

LA DIMENSION ECONOMICA DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO EN ESPAÑA: ANALISIS NACIONAL, REGIONAL Y SECTORIAL

*M.^a Isabel García Gracia**
*Yolanda Fernández Fernández**
*José Luis Zofío Prieto**

Este artículo tiene como objetivo analizar la dimensión económica de un conjunto de actividades agrupadas bajo la denominación de industria de la cultura y el ocio desde tres perspectivas complementarias: nacional, regional y sectorial. Concretamente, el énfasis se pone en determinar el valor añadido generado por la industria y su contribución al producto interior bruto, así como mostrar su nivel de empleo y el porcentaje que éste representa sobre el número de asalariados de la economía.

Palabras clave: *economía de la cultura, economía del ocio, valor añadido, empleo, propiedad intelectual, análisis regional.*

Clasificación JEL: *A13, H50, L82, R12, Z10*

«[La ausencia de información] ... ilustra la terrible penuria de indicadores básicos en el campo de la cultura», Leo Goldstone (1999), *Informe Mundial sobre la Cultura*, UNESCO.

1. Introducción

El análisis de la cultura y el ocio desde una perspectiva económica presenta una relevancia creciente que ha dado origen a una disciplina propia dentro del análisis económico. La economía de la cultura supone un campo de estudio en el que conviven diversas concepciones de los bienes y servicios intercambiados de acuerdo a los principios de racionalidad que se le suponen a los

agentes económicos. Así, desde la aparición de clásicos como Baumol y Bowen (1966), se han planteado las particularidades que presenta la producción y el consumo de unos bienes y servicios que, o bien son definidos como obras de arte al caracterizarse por factores clave como su singularidad —su oferta es escasa mientras su demanda se manifiesta de forma colectiva sin presentar exclusión ni disminución en la cuantía disponible— y su valor institucional —debido al interés público que presentan al generar elevadas externalidades—, e.g. el *Guernica* de Picasso; o bien como mercancías al intercambiarse en mercados masivos donde la excelencia asociada a la creatividad, originalidad y vanguardismo no tiene cabida debido al riesgo que conlleva su financiación, e.g. la repetición de fórmulas con éxito en las listas de música o libros más vendidos. Sin embargo, tal como pone de manifiesto Frey (1994), el debate en torno a los efectos que tiene la comercialización sobre los valores mencionados es estéril

* Departamento de Análisis Económico: Teoría Económica e Historia Económica. Universidad Autónoma de Madrid.

desde el punto de vista económico que aquí nos ocupa. Existen justificaciones suficientes para analizar desde la financiación estatal de actividades de marcado carácter público, asociadas a manifestaciones elevadas o elitistas, como pueden ser las artes escénicas o musicales, hasta los hábitos populares de consumo masivo —que se derivan, precisamente, de la soberanía del consumidor— que coexisten con los primeros sin que les suponga perjuicio alguno al tener garantizada su viabilidad económica a través del mercado. De hecho, la definición adoptada en este estudio es amplia, abarcando actividades que podrían encuadrarse tanto dentro de conceptos intuitivos de cultura como de ocio, es decir, la industria de la cultura y el ocio.

Hoy en día y con especial énfasis en la última década, la economía de la cultura se está consolidando como un campo de investigación dinámico con publicaciones propias y congresos especializados que conllevan desarrollos científicos con creciente influencia en múltiples ámbitos¹. El presente artículo se enmarca dentro de esta tendencia al tener como objetivo establecer un marco de análisis que permita llenar el vacío existente en España con relación a la dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio. Se pretende abordar la contribución que ésta realiza a la riqueza nacional poniendo de manifiesto su creciente relevancia en términos del PIBpm y empleo ocupado, así como profundizar en estos agregados desde una doble vertiente: identificando su distribución regional por comunidades autónomas, y su distribución sectorial atendiendo a una propuesta de clasificación consensuada con las realizadas por organismos e instituciones interesados en la industria.

Así, se ofrece un conjunto de información homogénea, presentada desde diversas perspectivas pero manteniendo su coherencia y compatibilidad, con la esperanza de que se convierta en punto de referencia para el análisis económico de la industria y de futuras investigaciones relacionadas con ella.

