevancia de este sector en la creación de riqueza y empleo, pues las artes escénicas impactan positivamente sobre sectores como la educación, la salud, la seguridad y turismo. El Ministerio de Cultura de Perú considera fundamental los estudios como la Cuenta Satélite ya que permiten evidenciar el impacto y contribución de las artes, las industrias culturales y creativas en el desarrollo nacional; así como definir y priorizar variables e indicadores de medición de la actividad económica para el desarrollo de políticas públicas culturales.

Para elaborar este estudio se eligió el año 2007 dada la disponibilidad de fuentes de información¹ por parte de los países participantes y sus respectivos institutos estadísticos. La metodología se basa en un análisis de la oferta y demanda a partir del cruce de varias fuentes de información. Entre ellas figuran El Censo Nacional Económico, la Encuesta Nacional de Hogares, Encuesta Nacional de Presupuesto Familiar entre otras. Asimismo, este estudio aborda las artes escénicas como «el teatro, la danza, presentaciones que articulen danza, teatro y música; y entre otras.»². Como resultado se sabe que para el año 2007 las artes escénicas aportaron 0.02% al PBI y registraron 3,628 mil puestos de trabajo a nivel nacional, lo cual incluye al sector formal como informal.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

En el año 2007 la producción de la actividad de artes escénicas obtuvo un valor de USD \$ 39 millones 956 mil dólares, resultado de los ingresos totales por la venta de taquilla y otros ingresos de carácter secundario como talleres. El consumo intermedio alcanzó un valor de USD \$ 16 millones 881 mil dólares en bienes y servicios (transporte, publicaciones, alquiler de inmuebles, entre otros) consumidos como insumo en el proceso productivo de las artes escénicas, contribuyendo así al valor agregado bruto³ de las artes escénicas con USD \$ 23 millones 075 mil dólares.

Sobre esto hay que resaltar que la oferta se encuentra concentrada en el departamento de Lima con el 31% de unidades económicas de producción⁴.

1 Los países realizaron su cambio de año base: Bolivia año base 2006, Colombia año base 2006, Ecuador año base 2007 y Perú año base 2007.

2 Se refiere a circo, pantomima, narración, declamación, entre otros.

Convenio Andrés Bello 2009. Manual Metodológico de la Cuenta Satélite de Cultura. Bogotá: CAB. Pp. 40.

3 El valor agregado bruto (VAB) está conformado por la suma de valores agregados (diferencia entre el valor bruto de producción y el consumo intermedio) de los distintos sectores productivos. Sin considerar los impuestos a los productos y derechos de importación.

4 Datos del Censo Nacional Económico de la actividad creativas, artísticas y de entretenimiento.



**CUADRO N.º 3: CUENTA DE PRODUCCIÓN
ACTIVIDAD DE PRODUCCIÓN DE ARTES ESCÉNICAS (2007)
(en miles de dólares americanos USD)**

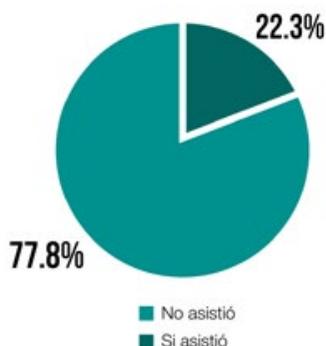
Conceptos	2007
Producción	39,956
Consumo intermedio	16,881
Valor Agregado Bruto	23,075

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

La demanda consiste en la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado). El resultado muestra que el 22% de la población peruana asistió alguna vez a una representación teatral⁵ y el 78% declaró no haber asistido nunca a dicho evento.

**GRÁFICO N.º 4: PERSONAS QUE ASISTIERON ALGUNA VEZ AL TEATRO (2013)
(en porcentaje)**



Fuente: OEI. Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas Culturales. 2013.

Así cuanto mayor es el nivel de estudios de la persona, aumenta su asistencia a eventos de teatro. Por ello, de los que asistieron al teatro, el 57% de los espectadores tiene educación superior, 32% del público tiene estudios de educación secundaria y el 11% del público asistente tiene educación primaria o no tiene educación. Además, en relación a los grupos etarios que asisten al teatro hay una mayor participación del público adulto (33%) y el público joven (28%) y las otras edades participan con un 39%.

OFERTA Y DEMANDA POR PRODUCTOS

El análisis de la oferta y demanda por productos se lleva a cabo mediante los Balances de Oferta y Utilización (BOU). Para el producto teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas, por el lado de la oferta los resultados muestran la producción principal de las artes escénicas y la producción secundaria de la actividad de gobierno y las importaciones de servicio⁶ en artes escénicas. La oferta total calculada, a precios de comprador, es de USD \$ 47 millones 308 mil dólares.

5 Debido a las limitaciones en la obtención de la información sobre el consumidor en artes escénicas del producto Teatro, Danza y otras manifestaciones de las artes escénicas, se está considerando para el estudio la participación de la población al teatro de los resultados de la encuesta de Latinobarómetro realizada el 2013 por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

6 Son los ingresos recibidos por los artistas extranjeros cuando prestan un servicio en el país, por realizar una obra.

Con relación a la demanda, los flujos económicos que se presentan son: (a) consumo intermedio, cuando el producto (servicio) es demandado por otras unidades productoras que forman parte de la actividad de artes escénicas⁷; (b) consumo final de los hogares, se refiere al gasto que realizan las familias al efectuar el pago por el servicio en artes escénicas, es decir por la compra de tiquetes; (c) consumo final del gobierno, se refiere al gasto por aquellos espectáculos en artes escénicas realizados por las unidades del gobierno⁸; (d) exportaciones, consisten en la prestación de servicios de los residentes en el país que reciben ingresos por espectáculos peruanos presentados en el exterior. La suma de todos estos conceptos alcanza una demanda total, a precios de comprador, de USD \$ 47 millones 308 mil dólares.

Cabe indicar que tanto la demanda total como la oferta total deben sumar lo mismo, debido a que el producto ha logrado el equilibrio oferta – demanda en el mercado.

CUADRO N.º 4: BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN TEATRO, DANZA Y OTRAS MANIFESTACIONES DE LAS ARTES ESCÉNICAS (2007) (en miles de dólares americanos USD)

Conceptos		2007
OFERTA	Producción a precios básicos	44,112
	Producción de mercado	44,112
	Importaciones CIF a precios básicos	1,598
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	0
	Margen de transporte	0
	Margen de comercio	0
	Impuesto a los Productos	0
	Subsidios sobre productos	0
	IVA no deducible	1,598
OFERTA TOTAL - Precios del comprador		47,308
DEMANDA TOTAL - Precios del comprador		47,308
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	6,073
	Consumo intermedio precios básicos	6,073
	CF Hogares Mercado precios mercado	37,719
	CF Hogares Mercado precios básicos	37,719
	GCF Gobierno e ISFL	3,196
	FBCF	0
	Variación de existencias	0
	Exportaciones a precio comprador	320

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura

7 Como intrainsumo el ejemplo es cuando en una obra de teatro contrata los servicios de un actor independiente.

8 Incluye el gasto del gobierno central, regional y local. por ejemplo el Instituto Departamental de Cultura del Cusco.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de bienes y servicios son las ventas al resto del mundo de los productos elaborados en el territorio nacional, y las importaciones de bienes y servicios, constituyen la adquisición de productos del resto del mundo. Para el caso del producto (servicio) Teatro, Danza y otras manifestaciones de las artes escénicas el saldo de la balanza de comercio exterior, en el año 2007 fue deficitario en USD \$ 1 millón 279 mil dólares.

APRENDIZAJES

Una de las principales conclusiones que arroja este primer ejercicio de medición es la insuficiente información estadística en la actividad de las artes escénicas. Por ello una prioridad del Ministerio de Cultura es implementar y disponer en el corto plazo un Sistema de Información Cultural que permita cubrir los vacíos de información, que permita así conocer con mayor claridad el campo donde deben incidir las políticas públicas culturales impulsadas por este sector.

Asimismo, aunque no se estimó valores por falta de fuentes, es importante mencionar el impacto de las externalidades indirectas en las artes escénicas como por ejemplo el gasto de los asistentes a una festividad o festival, en hoteles, restaurantes y transporte asociados a esta actividad.

En esa línea, un reto que tiene por delante el Ministerio de Cultura es promover la creación de público, que pasa por una valoración de las artes escénicas para el desarrollo humano y la calidad de vida de la ciudadanía que disfruta de sus manifestaciones culturales. En ese sentido, la institución debe fortalecer su trabajo intersectorial con otros niveles de gobierno (regional y municipal) y sectores como Educación, Interior, Turismo y Comercio Exterior, y Producción.

Por último, es importante analizar el dato que afirma que 77% de los empleados están laborando en unidades productivas informales⁹. Esto indica que es necesario impulsar una formalización laboral que se refleje en una valoración, reconocimiento y defensa de los derechos laborales de los artistas y técnicos del arte. Asimismo, es esencial entender que no todas las actividades que usan como herramienta las artes son asumidas como una actividad laboral por el artista.

Precisamente la reciente Ley de Promoción de los Puntos de Cultura reconoce iniciativas de la sociedad civil que aportan a través de la cultura al desarrollo ciudadano y comunitario. En muchos casos un Punto de Cultura realiza sus actividades con el propósito de desarrollar la calidad de vida de su comunidad, y para ello usan las artes como herramienta. En ese sentido, las políticas de Estado deben reconocer a todas aquellos ciudadanos que sin ningún afán de lucro realizan labores altruistas a través de las artes, bajo lógicas comunitarias y de cultura ciudadana. Y será labor del Ministerio de Cultura encontrar las herramientas idóneas para evaluar el impacto que estas actividades generan en el desarrollo del país.

9 Instituto Nacional de Estadística e Informática 2012. Encuesta Nacional de Hogares (Enaho). Lima: INEI.

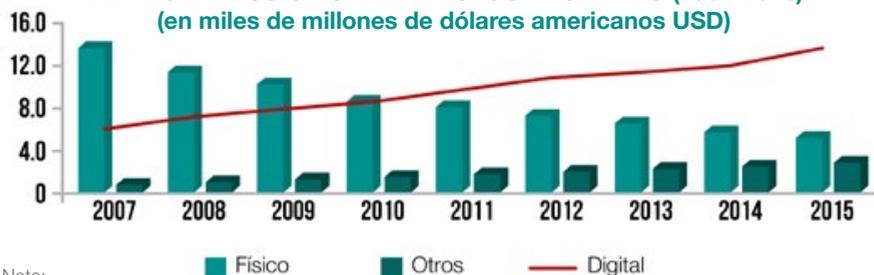
1	5	7	3	2	5	2	9	5	6	1	5	7	3	2	5	2	9
3	5	2	8	5	9	3	8	9		3	5	2	8	5	9	3	8
4	2	2		4	6	3	7	6		4	2	2		4	6	3	7
6		2			3	6	4	3		6		2			3	6	4
8						9	5			8						9	5
						9										9	

SEGMENTO MÚSICA

CONTEXTO

En los últimos años la industria de la música viene experimentando una constante caída en las ventas globales de fonogramas¹. En 2015, la venta mundial de fonogramas fue de USD \$ 5 mil millones de dólares, disminuyendo en 58.5% respecto a lo facturado en 2007². Las causas de este fenómeno, según señalan las asociaciones que representan los intereses de las compañías discográficas multinacionales tales como la Internacional Federation Phonographic Industry (IFPI) y la Recording Industry Association of American (RIAA), son, principalmente, el impacto de la piratería comercial de CD, la copia privada de los mismos y las descargas gratuitas de música realizadas a través de Internet (IFPI, 2005; RIAA, 2005).

**GRÁFICO N.º 5: INDUSTRIA MUNDIAL DE LA MÚSICA
VENTAS DE MÚSICA GRABADA SEGÚN FORMATO (2007-2015)
(en miles de millones de dólares americanos USD)**



Nota:

1/ El tipo otros incluye comunicación al público y radiodifusión y sincronización.

Fuente: Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI) – Informe mundial de la música 2016. Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

América Latina no se ha mantenido al margen de esta tendencia. En la década de los noventa la región experimentó una concentración de la industria musical en manos de discográficas transnacionales como Sony Music (hoy dueña de BMG), EMI, Universal y Warner (hoy dueña de EMI y Universal), que buscaron rentabilizar los mercados de consumo masivos y

1 Un fonograma es el registro, fijación o grabación de una creación musical en un soporte físico o material, sea éste un LP (Long Play o disco de larga duración) o Single (disco de corta duración), una cinta cassette o cinta de video VHS, un CD (Compact Disc o disco compacto), un DVD (Digital Versatile Disc o disco óptico digital), etc

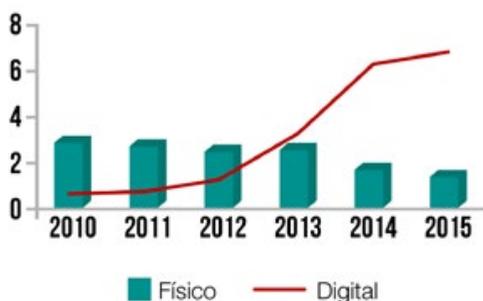
2 Informe mundial de la música 2016-Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI).



reducir la competencia local desde el último decenio. Actualmente, si bien las majors mantienen aún su dominio en la región, el arribo de la nueva realidad digital, con nuevas formas de producir, comercializar y consumir la música –tales como el uso de descargas (legales e ilegales) y de plataformas de streaming vía Internet– ha generado una profunda transición que modifica al sector global de la industria musical y paulatinamente al latinoamericano. No obstante estos cambios, en 2015, por quinto año consecutivo, América Latina fue la región con el mayor crecimiento en ingresos por la comercialización de música grabada, registrando un incremento de 11.8% respecto a 2014. En tanto, los ingresos digitales aumentaron un 44.5%, más de cuatro veces el promedio mundial, en especial los ingresos por los servicios de streaming tales como Spotify o Deezer.

En el país, los ingresos por música grabada en 2015 aumentaron un 2.8% respecto a 2014, situándose en los USD \$ 7 millones de dólares según cifras de la IFPI. El digital pasó de facturar USD \$ 6.2 millones de dólares en 2014 a USD \$ 6.7 millones en 2015, lo que supone un aumento del 8.1%. En cuanto a los soportes digitales, el streaming representó el 65.1% de los ingresos (lo que incluye las suscripciones premium más los ingresos por publicidad), con más de USD \$ 4 millones de dólares, y el restante provino de los formatos de descarga digital.

**GRÁFICO N.º 6: SEGMENTO MÚSICA
VENTAS DE MÚSICA GRABADA POR TIPO DE SOPORTE (2010-2015)
(en millones de dólares americanos USD)**



Nota:

No se disponen de cifras de ingresos por comunicación al público y radiodifusión y de sincronización.

Fuente: Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI) - Recording Industry in Numbers 2016. Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

El alza del mercado digital, no solo en Perú sino el ámbito mundial, se debe principalmente al auge de los servicios de escucha por suscripción. Tiendas como iTunes y 7digital mantienen su cuota de mercado en la mayoría de los países, y los servicios de pago por escucha (plataformas como Spotify y Deezer), que permiten escuchar música online de modo legal sin necesidad de descarga, son los que están despegando y se convierten así en la principal fuente de ingresos. En Perú, los principales servicios de descargas de música en 2015 fueron: Batanga, Binbit, Deezer, Ideas Musik, iTunes, Movistar, Rdio, Spotify y YouTube.

Es importante subrayar la importancia del mercado de las actuaciones en vivo para la industria de la música en todo el mundo. Según la IFPI, la música en vivo, generó en 2010 ingresos por USD \$ 18 millones de dólares representando cerca del 14% de los ingresos de la industria. La realización de conciertos, giras y festivales se ha revelado como una importante fuente de ingresos para artistas y empresas. En este contexto, Lima se ha convertido en un importante mercado para las estrellas internacionales de la música. De acuerdo a cifras de la Asociación Peruana de Autores

y Compositores (APDAYC), entre los años 2010 y 2014 los mega conciertos generaron una recaudación por derechos de autor de USD \$ 8 millones de dólares.

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

Para el año 2007, el segmento facturó USD \$ 192 millones 109 mil dólares mientras que el gasto en insumos como pagos por servicios de alquileres o arrendamientos de equipos, servicios de publicidad, entre otros, representó el 41.8% de los ingresos. El segmento lo forman dos actividades: la producción de música fonogramada y la producción de espectáculos musicales en vivo. La actividad que más aportó al valor agregado del segmento fue la producción de espectáculos musicales en vivo, con el 96.3% del total, mientras que la producción de música fonogramada generó solo el 3.7%.

En relación a la producción de espectáculos musicales en vivo, a partir de 2008 se registró, principalmente en la ciudad de Lima, un importante aumento en la realización de conciertos internacionales, Este fenómeno iba de la mano con el auge de la economía, alentado por la reducción a la mitad del Impuesto a la Renta y la exoneración del Impuesto Municipal a espectáculos no deportivos.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

La oferta total de bienes y servicios del segmento alcanzó en 2007 un monto de USD \$ 212 millones 887 mil dólares, de los cuales el 91.3% fue aportado por la oferta nacional, el 3.8% correspondió a la oferta importada y el 5% los impuestos a favor del Estado. Por el lado de la demanda, el 1.1% se destinó al consumo intermedio y el 98.9% a la demanda final. Respecto a la demanda final, el 97.3% correspondió al consumo final de los hogares, el 1.2% al consumo final de gobierno y el 0.5% a las exportaciones.

El segmento música está representado por dos productos característicos. El primero se refiere a la música fonogramada, cuyo valor en 2007 alcanzó un monto de USD \$ 6 millones 073 mil dólares, teniendo como destino en su totalidad el consumo por parte de los hogares. De otro lado, el valor de la oferta por los servicios de espectáculos musicales en vivo ascendió a USD \$ 206 millones 813 mil dólares, siendo en su mayoría presentaciones musicales realizadas por artistas nacionales. En tanto, la oferta extranjera a precios básicos fue de USD \$ 7 millones 991 mil dólares, generando USD \$ 10 millones 548 mil dólares de ingresos por impuestos.

**CUADRO N.º 5: BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN
POR PRODUCTOS DEL SEGMENTO MÚSICA (2007)**
(en miles de dólares americanos USD)

Conceptos / Productos		Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma	Servicios de espectáculos musicales en vivo	Total
OFERTA	Producción a precios básicos	6,073	188,273	194,347
	Producción de mercado	6,073	188,273	194,347
	Importaciones CIF a precios básicos	0	7,991	7,991
	IVA no deducible	0	10,548	10,548
OFERTA TOTAL - Precios del comprador		6,073	206,813	212,887
DEMANDA TOTAL - Precios del comprador		6,073	206,813	212,887
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	0	2,238	2,238
	Consumo intermedio precios básicos	0	2,238	2,238
	Consumo Final de los Hogares a precios de mercado	6,073	201,059	207,133
	Consumo Final de los Hogares a precios básicos	6,073	190,511	196,584
	GCF Gobierno e ISFL	0	2,557	2,557
	Exportaciones a precio comprador	0	959	959

Fuente: Instituto Nacional de Estadística en Informática - Ministerio de Cultura.
Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

APRENDIZAJES

El mercado nacional no es ajeno a la realidad global: mientras el consumo de música en soporte físico decrece, las descargas (legales e ilegales) a través de Internet y el uso de plataformas de streaming se abren paso. La distribución legal de contenidos musicales a través de Internet por compañías como iTunes o eMusic representa un nuevo modo de vender, escuchar y, finalmente, producir música, convirtiéndose en el nuevo medio para el desarrollo de la industria.

Los artistas nacionales tienen mejores condiciones para formular, grabar y promocionar sus proyectos de manera autogestionada. Asimismo, las pequeñas y medianas empresas discográficas que permanecen en el mercado, van generando estrategias para evadir la piratería, por ejemplo distribuyendo sus discos musicales a través de puestos de periódico o supermercados y compensando sus pérdidas con la organización de conciertos.

Si bien la ciudad de Lima se ha convertido en un importante mercado para las grandes estrellas de la música mundial, aún existe un fuerte déficit de infraestructura adecuada y descentralizada lo cual no permite aprovechar los beneficios económicos que traen consigo este tipo de espectáculos. Según los resultados de la Cuenta Satélite de Cultural, la ganancia real por presentaciones musicales en vivo solo en 2007 alcanzó los USD \$ 186 millones 036 mil dólares, generando USD \$ 10 millones 548 mil dólares de ingresos para el Estado vía impuestos.



© Ministerio de Cultura de Perú

EMPLEO CULTURAL

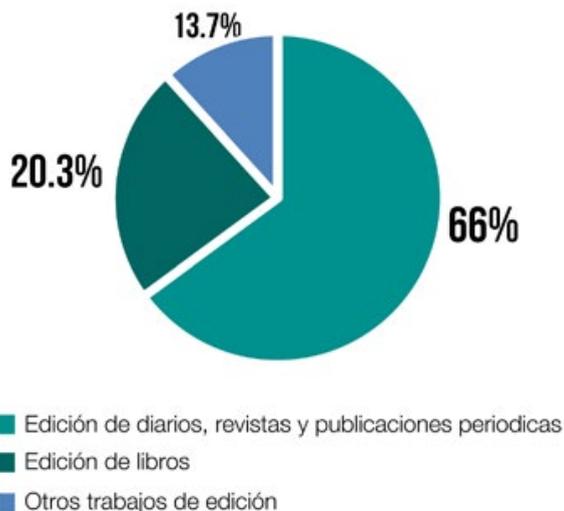
Audiovisual

El segmento Audiovisual registró 24,055 puestos de trabajo en el año 2007. De ese total, el 88% son trabajadores asalariados; el 11%, independientes (empleador o patrono y por cuenta propia) y el 1%, ayudantes familiares. De los 24,055 puestos de trabajo generados por el sector audiovisual, el 85.7% fue aportado por las actividades de televisión abierta, televisión por suscripción y radio mientras que 14.3% restante fue generado por las actividades de producción, distribución y exhibición de películas.

Libros y publicaciones

En el año 2007, se generaron 18 mil 897 puestos de trabajo. Desagregado por actividades económicas la edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas participó con el 66.0% del empleo total; seguido por las actividades de edición de libros que representaron el 20.3% de puestos de trabajo y las otras actividades de edición que demandaron el 13.7% del empleo total del segmento.

**GRÁFICO N.º 7: SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (2007)
(en porcentaje)**



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas en Informática - Ministerio de Cultura.
Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

Con relación a la estructura del empleo, la edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas tuvo la más alta participación en la generación del empleo formal con el 79.9% del total de empleo asalariado del sector. Por otro lado, con una menor participación, la actividad de edición de libros participó con el 14.8% del total de puestos de trabajo en la categoría asalariado y otros trabajo de edición con 5.3%.

**CUADRO N.º 6: SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO POR CATEGORÍA DE OCUPACIÓN SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA (2007)
(miles de puestos de trabajo)**

Actividad Económica	Estructura %	Total	Categoría de ocupación	
			Asalariados	Independientes
Total	100.0	18,897	14,963	3,934
Edición de libros	20.3	3,829	2,217	1,612
Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	66.0	12,476	11,950	526
Otros trabajos de edición	13.7	2,591	795	1,796

Nota:

1/ Incluye empresarios individuales y ayudantes familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas en Informática - Ministerio de Cultura.

Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

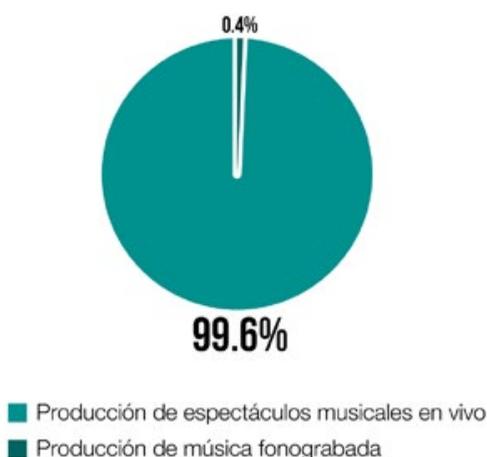
Artes escénicas

En el año 2007, el empleo en la actividad de las artes escénicas registró un nivel de 3,628 mil puestos de trabajo¹, de los cuales el 23% lo genera las unidades de producción escénica que tienen personería natural y jurídica, y el 77% del empleo en las artes escénicas lo genera el sector informal². A nivel de categoría de ocupación el 42% son trabajadores asalariados, 55% son independientes³ y el 3% ayudantes familiares⁴. Estos puestos de trabajo incluyen ocupaciones artísticas (actores, autores, diseñadores, realizadores, entre otros) y no artísticas (personal de taquilla, administradores, entre otros).

Música

En el año 2007, el segmento registró un total de 17 mil 083 puestos de trabajo. Desagregado por actividad económica vemos que la producción de espectáculos musicales en vivo generó el 99.6% del empleo total del segmento, mientras que la parte formal de la producción de música fonogramada demandó solo el 0.4% del empleo total. Es importante señalar que con el nivel de piratería e informalidad existente en esta actividad, no es posible estimar cuántos puestos de trabajo se generan.

**GRÁFICO N.º 8: SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (2007)
(en porcentaje)**



Nota:

No se dispuso de datos referidos al empleo informal en la actividad de música fonogramada.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas en Informática - Ministerio de Cultura.

Elaboración: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

- 1 Los puestos de trabajo se definen como un contrato explícito o implícito entre una persona y una unidad institucional para realizar un trabajo a cambio de remuneración durante un periodo definido o hasta nuevo aviso.
- 2 Aquellas unidades económicas no constituidas en sociedad que no se encuentran registradas en la administración pública.
- 3 Se incluyen a los empleadores o patronos y trabajadores por cuenta propia.
- 4 Ayudantes familiares, persona que trabaja un mínimo de 15 horas a la semana en la empresa de un miembro de su familia sin percibir remuneración en dinero. Este trabajador puede recibir alojamiento y/o comida

En tanto, en la producción de espectáculos musicales en vivo los trabajadores representaron el 61.2% de los puestos de trabajo son asalariados, mientras que los independientes constituyen el 38.8% del empleo de la actividad.