¹ Véase, en el caso de las operaciones estadísticas, la reciente separación de la enseñanza del ocio, entretenimiento y cultura en los grupos de clasificación de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares realizada por el Instituto Nacional de Estadística, INE (1998), o las expectativas que genera la realización de una cuenta satélite que contemple estas actividades.

2. Delimitación de la industria y metodología

Delimitación del ámbito de las actividades culturales y de ocio

El análisis del sector cultural y de ocio desde una perspectiva económica exige, como punto de partida, especificar y delimitar los conceptos de cultura y ocio a fin de determinar el ámbito de sus actividades y, de esta forma, asociar adecuadamente estos términos con el de economía. Así, el concepto de cultura es complejo y susceptible de diferentes caracterizaciones (antropológica, social,...) que, en general, han tendido a excluir de forma sistemática los condicionantes económicos. Ahora bien, en los últimos años, estos condicionantes han presentado una influencia incuestionable sobre el desarrollo de la cultura y el ocio en España, habiendo alterado la noción tradicional que se tenía de estas actividades, su función social, concepción antropológica y relevancia política².

Estas consideraciones dificultan una definición concreta de la industria de la cultura y el ocio si bien, atendiendo a la literatura existente se ha adoptado la introducida por Bustamante y Zallo (1988): «Un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de bienes y servicios con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social».

Dado que, fundamentalmente, las iniciativas en el campo cultural y de ocio tienen su origen bien en el sector privado o bien

² Esta influencia, que se deriva de la lógica de mercado, presenta un doble sentido. En el lado positivo, la búsqueda del máximo beneficio económico ha permitido una mayor producción musical y audiovisual de origen nacional, cuyo reconocimiento ha dado origen a premios específicos como los *Amigo* o *Goya*. Sin embargo, cantidad no es sinónimo de calidad y así, en el lado negativo, destaca la reciente proliferación de programas audiovisuales, tanto de producción privada como pública, cuyo contenido se conoce de forma genérica como *televasura*, o la edición de *best-sellers* que compensan la ausencia de originalidad —reflejo de la creatividad asociada a cultura— con elevados gastos de promoción.

son provistas por el sector público, la delimitación y valoración económica de esta industria puede abordarse desde estas ópticas complementarias. Para delimitar el ámbito de las actividades culturales de mercado realizadas por el sector privado, y en ausencia de otro tipo de información oficial al respecto, se ha acudido a las fuentes fiscales, en concreto a la clasificación del Impuesto de Actividades Económicas (IAE). A partir de esta clasificación se han seleccionado un conjunto de unidades que constituyen el sector cultural y de ocio de ámbito privado, distinguiéndose, entre las actividades directas e indirectas, tres tipos básicos de actividades —véase su relación detallada en García, Fernández y Zofío (2000:19)—. Las denominadas tipo I (directas), son aquellas sujetas a *Copyright* y, por tanto, susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual; las de tipo II (indirectas), se asocian a la distribución de las creaciones culturales y de ocio y, finalmente, las actividades de tipo III (indirectas), representan vehículos de transmisión indispensables para los bienes y servicios culturales y de ocio.

En lo que se refiere a las actividades culturales de ámbito público, su delimitación exige considerar los distintos sectores institucionales que realizan estas actividades así como especificar el tipo de actividades que realizan. En este sentido, atendiendo a las competencias otorgadas por la Constitución Española, el sector público se diferencia en tres sectores: Estado, comunidades autónomas (CC AA) y corporaciones locales (CC LL). En lo que se refiere a la naturaleza de las actividades del sector público, de acuerdo con los criterios de Contabilidad Nacional, pueden diferenciarse dos grupos: sector público-administraciones públicas, que agrupa las actividades culturales que se corresponden con la provisión sin ánimo de lucro de bienes y servicios de un mercado carácter social, y el sector público empresarial, cuyas actividades se corresponden con un perfil mercantil, por lo que su valoración se realiza conjuntamente con la del sector privado al estar sujetas a tributación. En consecuencia, con relación a las actividades culturales realizadas por el sector público-administraciones públicas —función 45 dentro de la producción de bienes públicos de carácter social—, las fuentes de información utilizadas para abordar el análisis son

los presupuestos de las diversas administraciones: Estado, comunidades autónomas y corporaciones locales.