CUADRO N.º 7: SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO POR CATEGORÍA DE OCUPACIÓN SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA (2007)
(miles de puestos de trabajo)

Actividad Económica	Estructura %	Total	Categoría de ocupación	
			Asalariados	Independientes ^{1/}
Total	100.0	17,083	10,488	6,595
Producción de música fonogramada	0.4	65	65	0
Producción de espectáculos musicales en vivo	99.6	17,018	10,423	6,595

Nota:

No se dispuso de datos referidos al empleo informal en la actividad de música fonogramada.

1/ Incluye empresarios individuales y ayudantes familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.



© Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador

Como la Cuenta Satélite de Cultura es un marco estadístico que resulta de la recolección de datos provenientes de diversas fuentes, para su adecuada implementación los países deben «promover el desarrollo de ejercicios de medición económica complementarios sobre fenómenos o sectores culturales específicos» que permitan una mejor comprensión de los segmentos dentro del campo cultural.

Los indicadores no monetarios forman parte de los ejercicios de medición que facilitan una mirada panorámica en torno a las tendencias de cada campo artístico y cultural, brindando una aproximación útil para el planteamiento de políticas culturales, así como para la comprensión de la relación entre la cultura y otros sectores.

En este sentido, para realizar el presente capítulo se buscó información nacional e internacional vinculada a los cuatro segmentos culturales que hubiese sido entregada y/o generada por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Si bien la data permitió llevar a cabo una mirada comparada de tres segmentos culturales, lamentablemente no fue posible realizar este ejercicio para el segmento artes escénicas, debido a la debilidad e inconsistencia de la información identificada.

SEGMENTO AUDIOVISUAL

Cine¹

El registro de la producción nacional de películas en Colombia, Ecuador y Perú es una tarea que aún se realiza sin tener un sistema único que posibilite contemplar el panorama completo de lo producido en los diversos territorios de los tres países². Asimismo, la labor del registro se complejiza, aún más, en un contexto en el cual la producción cinematográfica (tanto de cortometrajes como largometrajes) se ha incrementado de manera significativa, principalmente, por el surgimiento y la expansión de los medios digitales desde fines del siglo XX³. Esto ha implicado un mayor reto dado que muchas películas no se inscriben en el marco estatal de los fondos de financiamiento o no llegan a circuitos de exhibición visibles como, por ejemplo, la cartelera de los multicines o las muestras en centros culturales o festivales.

Acorde con ello, puede observarse un incremento constante en la producción fílmica de Colombia y Perú en el periodo 2007-2015, a pesar de unos picos altos y bajos como en el año 2012: en ese lapso temporal, el primero aumentó su producción de 63, en el 2011, a 99 películas para luego disminuir a 69, en el 2013 (con una variación porcentual positiva de 370.4% del 2007 al 2015); y el segundo disminuyó de 23 a 20 películas, entre 2011 y 2012 (pero con una variación porcentual, positiva, 206.7% al comparar los años 2007 y 2015). En el caso de Ecuador, la situación varía mucho por año, registrándose para el 2014 (último año del que se dispone información) un total de 32 películas producidas, cuya variación porcentual del 2014 respecto al 2009 es negativa (-33.3%). Finalmente, para Bolivia no se disponen datos, lo cual reafirma la urgente necesidad de establecer mecanismos de registro nacional y local de estas producciones.

En cuanto a distribuidores en actividad, se tienen distintas tendencias de desarrollo. En el caso de Colombia, desde 2007 hasta 2013, el número variaba en 4 empresas; sin embargo, en 2014, hubo un incremento importante, pues se registraron 36 distribuidoras de origen nacional y extranjeras. Para Perú, la cantidad de empresas distribuidoras ha oscilado entre 14 y 18, para 2007 y 2014, respectivamente. En Ecuador, se observa, más bien, un decrecimiento de 9 a 2 empresas, desde el 2008 al 2014. Finalmente, en Bolivia, se evidencia a partir de sus registros, un crecimiento constante de 6 a 9 distribuidoras del 2012 al 2015. Ahora bien, es importante tener en cuenta, para futuros estudios, la distinción de las distribuidoras según su nacionalidad de origen, puesto que así puede tenerse un panorama de la intervención de las diversas industrias cinematográficas en cada país.

Teniendo en cuenta lo anterior, el dato del total de largometrajes estrenados no resulta tan descontextualizado. Para el caso de Colombia⁴, se observa un incremento del número de

1 Para la mayoría de los indicadores de esta sección, en general, la información se ha obtenido de las siguientes fuentes para Ecuador, Colombia, Bolivia y Perú: Observatorio Iberoamericano Audiovisual – OIA (2007-2015) y Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales – EGEDA (2010-2014). Asimismo, en específico para cada país, las fuentes usadas son las siguientes: para Colombia, Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia (2013, 2014 y 2015); para Perú, Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura (2016), Cinedatos (2007-2014) y César Díaz (2015); para Bolivia, Ultracine (2016).

2 Por ejemplo, en Colombia hay un registro que contiene películas producidas durante los años del 2007 al 2015 y, además, han recibido el reconocimiento de «producto nacional» a través de la resolución que otorga el Ministerio de Cultura de Colombia durante los años de dicho periodo. Asimismo, la suma total está compuesta por el número de cortometrajes y largometrajes. En cambio, para el caso de Perú, solo se incluyen largometrajes de producción nacional, coproducción internacional y producción realizada en las regiones del país y, además, no todas han sido estrenadas en multicines.

3 Sin embargo, es importante no reducir la explicación de lo ocurrido en cada país a la digitalización de la producción cinematográfica, puesto que hay otros factores que han posibilitado el aumento de las películas producidas, a nivel nacional, en estos países.

4 En Colombia, se dispone de información desagregada sobre el total de películas exhibidas, estrenadas y reestrenadas;

películas de 200 (188 extranjeras y 12 nacionales) a 292 (256 extranjeras y 36 nacionales), del 2007 al 2015 (con una variación porcentual en la exhibición de películas extranjeras y nacionales de 36.2% y 200% respectivamente). De la misma manera, en Perú⁵ aumentaron las cifras de los largometrajes estrenados de 180 (176 extranjeros y 4 nacionales) a 395 (365 extranjeros y 30 nacionales), del 2007 al 2015 (con una variación porcentual en la exhibición de películas extranjeras y nacionales de 107.4% y 650% respectivamente). En contraste, en Ecuador, se observa un decrecimiento del estreno de películas, pues desciende de 323 (304 extranjeras y 19 nacionales) a 177 (160 extranjeras y 17 nacionales), del 2010 al 2014 (con una variación porcentual en la exhibición de películas extranjeras y nacionales de -47.4% y -10.5% respectivamente). Por último, en el caso de Bolivia solo se dispone de información para el periodo 2013-2014: de un año a otro hay un incremento de películas estrenadas de 158 (147 extranjeras y 11 nacionales) a 265 (257 extranjeras y 8 nacionales).

En todos los casos, se observa que en el circuito comercial de exhibición (es decir, en los multicines) hay un predominio de las películas extranjeras sobre las producidas a nivel nacional. En ese sentido, queda pendiente identificar cuál es el origen de las películas que tienen mayor predominio dentro de la oferta cinematográfica en la programación de las cadenas de los cineplex. Sin embargo, no hay que obviar que los datos presentados corresponden a las cifras de lo exhibido en las salas de multicines, por lo que sería importante mapear, en el futuro, las cintas estrenadas (de producción extranjera o nacional) que se proyectan en espacios alternativos como muestras de festivales, cineclubes o centros culturales.

En cuanto al número de exhibidores dentro del circuito comercial, se tiene que en Colombia, del 2007 al 2015, hubo un decrecimiento de 52 a 45, entre empresas nacionales o extranjeras, aunque en dicho periodo el promedio de exhibidoras fue de 47. Para el caso de Perú, también ocurre una disminución de exhibidores: de 14 en 2007 a 8 en 2014. Por el contrario, en Ecuador y Bolivia ha habido un incremento: para el primer país pasó de 7 a 21 empresas exhibidoras, del 2008 al 2014; para el segundo, de 5 a 10, del 2012 al 2015.

A pesar del decrecimiento de las empresas exhibidoras en Colombia y Perú, en ambos países, así como en Ecuador, ha ocurrido un aumento del número de complejos (es decir, los multicines o multiplex). De ahí que el número de salas de cine y butacas haya aumentado en paralelo. En el periodo 2007-2015, para el caso de Colombia, el crecimiento de complejos se dio de 127 (con 491 salas y 82,511 butacas) a 200 (con 935 salas y 170,764 butacas). Para Perú, del 2007 al 2014, se pasó de 47 (con 291 salas y 60,743 butacas) a 85 (con 555 salas y 108,931 butacas) multicines. Finalmente, en Ecuador, del 2008 al 2014, el número de multiplex aumentó de 26 (con 176 salas y 18,142 butacas) a 50 (con 302 salas y 50,282 butacas).

Finalmente, en cuanto a los espectadores, se puede dar cuenta de un aumento constante y progresivo en Bolivia, Colombia y Perú dentro del periodo 2007-2015. En Ecuador, también se ha experimentado un incremento de la cantidad de visitantes a los multicines: se pasó de 7'935,240 a 12'831,716 del 2009 al 2014.

sin embargo, solo se ha tomado en cuenta el dato de los estrenos para este indicador.

5 Dado que Perú no cuenta con información tan detallada de los estrenos en los multiplex -lo cual dificulta la distinción entre reestrenadas o estrenadas- se decidió trabajar con la cifra total de estrenos.

**GRÁFICO N.º 1: TOTAL DE ESPECTADORES EN MULTICINES
POR AÑO SEGÚN PAÍS (2007-2015)**
(Miles de personas)



Bolivia: Ultracine

Colombia: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA) (solo 2007); Anuario Estadístico de Cine Colombiano (para años 2008-2015), 2015. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia

Ecuador: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

Televisión⁶

En cuanto a la televisión y la radio, para los cuatro países, no se dispone de mucha información actualizada. Sin embargo, puede observarse que la distribución de cadenas nacionales de televisión abierta entre públicos y privados es marcadamente desigual para los casos de Colombia, Ecuador y Perú en el periodo 2012-2014. En Colombia, el número de cadenas nacionales privadas (3) no varía en ninguno de los tres años. En el caso de Ecuador ocurre algo similar dado que se mantienen 4 canales privados en el mismo periodo y uno público. En Perú, al igual que en los dos países anteriores, el número de canales nacionales privados (6) es mayor al de los públicos (1) en dicho periodo.

Ahora bien, respecto al total de ficciones exhibidas en cada país, se puede decir que en Colombia, del 2012 al 2014, el número de programas osciló entre 49 y 48 con la siguiente distribución según el origen de la producción: para el 2012, hubo 13 producciones importadas de países de Iberoamérica, 16 títulos nacionales inéditos y 20 reprises, sumando un total de 49 ficciones; mientras que, en 2014, con un total de 48 ficciones, hubo 11 producciones iberoamericanas importadas, 15 producciones nacionales inéditas, 22 reprises. Para el caso de Perú, del 2012 al 2014, los programas de ficción aumentaron de 101 a 106 de la siguiente manera: para el 2012, se importaron 27 títulos iberoamericanos, se produjeron 13 ficciones nacionales y se lanzaron 61 reprises, dando un total de 101 programas de ficción; en cambio, en 2014, con un total de 106 ficciones exhibidas, se presentaron 46 producciones iberoamericanas, 15 ficciones nacionales inéditas y 45 reprises. Finalmente, para el caso de Ecuador, también hubo un incremento de 105 a 109 ficciones con la siguiente distribución: para el 2012, se importaron

⁶ Para los indicadores de esta sección, la información disponible se ha obtenido de la siguiente fuente para Ecuador, Colombia y Perú: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva – OBITEL (2011-2015). Para Bolivia no se encontró información disponible en ninguna fuente de acceso público.

45 programas iberoamericanos, se produjeron 8 ficciones nacionales y se exhibieron 52 reprises; por el contrario, para el 2014, se presentaron 52 ficciones importadas iberoamericanas, se exhibieron 10 ficciones inéditas nacionales y se programaron 47 reprises. Para el caso de Bolivia no se cuenta con información disponible.

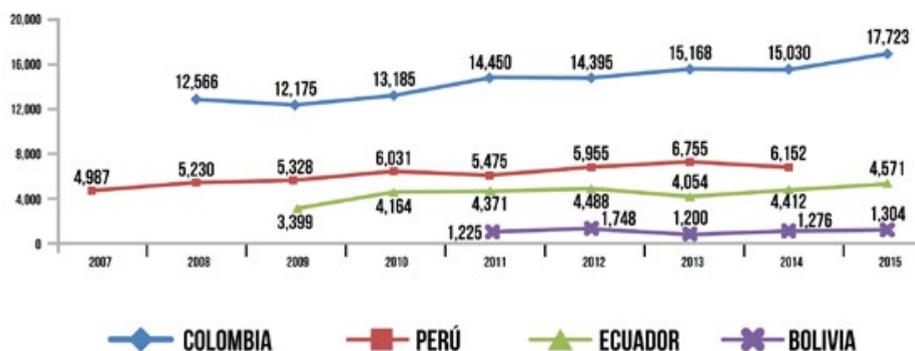
De acuerdo con los datos presentados, se observa que el país que más importa títulos iberoamericanos es Ecuador; en segundo lugar, Perú; y en último lugar, Colombia. Por el contrario, el país que más produce ficciones nacionales es Colombia; luego, Perú y finalmente, Ecuador.

Ahora bien, si se toma en cuenta la programación global según géneros para el periodo 2012-2014, se da cuenta que, en el caso de Colombia, los programas de ficción ocupan el segundo puesto por debajo de programas de entretenimiento y por encima de los programas de información. Por el contrario, en Perú y Ecuador, los programas de ficción ocupan el primer puesto por encima de los géneros de entretenimiento e información.

SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES

Según los datos para cada país, Colombia cuenta con la mayor cantidad de títulos registrados con ISBN para 2015 (17,723) en comparación con Bolivia (1,304) y Ecuador (4,571). En el caso de Perú solo se cuenta con información hasta el 2014, la cual da cuenta que se han registrado 6,152 títulos con ISBN. En Colombia la variación porcentual entre los años 2008 y 2015 ha sido del 41%; en Bolivia, de 6.4%, del 2015 respecto al 2011; en Ecuador para los años del 2009 al 2015, de 34.5%; y finalmente en Perú entre 2007 y 2014, de 23.4%.

GRÁFICO N.º 2: TOTAL DE TÍTULOS CON ISBN POR AÑO SEGÚN PAÍS (2007-2015)



Bolivia: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cerlalco)

Colombia: Registros Agencia ISBN - Cámara Colombiana del Libro

Ecuador: Cámara Ecuatoriana de Libro

Perú: Biblioteca Nacional del Perú - Dirección Ejecutiva de Depósito Legal, ISBN y Adquisiciones.

De ese registro de libros con ISBN, se puede observar que el total de títulos impresos para Perú y Colombia ha aumentado del 2007 al 2015. Para el caso de Colombia, la cantidad de títulos impresos varía de 11,857 (con 32'603,131 ejemplares impresos) a 13,483 (con 24'364,794 ejemplares impresos), del 2008 al 2015; mientras que para Perú pasó de 4,928 (con 61'272,826 ejemplares impresos) a 5,769 (con 25'271,443 ejemplares impresos), del 2007 al 2014. En el caso de Ecuador, la producción de ejemplares decrece de 8'616,904 a 7'043,768, del 2009 al 2015. Se puede concluir que, aunque aumentan los títulos impresos en los países, disminuye ostensiblemente el número de ejemplares impresos lo que expone una reducción significativa en el uso de papel. En Perú, por ejemplo, la variación porcentual es de -58.8% en la impresión de ejemplares por título para los años 2007-2014.

De acuerdo con ello, también han aumentado los títulos de primera edición para Colombia, Ecuador y Perú. En Colombia para 2008 se registraron 11,487 títulos de primera edición, mientras que en 2015 fueron 16,135. En Ecuador también se evidencia un incremento de 2,460 a 3,723, del 2009 al 2015. Finalmente, para Perú, la cifra aumenta de 4,352 a 5,133 títulos de primera edición, del 2007 al 2014. En el caso de las reediciones, se registra un número menor en comparación a las primeras ediciones. Sin embargo, también se observa un incremento para los casos de Colombia y Perú. Del 2008 al 2015, en Colombia se reeditaron de 1,079 a 1,588 títulos; en Perú, del 2007 al 2015, de 635 a 1,018 títulos. En contraste, en Ecuador, la producción de libros reeditados decreció después de haber experimentado un incremento de 264 a 599, del 2009 al 2010. Para el año 2011 (433 títulos) el número de reediciones disminuyó, situación que se repitió en el año 2015 (278 títulos).

En ese panorama, el número de agentes editoriales ha aumentado en Colombia y Perú, lo cual podría haber afectado el incremento de la producción de nuevas ediciones y nuevos títulos. Así pues, se tiene que, en Colombia, hay un aumento de 2,261 a 2,967 agentes editoriales (2008-2015); mientras que en Perú se pasó de 748 a 2,129 organizaciones editoriales (2007-2014).

SEGMENTO MÚSICA

El panorama de la música en el ámbito internacional se ha visto radicalmente alterado por los cambios tecnológicos –sobre todo con la expansión del internet-, los cuales han modificado desde la producción hasta el consumo. Ello se refleja en las tendencias del número de ventas en Colombia, Ecuador y Perú: aumentan las ventas de música por soporte digital, mientras las de soportes físicos decrece como lo muestran los datos de la Fundación Sociedad General de Autores y Editores (SGAE), dentro del periodo 2008-2015.

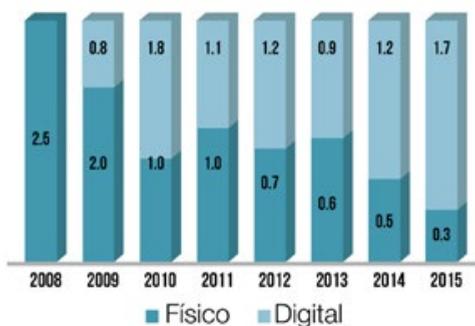
Para Colombia la variación porcentual en ventas de soporte físico es de -89.2% entre 2008 y 2015, mientras que para el digital es de 40.5% en el mismo periodo. En Ecuador para esos años, las ventas de soporte físico tuvieron una variación porcentual de -88.0%. Del 2009 al 2015 la variación porcentual de ventas en soporte digital fue de 112.5%. Para Perú, del 2008 al 2015, hay una reducción significativa de las ventas en soporte físico con una variación porcentual de -75.0%, mientras que para el periodo 2009-2015 la variación para la venta de soportes digitales creció un 570%.

GRÁFICO N.º 3: COLOMBIA - VENTA DE MÚSICA GRABADA POR AÑO SEGÚN SOPORTE (2007-2015)
(en millones de dólares USD)



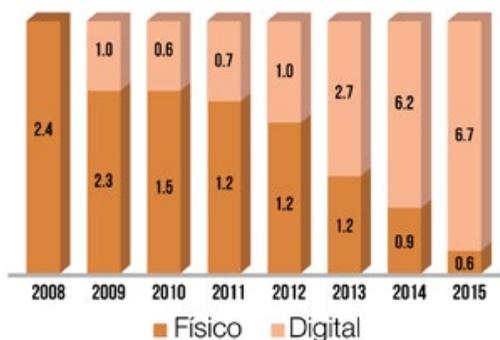
Colombia: Fundación Sociedad General de Autores y Editores - SGAE (2009, 2012, 2016)

GRÁFICO N.º 4: ECUADOR - VENTA DE MÚSICA GRABADA POR AÑO SEGÚN SOPORTE (2007-2015)
(en millones de dólares USD)



Ecuador: Fundación Sociedad General de Autores y Editores - SGAE (2009, 2012, 2016)

GRÁFICO N.º 5: PERÚ - VENTA DE MÚSICA GRABADA POR AÑO SEGÚN SOPORTE (2007-2015)
(en millones de dólares USD)



Perú: Fundación Sociedad General de Autores y Editores - SGAE (2009, 2012, 2016)

Según el ranking de posiciones según la venta de música para los soportes físicos y digitales⁷ los cuatro países se ubican al 2015 por debajo de la mitad de los países con mayores ventas de música tanto en soporte físico como digital a nivel mundial. Dentro del periodo 2010-2015, Colombia pasa del puesto 41 al 39, en cuanto a la venta en soporte físico⁸; mientras que, respecto a las ventas en soporte digital⁹, se mueve del 33 a 30. Ecuador, dentro del periodo 2011-2015, pasa del 50 al 51 en relación a las ventas en soporte físico¹⁰, mientras que, para el caso de las ventas en soporte digital¹¹, se mueve del 44 al 46; en otras palabras, baja de posición alejándose de los que más venden. Perú, del 2010 al 2015, en relación a las ventas en soporte físico, se mantiene en el puesto 50, esto significa que se posiciona en el último y penúltimo lugar para cada año. Mientras tanto, para las ventas en digital, se observa un escalamiento del puesto 47 al 41, para el mismo periodo. Finalmente, con respecto a Bolivia, sólo se dispone de información para las ventas en soporte digital entre 2011 y 2015, lo cual implica un descenso del puesto 45 al 53.

Lo anterior constata el incremento del consumo de música a través soportes digitales, lo cual se enmarca en la aparición de diversas plataformas virtuales que sirven, principalmente, para reproducir o descargar música, tal como Spotify, Deezer, entre otras. Sin embargo, estos fenómenos se dan de manera diferente en cada uno de los países del estudio. En el caso de Bolivia, en 2011 y 2012, solo contaba con iTunes; pero, a partir del 2013 hasta 2015¹², el número de plataformas se incrementó a 7. En Ecuador y Perú, en 2011 sólo disponían de iTunes, pero en 2015¹³ la cantidad de plataformas aumentó a 7 y 11, respectivamente. Por último, en contraste con los tres países, en Colombia, el número de plataformas siempre ha sido mayor, puesto que desde 2011¹⁴ ya contaba con 9, número que creció a 11 en el 2015¹⁵.

PROYECCIONES Y CONCLUSIONES

En general, para los diversos indicadores no monetarios de cada segmento (audiovisual, música, libros y publicaciones), se encuentran diversas limitaciones que se plantean a su vez como retos. Uno de los primeros desafíos se relaciona con la urgencia de estandarizar el alcance conceptual de los indicadores y de las categorías no solo para el recojo de la información, sino también para su sistematización e interpretación.

Un segundo reto tiene que ver con los vacíos de información entre años, lo cual hace difícil la generación de series estadísticas y análisis comparativos de los fenómenos culturales, ya sea porque los países apenas han iniciado estudios sobre la materia o las organizaciones internacionales están consolidando las metodologías y periodos para el estudio de los campos culturales.

7 Realizado por la Fundación Sociedad General de Autores y Editores (SGAE).

8 Para el 2010, se consideraron 50 países para la clasificación, mientras que para el 2015, 51 países.

9 Para el 2010, se consideraron 50 países para la clasificación, mientras que para el 2015, 53 países.

10 Para el 2011, se consideraron 50 países para la clasificación, mientras que para el 2015, 51 países.

11 Para el 2011, se consideraron 52 países para la clasificación, mientras que para el 2015, 53 países.

12 En el 2015, en Bolivia estaban disponibles las siguientes plataformas virtuales: Apple Music, Deezer, Google Play, iTunes, Spotify, Viva y Napster, según la Fundación Sociedad General de Autores y Editores – SGAE.

13 Para el caso de Ecuador, estaban disponibles Apple Music, Claro Música, Deezer, Google Play, iTunes, Napster y Spotify; mientras tanto, para Perú, Apple Music, Claro Música, Deezer, Google Play, Guvera, iTunes, Napster, Spotify, YouTube, Entel y Movistar.

14 En 2011, en Colombia estaban disponibles las plataformas Codiscos, Ideas Comcel Music Store, iTunes, Prodiscos – Entertainment, Store, Supertienda Movistar Música, Sonora, Tigo y ETB Musica.

15 Estuvieron disponibles Apple Music, Claro Música, Codiscos, Deezer, Google Play, Guvera, iTunes, Napster, Spotify, Tigo y YouTube.

Un tercer desafío está asociado con la continuidad de las investigaciones y la integración de nuevos campos culturales, así como las variaciones que tienen los sectores culturales actuales (como el caso de la música con el consumo digital) lo cual significa un mayor esfuerzo para realizar aproximaciones coherentes con las dinámicas de cada campo cultural.



© Danza «La Diablada» Ballet Folclórico de Bolivia - Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia

El proyecto de investigación «Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, CSC, en los países del área andina» surgió por la necesidad de establecer acuerdos básicos sobre la manera de abordar la medición económica de las actividades y productos pertenecientes al campo cultural, así como en el uso de conceptos, definiciones e instrumentos de medición y de análisis homogéneos en la región que permitan determinar parámetros de comparación y valoración para el sector.

Han sido importantes los avances logrados hasta ahora en el desarrollo del proyecto y, particularmente, en lo que se refiere al consenso sobre los conceptos básicos y a los primeros segmentos del campo cultural a estudiar. Adicionalmente, se han acordado maneras de analizar la información disponible y la forma de presentar los resultados obtenidos hasta el momento.

No obstante, es evidente que es apenas el comienzo de un arduo trabajo que pretende producir la información que se requiere para realizar y lograr diagnósticos periódicos desde la perspectiva económica, lo que se convierte en un paso importante en el deseo compartido de países y agentes por consolidar en la región sistemas de información cultural robustos y de calidad.

En ese sentido, los principales compromisos, retos y desafíos que esta iniciativa sugiere son:

Bolivia

Después de conseguir una medición homogénea con los demás países del área andina de los segmentos Audiovisual, Libros y publicaciones, Artes escénicas y Música, el primer compromiso es el de ampliar la medición a los segmentos de las Artes visuales y plásticas, Diseño, Juegos y juguetes, Videojuegos y, en especial, iniciar la exploración del Patrimonio Inmaterial específicamente a través del estudio de la fiesta como una de las expresiones culturales más relevantes en este país.

A ello se suma el reto de crear la base de datos nacional de información básica económica de los agentes culturales, así como la aprobación e implementación de la Ley Marco de Culturas la cual servirá de referencia y soporte para la continuidad de esta medición. Otro importante compromiso es el fortalecimiento de las relaciones entre las instituciones que hacen parte de este proyecto, así como la invitación a nuevos actores para que sumen esfuerzos a esta estratégica medición, ampliando así las fuentes de información como la producción de nuevos datos que enriquezcan la estadística básica sobre el sector cultural.

Otro reto crucial para el país es crear una plataforma de investigación que involucre a universidades e investigadores en torno a los temas culturales, para obtener así -desde distintas disciplinas del conocimiento- diagnósticos y análisis que permitan direccionar y focalizar de mejor manera las políticas públicas culturales.

Colombia

A pesar de haber transcurrido 15 años en el desarrollo de la CSC en Colombia, es claro que aún hay mucho por hacer en cuanto a la obtención de un diagnóstico completo de las relaciones entre los fenómenos culturales y la realidad económica, y mucho más en lo que concierne a la conformación de un Sistema de Información Cultural en el país.

Los siguientes pasos sugieren el desarrollo de una metodología completa para la medición de los patrimonios material e inmaterial, de la cual hay ya algunos avances aunque subsisten dificultades conceptuales como operacionales en este propósito.

Otro importante reto es el abordaje de la medición del segmento diseño, que como es bien conocido es uno de los más complejos por cuanto son actividades que se asocian de manera muy distinta con los productos generados, en comparación con las demás actividades culturales.

Un compromiso fundamental es la elaboración de las Cuentas Satélite de Cultura regionales y municipales. Anteriormente se ha colaborado en el desarrollo de estas investigaciones en varias ciudades y departamentos del país, y ahora se presenta la oportunidad de realizar la investigación para la ciudad capital: Bogotá.

En cuanto a las relaciones entre las actividades culturales y el trabajo, se requiere ir perfeccionando las mediciones, lo que a su vez implica la tarea de pulir tanto los instrumentos como los procedimientos para lograrlo.

Ecuador

A partir de los logros obtenidos en los varios intentos por elaborar la CSC en el Ecuador, y en el marco del contexto del proyecto con los países del área andina, el resto sustancial es el abordaje de nuevos campos: el estudio de los segmentos de Creación, Diseño, Artes visuales y Educación Cultural.

En el marco de la Ley Orgánica de Cultura, la cual está en proceso de aprobación, y con el propósito de conformar el Sistema Nacional de Información, se pretende hacer una convocatoria general a todos los agentes públicos y privados inmersos en actividades culturales para que se incorporen en la construcción de los diagnósticos, como fuentes de información y como corresponsables en la producción y gestión de los análisis.

Por otra parte, la experiencia ha permitido pensar una configuración organizacional funcional a los retos que demanda la generación y disponibilidad de la información cultural para el país, así como la consolidación de los indicadores básicos como los que se producen a través del Registro Único de Actores Culturales.

Perú

Luego de abordar ocho segmentos culturales y trabajar en la primera versión del cálculo del empleo, el país enfrenta ahora el reto de estudiar los segmentos culturales de Creación, Diseño, Artes visuales y Juegos y juguetes; acción que implica una mayor exploración de fuentes de información, así como el diálogo con nuevos agentes institucionales lo que significa un mayor posicionamiento en otros sectores del país.

Considerando la gran riqueza arqueológica de Perú y su relación con las ciudades milenarias, otro importante desafío es el estudio y la exploración del patrimonio material e inmaterial del país el cual ha sido catalogado como uno de los más importantes del mundo.

Adicionalmente, se debe realizar la medición de los sectores ya incluidos en una serie de años, y más recientes, para que estos resultados cumplan con las expectativas de los usuarios y permitan desarrollar líneas de políticas públicas culturales acordes con las dinámicas contemporáneas.

En el contexto de la coordinación del proyecto «Elaboración e implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, CSC, en los países del área andina» el equipo del Perú ha logrado los consensos entre los equipos participantes para obtener los resultados esperados y ha facilitado la gestión y la comunicación permanente entre las entidades y los organismos cooperantes.

Retos y desafíos en el ámbito regional

Con los avances logrados en el marco del proyecto regional de las CSC, se evidencian no solamente los temas faltantes, sino la necesidad de hacer difusión de los resultados ya obtenidos y presentarlos a diversos usuarios. Si bien es cierto que en el proceso de construcción de una investigación como la CSC es fundamental detectar los objetos de estudio prioritarios y ordenarlos en orden de interés, es trascendental evidenciar la utilidad de los datos ya obtenidos para facilitar así la continuidad y la sostenibilidad del proyecto.

Por ello uno de los más grandes desafíos del proyecto de la CSC en la región, es el de promover un uso adecuado y estratégico de la información obtenida tanto por los organismos oficiales encargados del diseño las políticas públicas culturales, así como por los agentes pertenecientes a los gremios y a los independientes que participan en el establecimiento de estrategias de producción y comercialización de bienes y servicios culturales.

En ese sentido, es muy importante conocer los marcos legales en los que se desarrollan las actividades culturales, para tener los suficientes argumentos y elementos de juicio para sustentar la prevalencia de estas mediciones y aproximaciones metodológicas, así como para la promoción y conservación de las diversas expresiones de la cultura como producto de las industrias y como bienes de interés patrimonial.

Con la gran diversidad de conceptualizaciones y definiciones de los fenómenos culturales, y más aún con la presencia de tan distintas fuentes de información en cada uno de los países de la región, la continuidad de la investigación como un ejercicio de metodología comparada y homogénea es en sí misma un significativo desafío.

Respecto a los elementos metodológicos que conforman la columna vertebral de la investigación:

- Determinar y definir una metodología que pueda replicarse en cualquier país de la región para la medición de los flujos económicos asociados con los patrimonios material e inmaterial.
- Establecer la producción completa y consistente de datos sobre el comercio exterior de servicios culturales.
- Construir una metodología y un marco conceptual de referencia para abordar la temática de Cultura Digital, la cual cada día tiene una mayor presencia y relevancia en todas las prácticas humanas, y por ende en las manifestaciones y prácticas culturales.
- En cuanto a la *Educación cultural* existe poca claridad sobre la conceptualización de esta actividad, así como en los procedimientos y fuentes para su medición económica.

Respecto a la continuidad de la Cuenta Satélite de Cultura es un reto para todos los países consolidar el trabajo mancomunado entre las carteras de cultura y los institutos nacionales de estadística, así como la integración de nuevos agentes que reconozcan el valor que tienen sus registros en la ampliación y profundización de los estudios y mediciones económicas de los diferentes segmentos culturales.

Lo anterior permitirá obtener cifras más confiables de las actividades culturales, así como fomentar un mayor uso de las estadísticas tanto en el diseño, implementación y evaluación de políticas y programas culturales en el ámbito privado como público. Este reto implica, además, el fortalecimiento de comunidades de aprendizaje entre países e instituciones de tal manera que las lecciones y saberes superen las fronteras nacionales y contribuyan al estudio de los impactos y aportes de la cultura en el desarrollo regional.

GLOSARIO

Actividad auxiliar: Es una actividad de apoyo que tiene lugar dentro de la empresa y cuya finalidad consiste en crear las condiciones que permitan realizar las actividades principales o secundarias.

Actividad económica: El término actividad se entiende como un proceso o un grupo de operaciones que combina recursos tales como equipo, mano de obra, técnicas de fabricación e insumos, para la producción de bienes y servicios. Los productos que se derivan de la realización de actividades pueden ser transferidos o vendidos a otras unidades (en transacciones de mercado o al margen de él), almacenados como inventario o utilizados por las unidades productoras para su uso final.

Al mismo tiempo, una actividad también se concibe como un proceso para la obtención de un conjunto homogéneo de productos, es decir, en términos de la CIIU, estos productos pertenecen a una misma categoría y su producción es característica de una clase (la categoría más detallada) de la clasificación de actividades económicas. Algunas actividades identificadas por separado en la CIIU definen procesos sencillos que transforman insumos en productos, como el tejido de tejidos; mientras que otras actividades se caracterizan por procesos muy complejos e integrados, como la fabricación de vehículos automotores o la integración de sistemas informáticos.

Actividad principal: La actividad principal de una unidad de producción es aquella cuyo valor agregado supera al de cualquier otra actividad realizada dentro de la misma unidad.

Actividad secundaria: Es la que se desarrolla dentro de una misma unidad de producción además de la actividad principal, y cuya producción, al igual que la de la actividad principal, tiene que ser apta para ser suministrada fuera de la unidad de producción.

Consumo de bienes y servicios: Es el acto de utilizar completamente los bienes y servicios, ya sea en un proceso productivo o en la satisfacción directa de las necesidades o deseos humanos. La actividad del consumo consiste en la utilización de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades o deseos humanos, individuales o colectivos (SCN 2008, 9.39). En consecuencia, no todos los bienes que se adquieren son consumidos, por ejemplo, podría adquirirse una multitud de libros y eso no necesariamente implicaría el consumo o el disfrute de este tipo de bienes. De acuerdo con su utilización, los bienes o servicios pueden distinguirse en bienes y servicios de consumo, y bienes de capital.

Consumo intermedio: Consiste en el valor de los bienes y servicios consumidos como insumos por un proceso de producción, excluidos los activos fijos cuyo consumo se registra como consumo de capital fijo.

Cuenta de bienes y servicios: Muestra el equilibrio entre el total de bienes y servicios suministrados como recursos a la economía en forma de producción e importaciones (incluido el valor de los impuestos menos las subvenciones sobre los productos que no estén ya incluidos en la valoración de la producción) y el uso de esos bienes y servicios en forma de consumo intermedio, consumo final, formación de capital y exportaciones.

Cuentas nacionales: El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) es el conjunto normalizado y aceptado internacionalmente de recomendaciones relativas a la elaboración de mediciones de la actividad económica de acuerdo con convenciones contables estrictas, basadas en principios económicos. El marco contable del SCN permite elaborar y presentar los datos económicos en un formato destinado al análisis económico, a la toma de decisiones y a la formulación de la política económica. Las cuentas en sí mismas presentan, en forma condensada, un gran volumen de información detallada, organizada de acuerdo con determinados principios y percepciones acerca del funcionamiento de la economía. Constituyen un registro completo y pormenorizado de las complejas actividades económicas que tienen lugar dentro de una economía y de la interacción entre los diferentes agentes o grupos de agentes económicos, que tiene lugar en los mercados o en otros ámbitos.

Cuentas Satélite: Es una extensión del Sistema de Cuentas Nacionales que comparte sus conceptos, definiciones y clasificaciones. Permite ampliar la capacidad analítica a un área de interés específico. Su presentación y datos están en correspondencia con los del marco central de las cuentas nacionales.

Economía total: Se define el comportamiento del conjunto de todas las unidades institucionales residentes y sobre las actividades que realizan, así como los intercambios de bienes, servicios y activos que se realizan entre las unidades institucionales en forma de transacciones.

Empleo equivalente a tiempo completo: Es el número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, y se define como el total de horas efectivamente trabajadas por todas las personas ocupadas dividido por el número promedio anual de horas efectivamente trabajadas en puestos de trabajo a tiempo completo.

Empleo: Se determina como todas las personas, asalariadas o autónomas, que realizan alguna actividad productiva dentro de la frontera de producción del SCN.

Exportaciones: Hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero. En otras palabras, la exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país.

Flujos económicos: Reflejan la creación, transformación, intercambio, transferencia o extinción de valor económico; implican cambios en el volumen, la composición o el valor de los activos y pasivos de una unidad institucional.

Formación bruta de capital: Muestra la adquisición menos la venta o disposición de activos producidos, destinados a la formación de capital fijo, los inventarios o los objetos valiosos.

Formación bruta de capital fijo: Se mide por el valor total de las adquisiciones, menos las disposiciones de activos fijos efectuadas por un productor durante el periodo contable, más ciertos gastos específicos en servicios que incrementan el valor de los activos no producidos.

Frontera de la producción: La frontera de la producción en el SCN incluye las siguientes actividades:

1. La producción de todos los bienes o servicios que se suministran, o que se pretende suministrar, a unidades distintas de aquellas que los producen, incluida la producción de los bienes o servicios utilizados completamente en el proceso de producción de dichos bienes o servicios.
2. La producción por cuenta propia de todos los bienes que sus productores conservan para su autoconsumo final o para su formación bruta de capital.
3. La producción por cuenta propia de productos de captura del conocimiento que sus productores conservan para su autoconsumo final o para la formación bruta de capital, pero con exclusión (por convención) de este tipo de productos cuando son producidos por los hogares para su propio uso.
4. La producción por cuenta propia de los servicios de las viviendas ocupadas por sus propietarios.
5. La producción de los servicios domésticos y personales producidos por personal de servicio doméstico remunerado.

Fuerza de trabajo: El concepto de fuerza de trabajo se refiere a la oferta de trabajo disponible en un momento dado para la producción de bienes y servicios a cambio de remuneración o beneficios (OIT: 2013, 11). La suma de las personas en la ocupación (u ocupadas) y las personas en la desocupación (o desocupadas) equivale a la fuerza de trabajo. Las personas fuera de la fuerza de trabajo son aquellas personas en edad de trabajar que durante el periodo de referencia corto no estaban ni en la ocupación ni en la desocupación (OIT: 2013, 16).

Gasto de consumo final: Es el monto del gasto en bienes y servicios de consumo.

Importaciones: Es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales.

Impuestos: Son pagos obligatorios sin contrapartida, en dinero o en especie, que las unidades institucionales hacen a las unidades gubernamentales.

Industria: Consiste en un conjunto de establecimientos dedicados a clases de actividad idénticas o similares. Se puede entender como una rama de actividad.

Índice de volumen: Es el promedio de las variaciones proporcionales de las cantidades de un conjunto específico de bienes o servicios entre dos periodos.

Instituciones sin fines de lucro (ISFL): Son entidades jurídicas o sociales creadas para producir bienes y servicios, cuyo estatuto jurídico no les permite ser fuente de ingresos, beneficios u otras ganancias financieras para las unidades que las establecen, controlan o financian.

Instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares (ISFLSH): Son instituciones sin fines de lucro, no de mercado, que no son controladas por el Gobierno.

Margen de comercio: Se define como la diferencia entre el precio efectivo o imputado obtenido por un bien comprado para su reventa, y el precio que tendría que pagar el distribuidor para sustituir ese bien en el momento en que lo vende o lo dispone de otra manera.

Multas y sanciones: Son transferencias corrientes obligatorias impuestas a las unidades institucionales por los tribunales de justicia.

Originales: En materia de esparcimiento, literarios y artísticos, consisten en los originales de películas, grabaciones sonoras, manuscritos, cintas, modelos, etc., que llevan grabados o incorporados representaciones teatrales, programas de radio y televisión, interpretaciones musicales, acontecimientos deportivos, producciones literarias y artísticas, etc.

Población: Se define de la forma más simple como todas las personas que residen habitualmente en el país.

Prácticas: Se entenderá por prácticas culturales aquellas actividades humanas desarrolladas para la satisfacción de las necesidades estéticas y culturales de los productores, que no se consideran productivas dentro del marco de las Cuentas Nacionales.

Precio: El precio de un bien o servicio se define como el valor de una unidad del mismo.

Producción de originales y copias: La producción de libros, grabaciones, películas, programas de informática, cintas, discos, etc., es un proceso en dos fases. La primera es la producción del original, y la segunda es la producción y uso de copias del original. La producción de la primera fase es el original, sobre el que puede establecerse la propiedad jurídica o de hecho mediante el derecho de autor, la patente o el secreto. El valor del original depende de los ingresos efectivos o esperados provenientes de la venta o uso de sus copias en la segunda fase, que han de cubrir los costos del original así como aquellos en que se incurre al producir las copias.

Producción económica: La producción es una actividad realizada bajo la responsabilidad, el control y la gestión de una unidad institucional, en la que se utilizan insumos de mano de obra, capital y bienes y servicios para obtener otros bienes y servicios.

Producción económica de mercado: La producción de mercado es aquella proyectada para la venta a precios económicamente significativos. La producción de mercado es la situación normal en una economía de mercado donde los productores toman decisiones sobre qué producir y cuánto producir, en respuesta a los niveles esperados de demanda y costos previstos de la oferta. El factor determinante que fundamenta las decisiones de producción es que los precios económicamente significativos deben prevalecer. Los precios económicamente significativos son los precios que influyen significativamente en las cantidades que los productores están dispuestos a ofrecer y en las cantidades que los compradores desean comprar.

Producción económica de no mercado: La producción de no mercado consiste en los bienes y servicios individuales o colectivos producidos por las Instituciones sin fines de lucro que sirven a los hogares (ISFLSH) o por el Gobierno, que se suministran gratuitamente o a precios económicamente no significativos a otras unidades institucionales o a la comunidad en su conjunto. Se dice que el precio no es económicamente significativo cuando se tiene poca o ninguna influencia en la cantidad que el productor está dispuesto a vender y se espera que solo tenga una influencia marginal sobre las cantidades demandadas. Es un precio que no es cuantitativamente significativo desde el punto de vista tanto de la oferta como de la demanda.

Producción para uso final propio: Comprende los productos retenidos por el productor para su propio uso como consumo final o formación de capital.

Producto: Se refiere a un bien o servicio (incluidos los productos de captura del conocimiento) que es el resultado de un proceso de producción.

Producto cultural característico: Es un producto cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos y para el cual existe el interés de considerar la actividad que lo produce de manera típica como característica de la cultura.

Producto cultural conexo: Es un producto cultural, es decir, un producto cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos, pero para el cual no existe el interés de considerar la actividad que lo produce de manera típica como característica de la cultura.

Producto de contenido: Se trata de la provisión, el almacenamiento, la comunicación y la difusión de información, consejos y diversión de tal manera que la unidad consumidora pueda acceder de manera repetida al contenido del producto.

Producto Interno Bruto: El concepto de producto interno bruto (PIB) de la economía en su conjunto debe medir el total del valor agregado bruto de todas las unidades institucionales residentes en la economía. Sin embargo, el PIB, tal como

se define en el SCN, medido a través del gasto, incluye todos los impuestos sobre la producción y las importaciones debido a que en última instancia, éstos están contemplados en los precios de comprador de los utilizadores finales.

Producto no terminal: En las Cuentas Satélite de Cultura se considera que un producto característico es no terminal cuando se usa como consumo intermedio para la producción de otro producto característico.

Producto terminal: En las Cuentas Satélite de Cultura se determina que un producto característico es terminal cuando aún se usa como consumo intermedio en algún proceso de producción. Este proceso no conduce a obtener productos característicos.

Productores de mercado: Son establecimientos cuya producción es, en su totalidad o en su mayor parte, producción de mercado.

Productores de no mercado: Comprenden a los establecimientos propiedad de unidades gubernamentales o de las ISFLSH que suministran bienes o servicios a los hogares o a la comunidad en su conjunto de forma gratuita o a precios que no son económicamente significativos.

Productos de propiedad intelectual: Son el resultado de la investigación, el desarrollo o la innovación conducente a conocimientos que los investigadores pueden vender en el mercado o usar en el proceso productivo para su propio beneficio, debido a que la utilización de dichos conocimientos está restringida mediante protecciones legales o de otro tipo.

Puesto de trabajo: Se define como un contrato explícito o implícito entre una persona y una unidad institucional para realizar un trabajo a cambio de remuneración durante un período definido o hasta nuevo aviso.

Rama de actividad económica: Consiste de un grupo de establecimientos dedicados al mismo tipo de actividad productiva, con independencia de que las unidades institucionales a los que pertenecen sean o no productores de mercado. La distinción entre la producción de mercado y las otras producciones es una dimensión diferente de la actividad productiva y, más en general, de la actividad económica.

Remuneración a los asalariados: Se define como la remuneración total, en dinero y en especie, a pagar por una empresa a un asalariado en contraprestación del trabajo realizado por este durante el período contable.

Saldo contable: Es una construcción contable que se obtiene restando el valor total de los asientos de uno de los lados de una cuenta (recursos o variación de los pasivos), del valor total del otro lado (usos o variación de los activos). No puede medirse independientemente de las entradas en las cuentas. Como un registro derivado, refleja la aplicación de las normas generales de contabilidad en las categorías específicas de los dos lados de la cuenta.

Sociedad: El término sociedad incluye las sociedades legalmente constituidas, y también las cooperativas, las sociedades de responsabilidad limitada, las unidades residentes ficticias y las cuasisociedades.

Sector institucional: El sector es un grupo de unidades institucionales, y cada unidad institucional en su integridad debe ser clasificada en uno u otro sector del SCN.

Subvenciones: Son pagos corrientes sin contrapartida que las unidades gubernamentales, incluidas las no residentes, hacen a las empresas en función de los niveles de su actividad productiva o de las cantidades, o valores, de los bienes o servicios que producen, venden o importan.

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

Trabajador voluntario: Es considerado aquel que participa en un proceso de producción de bienes para alguna entidad (empresa, institución u hogar) o de servicios para una entidad de mercado.

Trabajadores por cuenta propia: Son las personas propietarias, individual o en forma conjunta, de las empresas no constituidas en sociedad en las que ellos trabajan; se excluyen las empresas no constituidas en sociedad clasificadas como cuasi-sociedades. Las personas que trabajan en empresas no constituidas en sociedad se clasifican como trabajadores por cuenta propia si no tienen un empleo remunerado que constituya su principal fuente de ingresos; en el caso de que lo tengan, se les clasificará como asalariados.

Pueden estar temporalmente sin trabajar durante el período de referencia por algún motivo concreto. La remuneración del trabajo por cuenta propia se incluye en el ingreso mixto porque no es posible separar el rendimiento del trabajo del rendimiento sobre cualquier capital empleado en las empresas no constituidas en sociedad (SCN: 2008, 19.25).

Transacción: Es un flujo económico que consiste en una interacción entre unidades institucionales por mutuo acuerdo, o bien en una acción dentro de una unidad institucional que a efectos analíticos conviene tratar como una transacción, frecuentemente debido a que la unidad opera en dos capacidades diferentes.

Transacción monetaria: Es aquella en la que una unidad institucional realiza un pago (recibe un pago) o contrae un pasivo (recibe un activo) establecido en unidades de dinero.

Transacciones no monetarias: Son aquellas que no se expresan inicialmente en unidades de dinero.

Transferencia: Es una transacción mediante la cual una unidad institucional suministra a otra un bien, un servicio o un activo sin recibir a cambio ningún bien, servicio o activo como contrapartida (SCN: 2008, 8.10). El concepto de transferencia es importante cuando se analiza la distribución o redistribución del ingreso y la riqueza. En el caso del campo cultural, los datos sobre las transferencias pueden aportar información importante para la formulación e implementación de políticas públicas que faciliten el consumo de bienes y servicios culturales. Existen dos tipos de transferencias: las corrientes y las de capital

Unidades gubernamentales: Son clases únicas de entidades jurídicas, creadas mediante procesos políticos y dotadas de poder legislativo, judicial o ejecutivo sobre otras unidades institucionales en un área determinada.

Unidad Institucional: Es una entidad económica que tiene capacidad, por derecho propio, de poseer activos, contraer pasivos y realizar actividades económicas y transacciones con otras entidades.

Valor agregado bruto: Se define como el valor de la producción, menos el valor del consumo intermedio.

Valor agregado neto: Se define como el valor de la producción, menos los valores tanto del consumo intermedio como del consumo de capital fijo.

Valor de cambio: Se refiere a cómo se considera en el mercado un bien o un servicio que, además de poseer valor de uso, tiene valor de cambio en tanto su ideal es ser intercambiado por valores de uso diferentes.

Valor de uso: El valor de uso de un bien está determinado por sus condiciones naturales, y es la aptitud que posee un objeto para satisfacer una necesidad. Debe diferenciarse del valor de cambio, ya que siendo éste último una magnitud determinada por la cantidad de trabajo socialmente necesario para producir la mercancía, el valor de uso es determinado por las características propias del objeto y por el uso específico y concreto que se da al mismo según esas características.

Variaciones de existencias: Se miden por el valor de las entradas en existencias, menos el valor de las salidas y de cualquier pérdida recurrente de bienes mantenidos en las existencias durante el periodo contable.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Legislativa Plurinacional. 2013. Ley N.º 366. «Ley del Libro y la Lectura «Óscar Alfaro»». 29 de abril. <<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/bo/bo060es.pdf>>

Asamblea Nacional de la República del Ecuador. 2016. Oficio No. SAN-2016-2272. «Ley Orgánica de Cultura». Quito, 29 de diciembre de 2016.

Cámara Ecuatoriana del Libro. 2008. «El Libro en Ecuador 2008: Estadísticas y Datos del ISBN». Quito, Ecuador.

Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (Cerlalc). 2008. «El espacio iberoamericano del libro 2008». Sao Pablo: Cerlalc, Câmara Brasileira do Livro y Fundación «Grupo de Iberoamericano de Editores». <<http://www.observatorio-politicasculturales.cl/OPC/wp-content/uploads/2013/03/El-espacio-iberoamericano-del-libro-2008-Cerlalc.pdf>>

_____. Unesco. 2006. Percepción sobre el clima empresarial Editorial en 2006 y tendencias a corto plazo.

_____. 2006. El espacio Iberoamericano del Libro, Cerlalc. - Ministerio de Cultura de España. Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas - Federación de Gremios de Editores de España, FGEE – Grupo Iberoamericano de Editores, GIE.

Cerbino, Mauro y Rodríguez, Ana. 2007. «Industrias Culturales y TLC: ¿Es posible una excepción cultural ecuatoriana?». Quito, Ecuador.

Comisión Europea, Fondo Monetario Internacional, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Naciones Unidas y Banco Mundial. 2008. Sistema de Cuentas Nacionales 2008. Bruselas: Editorial de las Naciones Unidas.

Congreso de la República de Colombia. 2012. Ley N.º 1556. «Por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas». Bogotá, D.C., 09 de julio de 2012.

_____. 2011. Ley N.º 1493. «Por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones». Bogotá, D.C., 06 de diciembre de 2011. <<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley149326122011.pdf>>

_____. 2003. Ley N.º 814. «Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia». Bogotá D.C., 03 de julio de 2003. <www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/.../LEY_814_DE_2003_COLOMBIA.pdf>

Congreso de la República del Perú. 2003. Ley N.º 28086. Ley de Democratización del Libro y de Fomento de la Lectura». Lima, 11 de octubre.

_____. 1994. Ley N.º 26370. «Ley de la Cinematografía Peruana». Lima, 23 de octubre.

_____. 1961. Ley N.º 13710. «Comprendiendo en las exoneraciones consideradas por el Art. 6º de la Ley N.º 13526, los libros, cuadernos impresos, revistas, periódicos y música clásica impresa o grabada». Lima.

_____. 1959. Ley N.º 13270. «Ley de promoción Industrial». Lima.

Convenio Andrés Bello (CAB). 2015. Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica. Bogotá.

_____ 2009. Manual Metodológico de la Cuenta Satélite de Cultura. Bogotá: CAB.

Congreso Nacional de Bolivia 1991. Ley N.º 1302. «Ley del Cine». 20 de diciembre de 1991. <<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/bo/bo018es.pdf>>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística s/f. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 3 Adaptada para Colombia. Bogotá: DANE.

Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia. 2015. «Anuario Estadístico de Cine Colombiano 2016». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/estadisticas-del-sector/Documents/Anuario%20Estad%20C3%ADstico%20Cinematograf%20C3%ADa%202015.pdf>>

_____ 2015. «Anuario Estadístico de Cine Colombiano 2014». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Anuario%20Estad%20C3%ADstico%20Cine%20Colombiano%202014.pdf>>

_____ 2014. «Anuario Estadístico de Cine Colombiano 2013». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Anuario%20Estad%20C3%ADstico%202013.pdf>>

Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (EGEDA). 2015 «Panorama Audiovisual Iberoamericano 2015». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.egeda.com/documentos/Panoramalberoamericano2015.pdf>>

_____ 2014. «Panorama Audiovisual Iberoamericano 2014». Consulta: diciembre de 2016. <http://www.egeda.com/documentos/PANORAMA_AUDIOVISUAL_IBEROAMERICANO_2014_300dpi.pdf>

_____ 2013. «Panorama Audiovisual Iberoamericano 2013». Consulta: diciembre de 2016. <http://www.egeda.com/documentos/Panorama_lberomaricano_2013_Final2_PRTGD.pdf>

Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI). 2016. Informe Mundial de la Música.

Fundación Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). 2015. «Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.anuoriossgae.com/anuario2015/home.html>>

_____ 2014. «Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.anuoriossgae.com/anuario2014/home.html>>

_____ 2013. «Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.anuoriossgae.com/anuario2013/home.html>>

_____ 2012. «Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.anuoriossgae.com/anuario2012/home.html>>

_____ 2011. «Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.anuoriossgae.com/anuario2011/home.html>>

_____ 2009. «Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.anuoriossgae.com/anuario2007-2009/index.html>>

Gómez, Leonardo y Montero, Xavier 2014. «A la industria musical todavía le falta ritmo». Revista Líderes. Quito, Ecuador.

Gómez, Sandra y Andrés Lagos 2008. «Colombia» En: Sur-Sur.info. Texto escrito con la colaboración de Peter Palacios y Natalia Orozco, con la coordinación del Área de Danza del Ministerio de Cultura Bogotá. <<http://www.sur-sur.info/spip.php?rubrique26>>

Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador. 2016. Metodología del Directorio de empresas y establecimientos. Disponible en: <<http://www.ecuadorencifras.gob.ec//directorio-deempresas>>

_____ 2015. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Base de datos diciembre 2015.

_____ 2012. Clasificación Nacional de Actividades Económicas. CIIU 4.0.

Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú. 2014. «Compendio Estadístico - Encuesta Nacional de Hogares (Enaho)». Lima: INEI.

_____ 2012. Encuesta Nacional de Hogares (Enaho). Lima: INEI.

Luzuriaga, Camilo 2014. «La industria ecuatoriana del cine: ¿otra quimera?». Diario El Telégrafo. Quito, Ecuador.

Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador. 2016. «Indicadores Culturales», publicados en la página web del Ministerio de Cultura y Patrimonio <<http://picultural.culturaypatrimonio.gob.ec>>

_____ 2014. «Fomento, Circulación y Consumo de Emprendimientos e Industrias Culturales». Subsecretaría de Emprendimientos Culturales. Quito, Ecuador.

_____ 2008. «Informe Anual de Gestión 2008». Quito, Ecuador.

Observatorio Iberoamericano Audiovisual OIA s/f. «Indicadores estadísticos». Consulta: diciembre de 2016. <<http://www.oia-caci.org/es/estadisticas/poblacion/>>

Organización Internacional del Trabajo (OIT). 2013. Estadísticas del trabajo y de la fuerza de trabajo. Informe para el debate en la Reunión de expertos en estadísticas del trabajo para el avance de las estadísticas sobre el empleo y el desempleo. Ginebra: OIT.

Orozco Gómez, Guillermo y Maria Immacolata Vassallo de Lopes (coordinadores). 2015. «Relaciones de género en la ficción televisiva: anuario Obitel 2015». Porto Alegre: Sulina, 2015. Consulta: diciembre de 2016. <http://obitel.net/wp-content/uploads/2015/08/13-08_Obitel-2015_espanhol-color_completo.pdf>

_____ 2014. «Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva: anuario Obitel 2014». Porto Alegre: Sulina. Consulta: diciembre de 2016. <<https://blogdoobitel.files.wordpress.com/2012/09/anuacc81rio-2014-espanhol.pdf>>

_____ 2013. «Memoria social y ficción televisiva en países iberoamericanos: anuario Obitel 2013». Porto Alegre: Sulina. Consulta: diciembre de 2016. <<https://blogdoobitel.files.wordpress.com/2011/04/obitel-2013-espanhol.pdf>>

_____ 2012. «Transnacionalización de la ficción televisiva en los países iberoamericanos: anuario Obitel 2012». Porto Alegre: Sulina. Consulta: diciembre de 2016. <<http://obitel.net/wp-content/uploads/2015/07/obitel2012-espanol.pdf>>

Pinot de Libreros, Marion. 2009. «Cuenta Satélite de Cultura: Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica». Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador. 2016. «Estudio de identificación y mapeo de actores, redes y asociaciones y otros actores vinculados a emprendimientos culturales». Equipo de Coyuntura de la Facultad de Economía. Quito, Ecuador.

Presidencia de la República del Perú. 1972. Decreto Legislativo N.º 19327. «Ley de Fomento a la Industria Cinematográfica». Lima.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) s/f. «Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017».

_____ s/f. «Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013».

_____ s/f. «Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010».

Sylva, Erika. 2011. «Las Políticas Culturales y el Buen Vivir». Ponencia presentada en el I Congreso Ecuatoriano de Gestión Cultural «Hacia un Diálogo de Saberes para el Buen Vivir y el Ejercicio de los Derechos Culturales». Quito, FLACSO. Septiembre 22 de 2011.

Vassallo de Lopes, Maria Immacolata y Guillermo Orozco Gómez (coordinadores). 2011. «Calidad de la ficción televisiva participación transmediática de las audiencias: Obitel 2011». Sao Paulo: Globo. Consulta: diciembre de 2016. <<http://obitel.net/wp-content/uploads/2015/07/obitel2011-espanol.pdf>>

Vich, Víctor. 2014. *Desculturar la cultura. La gestión como forma de acción política*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

ANEXOS ESTADÍSTICOS

7
5 8 9 8 9 1 9 3 4 5 2 2 2 9 6 7 9 5 4 5 2 2 2 9 6 7

7
8 3 5 5 2 5 5 2 9 8 9 9 3 2 5 5 8 3

7
8 3 2 6 3 9 2 1 9 1 9 6 6 3 5 3 8 7

7
8 3 2 6 3 9 2 1 9 1 9 6 6 3 5 3 8 7

ÍNDICE DE TABLAS

1. Cuadros de Bolivia	178
2. Cuadros de Colombia	184
3. Cuadros de Ecuador	202
4. Cuadros de Perú	266
5. Cuadros de Indicadores no monetarios	274

CUADRO N.º 1: BOLIVIA - CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Categoría	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música fonogramada y espectáculos en vivo	Total
Producción	376,747	161,256	2,815	9,915	550,734
Consumo intermedio	282,494	117,218	1,169	6242	407,123
Valor agregado bruto	94,253	44,038	1,646	3,673	143,611

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

(p): Preliminar

Unidad de medida puestos de trabajo

**CUADRO N.º 2: BOLIVIA - CONSOLIDADO BALANCES DE
OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2007**
(en miles de dólares americanos USD)

Variables	Segmentos Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Valor bruto de producción	376,720	162,701	2,815	9,915	552,152
Importaciones Cif	22,904	44,946	11	382	68,243
IVA no deducible	4,033	10,816	212	765	15,826
Derechos arancelarios sobre importación	-	462	-	-	462
Otros impuestos a los productos y las importaciones	1,749	1,751	30	105	3,635
Subvenciones a los productos	-	-	-	-	0
Márgenes de comercialización	-	25,551	-	-	25,551
Contrabando de importación	-	773	-	-	773
Oferta total - Precios comprador	405,407	246,999	3,068	11,168	666,641
Demanda total - Precios comprador	405,407	246,999	3,068	11,168	666,641
Consumo intermedio	236,434	149,145	8	30.00	385,617
Consumo final	108,054	91,591	3,059	11,134.00	213,838
Formación bruta de capital fijo total	18,891	-	-	-	18,891
Variación de existencias total	-	6,003	-	-	6,003
Exportación total	42,028	260	1	4	42,293

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo

(p): Preliminar

**CUADRO N.º 3: BOLIVIA - CONSOLIDADO EMPLEO
EQUIVALENTE - PERSONAL OCUPADO, 2017-2010**
(puestos de trabajo)

Segmento Categoría	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música fonogramada y espectáculos en vivo	Total
Año 2007	28,333	15,813	1,080	2,022	47,248
Año 2010	31,097	18,848	1,193	2,231	53,369

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

(p): Preliminar

Unidad de medida puestos de trabajo

**CUADRO N.º 4: BOLIVIA - SEGMENTO AUDIOVISUAL
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción	2,933	11,018	15,316	167,413	121,198	58,868	376,747
Películas cinematográficas y videos	2,933	-	-	-	-	-	2,933
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	10,996	-	-	-	-	10,996
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	13,365	-	-	-	13,365
Servicios de televisión abierta	-	-	-	164,980	-	-	164,980
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	120,683	-	120,683
Servicios de radio	-	-	-	-	-	58,680	58,680
Otros productos secundarios	-	22	1,951	2,434	516	188	5,110
Consumo intermedio	1,602	9,764	11,432	147,745	78,603	33,347	282,494
Valor agregado	1,331	1,254	3,884	19,668	42,595	25,521	94,253

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo

(p): Preliminar

Tipo de cambio promedio del año 2007: 6.91

**CUADRO N.º 5: BOLIVIA - SEGMENTO AUDIOVISUAL
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007 (p)
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
OFERTA	Valor bruto de producción	2,932	11,018	15,315	167,402	121,190	58,864	376,720
	Importaciones Cif	178	670	931	10,178	7,368	3,579	22,904
	IVA no deducible	31	118	164	1,792	1,298	630	4,033
	Derechos arancelarios sobre importación	-	-	-	-	-	-	-
	Otros impuestos a los productos y las importaciones	14	51	71	777	563	273	1,749
	Subvenciones a los productos	-	-	-	-	-	-	-
	Márgenes de comercialización	-	-	-	-	-	-	-
	Contrabando de importación	-	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		3,156	11,857	16,481	180,149	130,418	63,346	405,407
Demanda total - Precios del comprador		3,156	11,857	16,481	180,149	130,418	63,346	405,407
DEMANDA	Consumo intermedio	1,840	6,915	9,612	105,063	76,060	36,944	236,434
	Consumo final	841	3,160	4,393	48,015	34,761	16,884	108,054
	Formación bruta de capital fijo total	147	552	768	8,395	6,077	2,952	18,891
	Variación de existencias total	-	-	-	-	-	-	-
	Exportación total	327	1,229	1,709	18,676	13,520	6,567	42,028

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

(p): Preliminar

Tipo de cambio promedio del año 2007: 6.91

**CUADRO N.º6: BOLIVIA - SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007 (p)
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción	34,648	57,117	69,492	161,256
Libros en cualquier formato y/o plataforma	34,648	-	-	34,648
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	56,005	-	56,005
Otros productos editoriales	-	-	68,331	68,331
Otros productos secundarios	0	1,111	1,161	2,272
Consumo intermedio	20,491	38,002	58,725	117,218
Valor agregado	14,156	19,115	10,767	44,038

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo

(p): Preliminar

Tipo de cambio promedio del año 2007: 6.91

**CUADRO N.º 7: BOLIVIA - SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007 (p)
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Libros en cualquier formato	Diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros productos editoriales	Total
OFERTA	Valor bruto de producción	34,958	57,628	70,114	162,701
	Importaciones CIF	9,657	15,920	19,369	44,946
	IVA no deducible	2,324	3,831	4,661	10,816
	Derechos arancelarios sobre importación	99	164	199	462
	Otros impuestos a los productos y las importaciones	376	620	755	1,751
	Subvenciones a los productos	-	-	-	-
	Márgenes de comercialización	5,490	9,050	11,011	25,551
	Contrabando de importación	166	274	333	773
Oferta total - Precios del comprador		53,070	87,487	106,442	246,999
Demanda total - Precios del comprador		53,070	87,487	106,442	246,999
DEMANDA	Consumo intermedio	32,212	52,827	64,106	149,145
	Consumo final	19,354	32,532	39,705	91,591
	Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-
	Variación de existencias total	1,290	2,126	2,587	6,003
	Exportación total	214	1	45	260

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
(p): Preliminar

**CUADRO N.º 8: BOLIVIA - SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007 (p)
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total sector
Producción		2,815	2,815
Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)		2,815	2,815
Otros productos secundarios		0	0
Consumo intermedio		1,169	1,169
Valor agregado		1,646	1,646

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo
(p): Preliminar
Tipo de cambio promedio del año 2007: 6.91

CUADRO N.º 9: BOLIVIA - SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCE DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007 (p)
(en miles de dólares americanos USD)

Conceptos		Danza	Teatro	Otras manifestaciones de las artes escénicas	Total
OFERTA	Valor bruto de producción	507	1,847	461	2,815
	Importaciones CIF	2	7	2	11
	IVA no deducible	38	139	35	212
	Derechos arancelarios sobre importación	-	-	-	-
	Otros impuestos a los productos y las importaciones	5	20	5	30
	Subvenciones a los productos	-	-	-	-
	Márgenes de comercialización	-	-	-	-
	Contrabando de importación	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		553	2,013	502	3,068
Demanda total - Precios del comprador		553	2,013	502	3,068
DEMANDA	Consumo intermedio	2	5	1	8
	Consumo final	551	2,007	501	3,059
	Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-
	Variación de existencias total	-	-	-	-
	Exportación total	-	1	-	1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo
(p): Preliminar

CUADRO N.º 10: BOLIVIA - SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007 (p)
(en miles de dólares americanos USD)

Actividad económica	Producción de música fonogramada	Edición de Música	Producción de espectáculos musicales en vivo	Total
Productos				
Producción	2,303	7,347	265	9,915
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma	2,303	-	-	2,303
Servicios de edición de música	-	7,347	-	7,347
Servicios de espectáculos musicales en vivo	-	-	265	265
Otros productos secundarios	0	0	0	0
Consumo intermedio	1,474	4,702	65	6,242
Valor agregado	829	2,645	200	3,673

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Ministerio de Culturas y Turismo
(p): Preliminar
Tipo de cambio promedio del año 2007: 6.91

**CUADRO N.º 11: BOLIVIA - SEGMENTO MÚSICA
BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007 (p)
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Música fonogramada	Edición de música	Espectáculos musicales en vivo	Total
OFERTA	Valor bruto de producción	2,303	7,347	265	9,915
	Importaciones CIF	89	31	262	382
	IVA no deducible	173	552	40	765
	Derechos arancelarios sobre importación	-	-	-	-
	Otros impuestos a los productos y las importaciones	24	58	23	105
	Subvenciones a los productos	-	-	-	-
	Márgenes de comercialización	-	-	-	-
	Contrabando de importación	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		2,590	7,988	590	11,168
Demanda total - Precios del comprador		2,590	7,988	590	11,168
DEMANDA	Consumo intermedio	7	15	8	30.00
	Consumo final	2,583	7,973	578	11,134.00
	Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-
	Variación de existencias total	-	-	-	-
	Exportación total	-	-	4	4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
(p): Preliminar

**CUADRO N.º 12: COLOMBIA - CONSOLIDADO
Cuentas de Producción Segmento Audiovisual, 2007-2014
Precios Constantes 2005 por Encadenamiento
(en miles de dólares americanos USD)**

Variables	Años							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1. Cuenta de producción								
P.1 Producción total Audiovisual	1,304,647	1,569,467	1,397,084	1,749,515	1,934,721	2,142,371	2,228,821	2,328,441
P.1 Producción de filmes y videocintas	75,114	86,386	114,510	123,949	117,646	124,884	135,215	98,326
P.1 Distribución de de filmes y videocintas	25,109	27,089	32,734	46,036	53,093	58,753	59,545	59,481
P.1 Exhibición de filmes y videocintas	79,943	80,447	94,200	135,052	174,339	197,960	199,294	199,268
P.1 Producción televisión abierta	485,654	536,512	486,201	608,937	683,776	704,853	743,076	714,624
P.1 Producción radiodifusión	165,239	182,543	165,425	207,185	232,648	239,820	252,824	243,144
P.1 Servicios de televisión por suscripción	473,588	656,489	504,014	628,355	673,218	816,101	838,867	1,013,597
P.2 Consumo Intermedio total Audiovisual	475,835	614,022	520,269	653,328	660,358	620,413	751,833	749,056
B.1 Valor agregado total audiovisual	828,813	955,445	876,816	1,096,187	1,274,364	1,521,957	1,476,989	1,579,385

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 13: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN
ACTIVIDAD FILMES DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL,
2007-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción precios básicos	6,938	10,077	6,069	9,289	13,609	14,653	11,833	10,862
	Producción de mercado	6,938	10,077	6,069	9,289	13,609	14,653	11,833	10,862
	Importaciones CIF precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuestos y derechos sobre las importaciones, excluyendo el IVA	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de comercio y transporte	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de transporte	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	0	0	0	0	0	0	0	0
	Oferta total - Precios del comprador	6,938	10,077	6,069	9,289	13,609	14,653	11,833	10,862
Demanda total - Precios del comprador		6,938	10,077	6,069	9,289	13,609	14,653	11,833	10,862
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo intermedio precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Hogares precios comprador	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Hogares precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Gobierno	0	0	0	0	0	0	0	0
	Formación bruta de capital fijo	6,938	10,077	6,069	9,289	13,609	14,653	11,833	10,862
	Variación de existencias	0	0	0	0	0	0	0	0
	Variación de existencias	0	0	0	0	0	0	0	0
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 14: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN
ACTIVIDAD VIDEOS DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL,
2007-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos Productos		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
		OFERTA	Producción precios básicos	68,175	76,309	108,440	119,125	110,142	97,472
Producción de mercado	68,175		76,309	108,440	119,125	110,142	97,472	123,382	87,465
Importaciones CIF precios básicos	0		0	0	0	0	0	0	0
Impuestos y derechos sobre las importaciones, excluyendo el IVA	0		0	0	0	0	0	0	0
Márgenes de comercio y transporte	0		0	0	0	0	0	0	0
Márgenes de comercio	0		0	0	0	0	0	0	0
Márgenes de transporte	0		0	0	0	0	0	0	0
Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	0		0	0	0	0	0	0	0
Oferta total - Precios del comprador		68,175	76,309	108,440	119,125	110,142	97,472	123,382	87,465
Demanda total - Precios del comprador		68,175	76,309	108,440	119,125	110,142	97,472	123,382	87,465
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	68,175	76,309	108,440	119,125	110,142	97,472	123,382	87,465
	Consumo intermedio precios básicos	68,175	76,309	108,440	119,125	110,142	97,472	123,382	87,465
	Consumo final Hogares	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Gobierno	0	0	0	0	0	0	0	0
	Formación bruta de capital fijo	0	0	0	0	0	0	0	0
	Variación de existencias	0	0	0	0	0	0	0	0
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 15: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN
ACTIVIDAD FILMES EXHIBIDOS DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL,
2007-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción precios básicos	69,290	69,342	79,377	112,534	131,622	145,662	147,896	148,359
	Producción de mercado	69,290	69,342	79,377	112,534	131,622	145,662	147,896	148,359
	Importaciones CIF precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuestos sobre los productos, excepto el IVA	2,228	2,230	2,552	3,618	4,232	4,683	4,756	4,770
	Subvenciones a los productos	-1,603	-1,604	-1,836	-2,603	-3,045	-3,370	-3,422	-3,432
	Márgenes de comercio y transporte								
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de transporte	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	69,914	69,968	80,092	113,549	132,809	146,976	149,229	149,697
	Oferta total - Precios del comprador	69,914	69,968	80,092	113,549	132,809	146,976	149,229	149,697
Demanda total - Precios del comprador		69,914	69,968	80,092	113,549	132,809	146,976	149,229	149,697
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo intermedio precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Hogares precios comprador	67,686	67,738	77,540	109,931	128,577	142,292	144,474	144,927
	Consumo final Hogares precios básicos	2,228	2,230	2,552	3,618	4,232	4,683	4,756	4,770
	Impuestos sobre los productos, excepto el IVA	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Gobierno	0	0	0	0	0	0	0	0
	Formación bruta de capital fijo	0	0	0	0	0	0	0	0
	Variación de existencias	0	0	0	0	0	0	0	0
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 16: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN
ACTIVIDAD DERECHOS DE EXHIBICIÓN DE FILMES DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL,
2007-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos Productos		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción precios básicos	69,290	69,342	79,377	112,534	131,622	146,662	147,896	148,359
	Producción de mercado	69,290	69,342	79,377	112,534	131,622	146,662	147,896	148,359
	Importaciones CIF precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuestos sobre los productos, excepto el IVA	2,228	2,230	2,552	3,618	4,232	4,683	4,756	4,770
	Subvenciones a los productos	-1,603	-1,604	-1,836	-2,603	-3,045	-3,370	-3,422	-3,432
	Márgenes de comercio y transporte								
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de transporte	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	69,914	69,968	80,092	113,549	132,809	146,976	149,229	149,697
Oferta total - Precios del comprador	69,914	69,968	80,092	113,549	132,809	146,976	149,229	149,697	
Demanda total - Precios del comprador	69,914	69,968	80,092	113,549	132,809	146,976	149,229	149,697	
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo intermedio precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Hogares precios comprador	67,686	67,738	77,540	109,931	128,577	142,292	144,474	144,927
	Consumo final Hogares precios básicos	2,228	2,230	2,552	3,618	4,232	4,683	4,756	4,770
	Impuestos sobre los productos, excepto el IVA	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Gobierno	0	0	0	0	0	0	0	0
	Formación bruta de capital fijo	0	0	0	0	0	0	0	0
	Variación de existencias	0	0	0	0	0	0	0	0
	Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 17: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN
ACTIVIDAD DERECHOS DE EXHIBICIÓN DE FILMES DEL SEGMENTO AUDIOVISUAL,
2007-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos Productos		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
		OFERTA	Producción precios básicos	1,160,843	1,354,718	1,120,346	1,465,007	1,558,849	1,745,365
Producción de mercado	1,160,843		1,354,718	1,120,346	1,465,007	1,558,849	1,745,365	1,845,007	2,045,158
Importaciones CIF precios básicos	26,811		25,936	18,462	37,041	22,639	27,628	43,958	40,460
Márgenes de comercio	0		0	0	0	0	0	0	0
Márgenes de transporte	0		0	0	0	0	0	0	0
Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	0		0	0	0	0	0	0	0
Oferta total - Precios del comprador	69,914		69,968	80,092	113,549	132,809	146,976	149,229	149,697
Demanda total - Precios del comprador		69,914	69,968	80,092	113,549	132,809	146,976	149,229	149,697
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	676,494	712,318	630,801	838,833	890,047	939,721	959,070	997,615
	Consumo intermedio precios básicos	676,494	712,318	630,801	838,833	890,047	939,721	959,070	997,615
	Consumo final Hogares precios comprador	488,902	646,550	488,621	637,286	660,177	808,959	843,549	1,051,539
	Consumo final Hogares precios básicos	488,902	646,550	488,621	637,286	660,177	808,959	843,549	1,051,539
	Consumo final Gobierno	0	0	0	0	0	0	0	0
	Formación bruta de capital fijo	0	0	0	0	0	0	0	0
	Variación de existencias	0	0	0	0	0	0	0	0
	Exportaciones	22,258	21,787	19,386	25,928	31,263	24,313	86,347	36,464

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de Cultura.