Metodología

La valoración económica del sector cultural, al igual que la del resto de los sectores de la economía, se realiza fundamentalmente a través de su comparación con el agregado del Producto Interior Bruto a precios de mercado (PIBpm) y el número total de asalariados, al ser estas magnitudes las que mejor representan la actividad macroeconómica desde un punto de vista colectivo y ser habitualmente utilizadas para medir el nivel de bienestar y crecimiento económico. En concreto, con relación a la primera de estas magnitudes y con objeto de evaluar la actividad económica del sector que nos ocupa y, así, su contribución al PIBpm, se han utilizado los enfoques metodológicos de la producción ó del valor añadido (sector privado) y de la renta (sector público).

En el *ámbito privado*, dado que los datos de Contabilidad Nacional que proporciona el Instituto Nacional de Estadística (INE) no ofrecen la suficientemente desagregación para abordar la medición del sector cultural, ha sido necesario utilizar la información fiscal que proporcionan las declaraciones-liquidaciones del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y las retenciones a cuenta sobre los rendimientos del trabajo. Estas declaraciones proporcionan una aproximación al proceso productivo desarrollado por cualquier empresa. A partir de los datos relativos a las actividades culturales y de ocio sujetas a tributación por IVA, y teniendo en cuenta las limitaciones planteadas por el uso de este tipo de información³, es posible reconstruir el valor

³ Nos referimos a las siguientes limitaciones: 1) Las empresas declarantes de IVA no agotan el universo empresarial, suponen en torno al 70 por 100. 2) La descomposición de la población de empresarios en colectivos homogéneos se realiza utilizando la actividad principal —es decir, aquella que genera mayores niveles de ventas—, consignada en la declaración de IVA, por lo que algunas de las actividades culturales o de ocio pueden presentarse agregadas en otras, más generales, que probablemente no tengan nada que ver con la cultura. 3) La fiabilidad de los datos fiscales está garantizada por la evolución y el progresivo perfeccionamiento del sistema

añadido generado por cada una de ellas por diferencia entre el valor de las ventas (V) y las compras corrientes (CC). Aplicando a las ventas los tipos correspondientes, se obtiene el IVA devengado que la empresa repercute a sus clientes ($IVAR$), y minorando de éste el valor de las cuotas deducibles soportadas en las compras ($IVAD$), se obtiene el saldo de IVA por declaración ($DIVA$), que puede ser positivo o negativo. Supuesto un único tipo impositivo de IVA (T), y en ausencia de inversión y de ventas exentas, la determinación del valor añadido sería directa: $VA = DIVA / T$.

Sin embargo, la determinación del valor añadido a partir de las declaraciones de IVA no es directa sino que plantea una serie de dificultades que exigen la utilización de algunas variables intermedias para poder estimarlo⁴. Denotando un determinado epígrafe o sector de actividad con s y al período anual considerado con t , estas variables son las siguientes:

- Tipo medio de ventas, TMV_t^s , que se define como el porcentaje que el IVA_t^s repercutido ($IVAR_t^s$) representa sobre la base imponible de las ventas: $TMV_t^s = IVAR_t^s / BI_t^s$
- Tipo medio de compras corrientes, $TMCC_t^s$, que refleja el porcentaje que el IVA_t^s soportado deducible ($IVAD_t^s$) representa sobre la base imponible de las compras corrientes: $TMCC_t^s = IVAD_t^s / BI_t^s$.

Estas variables se determinan a partir de las declaraciones de IVA del año 1997, ya que en este período sí se incluye el valor de las compras corrientes y de capital. A partir de estos cálculos se realizan las estimaciones necesarias para poder obtener el valor añadido del sector cultural y de ocio de ámbito privado para el

período considerado. Concretamente, la estimación de las ventas del régimen simplificado sería, $VRS_t^s = IVAR_t^s / TMV_t^s$ y las compras corrientes, $CC_t^s = IVAD_t^s / TMCC_t^s$. Aplicando esta metodología a todas las actividades seleccionadas y para cada año objeto de estudio se obtiene por agregación, el valor de las ventas y de las compras de ámbito privado y por tanto su valor añadido. Respecto al número de ocupados, éste se obtiene de forma directa a partir de las retenciones a cuenta sobre los rendimientos del trabajo.