**CUADRO N.º 18: COLOMBIA - CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN
SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES, 2005-2014
PRECIOS CONSTANTES 2005 POR ENCADENAMIENTO
(en miles de dólares americanos USD)**

Variables	Años									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1. Cuenta de producción										
P.1 Producción	782,397	847,005	931,059	911,078	901,501	1,009,826	1,067,244	1,075,201	1,064,893	1,108,477
P.11 Producción típica	623,255	704,264	773,287	753,833	748,176	822,047	870,596	874,749	834,587	882,465
P.11 Producción secundaria	159,142	142,741	157,772	157,245	153,325	187,779	196,648	200,452	230,306	226,012
P.2 Consumo intermedio	268,787	303,531	322,988	319,784	311,776	334,101	345,935	351,876	325,793	421,609
B.1 Valor agregado bruto	513,610	543,474	608,071	591,294	589,725	675,725	721,309	723,325	739,100	686,868

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 19: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN
SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES,
2005-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción precios básicos	513,413	557,078	623,768	624,828	674,576	640,490	669,589	699,385	644,468	677,163
	Producción de mercado	513,413	557,078	623,768	624,828	674,576	640,490	669,589	699,385	644,468	677,163
	Importaciones CIF precios básicos	55,438	73,220	77,194	92,359	73,517	85,452	85,401	84,739	125,691	136,440
	Impuestos y derechos sobre las importaciones, excluyendo el IVA	293	326	311	344	288	655	682	643	2,970	3,916
	Márgenes de comercio	173,124	192,584	187,224	187,542	204,988	193,456	200,452	209,772	220,235	215,562
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	4,518	5,660	6,743	7,083	7,708	8,388	9,015	9,399	8,118	9,556
Oferta total - Precios del comprador		746,787	828,867	895,241	912,155	961,077	928,441	965,138	1,003,938	1,001,481	1,042,637
Demanda total - Precios del comprador		746,787	828,867	935,994	969,450	965,668	1,003,653	1,029,102	1,063,646	1,069,492	1,092,969
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	186,588	209,182	227,384	240,428	275,576	305,016	310,524	308,972	289,206	342,558
	Consumo intermedio precios básicos	136,723	150,310	174,516	183,989	210,698	234,724	235,511	230,656	205,526	252,361
	Márgenes de comercio	46,907	55,293	48,486	51,771	59,705	64,565	68,862	71,900	78,060	83,424
	IVA no deducible	2,958	3,579	4,382	4,667	5,173	5,728	6,151	6,416	5,620	6,773
	Gasto de consumo final de los hogares precios comprador	413,423	439,272	465,340	479,344	503,361	557,979	533,907	549,871	540,101	517,383
	Gasto de consumo final de los hogares precios básicos	270,160	272,933	296,551	310,730	332,400	371,052	354,918	362,614	344,345	325,034
	Márgenes de comercio	140,306	162,760	164,407	163,947	165,788	181,199	172,838	180,842	190,136	185,576
	IVA no deducible	2,958	3,579	4,382	4,667	5,173	5,728	6,151	6,416	5,620	6,773
	Formación bruta de capital fijo	678	1,281	1,771	3,245	1,178	1,063	1,013	1,131	1,703	510
	Variación de existencias	8,368	14,064	17,437	23,244	988	12,550	44,717	101,129	95,407	110,152
	Exportaciones a precio comprador	137,731	165,067	224,061	223,189	184,565	127,046	138,942	102,543	143,075	122,365

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 20: COLOMBIA - CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN
SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS,
2005-2014 PRECIOS CONSTANTES 2005 POR ENCADENAMIENTO
(en miles de dólares americanos USD)**

Variables	Años										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
1. Cuenta de producción											
P.1 Producción	20,385	26,307	31,871	45,845	40,853	59,994	56,135	59,239	58,899	69,325	
P.2 Consumo intermedio	12,016	14,691	16,831	25,113	23,530	30,109	26,475	24,038	31,326	30,360	
B.1 Valor agregado bruto	8,368	11,617	15,040	20,732	17,323	29,885	29,660	35,201	27,572	38,966	

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 21: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN
SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS,
2005-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción precios básicos	9,799	8,214	9,822	14,843	14,931	19,795	18,216	21,384	20,266	22,130
	Producción de mercado	9,799	8,214	9,822	14,843	14,931	19,795	18,216	21,384	20,266	22,130
	Importaciones CIF precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuestos sobre los productos excepto el IVA	2,036	1,570	1,969	2,919	3,029	3,133	3,108	3,475	3,076	3,178
	Márgenes de comercio y transporte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Márgenes de transporte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Oferta total - Precios del comprador		11,835	9,785	11,792	17,762	17,960	22,929	21,324	24,859	23,342	25,308
Demanda total - Precios del comprador		11,836	9,785	11,792	17,762	17,960	22,929	21,323	24,859	23,341	25,308
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo intermedio precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Consumo final Hogares precios comprador	10,181	7,853	9,847	14,594	15,147	15,667	15,540	17,374	15,377	15,893
	Consumo final Hogares precios básicos	8,145	6,282	7,877	11,675	12,118	12,534	12,432	13,899	12,302	12,714
	Impuestos sobre los productos excepto el IVA	2,036	1,570	1,969	2,919	3,029	3,133	3,108	3,475	3,076	3,178
	Consumo final Gobierno	1,655	1,932	1,945	3,168	2,814	7,261	5,783	7,485	7,964	9,416

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 22: COLOMBIA - CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN
SEGMENTO MÚSICA,
2005-2014 PRECIOS CONSTANTES 2005 POR ENCADENAMIENTO
(en miles de dólares americanos USD)**

Variables	Años									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cuenta de producción total música										
P.1 Producción	83,330	95,554	113,140	143,583	122,654	162,186	154,456	175,475	171,076	184,142
P.2 Consumo intermedio	47,613	54,984	59,871	81,635	73,613	90,169	80,655	90,579	81,882	92,454
B.1 Valor agregado bruto	35,717	40,570	53,270	61,948	49,041	72,017	73,801	84,896	89,194	91,688
Actividad de producción de música fonogramada										
P.1 Producción	43,739	44,460	51,241	54,543	43,311	45,667	45,432	50,199	50,246	49,499
P.2 Consumo intermedio	16,926	17,467	16,887	17,503	13,522	13,279	13,044	12,720	15,559	14,923
B.1 Valor agregado bruto	26,814	26,993	34,353	37,040	29,788	32,388	32,387	37,479	34,686	34,575
Espectáculos musicales en vivo										
P.1 Producción	39,591	51,094	61,900	89,040	79,344	116,519	109,024	125,277	120,830	134,643
P.2 Consumo intermedio	30,687	37,516	42,983	64,131	60,091	76,890	67,611	77,859	66,322	77,531
B.1 Valor agregado bruto	8,904	13,577	18,916	24,908	19,253	39,630	41,413	47,418	54,509	57,113

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 23: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN ACTIVIDAD
MÚSICA FONOGRAFADA SEGMENTO MÚSICA,
2005-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción precios básicos	35,203	37,275	44,257	51,153	40,243	32,394	39,741	43,355	43,823	44,791
	Producción de mercado	35,203	37,275	44,257	51,153	40,243	32,394	39,741	43,355	43,823	44,791
	Importaciones CIF precios básicos	17,409	19,232	34,935	39,963	32,753	44,799	64,827	56,622	52,561	34,866
	Impuestos y derechos sobre las importaciones, excluyendo el IVA	376	465	1,487	1,266	779	1,148	1,720	886	736	453
	Márgenes de comercio	6,894	7,307	9,015	9,984	8,491	6,979	9,962	9,877	10,513	11,424
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	2,612	2,753	3,278	3,693	3,077	2,500	3,790	3,720	3,780	4,524
Oferta total - Precios del comprador		62,494	67,031	92,973	106,060	85,343	87,820	120,040	114,459	111,414	96,058
Demanda total - Precios del comprador		62,494	66,549	87,807	105,965	83,815	82,173	113,692	113,914	113,493	109,155
DEMANDA	Consumo final Hogares precios comprador	53,806	57,243	74,953	90,514	72,382	70,935	97,889	80,525	81,835	81,309
	Consumo final Hogares música	53,806	57,243	74,953	90,514	72,382	70,935	97,889	80,525	81,835	81,309
	Consumo final Hogares precios básicos	44,300	46,889	63,090	76,369	59,975	60,769	82,677	63,987	63,597	59,156
	Márgenes de comercio	6,894	7,521	8,699	10,326	9,107	7,485	11,020	12,013	13,415	15,869
	IVA no deducible	2,612	2,834	3,164	3,819	3,300	2,681	4,192	4,524	4,823	6,285
	Variación de existencias	-6,237	-3,810	8,459	7,376	8,195	8,804	9,652	25,685	26,586	22,442
	Exportaciones a precio comprador	14,925	13,116	4,395	8,074	3,238	2,434	6,151	7,704	5,072	5,403

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 24: COLOMBIA - BALANCE OFERTA Y UTILIZACIÓN
ACTIVIDAD SERVICIOS DE PRODUCCIÓN Y PRESENTACIÓN
DE ESPECTÁCULOS MUSICALES EN VIVO
SEGMENTO MÚSICA, 2005-2014 PRECIOS CONSTANTES
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
OFERTA	Producción precios básicos	19,032	15,954	19,076	28,829	28,999	38,446	35,378	45,222	41,575	42,980
	Producción de mercado	19,032	15,954	19,076	28,829	28,999	38,446	35,378	45,222	41,575	42,980
	Importaciones CIF precios básicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuestos y derechos sobre las importaciones, excluyendo el IVA	3,955	3,050	3,825	5,669	5,884	6,086	6,037	7,349	6,309	6,173
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuesto al Valor Agregado (IVA) no deducible	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Oferta total - Precios del comprador		22,987	19,004	22,901	34,498	34,883	44,532	41,414	52,571	47,884	49,153
Demanda total - Precios del comprador		22,987	19,004	22,902	34,497	34,883	44,532	41,414	52,571	47,884	49,153
DEMANDA	Consumo final Hogares precios comprador	19,773	15,252	19,125	28,344	29,418	30,429	30,182	36,743	31,546	30,866
	Consumo final Hogares música en vivo	19,773	15,252	19,125	28,344	29,418	30,429	30,182	36,743	31,546	30,866
	Consumo final Hogares precios básicos	15,818	12,202	15,299	22,676	23,534	24,343	24,146	29,394	25,236	24,693
	Márgenes de comercio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Iva no deducible	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Impuestos y derechos sobre las importaciones, excluyendo el IVA	3,955	3,050	3,825	5,669	5,884	6,086	6,037	7,349	6,309	6,173
	Consumo final Gobierno	3,214	3,752	3,777	6,153	5,464	14,103	11,232	15,828	16,338	18,288

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

**CUADRO N.º 25: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL
(Empleo Directo)
Tabla A**

Segmentos	2007			2008		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	25.4	6.8	32.1	19.4	3.1	22.5
Juegos y juguetes	2.4	3.0	5.4	2.3	3.4	5.6
Audiovisuales	38.8	8.2	47.0	37.1	11.7	48.8
Creación Publicitaria	19.2	21.3	40.6	19.9	20.6	40.6
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	12.4	38.5	50.9	13.0	42.8	55.9
Patrimonio material	2.3	0.9	3.2	4.2	1.8	6.0
Educación cultural	19.7	1.9	21.6	21.8	2.7	24.5
Total general	120.2	80.6	200.8	117.7	86.2	204.0

**CUADRO N.º 26: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL
(Empleo Directo)
Tabla B**

Segmentos	2009			2010		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	16.1	2.0	18.2	17.8	3.7	21.5
Juegos y juguetes	3.0	3.2	6.2	2.6	4.0	6.6
Audiovisuales	29.5	12.6	42.1	27.2	13.6	40.8
Creación Publicitaria	15.6	17.3	33.0	20.4	19.7	40.1
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	13.4	41.5	54.9	8.8	35.3	44.2
Patrimonio material	3.1	1.4	4.6	2.4	0.3	2.7
Educación cultural	23.9	2.9	26.9	25.7	2.9	28.6
Total general	104.7	81.1	185.8	104.9	79.6	184.5

**CUADRO N.º 27: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL
(Empleo Directo)
Tabla C**

Segmentos	2011			2012		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	15.6	3.4	19.1	15.6	3.1	18.7
Juegos y juguetes	2.4	2.2	4.6	2.5	2.6	5.1
Audiovisuales	27.8	15.7	43.5	26.9	10.7	37.6
Creación Publicitaria	20.7	25.0	45.7	22.7	22.1	44.8
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	9.4	46.2	55.7	9.8	40.3	50.1
Patrimonio material	2.5	0.3	2.8	1.8	1.3	3.1
Educación cultural	27.5	3.4	30.9	30.5	3.5	34.0
Total general	106.0	96.3	202.3	109.7	83.7	193.5

**CUADRO N.º 28: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL
(Empleo Directo)
Tabla D**

Segmentos	2013			2014		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	14.5	3.1	17.6	13.3	1.6	14.9
Juegos y juguetes	2.3	2.0	4.3	3.2	3.1	6.3
Audiovisuales	28.8	12.8	41.7	25.5	8.7	34.3
Creación Publicitaria	27.2	23.2	50.4	28.4	24.2	52.5
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	9.1	39.0	48.2	6.0	41.4	47.5
Patrimonio material	3.1	1.8	4.9	3.7	1.1	4.8
Educación cultural	33.6	3.6	37.2	36.0	3.3	39.3
Total general	118.7	85.6	204.3	116.2	83.5	199.7

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

Nota técnica: Clasificación CIU REV 3 A.C.

Códigos 2211-2212-2219 - Libros y publicaciones

Código 3694 - Juegos y juguetes

Códigos 6423-6424-9211-9212-9213 - Audiovisuales

Código 7430 - Creación publicitaria

Códigos 2213- 7494-9214 - Artes visuales, música, artes escénicas, Creación

Códigos 9231-9232 - Patrimonio Material

Códigos 8010 -8020-8030-8040-8050-8060 - Educación cultural

**CUADRO N.º 29: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL, HOMBRES
(Empleo Directo)
Tabla A**

Segmentos	2007			2008		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	16.9	4.8	21.8	12.4	1.8	14.2
Juegos y juguetes	0.4	0.8	1.2	0.9	1.0	1.8
Audiovisuales	27.9	7.5	35.5	25.5	8.5	34.0
Creación Publicitaria	11.7	17.0	28.7	13.6	16.9	30.5
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	8.5	31.1	39.6	9.1	34.5	43.6
Patrimonio material	1.0	0.5	1.5	2.2	0.7	2.9
Educación cultural	7.8	0.8	8.6	8.0	1.2	9.3
Total general	74.2	62.6	136.7	71.8	64.5	136.3

**CUADRO N.º 30: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL, HOMBRES
(Empleo Directo)
Tabla B**

Segmentos	2009			2010		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	10.6	1.4	12.0	10.6	2.1	12.7
Juegos y juguetes	1.7	0.9	2.5	1.6	0.7	2.3
Audiovisuales	20.6	10.3	31.0	19.4	9.5	29.0
Creación Publicitaria	8.8	14.4	23.1	13.3	15.6	28.9
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	8.9	32.7	41.6	5.1	27.7	32.9
Patrimonio material	1.1	0.8	1.9	0.9	0.1	1.0
Educación cultural	9.1	1.3	10.4	10.3	1.4	11.7
Total general	60.9	61.7	122.6	61.2	57.1	118.4

**CUADRO N.º 31: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL, HOMBRES
(Empleo Directo)
Tabla C**

Segmentos	2011			2012		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	8.4	2.0	10.3	7.8	2.0	9.8
Juegos y juguetes	1.6	0.5	2.0	1.0	0.8	1.8
Audiovisuales	18.1	11.4	29.5	17.6	8.9	26.5
Creación Publicitaria	12.5	19.4	31.9	14.7	18.3	33.0
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	5.5	37.1	42.7	3.8	30.3	34.1
Patrimonio material	1.1	0.1	1.2	0.8	0.3	1.0
Educación cultural	10.4	1.4	11.8	11.8	1.7	13.5
Total general	57.5	71.8	129.3	57.5	62.3	119.8

**CUADRO N.º 32: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL, HOMBRES
(Empleo Directo)
Tabla D**

Segmentos	2013			2014		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	8.4	1.6	9.9	8.1	1.0	9.2
Juegos y juguetes	0.9	0.7	1.6	1.3	1.1	2.4
Audiovisuales	19.1	9.0	28.0	15.9	6.7	22.6
Creación Publicitaria	17.8	16.6	34.4	15.7	19.5	35.2
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	5.7	31.8	37.5	2.7	32.3	34.9
Patrimonio material	1.9	0.5	2.4	2.0	0.3	2.3
Educación cultural	12.6	1.7	14.3	13.3	1.5	14.8
Total general	66.4	61.8	128.2	59.1	62.3	121.4

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

Nota técnica: Clasificación CIU REV 3 A.C.

Códigos 2211-2212-2219 - Libros y publicaciones

Código 3694 - Juegos y juguetes

Códigos 6423-6424-9211-9212-9213 - Audiovisuales

Código 7430 - Creación publicitaria

Códigos 2213- 7494-9214 - Artes visuales, música, artes escénicas, Creación

Códigos 9231-9232 - Patrimonio Material

Códigos 8010 -8020-8030-8040-8050-8060 - Educación cultural

**CUADRO N.º 33: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL, MUJERES
(Empleo Directo)
Tabla A**

Segmentos	2007			2008		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	8.4	1.9	10.4	7.0	1.4	8.4
Juegos y juguetes	2.0	2.2	4.2	1.4	2.4	3.8
Audiovisuales	10.9	0.6	11.5	11.6	3.2	14.8
Creación Publicitaria	7.6	4.3	11.9	6.3	3.7	10.0
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	3.9	7.4	11.3	4.0	8.3	12.3
Patrimonio material	1.4	0.4	1.8	2.0	1.2	3.1
Educación cultural	11.9	1.1	13.0	13.8	1.4	15.2
Total general	46.0	18.0	64.1	46.0	21.7	67.6

**CUADRO N.º 34: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL, MUJERES
(Empleo Directo)
Tabla B**

Segmentos	2009			2010		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	5.5	0.7	6.2	7.2	1.6	8.8
Juegos y juguetes	1.3	2.4	3.7	1.0	3.3	4.3
Audiovisuales	8.9	2.3	11.1	7.8	4.0	11.8
Creación Publicitaria	6.8	3.0	9.8	7.1	4.1	11.2
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	4.5	8.8	13.3	3.7	7.6	11.3
Patrimonio material	2.0	0.6	2.6	1.6	0.2	1.8
Educación cultural	14.8	1.6	16.4	15.5	1.5	16.9
Total general	43.8	19.4	63.2	43.7	22.4	66.1

**CUADRO N.º 35: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL, MUJERES
(Empleo Directo)
Tabla C**

Segmentos	2011			2012		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	7.3	1.5	8.8	7.8	7.8	7.8
Juegos y juguetes	0.8	1.7	2.6	1.4	1.8	3.3
Audiovisuales	9.7	4.4	14.0	9.3	1.8	11.2
Creación Publicitaria	8.2	5.6	13.8	8.0	3.8	11.8
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	3.9	9.1	13.0	6.0	10.0	16.0
Patrimonio material	1.4	0.2	1.6	1.0	1.1	2.1
Educación cultural	17.1	2.0	19.1	18.7	1.8	20.5
Total general	48.4	24.5	72.9	52.3	21.4	73.7

**CUADRO N.º 36: COLOMBIA - MATRIZ DE TRABAJO
DEL CAMPO CULTURAL, 2007-2014
TRABAJOS EQUIVALENTES A TIEMPO COMPLETO - TETC,
POR SEGMENTOS DEL CAMPO CULTURAL, CATEGORÍA OCUPACIONAL, MUJERES
(Empleo Directo)
Tabla D**

Segmentos	2013			2014		
	Asalariados	Cuenta propia	Total	Asalariados	Cuenta propia	Total
Libros y publicaciones	7.8	7.8	7.8	7.8	7.8	7.8
Juegos y juguetes	1.5	1.3	2.7	1.9	2.0	3.9
Audiovisuales	9.8	3.9	13.6	9.6	2.0	11.7
Creación Publicitaria	9.3	6.6	15.9	12.6	4.7	17.3
Artes visuales, música, artes escénicas, Creación	3.4	7.2	10.7	3.4	9.1	12.5
Patrimonio material	1.2	1.3	2.6	1.7	0.9	2.5
Educación cultural	20.9	2.0	22.9	22.7	1.8	24.5
Total general	52.3	23.8	76.1	57.1	21.2	78.3

Fuente: DANE - Ministerio de Cultura . Cuenta Satélite de Cultura

Nota técnica: Clasificación CIU REV 3 A.C.

Códigos 2211-2212-2219 - Libros y publicaciones

Código 3694 - Juegos y juguetes

Códigos 6423-6424-9211-9212-9213 - Audiovisuales

Código 7430 - Creación publicitaria

Códigos 2213- 7494-9214 - Artes visuales, música, artes escénicas, Creación

Códigos 9231-9232 - Patrimonio Material

Códigos 8010 -8020-8030-8040-8050-8060 - Educación cultural

CUADRO N.º 37: ECUADOR - CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Categoría	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	182,835.87	86,469.24	1,539.01	1,442.50	272,286.62
Consumo intermedio	70,709.99	50,405.63	744.72	546.42	122,406.76
Valor agregado bruto	112,125.87	36,063.60	794.29	896.25	149,880.01

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 38: ECUADOR - CONSOLIDADO BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2007
(en miles de dólares americanos USD)

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL					
Producción Nacional	182,835.87	86,469.24	1,539.01	1,442.50	272,286.62
Importaciones		100,263.32			100,263.32
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	-	-	-
Margen de transporte	-	-	-	-	-
Margen de comercio	-	-	-	-	-
Impuesto a los productos	38,856.78	11,884.70	94.00	342.00	51,177.48
Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-
IVA no deducible	-	-	-	-	-
DEMANDA TOTAL	221,692.65	198,617.27	1,633.01	1,784.50	423,727.43
Demanda intermedia	18,995.49			1,784.50	20,779.99
Gasto de consumo final de los hogares	202,690.16	193,599.01	1,633.01		397,922.18
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	-	-	-	-	-
Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-	-
Variación de existencias	-	-	-	-	-
Exportaciones	7.00	5,018.00	-	-	5,025.00

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 39: ECUADOR - CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2007
(en miles de puestos de trabajo)

Segmento Categoría	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa	3.217	1.849	0.656	0.123	5.845
Cuenta propia 1/ 2/	-	-	-	-	-
Total	3.217	1.849	0.656	0.123	5.845

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
(p): Preliminar
Unidad de medida puestos de trabajo

**CUADRO N.º 40: ECUADOR - SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción	-	-	-	-	-	-	-
Películas cinematográficas y videos	6,074.92		-	-	-	-	6,074.92
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	646.12	-	-	-	-	646.12
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	-	-	-	-	-
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	-	-	8,950.82	-	-	-	8,950.82
Servicios de televisión abierta	-	-	-	144,087.76	-	-	144,087.76
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de radio	-	-	-	-	-	23,076.23	23,076.23
Otros productos secundarios	-	-	-	-	-	-	-
Consumo intermedio	2,349.41	249.88	3,461.64	55,724.54	-	8,924.51	70,709.99
Valor agregado	3,725.50	396.24	5,489.17	88,363.22	-	14,151.72	112,125.87

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

*Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

CUADRO N.º 41: ECUADOR - SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)

Conceptos		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
Productos							
OFERTA	Producción a precios básicos	6,074.92	646.12	8,950.82	144,087.76	-	23,076.23
	Producción de mercado	-	-	-	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	-	-	-	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	-	-	-	-
	Margen de transporte	-	-	-	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-	-	-	-
	Impuesto a los productos	1,291.06	137.31	1,902.25	30,621.94	-	4,904.22
	Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		7,365.98	783.44	10,853.07	174,709.70	-	27,980.46
Demanda total - Precios del comprador		7,365.98	783.44	10,853.07	174,709.70	-	27,980.46
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	7,365.98	783.44	10,846.07	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	-	-	-	174,709.70	-	27,980.46
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-	-	-	-
	FBCF	-	-	-	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	7	-	-	-

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

(p): Preliminar

Tipo de cambio promedio del año 2007: 6.91

**CUADRO N.º 42: ECUADOR - SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2007
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica Categorías	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	0.259	0.018	0.335	1.694		0.911	3,217
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-	-		-	-
Total	0.259	0.018	0.335	1.694		0.911	3,217

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 43: ECUADOR - SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión
Producción	-	-	-	-
Libros en cualquier formato y/o plataforma	14,116.31	-	-	14,116.31
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	61,692.82	-	61,692.82
Otros productos editoriales	-	-	10,660.10	10,660.10
Otros productos secundarios	-	-	-	-
Consumo intermedio	8,228.84	35,962.68	6,214.10	50,405.63
Valor agregado bruto	5,887.47	25,730.14	4,445.99	36,063.60

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio.

**CUADRO N.º 44: ECUADOR - SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos		14,116.31	61,692.82	10,660.10
	Producción de mercado		-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos		-	-	100,263.321
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-	-	1,174.00
	Margen de transporte		-	-	-
	Margen de comercio		-	-	-
	Impuesto a los productos		1,748.54	7,641.72	1,320.43
	Subsidios sobre productos		-	-	-
	IVA no deducible		-	-	-
Oferta total - Precios del comprador			15,864.86	69,334.54	113,417.85
Demanda total - Precios del comprador			15,864.86	69,334.54	113,417.85
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos		-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado		15,864.86	69,334.54	108,399.6
	CF-HogaresMercado precios básicos		-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL		-	-	-
	FBCF		-	-	-
	Variación de existencias		-	-	-
	Exportaciones a precio comprador		-	-	5,018.00

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 45: ECUADOR - SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2007
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Asalariados de la propia empresa		0.332	1.439	0.078	1.849
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-	-	-
Total		0.332	1.439	0.078	1.849

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 46: ECUADOR - SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción			
Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)		1,539.01	1,539.01
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		744.72	744.72
Valor agregado bruto		794.29	794.29

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 47: ECUADOR - SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	1,539.01
	Producción de mercado	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-
	Margen de transporte	-
	Margen de comercio	-
	Impuesto a los Productos	94.00
	Subsidios sobre productos	-
	IVA no deducible	-
	Oferta total - Precios del comprador	
Demanda total - Precios del comprador		1,633.01
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-
	Consumo intermedio precios básicos	-
	CFHogaresMercado precios mercado	1,633.01
	CFHogaresMercado precios básicos	-
	GCF Gobierno e ISFL	-
	FBCF	-
	Variación de existencias	-
	Exportaciones a precio comprador	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 48: ECUADOR - SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2007
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa		0.656	0.656
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.656	0.656

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 49: ECUADOR - SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Producción			
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma		1,442.50	1,442.50
Servicios de espectáculos musicales en vivo		-	-
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		546.42	546.42
Valor agregado bruto		896.25	896.25

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 50: ECUADOR - SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}
OFERTA	Producción a precios básicos		1,442.50
	Producción de mercado		-
	Importaciones CIF a precios básicos		-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-
	Margen de transporte		-
	Margen de comercio		-
	Impuesto a los productos		342.00
	Subsidios sobre productos		-
	IVA no deducible		-
Oferta total - Precios del comprador			1,784.50
Demanda total - Precios del comprador			1,784.50
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		1,784.50
	Consumo intermedio precios básicos		-
	CF-HogaresMercado precios mercado		-
	CF-HogaresMercado precios básicos		-
	GCF Gobierno e ISFL		-
	FBCF		-
	Variación de existencias		-
	Exportaciones a precio comprador		-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
 Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 51: ECUADOR - SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2007
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas
Asalariados de la propia empresa		0.123
Cuenta propia ^{1/2/}		-
Total		0.123

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007
 Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares
 Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

CUADRO N.º 52: ECUADOR. CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	222,897.5	89,362.1	1,580.0	1,749.6	315,589.3
Consumo intermedio	84,669.1	52,515.4	746.8	664.6	138,595.9
Valor agregado bruto	138,228.3	36,846.7	833.2	1,085.0	176,993.2

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

**CUADRO N.º 53: ECUADOR. CONSOLIDADO BALANCES
DE OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2008**
(en miles de dólares americanos USD)

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL	302,970.5	227,262.7	1,871.3	2,110.3	534,214.8
Producción Nacional	248,782.6	92,670.2	1,763.6	1,705.9	344,922.3
Importaciones	1,241.4	117,251.1	-	-	118,492.6
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	74.5	5,862.6	-	-	5,937.0
Margen de transporte	-	-	-	-	0.0
Margen de comercio	-	-	-	-	0.0
Impuesto a los productos	52,872.0	11,478.8	107.7	404.4	64,862.9
Subsidios sobre productos	-	-	-	-	0.0
IVA no deducible	-	-	-	-	0.0
DEMANDA TOTAL	302,970.3	227,262.7	1,871.3	2,110.3	534,214.6
Demanda intermedia	23,776.6	0.0	0.0	2,110.3	25,886.9
Gasto de consumo final de los hogares	279,182.0	223,093.5	1,871.3	0.0	504,146.8
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	-	-	-	-	0.0
Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-	0.0
Variación de existencias	-	-	-	-	0.0
Exportaciones	11.7	4,169.2	-	0.0	4,180.9

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 54: ECUADOR. CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2008
(en miles de puestos de trabajo)

Segmento Categoría	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa	3.692	2.254	0.864	0.128	6.938
Cuenta propia 1/ 2/	-	-	-	-	-
Total	3.692	2.254	0.864	0.128	6.938

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

(p): Preliminar

Unidad de medida puestos de trabajo

CUADRO N.º 55: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)

Actividad económica Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción	-	-	-	-	-	-	-
Películas cinematográficas y videos	7,368.3	-	-	-	-	-	7,368.3
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	783.7	-	-	-	-	783.7
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	10,856.5	-	-	-	10,856.5
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	-	-		-	-	-	
Servicios de televisión abierta	-	-	-	175,743.0	-	-	175,743.0
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de radio	-	-	-	-	-	28,146.0	28,146.0
Otros productos secundarios	-	-	-	-	-	-	-
Consumo intermedio	2,798.9	297.7	4,123.9	66,757.2	-	-	73,977.7
Valor agregado	4,569.4	486.0	6,732.6	108,985.8	-	17,454.5	138,228.3

Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 56: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
Productos							
OFERTA	Producción a precios básicos	7,184.2	764.1	10,585.3	198,464.2	-	31,784.8
	Producción de mercado	-	-	-	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	1,241.4	-	-	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	74.5	-	-	-
	Margen de transporte	-	-	-	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-	-	-	-
	Impuesto a los productos	1,526.8	162.4	2,249.6	42,178.2	-	6,755.0
	Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		8,711.0	926.5	14,150.8	240,642.4	0.0	38,539.8
Demanda total - Precios del comprador		8,711.0	926.5	14,150.8	240,642.2	0.0	38,539.8
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	8,711.0	926.5	14,139.1	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	-	-	-	240,642.2	-	38,539.8
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-	-	-	-
	FBCF	-	-	-	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	11.7	-	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 57: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2008
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica Categorías	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	0.255	0.033	0.356	1.976		1.072	3.692
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-	-		-	-
Total	0.255	0.033	0.356	1.976		1.072	3.692

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 58: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción	-	-	-	-
Libros en cualquier formato y/o plataforma	14,589.5	-	-	14,590
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	63,756.0	-	63,756
Otros productos editoriales	-	-	11,016.6	11,017
Otros productos secundarios	-	-	-	-
Consumo intermedio	8,573.8	37,467.4	6,474.1	52,515
Valor agregado bruto	6,015.7	26,288.5	4,542.5	36,847

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 59: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos	15,129.6	66,116.1	11,424.4
	Producción de mercado	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	117,251.1
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	5,862.6
	Margen de transporte	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-
	Impuesto a los Productos	1,874.1	8,189.6	1,415.1
	Subsidios sobre productos	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-
	Oferta total - Precios del comprador		17,003.7	74,305.8
Demanda total - Precios del comprador		17,003.7	74,305.8	135,953.2
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	17,003.7	74,305.8	131,784.0
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-
	FBCF	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	4,169.2

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 60: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2008
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-	-	-
Total	0.432	1.719	0.103	2.254	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 61: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción		-	-
	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)	1,580.0	1,580.0
	Otros productos secundarios	-	-
Consumo intermedio		746.8	746.8
Valor agregado bruto		833.2	833.2

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 62: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	1,763.6
	Producción de mercado	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-
	Margen de transporte	-
	Margen de comercio	-
	Impuesto a los productos	107.7
	Subsidios sobre productos	-
	IVA no deducible	-
	Oferta total - Precios del comprador	
Demanda total - Precios del comprador		1,871
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-
	Consumo intermedio precios básicos	-
	CFHogaresMercado precios mercado	1,871.3
	CFHogaresMercado precios básicos	-
	GCF Gobierno e ISFL	-
	FBCF	-
	Variación de existencias	-
	Exportaciones a precio comprador	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 63: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2008
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa		0.86	0.86
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.86	0.86

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 64: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Producción		-	-
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma		1,749.6	1,749.6
Servicios de espectáculos musicales en vivo		-	-
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		664.6	664.6
Valor agregado bruto		1,085.0	1,085.0

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 65: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2008
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}
OFERTA	Producción a precios básicos		1,705.9
	Producción de mercado		-
	Importaciones CIF a precios básicos		-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-
	Margen de transporte		-
	Margen de comercio		-
	Impuesto a los productos		404.4
	Subsidios sobre productos		-
	IVA no deducible		-
	Oferta total - Precios del comprador		
Demanda total - Precios del comprador			2,110.3
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		2,110.3
	Consumo intermedio precios básicos		-
	CF-HogaresMercado precios mercado		-
	CF-HogaresMercado precios básicos		-
	GCF Gobierno e ISFL		-
	FBCF		-
	Variación de existencias		-
	Exportaciones a precio comprador		-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
 Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 66: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2008
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Asalariados de la propia empresa		0.128	0.128
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.128	0.128

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007
 Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares
 Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

CUADRO N.º 67: ECUADOR. CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	238,785.5	83,355.0	1,443.3	1,875.4	325,459.2
Consumo intermedio	90,564.5	49,179.4	671.7	711.3	141,126.9
Valor agregado bruto	148,221.1	34,175.6	771.6	1,164.1	184,332.3

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 68: ECUADOR. CONSOLIDADO BALANCES
DE OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2009**
(en miles de dólares americanos USD)

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL	331,045.4	179,292.6	1,705.7	2,270.0	514,313.6
Producción Nacional	271,729.7	92,347.7	1,607.5	1,835.0	367,519.8
Importaciones	1,478.2	71,910.5	-	-	73,388.7
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	88.7	3,595.5	-	-	3,684.2
Margen de transporte	-	-	-	-	0.0
Margen de comercio	-	-	-	-	0.0
Impuesto a los productos	57,748.8	11,438.9	98.2	435.0	69,720.8
Subsidios sobre productos	-	-	-	-	0.0
IVA no deducible	-	-	-	-	0.0
DEMANDA TOTAL	331,045.4	179,292.6	1,705.7	2,270.0	514,313.7
Demanda intermedia	25,735.2	0.0	0.0	2,270.0	28,005.2
Gasto de consumo final de los hogares	305,306.0	176,774.5	1,705.7	0.0	483,786.2
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	-	-	-	-	0.0
Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-	0.0
Variación de existencias	-	-	-	-	0.0
Exportaciones	4.2	2,518.1	-	0.0	2,522.3

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 69: ECUADOR. CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2009
(en miles de puestos de trabajo)

Segmento Categoría	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa	4.650	2.483	0.916	0.132	8.182
Cuenta propia 1/ 2/	-	-	-	-	-
Total	4.650	2.483	0.916	0.132	8.182

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

**CUADRO N.º 70: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción							
Películas cinematográficas y videos	7,897.8	-	-	-	-	-	7,897.8
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	840.0	-	-	-	-	840.0
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	11,636.7	-	-	-	11,636.7
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	-	-		-	-	-	
Servicios de televisión abierta	-	-	-	188,260.3	-	-	188,260.3
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de radio	-	-	-	-	-	30,150.7	30,150.7
Otros productos secundarios	-	-	-	-	-	-	-
Consumo intermedio	2,995.4	318.6	4,413.5	71,401.7	-	11,435.3	90,564.5
Valor agregado	4,902.4	521.4	7,223.2	116,858.6	-	18,715.4	148,221.1

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 71: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
Productos							
OFERTA	Producción a precios básicos	7,727.7	821.9	11,386.0	217,035.0	-	34,759.0
	Producción de mercado	-	-	-	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	1,478.2	-	-	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	88.7	-	-	-
	Margen de transporte	-	-	-	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-	-	-	-
	Impuesto a los productos	1,642.3	174.7	2,419.8	46,124.9	-	7,387.1
	Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		9,370.0	996.6	15,372.8	263,159.9	0.0	42,146.1
Demanda total - Precios del comprador		9,370.0	996.6	15,372.8	263,159.9	0.0	42,146.1
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	9,370.0	996.6	15,368.6	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	-	-	-	263,159.9	-	42,146.1
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-	-	-	-
	FBCF	-	-	-	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	4.2	-	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 72: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2009
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica Categorías	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	0.414	0.050	0.415	2.565		1.206	4.650
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-	-		-	-
Total	0.414	0.050	0.415	2.565		1.206	4.650

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 73: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción	-	-	-	-
Libros en cualquier formato y/o plataforma	13,608.8	-	-	13,608.8
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	59,470.2	-	59,470.2
Otros productos editoriales	-	-	10,276.0	10,276.0
Otros productos secundarios	-	-	-	-
Consumo intermedio	8,029.2	35,087.4	6,062.9	49,179.4
Valor agregado bruto	5,579.6	24,382.8	4,213.2	34,175.6

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 74: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos		15,077.0	65,886.1	11,384.7
	Producción de mercado		-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos		-	-	71,910.5
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-	-	3,595.5
	Margen de transporte		-	-	-
	Margen de comercio		-	-	-
	Impuesto a los Productos		1,867.5	8,161.1	1,410.2
	Subsidios sobre productos		-	-	-
	IVA no deducible		-	-	-
Oferta total - Precios del comprador			16,944.5	74,047.2	88,300.9
Demanda total - Precios del comprador			16,944.5	74,047.2	88,300.9
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos		-	-	-
	CFHogaresMercado precios mercado		16,944.5	74,047.2	85,782.8
	CFHogaresMercado precios básicos		-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL		-	-	-
	FBCF		-	-	-
	Variación de existencias		-	-	-
	Exportaciones a precio comprador		-	-	2,518.1

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 75: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2009
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Asalariados de la propia empresa		0.451	1.901	0.131	2.483
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-	-	-
Total		0.451	1.901	0.131	2.483

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 76: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción			
Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)		1,443.3	1,443.3
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		671.7	671.7
Valor agregado bruto		771.6	771.6

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 77: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	1,607.5
	Producción de mercado	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-
	Margen de transporte	-
	Margen de comercio	-
	Impuesto a los productos	98.2
	Subsidios sobre productos	-
	IVA no deducible	-
Oferta total - Precios del comprador		1,705.7
Demanda total - Precios del comprador		1,706
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-
	Consumo intermedio precios básicos	-
	CFHogaresMercado precios mercado	1,705.7
	CFHogaresMercado precios básicos	-
	GCF Gobierno e ISFL	-
	FBCF	-
	Variación de existencias	-
	Exportaciones a precio comprador	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 78: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2009
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa		0.916	0.916
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.916	0.916

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 79: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Producción			
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma		1,875.4	1,875.4
Servicios de espectáculos musicales en vivo		-	-
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		711.3	711.3
Valor agregado bruto		1,164.1	1,164.1

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 80: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2009
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}
OFERTA	Producción a precios básicos		1,835.0
	Producción de mercado		-
	Importaciones CIF a precios básicos		-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-
	Margen de transporte		-
	Margen de comercio		-
	Impuesto a los productos		435.0
	Subsidios sobre productos		-
	IVA no deducible		-
Oferta total - Precios del comprador			2,270.0
Demanda total - Precios del comprador			2,270.0
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		2,270.0
	Consumo intermedio precios básicos		-
	CF-HogaresMercado precios mercado		-
	CF-HogaresMercado precios básicos		-
	GCF Gobierno e ISFL		-
	FBCF		-
	Variación de existencias		-
	Exportaciones a precio comprador		-

Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 81: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2009
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Asalariados de la propia empresa		0.132	0.132
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.132	0.132

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

CUADRO N.º 82: ECUADOR. CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	248,853.9	91,147.2	1,384.4	2,114.6	343,500.1
Consumo intermedio	93,660.7	53,887.6	640.8	795.9	148,985.0
Valor agregado bruto	155,193.2	37,259.6	743.6	1,318.7	194,515.1

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 83: ECUADOR. CONSOLIDADO BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2010
(en miles de dólares americanos USD)

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL	344,636.3	191,172.3	1,723.4	2,551.7	540,083.7
Producción Nacional	283,025.2	103,783.1	1,624.2	2,062.7	390,495.2
Importaciones	1,378.8	70,984.7	-	-	72,363.5
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	82.7	3,549.2	-	-	3,632.0
Margen de transporte	-	-	-	-	0.0
Margen de comercio	-	-	-	-	0.0
Impuesto a los productos	60,149.5	12,855.3	99.2	489.0	73,593.0
Subsidios sobre productos	-	-	-	-	0.0
IVA no deducible	-	-	-	-	0.0
DEMANDA TOTAL	344,636.2	191,172.3	1,723.4	2,551.7	540,083.6
Demanda intermedia	28,619.2	0.0	0.0	2,551.7	31,170.9
Gasto de consumo final de los hogares	316,001.7	188,124.8	1,723.4	0.0	505,849.9
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	-	-	-	-	0.0
Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-	0.0
Variación de existencias	-	-	-	-	0.0
Exportaciones	15.3	3,047.5	-	0.0	3,062.8

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 85: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)

Actividad económica / Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción							
Películas cinematográficas y videos	8,905.4	-	-	-	-	-	8,905.4
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	947.2	-	-	-	-	947.2
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	13,121.3	-	-	-	13,121.3
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	-	-		-	-	-	
Servicios de televisión abierta	-	-	-	194,698.3	-	-	194,698.3
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de radio	-	-	-	-	-	31,181.7	31,181.7
Otros productos secundarios	-	-	-	-	-	-	-
Consumo intermedio	3,351.7	356.5	4,938.5	73,278.3	-	11,735.8	93,660.7
Valor agregado	5,553.7	590.7	8,182.9	121,420.0	-	19,445.9	155,193.2

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

CUADRO N.º 84: ECUADOR. CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2010
(en miles de puestos de trabajo)

Categoría / Segmento	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa	5.391	2.523	1.204	0.151	9.269
Cuenta propia 1/ 2/	-	-	-	-	-
Total	5.391	2.523	1.204	0.151	9.269

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

**CUADRO N.º 86: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
Productos							
OFERTA	Producción a precios básicos	8,686.9	923.9	12,799.4	224,638.3	-	35,976.7
	Producción de mercado	-	-	-	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	1,378.8	-	-	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	82.7	-	-	-
	Margen de transporte	-	-	-	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-	-	-	-
	Impuesto a los productos	1,846.2	196.4	2,720.2	47,740.8	-	7,645.9
	Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		10,533.1	1,120.3	16,981.1	272,379.1	0.0	43,622.6
Demanda total - Precios del comprador		10,533.1	1,120.3	16,981.1	272,379.1	0.0	43,622.6
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	10,533.1	1,120.3	16,965.8	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	-	-	-	272,379.1	-	43,622.6
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-	-	-	-
	FBCF	-	-	-	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	15.3	-	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 87: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2010
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica Categorías	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	0.487	0.064	0.509	3.051		1.280	5.391
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-	-		-	-
Total	0.487	0.064	0.509	3.051		1.280	5.391

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 88: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción				
Libros en cualquier formato y/o plataforma	14,881.0	-	-	14,881.0
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	65,029.5	-	65,029.5
Otros productos editoriales	-	-	11,236.7	11,236.7
Otros productos secundarios	-	-	-	-
Consumo intermedio	8,797.9	38,446.5	6,643.3	53,887.6
Valor agregado bruto	6,083.1	26,583.1	4,593.4	37,259.6

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 89: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos	16,943.9	74,044.7	12,794.4
	Producción de mercado	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	70,984.7
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	3,549.2
	Margen de transporte	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-
	Impuesto a los Productos	2,098.8	9,171.7	1,584.8
	Subsidios sobre productos	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-
	Oferta total - Precios del comprador		19,042.7	83,216.4
Demanda total - Precios del comprador		19,042.7	83,216.4	88,913.2
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	19,042.7	83,216.4	85,865.7
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-
	FBCF	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	3,047.5

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 90: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2010
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Asalariados de la propia empresa	0.465	1.917	0.141	2.523
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-	-
Total	0.465	1.917	0.141	2.523

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 91: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción			
Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)		1,384.4	1,384.4
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		640.8	640.8
Valor agregado bruto		743.6	743.6

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 92: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	1,624.2
	Producción de mercado	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-
	Margen de transporte	-
	Margen de comercio	-
	Impuesto a los productos	99.2
	Subsidios sobre productos	-
	IVA no deducible	-
Oferta total - Precios del comprador		1,723.4
Demanda total - Precios del comprador		1,723
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-
	Consumo intermedio precios básicos	-
	CFHogaresMercado precios mercado	1,723.4
	CFHogaresMercado precios básicos	-
	GCF Gobierno e ISFL	-
	FBCF	-
	Variación de existencias	-
	Exportaciones a precio comprador	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 93: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2010
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa		1.204	1.204
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		1.204	1.204

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 94: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Producción			
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma		2,114.6	2,114.6
Servicios de espectáculos musicales en vivo		-	-
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		795.9	795.9
Valor agregado bruto		1,318.7	1,318.7

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 95: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2010
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}
OFERTA	Producción a precios básicos		2,062.7
	Producción de mercado		-
	Importaciones CIF a precios básicos		-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-
	Margen de transporte		-
	Margen de comercio		-
	Impuesto a los productos		489.0
	Subsidios sobre productos		-
	IVA no deducible		-
Oferta total - Precios del comprador			2,551.7
Demanda total - Precios del comprador			2,551.7
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		2,551.7
	Consumo intermedio precios básicos		-
	CF-HogaresMercado precios mercado		-
	CF-HogaresMercado precios básicos		-
	GCF Gobierno e ISFL		-
	FBCF		-
	Variación de existencias		-
	Exportaciones a precio comprador		-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
 Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 96: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2010
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Asalariados de la propia empresa		0.151	0.151
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.151	0.151

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007
 Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares
 Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

CUADRO N.º 97: ECUADOR. CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	308,290.4	92,456.3	1,473.1	2,371.9	404,591.7
Consumo intermedio	116,170.9	54,792.1	680.9	893.8	172,537.7
Valor agregado bruto	192,119.5	37,664.2	792.2	1,478.1	232,054.0

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 98: ECUADOR. CONSOLIDADO BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2011
(en miles de dólares americanos USD)

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL	421,169.6	217,317.4	1,953.3	2,894.3	643,334.5
Producción Nacional	345,943.9	110,601.4	1,840.8	2,339.6	460,725.7
Importaciones	1,608.2	88,586.9	-	-	90,195.1
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	96.5	4,429.3	-	-	4,525.8
Margen de transporte	-	-	-	-	0.0
Margen de comercio	-	-	-	-	0.0
Impuesto a los productos	73,520.9	13,699.9	112.4	554.7	87,887.9
Subsidios sobre productos	-	-	-	-	0.0
IVA no deducible	-	-	-	-	0.0
DEMANDA TOTAL	421,169.5	217,317.4	1,953.3	2,894.3	643,334.5
Demanda intermedia	32,512.7	0.0	0.0	2,894.3	35,407.0
Gasto de consumo final de los hogares	388,645.1	212,298.5	1,953.3	0.0	602,896.9
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	-	-	-	-	0.0
Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-	0.0
Variación de existencias	-	-	-	-	0.0
Exportaciones	11.7	5,018.9	-	0.0	5,030.6

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 100: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)

Actividad económica Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción							
Películas cinematográficas y videos	9,989.0	-	-	-	-	-	9,989.0
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	1,062.4	-	-	-	-	1,062.4
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	14,717.9	-	-	-	14,717.9
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	-	-		-	-	-	
Servicios de televisión abierta	-	-	-	243,520.3	-	-	243,520.3
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	-	-	
Servicios de radio	-	-	-	-	-	39,000.7	39,000.7
Otros productos secundarios	-	-	-	-	-	-	-
Consumo intermedio	3,764.1	400.3	5,546.0	91,764.0	-	14,696.4	116,170.9
Valor agregado	6,224.9	662.1	9,171.8	151,756.2	-	24,304.4	192,119.5

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

CUADRO N.º 99: ECUADOR. CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2011
(en miles de puestos de trabajo)

Categoría	Segmento	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa		6.110	2.648	1.654	0.193	10.605
Cuenta propia 1/ 2/		-	-	-	-	-
Total		6.110	2.648	1.654	0.193	10.605

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 101: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)

Conceptos		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
OFERTA	Producción a precios básicos	9,852.8	1,047.9	14,517.2	276,278.8	-	44,247.2
	Producción de mercado	-	-	-	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	1,608.2	-	-	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	96.5	-	-	-
	Margen de transporte	-	-	-	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-	-	-	-
	Impuesto a los productos	2,093.9	222.7	3,085.2	58,715.6	-	9,403.5
	Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		11,946.7	1,270.6	19,307.1	334,994.4	0.0	53,650.7
Demanda total - Precios del comprador		11,946.7	1,270.6	19,307.1	334,994.4	0.0	53,650.7
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	11,946.7	1,270.6	19,295.4	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	-	-	-	334,994.4	-	53,650.7
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-	-	-	-
	FBCF	-	-	-	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	11.7	-	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 102: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2011
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica Categorías	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	0.605	0.086	0.673		3.240	1.506	6.110
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-		-	-	-
Total	0.605	0.086	0.673		3.240	1.506	6.110

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 103: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción				
Libros en cualquier formato y/o plataforma	15,094.7	-	-	15,094.7
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	65,963.5	-	65,963.5
Otros productos editoriales	-	-	11,398.1	11,398.1
Otros productos secundarios	-	-	-	-
Consumo intermedio	8,945.5	39,091.8	6,754.8	54,792.1
Valor agregado bruto	6,149.2	26,871.8	4,643.3	37,664.2