Dentro del *ámbito público*, para determinar el VABpm generado por cada sector institucional: Estado, comunidades autónomas y corporaciones locales, hay que hacer uso conjunto de la clasificación funcional del gasto por funciones (programas) y capítulos. A partir de estas clasificaciones es posible determinar el VABpm en cultura teniendo en cuenta las correspondencias existentes entre la clasificación del gasto por capítulos para los distintos programas y las operaciones del SEC-95. Observando estas correspondencias se aprecia como el VABpm del sector público se aproxima a través de la remuneración de asalariados más el excedente bruto de explotación. Dado que, por definición, el sector público no tiene ánimo de lucro, esta última variable es igual al consumo de capital fijo. La remuneración de asalariados se corresponde con el gasto de personal recogido en el primer capítulo de la clasificación funcional del gasto, mientras que al consumo de capital fijo no se le asimila ningún gasto de los contemplados en dicha clasificación.

Con objeto de introducir esta última variable en los cálculos del VABpm, se ha extrapolado el peso global que el consumo de capital fijo tiene sobre el VABpm en cada uno de los sectores institucionales considerados. Estos pesos pueden obtenerse en cada año a partir de las estadísticas de la Contabilidad Nacional de España relativos a las cuentas de las Administraciones Públicas, INE (1999a). Dado un sector institucional s en el período t , su valor añadido es igual a la remuneración de asalariados más el consumo de capital fijo, $VABpm_t^s = RA_t^s + CCF_t^s$. La ponderación aplicable a la remuneración de asalariados resulta ser: $P_t^s = 1 + CCF_t^s / RA_t^s$. Así, el VABpm del sector público en actividades culturales y de ocio

de información en que se asienta la gestión y la inspección tributaria. Sin embargo, el posible nivel de fraude fiscal junto con el cumplimiento del secreto estadístico hacen que los datos considerados sean inferiores a los realmente generados.

⁴ Las principales dificultades planteadas son las siguientes: 1) El tipo de IVA no es único, hay tres diferentes siendo muy difícil discriminar para cada actividad las ventas y las compras deducibles a cada tipo de IVA. 2) Hasta el año 1997, en las declaraciones de IVA no se consignaba el valor de las compras y de las importaciones de terceros países, sino sólo las cuotas soportadas y deducidas por lo que para los años anteriores a 1997, las compras y las importaciones han de ser estimadas. 3) En las operaciones en régimen simplificado, las ventas no se consignan en la declaración y han de ser estimadas.

se obtiene ponderando su gasto de personal por el coeficiente representativo del peso p'_s que, para cada sector institucional, tiene el consumo de capital fijo sobre el valor añadido generado. Finalmente, en cuanto a la determinación del número de asalariados en el sector público se ha realizado extrapolando la estructura de personal de la Administración Central al conjunto de la administración territorial —partiendo del salario medio por empleado—.

3. La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio

Sin dudar del contenido social, político e ideológico de la cultura a través de sus plasmaciones concretas —que conforma un valor de uso que no le confiere el mercado—, la relevancia de las actividades culturales y de ocio desde una perspectiva económica se constata fácilmente sin más que observar la realidad y el entorno donde se desenvuelve el comportamiento humano, en el que la cultura es, en gran medida, un denominador común. En las sociedades actuales, la demanda creciente de productos culturales y de entretenimiento que forman parte de los hábitos de consumo de los ciudadanos, está siendo considerada, de forma genérica, como una mejora en su calidad de vida y, en última instancia, en un mayor grado de bienestar social.

Tradicionalmente, gran parte de las manifestaciones culturales han sido consideradas como actividades sociales sin cuota de mercado cuya provisión dependía, casi exclusivamente, del buen hacer de lo público y político. En nuestros días, es innegable la consideración de la cultura como sector productivo industrial en el que las actividades, en tanto que generadoras de bienes y servicios que se intercambian en mercados ordenados por los principios de la oferta y la demanda, compiten y obtienen una determinada cuota de los mismos. Es en este contexto donde la iniciativa privada adquiere un papel predominante, dejando al sector público la provisión de aquellas actividades con un marcado carácter social que no encuentra sustento en la demanda de mercado. Esta relevante dimensión económi-

ca se fundamenta en el estudio realizado por García, Fernández y Zofio (2000), cuya síntesis se recoge a lo largo de los siguientes epígrafes.