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 104: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos		18,057.1	78,909.3	13,635.0
	Producción de mercado		-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos		-	-	88,586.9
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-	-	4,429.3
	Margen de transporte		-	-	-
	Margen de comercio		-	-	-
	Impuesto a los Productos		2,236.7	9,774.3	1,688.9
	Subsidios sobre productos		-	-	-
	IVA no deducible		-	-	-
Oferta total - Precios del comprador			20,293.8	88,683.5	108,340.1
Demanda total - Precios del comprador			20,293.8	88,683.5	108,340.1
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos		-	-	-
	CFHogaresMercado precios mercado		20,293.8	88,683.5	103,321.2
	CFHogaresMercado precios básicos		-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL		-	-	-
	FBCF		-	-	-
	Variación de existencias		-	-	-
	Exportaciones a precio comprador		-	-	5,018.9

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 105: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2011
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Asalariados de la propia empresa		0.414	2.072	0.162	2.648
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-	-	-
Total		0.414	2.072	0.162	2.648

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 106: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción			
Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)		1,473.1	1,473.1
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		680.9	680.9
Valor agregado bruto		792.2	792.2

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 107: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	1,840.8
	Producción de mercado	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-
	Margen de transporte	-
	Margen de comercio	-
	Impuesto a los productos	112.4
	Subsidios sobre productos	-
	IVA no deducible	-
Oferta total - Precios del comprador		1,953.3
Demanda total - Precios del comprador		1,953.3
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-
	Consumo intermedio precios básicos	-
	CFHogaresMercado precios mercado	1,953.3
	CFHogaresMercado precios básicos	-
	GCF Gobierno e ISFL	-
	FBCF	-
	Variación de existencias	-
	Exportaciones a precio comprador	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 108: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2011
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa		1.654	1.654
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		1.654	1.654

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 109: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Producción			
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma		2,371.9	2,371.9
Servicios de espectáculos musicales en vivo		-	-
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		893.8	893.8
Valor agregado bruto		1,478.1	1,478.1

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 110: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2011
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}
OFERTA	Producción a precios básicos		2,339.6
	Producción de mercado		-
	Importaciones CIF a precios básicos		-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-
	Margen de transporte		-
	Margen de comercio		-
	Impuesto a los productos		554.7
	Subsidios sobre productos		-
	IVA no deducible		-
Oferta total - Precios del comprador			2,894.3
Demanda total - Precios del comprador			2,894.3
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		2,894.3
	Consumo intermedio precios básicos		-
	CF-HogaresMercado precios mercado		-
	CF-HogaresMercado precios básicos		-
	GCF Gobierno e ISFL		-
	FBCF		-
	Variación de existencias		-
	Exportaciones a precio comprador		-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
 Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 111: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2011
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Asalariados de la propia empresa		0.193	0.193
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.193	0.193

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008
 Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares
 Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

CUADRO N.º 112: ECUADOR. CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	375,480.2	93,172.1	1,519.1	2,583.4	472,754.9
Consumo intermedio	141,836.9	55,214.5	704.0	975.9	198,731.3
Valor agregado bruto	233,643.3	37,957.7	815.1	1,607.5	274,023.5

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 113: ECUADOR. CONSOLIDADO BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2012
(en miles de dólares americanos USD)

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL	508,275.5	213,661.0	2,134.0	3,150.6	727,221.0
Producción Nacional	418,045.3	111,186.6	2,011.1	2,546.8	533,789.8
Importaciones	1,307.7	84,478.1	-	-	85,785.8
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	78.5	4,223.9	-	-	4,302.4
Margen de transporte	-	-	-	-	0.0
Margen de comercio	-	-	-	-	0.0
Impuesto a los productos	88,844.1	13,772.4	122.8	603.8	103,343.1
Subsidios sobre productos	-	-	-	-	0.0
IVA no deducible	-	-	-	-	0.0
DEMANDA TOTAL	508,275.5	213,661.0	2,134.0	3,150.6	727,221.1
Demanda intermedia	34,933.5	0.0	0.0	3,150.6	38,084.1
Gasto de consumo final de los hogares	473,339.8	206,710.9	2,134.0	0.0	682,184.7
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	-	-	-	-	0.0
Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-	0.0
Variación de existencias	-	-	-	-	0.0
Exportaciones	2.2	6,950.1	-	0.0	6,952.3

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

**CUADRO N.º 115: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica / Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción							
Películas cinematográficas y videos	10,879.7	-	-	-	-	-	10,879.7
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	1,157.2	-	-	-	-	1,157.2
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	16,030.3	-	-	-	16,030.3
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	-	-		-	-	-	
Servicios de televisión abierta	-	-	-	299,454.2	-	-	299,454.2
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de radio	-	-	-	-	-	47,958.8	47,958.8
Otros productos secundarios	-	-	-	-	-	-	-
Consumo intermedio	4,109.8	437.1	6,055.4	113,118.3	-	18,116.3	141,836.9
Valor agregado	6,769.9	720.0	9,974.9	186,336.0	-	29,842.5	233,643.3

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 114: ECUADOR. CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2012
(en miles de puestos de trabajo)**

Categoría / Segmento	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa	6.895	2.958	2.013	0.247	12.112
Cuenta propia 1/ 2/	-	-	-	-	-
Total	6.895	2.958	2.013	0.247	12.112

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

**CUADRO N.º 116: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
Productos							
OFERTA	Producción a precios básicos	10,725.5	1,140.8	15,803.0	336,486.4	-	53,889.6
	Producción de mercado	-	-	-	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	1,307.7	-	-	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	78.5	-	-	-
	Margen de transporte	-	-	-	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-	-	-	-
	Impuesto a los productos	2,279.4	242.4	3,358.5	71,511.0	-	11,452.8
	Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		13,004.9	1,383.2	20,547.6	407,997.4	0.0	65,342.4
Demanda total - Precios del comprador		13,004.9	1,383.2	20,547.6	407,997.4	0.0	65,342.4
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	13,004.9	1,383.2	20,545.4	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	-	-	-	407,997.4	-	65,342.4
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-	-	-	-
	FBCF	-	-	-	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	2.2	-	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 117: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2012
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica Categorías	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	0.755	0.132	0.770		3.496	1.742	6.895
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-		-	-	-
Total	0.755	0.132	0.770		3.496	1.742	6.895

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 118: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción				
Libros en cualquier formato y/o plataforma	15,211.6	-	-	15,211.6
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	66,474.3	-	66,474.3
Otros productos editoriales	-	-	11,486.3	11,486.3
Otros productos secundarios	-	-	-	-
Consumo intermedio	9,014.5	39,393.1	6,806.9	55,214.5
Valor agregado bruto	6,197.1	27,081.1	4,679.4	37,957.7

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 119: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos		18,152.7	79,326.8	13,707.1
	Producción de mercado		-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos		-	-	84,478.1
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-	-	4,223.9
	Margen de transporte		-	-	-
	Margen de comercio		-	-	-
	Impuesto a los Productos		2,248.5	9,826.0	1,697.9
	Subsidios sobre productos		-	-	-
	IVA no deducible		-	-	-
Oferta total - Precios del comprador			20,401.2	89,152.8	104,107.0
Demanda total - Precios del comprador			20,401.2	89,152.8	104,107.0
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos		-	-	-
	CFHogaresMercado precios mercado		20,401.2	89,152.8	97,156.9
	CFHogaresMercado precios básicos		-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL		-	-	-
	FBCF		-	-	-
	Variación de existencias		-	-	-
	Exportaciones a precio comprador		-	-	6,950.1

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 120: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2012
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Asalariados de la propia empresa		0.437	2.317	0.204	2.958
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-	-	-
Total		0.437	2.317	0.204	2.958

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 121: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción			
Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)		1,473.1	1,473.1
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		680.9	680.9
Valor agregado bruto		792.2	792.2

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 122: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	2,011.1
	Producción de mercado	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-
	Margen de transporte	-
	Margen de comercio	-
	Impuesto a los productos	122.8
	Subsidios sobre productos	-
	IVA no deducible	-
Oferta total - Precios del comprador		2,134.0
Demanda total - Precios del comprador		2,134.0
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-
	Consumo intermedio precios básicos	-
	CFHogaresMercado precios mercado	2,134.0
	CFHogaresMercado precios básicos	-
	GCF Gobierno e ISFL	-
	FBCF	-
	Variación de existencias	-
	Exportaciones a precio comprador	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.° 123: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2012
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa		2.013	2.013
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		2.013	2.013

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.° 124: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Producción			
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma		2,583.4	2,583.4
Servicios de espectáculos musicales en vivo		-	-
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		975.9	975.9
Valor agregado bruto		1,607.5	1,607.5

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 125: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2012
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}
OFERTA	Producción a precios básicos		2,546.8
	Producción de mercado		-
	Importaciones CIF a precios básicos		-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-
	Margen de transporte		-
	Margen de comercio		-
	Impuesto a los productos		603.8
	Subsidios sobre productos		-
	IVA no deducible		-
Oferta total - Precios del comprador			3,150.6
Demanda total - Precios del comprador			3,150.6
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		3,150.6
	Consumo intermedio precios básicos		-
	CF-HogaresMercado precios mercado		-
	CF-HogaresMercado precios básicos		-
	GCF Gobierno e ISFL		-
	FBCF		-
	Variación de existencias		-
	Exportaciones a precio comprador		-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
 Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 126: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2012
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Asalariados de la propia empresa		0.247	0.247
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.247	0.247

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008
 Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares
 Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

CUADRO N.º 127: ECUADOR. CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	497,428.2	102,372.0	1,550.6	2,753.7	604,104.5
Consumo intermedio	188,378.7	61,816.4	719.9	1,042.8	251,957.9
Valor agregado bruto	309,049.5	40,555.6	830.7	1,710.9	352,146.6

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 128: ECUADOR. CONSOLIDADO BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2013
(en miles de dólares americanos USD)

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL	690,586.0	219,073.4	2,295.4	3,398.8	915,353.7
Producción Nacional	568,665.0	123,379.7	2,163.3	2,747.4	696,955.5
Importaciones	980.6	76,854.7	-	-	77,835.3
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	86.1	3,556.3	-	-	3,642.4
Margen de transporte	-	-	-	-	0.0
Margen de comercio	-	-	-	-	0.0
Impuesto a los productos	120,854.3	15,282.7	132.1	651.4	136,920.5
Subsidios sobre productos	-	-	-	-	0.0
IVA no deducible	-	-	-	-	0.0
DEMANDA TOTAL	690,586.0	219,073.5	2,295.4	3,398.8	915,353.7
Demanda intermedia	37,093.9	0.0	0.0	3,398.8	40,492.7
Gasto de consumo final de los hogares	653,326.7	210,191.2	2,295.4	0.0	865,813.3
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	-	-	-	-	0.0
Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-	0.0
Variación de existencias	-	-	-	-	0.0
Exportaciones	165.4	8,882.3	-	0.0	9,047.7

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

**CUADRO N.º 130: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica / Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción							
Películas cinematográficas y videos	11,596.8	-	-	-	-	-	11,596.8
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	1,233.4	-	-	-	-	1,233.4
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	17,086.9	-	-	-	17,086.9
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	-	-		-	-	-	
Servicios de televisión abierta	-	-	-	402,973.2	-	-	402,973.2
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	-	-	
Servicios de radio	-	-	-	-	-	64,537.8	64,537.8
Otros productos secundarios	-	-	-	-	-	-	-
Consumo intermedio	4,391.8	467.1	6,470.9	152,608.1	-	24,440.8	188,378.7
Valor agregado	7,205.1	766.3	10,616.0	250,365.1	-	40,097.0	309,049.5

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 129: ECUADOR. CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2013
(en miles de puestos de trabajo)**

Categoría / Segmento	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa	8.980	3.133	2.355	0.268	14.736
Cuenta propia 1/ 2/	-	-	-	-	-
Total	8.980	3.133	2.355	0.268	14.736

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 131: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)

Conceptos		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
Productos							
OFERTA	Producción a precios básicos	11,570.4	1,230.6	17,047.9	464,434.9	-	74,381.1
	Producción de mercado	-	-	-	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	980.6	-	-	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	86.1	-	-	-
	Margen de transporte	-	-	-	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-	-	-	-
	Impuesto a los productos	2,459.0	261.5	3,623.1	98,703.0	-	15,807.7
	Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		14,029.4	1,492.1	21,737.8	563,137.9	0.0	90,188.8
Demanda total - Precios del comprador		14,029.4	1,492.1	21,737.8	563,137.9	0.0	90,188.8
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	14,029.4	1,492.1	21,572.4	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	-	-	-	563,137.9	-	90,188.8
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-	-	-	-
	FBCF	-	-	-	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	165.4	-	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 132: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2013
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica Categorías	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	0.993	0.174	1.053		4.559	2.203	8.980
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-		-	-	-
Total	0.993	0.174	1.053		4.559	2.203	8.980

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 133: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción				
Libros en cualquier formato y/o plataforma	16,713.6	-	-	16,713.6
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	73,038.0		73,038.0
Otros productos editoriales	-	-	12,620.5	12,620.5
Otros productos secundarios	-	-	-	-
Consumo intermedio	10,092.3	44,103.3	7,620.8	61,816.4
Valor agregado bruto	6,621.2	28,934.6	4,999.7	40,555.6

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 134: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos		20,143.4	88,026.1	15,210.3
	Producción de mercado		-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos		-	-	76,854.7
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-	-	3,556.3
	Margen de transporte		-	-	-
	Margen de comercio		-	-	-
	Impuesto a los Productos		2,495.1	10,903.5	1,884.1
	Subsidios sobre productos		-	-	-
	IVA no deducible		-	-	-
Oferta total - Precios del comprador			22,638.5	98,929.6	97,505.4
Demanda total - Precios del comprador			22,638.5	98,929.6	97,505.4
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos		-	-	-
	CFHogaresMercado precios mercado		22,638.5	98,929.6	88,623.1
	CFHogaresMercado precios básicos		-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL		-	-	-
	FBCF		-	-	-
	Variación de existencias		-	-	-
	Exportaciones a precio comprador		-	-	8,882.3

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 135: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2013
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Asalariados de la propia empresa		0.440	2.449	0.244	3.133
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-	-	-
Total		0.437	2.449	0.244	3.133

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 136: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción			
Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)		1,550.6	1,550.6
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		719.9	719.9
Valor agregado bruto		830.7	830.7

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 137: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	2,163.3
	Producción de mercado	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-
	Margen de transporte	-
	Margen de comercio	-
	Impuesto a los productos	132.1
	Subsidios sobre productos	-
	IVA no deducible	-
Oferta total - Precios del comprador		2,295.4
Demanda total - Precios del comprador		2,295.4
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-
	Consumo intermedio precios básicos	-
	CFHogaresMercado precios mercado	2,295.4
	CFHogaresMercado precios básicos	-
	GCF Gobierno e ISFL	-
	FBCF	-
	Variación de existencias	-
	Exportaciones a precio comprador	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.° 138: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2013
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa		2.355	2.355
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		2.355	2.355

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.° 139: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Producción			
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma		2,753.7	2,753.7
Servicios de espectáculos musicales en vivo		-	-
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		1,042.8	1,042.8
Valor agregado bruto		1,710.9	1,710.9

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 140: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2013
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}
OFERTA	Producción a precios básicos		2,747.4
	Producción de mercado		-
	Importaciones CIF a precios básicos		-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-
	Margen de transporte		-
	Margen de comercio		-
	Impuesto a los productos		651.4
	Subsidios sobre productos		-
	IVA no deducible		-
Oferta total - Precios del comprador			3,398.8
Demanda total - Precios del comprador			3,398.8
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		3,398.8
	Consumo intermedio precios básicos		-
	CF-HogaresMercado precios mercado		-
	CF-HogaresMercado precios básicos		-
	GCF Gobierno e ISFL		-
	FBCF		-
	Variación de existencias		-
	Exportaciones a precio comprador		-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
 Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 141: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2013
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Asalariados de la propia empresa		0.268	0.268
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.268	0.268

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007
 Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares
 Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

CUADRO N.º 142: ECUADOR. CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)

Segmento Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	630,847.8	101,581.0	1,637.4	2,978.2	737,044.4
Consumo intermedio	239,812.9	61,399.0	752.6	1,132.2	303,096.7
Valor agregado bruto	391,034.9	40,182.0	884.7	1,846.1	433,947.7

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

CUADRO N.º 143: ECUADOR. CONSOLIDADO BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2014
(en miles de dólares americanos USD)

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL	894,974.5	207,542.3	2,489.0	3,713.0	1,108,718.9
Producción Nacional	738,082.9	128,710.3	2,345.8	3,001.4	872,140.4
Importaciones	30.6	59,700.9	-	-	59,731.5
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	1.5	3,188.1	-	-	3,189.6
Margen de transporte	-	-	-	-	0.0
Margen de comercio	-	-	-	-	0.0
Impuesto a los productos	156,859.5	15,943.0	143.3	711.6	173,657.4
Subsidios sobre productos	-	-	-	-	0.0
IVA no deducible	-	-	-	-	0.0
DEMANDA TOTAL	894,974.5	207,542.3	2,489.0	3,713.0	1,108,718.8
Demanda intermedia	39,571.1	0.0	0.0	3,713.0	43,284.1
Gasto de consumo final de los hogares	855,403.4	198,077.8	2,489.0	0.0	1,055,970.2
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	-	-	-	-	0.0
Formación bruta de capital fijo	-	-	-	-	0.0
Variación de existencias	-	-	-	-	0.0
Exportaciones	0.0	9,464.5	-	0.0	9,464.5

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música in vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 145: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)

Actividad económica / Productos	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Producción							
Películas cinematográficas y videos	12,542.5	-	-	-	-	-	12,542.5
Películas cinematográficas y videos distribuidos	-	1,334.0	-	-	-	-	1,334.0
Películas y videos exhibidos en salas de cine	-	-	18,480.2	-	-	-	18,480.2
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	-	-		-	-	-	
Servicios de televisión abierta	-	-	-	515,872.0	-	-	515,872.0
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	-	-	-	-	-	-	-
Servicios de radio	-	-	-	-	-	82,619.0	82,619.0
Otros productos secundarios	-	-	-	-	-	-	-
Consumo intermedio	4,768.0	507.1	7,025.1	196,105.6	-	31,407.1	239,812.9
Valor agregado	7,774.6	826.9	11,455.1	319,766.4	-	51,211.9	391,034.9

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

CUADRO N.º 144: ECUADOR. CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2014
(en miles de puestos de trabajo)

Categoría / Segmento	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa	9.437	2.992	2.336	0.272	15.037
Cuenta propia 1/ 2/	-	-	-	-	-
Total	9.437	2.992	2.336	0.272	15.037

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2008

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas, mientras que el segmento música está compuesto sólo por música fonogramada.

CUADRO N.º 146: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL(*)
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)

Conceptos		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos	Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
Productos							
OFERTA	Producción a precios básicos	12,640.3	1,344.4	18,624.2	608,086.5		97,387.5
	Producción de mercado	-	-	-	-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-	-	30.6	-	-	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-	-	1.5	-	-	-
	Margen de transporte	-	-	-	-	-	-
	Margen de comercio	-	-	-	-	-	-
	Impuesto a los productos	2,686.3	285.7	3,958.1	129,232.3	-	20,697.1
	Subsidios sobre productos	-	-	-	-	-	-
	IVA no deducible	-	-	-	-	-	-
Oferta total - Precios del comprador		15,326.6	1,630.1	22,614.4	737,318.8	0.0	118,084.6
Demanda total - Precios del comprador		15,326.6	1,630.1	22,614.4	737,318.8	0.0	118,084.6
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	15,326.6	1,630.1	22,614.4	-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos	-	-	-	-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado	-	-	-	737,318.8	-	118,084.6
	CF-HogaresMercado precios básicos	-	-	-	-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL	-	-	-	-	-	-
	FBCF	-	-	-	-	-	-
	Variación de existencias	-	-	-	-	-	-
	Exportaciones a precio comprador	-	-	-	-	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
* Las cifras de producción que se reportan en esta tabla no incluyen la correspondiente al segmento "Agencias de Noticias". Ecuador si ha considerado a este segmento en la elaboración de su Cuenta Satélite 2007.

**CUADRO N.º 147: ECUADOR. SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2014
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad económica Categorías	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	1.058	0.161	1.426		4.551	2.241	9.437
Cuenta propia ^{1/2/}	-	-	-		-	-	-
Total	1.058	0.161	1.426		4.551	2.241	9.437

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 148: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción				
Libros en cualquier formato y/o plataforma	16,584.4	-	-	16,584.4
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	-	72,473.6		72,473.6
Otros productos editoriales	-	-	12,523.0	12,523.0
Otros productos secundarios	-	-	-	-
Consumo intermedio	10,024.2	43,805.5	7,569.3	61,399.0
Valor agregado bruto	6,560.2	28,668.1	4,953.7	40,182.0

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 149: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos		21,013.6	91,829.2	15,867.5
	Producción de mercado		-	-	-
	Importaciones CIF a precios básicos		-	-	59,700.9
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-	-	3,188.1
	Margen de transporte		-	-	-
	Margen de comercio		-	-	-
	Impuesto a los Productos		2,602.9	11,374.6	1,965.5
	Subsidios sobre productos		-	-	-
	IVA no deducible		-	-	-
Oferta total - Precios del comprador			23,616.5	103,203.9	80,721.9
Demanda total - Precios del comprador			23,616.5	103,203.9	80,721.9
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		-	-	-
	Consumo intermedio precios básicos		-	-	-
	CF-HogaresMercado precios mercado		23,616.5	103,203.9	71,257.4
	CF-HogaresMercado precios básicos		-	-	-
	GCF Gobierno e ISFL		-	-	-
	FBCF		-	-	-
	Variación de existencias		-	-	-
	Exportaciones a precio comprador		-	-	9,464.5

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

**CUADRO N.º 150: ECUADOR. SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2014
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Asalariados de la propia empresa		0.416	2.381	0.195	2.992
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-	-	-
Total		0.416	2.381	0.195	2.992

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

**CUADRO N.º 151: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción			
Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)		1,637.4	1,637.4
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		752.6	752.6
Valor agregado bruto		884.7	884.7

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 152: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	2,345.8
	Producción de mercado	-
	Importaciones CIF a precios básicos	-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	-
	Margen de transporte	-
	Margen de comercio	-
	Impuesto a los productos	143.3
	Subsidios sobre productos	-
	IVA no deducible	-
Oferta total - Precios del comprador		2,489.0
Demanda total - Precios del comprador		2,489.0
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	-
	Consumo intermedio precios básicos	-
	CFHogaresMercado precios mercado	2,489.0
	CFHogaresMercado precios básicos	-
	GCF Gobierno e ISFL	-
	FBCF	-
	Variación de existencias	-
	Exportaciones a precio comprador	-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.° 153: ECUADOR. SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2014
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa		2.336	2.336
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		2.336	2.336

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares

Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.° 154: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Producción			
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma		2,978.2	2,978.2
Servicios de espectáculos musicales en vivo		-	-
Otros productos secundarios		-	-
Consumo intermedio		1,132.2	1,132.2
Valor agregado bruto		1,846.1	1,846.1

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio

Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 155: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2014
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}
OFERTA	Producción a precios básicos		3,001.4
	Producción de mercado		-
	Importaciones CIF a precios básicos		-
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		-
	Margen de transporte		-
	Margen de comercio		-
	Impuesto a los productos		711.6
	Subsidios sobre productos		-
	IVA no deducible		-
Oferta total - Precios del comprador			3,713.0
Demanda total - Precios del comprador			3,713.0
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		3,713.0
	Consumo intermedio precios básicos		-
	CF-HogaresMercado precios mercado		-
	CF-HogaresMercado precios básicos		-
	GCF Gobierno e ISFL		-
	FBCF		-
	Variación de existencias		-
	Exportaciones a precio comprador		-

Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos, y Ministerio de Cultura y Patrimonio
 Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 156: ECUADOR. SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2014
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad económica	Producción de música fonogramada	Total
Asalariados de la propia empresa		0.268	0.268
Cuenta propia ^{1/2/}		-	-
Total		0.268	0.268

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2007
 Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares
 Nota: 2/ Las fuentes de información disponibles no han permitido calcular con precisión el empleo cultural por cuenta propia
 Nota: Se destaca que para el caso de Ecuador los espectáculos de música en vivo están integrados en artes escénicas.

**CUADRO N.º 157: PERÚ - CONSOLIDADO
Cuentas de Producción, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Producción	806,156	596,530	39,956	192,109	1,634,752
Consumo intermedio	391,715	335,541	16,881	80241	824,377
Valor agregado bruto	414,441	260,989	23,075	111,869	810,374

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.

**CUADRO N.º 158: PERÚ - CONSOLIDADO BALANCES DE OFERTA
Y UTILIZACIÓN DE PRODUCTOS CARACTERÍSTICOS, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Segmentos Variables	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
OFERTA TOTAL	906,845	769,396	47,308	212,887	1,936,436
Producción nacional	795,288	591,351	44,112	194,347	1,625,098
Importaciones	44,751	141,924	1,598	7,991	196,265
Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	0	4,155	0	0	4,155
Margen de transporte	0	2,238	0	0	2,238
Margen de comercio	0	639	0	0	639
Impuesto a los productos	4,155	0	0	0	4,155
Subsidios sobre productos	0	-1,279	0	0	-1,279
IVA no deducible	62,651	30,367	1,598	10,548	105,165
DEMANDA TOTAL	906,845	769,396	47,308	212,887	1,936,436
Demanda intermedia	559,386	465,410	6,073	2,238	1,033,107
Gasto de consumo final de los hogares	345,541	206,174	37,719	207,133	796,566
Gasto de consumo final del gobierno general e ISFL	0	7,991	3,196	2,557	13,745
Formación bruta de capital fijo	2,238	0	0	0	2,238
Variación de existencias	-320	-8,311	0	0	-8,631
Exportaciones	0	98,132	320	959	99,411

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.

CUADRO N.º 159: PERÚ - CONSOLIDADO EMPLEO EQUIVALENTE, 2007

Categoría	Segmento	Audiovisual	Libros y Publicaciones	Artes escénicas	Música	Total
Asalariados de la propia empresa		21,190	14,963	1,527	10,488	48,167
Cuenta propia 1/		2,865	3,934	2,101	6,595	15,495
Total		24,055	18,897	3,628	17,082	63,663

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.
 Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares.

CUADRO N.º 160: PERÚ - SEGMENTO AUDIOVISUAL CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007 (en miles de dólares americanos USD)

Actividad económica	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Productos							
Producción	70,150	13,096	41,737	277,136	336,591	67,446	806,156
Películas cinematográficas y videos	65,720	0	0	0	0	0	65,720
Películas cinematográficas y videos distribuidos	0	12,274	0	0	0	0	12,274
Películas y videos exhibidos en salas de cine	0	0	34,842	0	0	0	34,842
Películas y videos exhibidos en cualquier formato y/o plataforma	0	0	0	0	0	0	0
Servicios de televisión abierta	0	0	0	275,857	0	0	275,857
Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	0	0	0	0	336,591	0	336,591
Servicios de radio	0	0	0	0	0	67,446	67,446
Otros productos secundarios	4,429	822	6,895	1,279	0	0	13,425
Consumo intermedio	50,824	9,139	23,015	136,941	143,198	28,598	391,715
Valor agregado bruto	19,325	3,957	18,722	140,195	193,393	38,848	414,441

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.

Nota:

- Actividades de preproducción, producción, edición y postproducción de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de distribución de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de exhibición y acceso desde cualquier formato y/o plataforma de películas cinematográficas y videos.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de televisión.
- Servicios de televisión por suscripción.
- Actividades de producción, programación y transmisión de programas de radio.

**CUADRO N.º 161: PERÚ - SEGMENTO AUDIOVISUAL
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos		Películas y videos exhibidos en salas de cine	Servicios de televisión abierta	Servicios de televisión por suscripción (Cable o satélite)	Servicios de radio
		Películas cinematográficas y videos	Películas cinematográficas y videos distribuidos				
OFERTA	Producción a precios básicos	68,085	12,466	34,842	275,857	336,591	67,446
	Producción de mercado	68,085	12,466	34,842	275,857	336,591	67,446
	Importaciones CIF a precios básicos	25,252	639	0	0	18,859	0
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	0	0	0	0	0	0
	Margen de transporte	0	0	0	0	0	0
	Margen de comercio	0	0	0	0	0	0
	Impuesto a los productos	0	0	4,155	0	0	0
	Subsidios sobre productos	0	0	0	0	0	0
	IVA no deducible	639	0	6,713	4,155	50,185	959
Oferta total - Precios del comprador		93,977	13,106	45,710	280,013	405,635	68,405
Demanda total - Precios del comprador		93,977	13,106	45,710	280,013	405,635	68,405
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	91,739	13,425	0	280,013	105,804	68,405
	Consumo intermedio precios básicos	0	13,425	0	275,857	102,927	67,446
	CF-HogaresMercado precios mercado	0	0	45,710	0	299,831	0
	CF-HogaresMercado precios básicos	0	0	34,842	0	252,523	0
	GCF Gobierno e ISFL	0	0	0	0	0	0
	FBCF	2,238	0	0	0	0	0
	Variación de existencias	0	-320	0	0	0	0
	Exportaciones a precio comprador	0	0	0	0	0	0

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

**CUADRO N.º 162: PERÚ - SEGMENTO AUDIOVISUAL
EMPLEO EQUIVALENTE, 2007**

Segmento	Producción de películas cinematográficas y videos	Distribución de películas cinematográficas y videos	Exhibición de películas cinematográficas y videos	Programas de televisión	Televisión por suscripción	Programas de radio	Total
Asalariados de la propia empresa	1,523	70	1,851	7,745	3,859	6,142	21,190
Cuenta propia ^{1/}	0	0	0	316	0	2,549	2,865
Total	1,523	70	1,851	8,061	3,859	8,691	24,055

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.
Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares.

**CUADRO N.º 163: PERÚ - SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad económica Productos	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Producción	68,070	511,741	37,432	617,243
Libros en cualquier formato y/o plataforma	59,086	0	0	59,086
Diarios, revistas y pu- blicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	0	447,474	0	447,474
Otros productos editoriales	0	0	33,916	33,916
Otros productos secundarios	8,984	64,267	3,516	3,516
Consumo intermedio	32,311	285,565	17,666	335,541
Valor agregado	35,759	226,176	19,767	281,701

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática y Ministerio de Cultura del Perú

**CUADRO N.º 164: PERÚ - SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Conceptos		Libros en cualquier formato y/o plataforma	Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma	Otros productos editoriales
OFERTA	Producción a precios básicos	65,208	490,023	36,120
	Producción de mercado	65,208	490,023	36,120
	Importaciones CIF a precios básicos	116,992	13,425	11,507
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	3,516	320	320
	Margen de transporte	639	1,598	0
	Margen de comercio	0	320	320
	Impuesto a los productos	0	0	0
	Subsidios sobre productos	-1,279	0	0
	IVA no deducible	0	28,129	2,238
Oferta total - Precios del comprador		185,077	533,815	50,505
Demanda total - Precios del comprador		185,077	533,815	50,505
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	4,795	451,345	9,270
	Consumo intermedio precios básicos	4,155	445,591	8,631
	CF-Hogares/Mercado precios mercado	125,622	80,552	0
	CF-Hogares/Mercado precios básicos	125,622	58,496	0
	GCF Gobierno e ISFL	7,991	0	0
	FBCF	0	0	0
	Variación de existencias	-5,434	0	-2,877
	Exportaciones a precio comprador	52,103	1,918	44,112

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

**CUADRO N.º 165: PERÚ - SEGMENTO DE LIBROS Y PUBLICACIONES
EMPLEO EQUIVALENTE, 2007
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad Económica	Edición de libros	Edición de diarios, revistas y publicaciones periódicas	Otros trabajos de edición	Total
Asalariados de la propia empresa	2,217	11,950	795	14,963
Cuenta propia ^{1/}	1,612	526	1,796	3,934
Total	3,829	12,476	2,591	18,897

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.

Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares.

**CUADRO N.º 166: PERÚ - SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Actividad económica	Producción de artes escénicas	Total
Producción		39,956	39,956
Libros en cualquier formato y/o plataforma		39,317	39,317
Diarios, revistas y publicaciones periódicas en cualquier formato y/o plataforma		639	639
Consumo intermedio		16,881	16,881
Valor agregado		23,075	23,075

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.

**CUADRO N.º 167: PERÚ - SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos	Conceptos	Teatro, danza y otras manifestaciones de las artes escénicas (circo, pantomima, narración, declamación, etc.)
OFERTA	Producción a precios básicos	44,112
	Producción de mercado	44,112
	Importaciones CIF a precios básicos	1,598
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA	0
	Margen de transporte	0
	Margen de comercio	0
	Impuesto a los productos	0
	Subsidios sobre productos	0
	IVA no deducible	1,598
Oferta total - Precios del comprador		47,308
Demanda total - Precios del comprador		47,308
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador	6,073
	Consumo intermedio precios básicos	6,073
	CF-HogaresMercado precios mercado	37,719
	CF-HogaresMercado precios básicos	37,719
	GCF Gobierno e ISFL	3,196
	FBCF	0
	Variación de existencias	0
	Exportaciones a precio comprador	320

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.

**CUADRO N.º 168: PERÚ - SEGMENTO ARTES ESCÉNICAS
EMPLEO EQUIVALENTE, 2007
(en miles de puestos de trabajo)**

Actividad Económica Categorías	Producción de artes escénicas	Total
Asalariados de la propia empresa	1,527	1,527
Cuenta propia ^{1/}	2,101	2,101
Total	3,628	3,628

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.
Nota: 1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares.

**CUADRO N.º 169: PERÚ - SEGMENTO MÚSICA
CUENTA DE PRODUCCIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Actividad Económica Productos	Producción de música fonogramada	Producción de espectáculos musicales en vivo	Total
Producción	6,073	186,036	192,109
Música fonogramada en cualquier formato y/o plataforma	6,073		6,073
Servicios de espectáculos musicales en vivo		186,036	186,036
Otros productos secundarios	0	0	0
Consumo intermedio	1,918	78,323	80,241
Valor agregado	4,155	107,713	111,869

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.

**CUADRO N.º 170: PERÚ - SEGMENTO MÚSICA
BALANCES DE OFERTA Y UTILIZACIÓN, 2007
(en miles de dólares americanos USD)**

Productos		Conceptos	Música fonogramada ^{1/}	Espectáculos musicales en vivo
OFERTA	Producción a precios básicos		6,073	188,273
	Producción de mercado		6,073	188,273
	Importaciones CIF a precios básicos		0	7,991
	Impuestos y derechos de importación, excluyendo el IVA		0	0
	Margen de transporte		0	0
	Margen de comercio		0	0
	Impuesto a los Productos		0	0
	Subsidios sobre productos		0	0
	IVA no deducible		0	10,548
Oferta total - Precios del comprador			6,073	206,813
Demanda total - Precios del comprador			6,073	206,813
DEMANDA	Consumo intermedio precios comprador		0	2,238
	Consumo intermedio precios básicos		0	2,238
	CF-HogaresMercado precios mercado		6,073	201,059
	CF-HogaresMercado precios básicos		6,073	190,511
	GCF Gobierno e ISFL		0	2,557
	FBCF		0	0
	Variación de existencias		0	0
	Exportaciones a precio comprador		0	959

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática - Ministerio de Cultura.
Nota: 1/ Se incluye la música fonogramada en cualquier formato.

**CUADRO N.º 171: PERÚ - SEGMENTO MÚSICA
EMPLEO EQUIVALENTE, 2007
(en miles de puestos de trabajo)**

Categorías	Actividad Económica	Producción de música fonogramada	Producción de espectáculos musicales en vivo	Total
Asalariados de la propia empresa		65	10,423	10,488
Cuenta propia ^{1/}		0	6,595	6,595
Consumo intermedio		65	17,017	17,082

Nota:
1/ Cuenta propia incluye empresarios individuales y ayudantes familiares.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Ministerio de Cultura.]

**CUADRO N.º 172: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE OBRAS PRODUCIDAS SEGÚN PAÍS, 2007-2019.
CONSOLIDADO CUENTAS DE PRODUCCIÓN, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI								
Colombia ¹	27	41	47	62	63	99	69	87	127	
Ecuador	SI	SI	48	17	20	17	42	32	SI	
Perú ²	15	19	15	22	23	20	25	25	46	

Bolivia: Ultracine

Colombia: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Ecuador: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 173: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE DISTRIBUIDORES EN ACTIVIDAD POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	6	7	7	9	
Colombia	8	8	9	10	10	10	12	36	SI	
Ecuador	0	9	9	14	5	5	1	2	SI	
Perú	14	13	17	14	12	13	17	18	SI	

Bolivia: Ultracine

Colombia: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Ecuador: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 174: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE LARGOMETRAJES NACIONALES Y EXTRANJEROS ESTRENADOS¹
POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	SI	158	265	SI	
Colombia ²	200	200	217	209	207	212	243	249	292	
Ecuador	SI	SI	SI	323	219	220	209	177	SI	
Perú ³	180	195	199	214	247	248	289	287	395	

Bolivia: Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (EGEDA) 2015.

Colombia: Anuario Estadístico de Cine Colombiano, 2013, 2014 y 2015. Cinecolombia-Dirección de Cinematografía-Ministerio de Cultura, 2000-2007; SIREC-Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, 2008-2013; Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia, 2014-2015.

Ecuador: Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (EGEDA) 2013 (año 2010) 2014 (año 2011) 2015 (años 2012, 2013 y 2014)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015); Investigación desarrollada por Emilio Bustamante y Jaime Luna Victoria del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima (2016) y Red de Microcines del Grupo Chaski (2016).

Nota: /1 La categoría de largometrajes estrenados remite a las películas que han sido exhibidas en espacios de exhibición como los multicines. Por lo tanto, no se han considerado en este conteo a aquellas películas que se han exhibido en muestras de cineclubes, festivales o centros culturales, así como tampoco las que se han reestrenado.

Nota: /2 Para el caso de Colombia, sí disponen de información desagregada sobre el total de películas exhibidas, estrenadas y reestrenadas; sin embargo, solo se ha tomado en cuenta el dato de los estrenos.

Nota: /3 En contraste con el caso colombiano, Perú no cuenta con información tan detallada de los estrenos en los multiplex, lo cual dificulta la distinción entre reestrenadas o estrenadas; por ello, se ha decidido trabajar con la cifra total de estrenos.

SI: Sin información

**CUADRO N.º 175: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE ESTRENOS EXTRANJEROS POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	SI	147	257	SI	
Colombia	188	187	206	199	189	189	226	221	256	
Ecuador	SI	SI	SI	304	210	215	196	160	SI	
Perú	176	185	192	205	238	239	276	270	365	

Bolivia: Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (EGEDA) 2015.

Colombia: Anuario Estadístico de Cine Colombiano, 2013, 2014 y 2015. Cinecolombia-Dirección de Cinematografía-Ministerio de Cultura, 2000-2007; SIREC-Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, 2008-2013; Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia, 2014-2015.

Ecuador: Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (EGEDA) 2013 (año 2010) 2014 (año 2011) 2015 (años 2012, 2013 y 2014)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 176: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE ESTRENOS NACIONALES POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	SI	11	8	SI	
Colombia	12	13	11	10	18	23	17	28	36	
Ecuador	SI	SI	SI	19	9	5	13	17	SI	
Perú	4	10	7	9	9	9	13	17	30	

Bolivia: Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (EGEDA) 2015.

Colombia: Anuario Estadístico de Cine Colombiano, 2013, 2014 y 2015. Cinecolombia-Dirección de Cinematografía-Ministerio de Cultura, 2000-2007; SIREC-Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura, 2008-2013; Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia, 2014-2015.

Ecuador: Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (EGEDA) 2015 (años 2012-2013-2014) 2013 (años 2010-2011)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015); Investigación desarrollada por Emilio Bustamante y Jaime Luna Victoria del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima (2016) y Red de Microcines del Grupo Chaski (2016).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 177: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE EXHIBIDORES EN ACTIVIDAD POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	5	6	8	10	
Colombia	52	48	18	48	54	54	53	49	45	
Ecuador	0	7	7	7	13	13	19	21	SI	
Perú	14	9	9	10	10	9	9	8	SI	

Bolivia: Ultracine

Colombia: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA), 2007-2012; Anuario Estadístico de Cine Colombiano, 2013, 2014 y 2015. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia (solo 2013, 2014 y 2015).

Ecuador: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 178: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE MÚLTIPLEX POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI									
Colombia	127	167	141	135	151	157	184	193	200	
Ecuador	SI	26	26	27	23	37	45	50	SI	
Perú	47	44	45	52	61	65	73	85	SI	

Bolivia: Sin fuente

Colombia: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA) (para el periodo 2007-2008); Anuario Estadístico de Cine Colombiano (para el periodo 2009-2015), 2015. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia.

Ecuador: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 179: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE SALAS DE CINE POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	51	53	76	91	
Colombia	491	580	541	587	647	698	815	879	935	
Ecuador	SI	176	176	184	200	225	300	302	SI	
Perú	291	291	299	346	396	425	474	555	554	

Bolivia: Ultracine

Colombia: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA) (para años 2007-2008); Anuario Estadístico de Cine Colombiano (para años 2009-2015), 2015. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia.

Ecuador: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 180: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE BUTACAS/SILLAS POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Colombia	82,511	119,635	108,359	100,850	122,712	131,522	151,562	161,168	170,764	
Ecuador	SI	18,142	18,142	19,900	SI	SI	43,471	50,282	SI	
Perú	60,743	58,835	60,485	69,311	78,545	84,639	93,395	108,931	SI	

Bolivia: Sin fuente de información.

Colombia: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA) (para años 2007-2008); Anuario Estadístico de Cine Colombiano (para años 2009-2015), 2015. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia.

Ecuador: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 181: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE ESPECTADORES POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	3,191,042	3,508,137	3,764,721	5,089,090	
Colombia	22,402,216	21,561,926	27,067,506	33,775,893	38,452,567	41,421,891	43,710,992	46,939,746	59,140,429	
Ecuador	SI	SI	7,935,240	14,000,000	11,000,000	14,000,000	10,797,443	12,831,716	SI	
Perú	16,473,204	18,546,814	22,243,733	22,910,021	29,582,043	31,082,015	34,197,452	38,651,907	SI	

Bolivia: Ultracine

Colombia: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA) (solo 2007); Anuario Estadístico de Cine Colombiano (para años 2008-2015), 2015. Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura de Colombia.

Ecuador: Observatorio Iberoamericano Audiovisual (OIA)

Perú: Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura; Cinedatos (2007-2014); César Díaz (2015).

SI: Sin información

**CUADRO N.º 182: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE CADENAS NACIONALES DE TELEVISIÓN ABIERTA - PRIVADA
POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2012-2014**

Países \ Años	2012	2013	2014
Bolivia	SI	SI	SI
Colombia	3	3	3
Ecuador	4	4	4
Perú	6	5	6

Bolivia: Sin fuente de información.

Colombia: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

Ecuador: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

Perú: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

SI: Sin información

**CUADRO N.º 183: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE CADENAS NACIONALES DE TELEVISIÓN ABIERTA - PÚBLICAS
POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2012-2014**

Países \ Años	2012	2013	2014
Bolivia	SI	SI	SI
Colombia	2	2	3
Ecuador	1	1	1
Perú	1	1	1

Bolivia: Sin fuente de información.

Colombia: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

Ecuador: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

Perú: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

SI: Sin información

**CUADRO N.º 184: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE TÍTULOS DE FICCIÓN IBEROAMERICANA
POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2012-2014**

Países \ Años	2012	2013	2014
Bolivia	SI	SI	SI
Colombia	13	9	11
Ecuador	45	55	52
Perú	27	39	46

Bolivia: Sin fuente de información.

Colombia: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2015

Ecuador: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2015

Perú: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2015

SI: Sin información

**CUADRO N.º 185: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
ÁREA ANDINA. SEGMENTO AUDIOVISUAL: TOTAL DE FICCIONES EXHIBIDAS
POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2012-2014**

Países \ Años	2012	2013	2014
Bolivia	SI	SI	SI
Colombia	49	52	48
Ecuador	105	111	109
Perú	101	107	106

Bolivia: Sin fuente de información.

Colombia: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

Ecuador: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

Perú: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

SI: Sin información

**CUADRO N.º 186: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE TÍTULOS NACIONALES INÉDITOS POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2010-2014**

Países \ Años	2010	2011	2012	2013	2014
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI
Colombia	34	22	16	27	15
Ecuador	5	4	8	17	10
Perú	SI	SI	13	15	15

Bolivia: Sin fuente de información.

Colombia: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2011-2012-2013-2014-2015

Ecuador: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2011-2012-2013-2014-2015

Perú: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2014-2015

SI: Sin información

**CUADRO N.º 187: ÁREA ANDINA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
NÚMERO DE TÍTULOS REPRISAS POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2011-2014**

Países \ Años	2010	2011	2012	2013	2014
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI
Colombia	SI	20	18	22	15
Ecuador	31	52	39	47	10
Perú	SI	61	53	45 ¹	15

Bolivia: Sin fuente de información.

Colombia: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2011-2012-2013-2014-2015

Ecuador: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2011-2012-2013-2014-2015

Perú: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2014-2015

Nota: 1/ Se incluyen en este caso las coproducciones inéditas

SI: Sin información

**CUADRO N.º 188: COLOMBIA - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA OFERTA EN LA PROGRAMACIÓN DE TV
POR AÑO SEGÚN GÉNERO, 2012-2014**

Países \ Años	2012	2013	2014
Información	10.8	10.8	10.4
Ficción	13.2	13.2	14.2
Entretenimiento	33.7	33.7	30.0
Religioso	0.2	0.2	0.2
Deporte	3.7	3.7	9.1
Educativo	5.1	5.1	5.1
Político	9.0	9.0	5.8
Otros	24.3	24.3	24.3

Colombia: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

**CUADRO N.º 189: ECUADOR - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA OFERTA EN LA PROGRAMACIÓN DE TV
POR AÑO SEGÚN GÉNERO, 2012-2014**

Países \ Años	2012	2013	2014
Información	19.5	23.6	18.8
Ficción	44.7	31.9	30.2
Entretenimiento	12.3	21.5	27.5
Religioso	2.0	2.4	2.1
Deporte	6.0	6.1	6.7
Educativo	2.9	5.5	5.5
Político	0.8	2.0	2.1
Otros	10.7	7.0	7.1

Ecuador: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015
Colombia: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

**CUADRO N.º 190: PERÚ - SEGMENTO AUDIOVISUAL:
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LA OFERTA EN LA PROGRAMACIÓN DE TV
POR AÑO SEGÚN GÉNERO, 2012-2014**

Países	Años	2012	2013	2014
	Información		24.5	27.0
Ficción		37.2	41.9	37.2
Entretenimiento		29.9	21.8	21.2
Religioso		0.3	0.7	0.7
Deporte		4.7	4.0	3.9
Educativo		3.0	1.8	1.1
Político		0.0	0.0	0.0
Otros		0.4	2.5	2.5

Perú: Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL), 2013-2015

**CUADRO N.º 191: ÁREA ANDINA - SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES:
NÚMERO DE TÍTULOS CON ISBN POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Bolivia		SI	SI	SI	SI	1,225	1,748	1,200	1,276
Colombia		SI	12,566	12,175	13,185	14,450	14,395	16,168	16,030	17,723
Ecuador		SI	SI	3,399	4,164	4,371	4,488	4,054	4,412	4,571
Perú		4,987	5,230	5,328	6,031	5,475	5,955	6,755	6,152	SI

Bolivia: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC)

Colombia: Registros Agencia ISBN - Cámara Colombiana del Libro

Ecuador: Cámara Ecuatoriana de Libro

Perú: Biblioteca Nacional del Perú - Dirección Ejecutiva de Depósito Legal, ISBN y Adquisiciones.

SI: Sin información

**CUADRO N.º 192: ÁREA ANDINA - SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES:
NÚMERO DE TÍTULOS IMPRESOS POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Bolivia		SI							
Colombia		SI	11,857	11,052	11,639	12,546	12,482	12,235	12,319	13,483
Ecuador		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Perú		4,928	5,179	5,305	6,006	5,323	5,840	6,496	5,769	SI

Bolivia: Sin fuente de información.

Colombia: Registros Agencia ISBN - Cámara Colombiana del Libro

Ecuador:

Perú: Biblioteca Nacional del Perú - Dirección Ejecutiva de Depósito Legal, ISBN y Adquisiciones.

SI: Sin información

**CUADRO N.º 193: ÁREA ANDINA - SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES:
TOTAL DE PRIMERAS EDICIONES CON REGISTRO ISBN
POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Colombia	SI	11,487	11,279	12,227	13,259	13,094	14,565	14,569	16,135	
Ecuador	SI	SI	2,460	2,854	3,152	3,157	3,127	3,368	3,723	
Perú	4,352	4,507	4,423	5,138	4,887	5,347	5,954	5,133	SI	

Bolivia: Sin fuente de información

Colombia: Registros Agencia ISBN - Cámara Colombiana del Libro

Ecuador: Cámara Ecuatoriana de Libro

Perú: Biblioteca Nacional del Perú - Dirección Ejecutiva de Depósito Legal, ISBN y Adquisiciones.

SI: Sin información

**CUADRO N.º 194: ÁREA ANDINA - SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES:
TOTAL DE REEDICIONES CON REGISTRO ISBN POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
Colombia	SI	1,079	896	958	1,191	1,301	1,603	1,461	1,588	
Ecuador	SI	SI	264	599	433	439	275	487	278	
Perú	635	723	905	893	588	608	801	1,018	SI	

Bolivia: Sin fuente de información

Colombia: Registros Agencia ISBN - Cámara Colombiana del Libro

Ecuador: Cámara Ecuatoriana de Libro

Perú: Biblioteca Nacional del Perú - Dirección Ejecutiva de Depósito Legal, ISBN y Adquisiciones.

SI: Sin información

**CUADRO N.º 195: ÁREA ANDINA - SEGMENTO LIBROS Y PUBLICACIONES:
TOTAL PRODUCCIÓN DE EJEMPLARES POR AÑO SEGÚN PAÍS, 2007-2015**

Países	Años									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Bolivia	SI									
Colombia	SI	32,603,131	30,336,833	28,010,402	27,858,904	29,850,182	23,463,158	23,836,729	24,364,794	
Ecuador	SI	SI	8,616,904	12,078,136	11,810,544	9,103,428	7,302,928	7,820,669	7,043,768	
Perú	61,272,826	66,493,097	46,719,318	34,493,263	34,478,418	59,633,045	54,773,996	25,271,443	SI	

Bolivia: Sin fuente de información

Colombia: Encuesta anual "Estadísticas del Libro en Colombia" - Cámara Colombiana del Libro

Ecuador: Cámara Ecuatoriana de Libro

Perú: Biblioteca Nacional del Perú - Dirección Ejecutiva de Depósito Legal, ISBN y Adquisiciones.

SI: Sin información

ESTADO PLURINACIONAL
DE BOLIVIA



MINISTERIO
DE CULTURAS
Y TURISMO



MINICULTURA



DANE
Para tomar decisiones



Ministerio
de Cultura
y Patrimonio



PERÚ

Ministerio de Cultura



CON EL APOYO DE:



OEA

Más derechos
para más gente



Fondo de Cooperación
para el Desarrollo