Ventas y valor añadido bruto, VABpm⁵

El Cuadro 1 muestra la evolución de las principales variables monetarias relacionadas con la producción de bienes y servicios culturales y de ocio: ventas y valor añadido. Esta última variable permite determinar en última instancia, y de acuerdo a la metodología ya expuesta, la aportación de la industria objeto de análisis al proceso productivo nacional, es decir al PIBpm, indicador ampliamente utilizado en el análisis económico para establecer la importancia de cualquier actividad productiva.

En primer lugar, se observa cómo las ventas muestran un comportamiento claramente expansivo, elevándose su valor hasta los nueve billones de pesetas corrientes en 1997 (5,5 billones en pesetas constantes de 1986), de forma que en el período analizado presentan un crecimiento acumulado del 83,1 por 100 en términos corrientes (55,3 por 100 en pesetas constantes)⁶. Esta evolución sitúa al sector cultural y de ocio entre uno de los más dinámicos de nuestra economía pudiéndose anticipar, de extrapolar su tendencia, una mayor expansión en el futuro dada la demanda potencial aún no satisfecha plenamente por el mercado.

Atendiendo a la distribución de las ventas totales de la industria entre los tres tipos de actividades considerados en el estudio, el mayor peso relativo corresponde a las actividades indirectas relacionadas con la distribución de estos bienes y

⁵ Aparte de las variables relativas a ventas, VABpm y número de asalariados, las fuentes estadísticas disponibles permiten obtener información adicional relativa a las retribuciones de asalariados, el gasto público y los intercambios con el exterior: exportaciones e importaciones.

⁶ Con objeto de expresar las ventas en pesetas constantes (Base 86) se ha empleado el índice de precios al consumo de enseñanza, esparcimiento y cultura elaborado por el INE. Con relación al VABpm se ha calculado un deflactor ponderado con base en los de la Contabilidad Nacional según el peso que los distintos epígrafes de actividades culturales considerados en el estudio tienen en las distintas ramas de actividad (productos industriales y servicios destinados a la venta), INE (1999a).

CUADRO 1
EVOLUCION DE LAS VENTAS Y EL VABpm DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO.
(En millones de pesetas corrientes y constantes. Base 1986)

		1992	1993	1994	1995	1996	1997
Millones de pesetas							
Ventas.....	Pesetas corrientes	4.951.189	5.181.708	6.182.437	6.920.509	7.922.309	9.066.350
	Pesetas constantes ₈₆	3.545.572	3.533.057	4.075.642	4.375.638	4.895.123	5.507.323
VABpm	Pesetas corrientes	1.766.251	1.445.425	1.615.016	1.971.539	2.296.720	3.281.950
	Pesetas constantes ₈₆	1.243.607	963.144	1.046.946	1.227.924	1.396.798	1.971.712
VABpm privado	Pesetas corrientes	1.576.680	1.245.360	1.415.716	1.738.666	2.043.264	3.020.148
	Pesetas constantes ₈₆	1.129.069	849.127	933.282	1.099.308	1.262.514	1.834.578
VABpm público.....	Pesetas corrientes	189.571	200.065	199.300	232.873	253.456	261.802
	Pesetas constantes ₈₆	114.538	114.017	113.665	128.616	134.284	137.134
Porcentaje							
VAB/PIBpm	Pesetas corrientes	2,99	2,37	2,49	2,83	3,11	4,21
	Pesetas constantes ₈₆	3,10	2,43	2,58	2,94	3,27	4,46
VAB Priv/PIBpm.....	Pesetas corrientes	2,67	2,04	2,18	2,49	2,77	3,88
	Pesetas constantes ₈₆	2,81	2,14	2,30	2,64	2,96	4,15
VAB Púb/PIBpm.....	Pesetas corrientes	0,32	0,33	0,31	0,33	0,34	0,34
	Pesetas constantes ₈₆	0,29	0,29	0,28	0,31	0,31	0,31

FUENTE: GARCIA, FERNANDEZ y ZOFIO (2000), AEAT (Agencia Tributaria), MEH, INE.

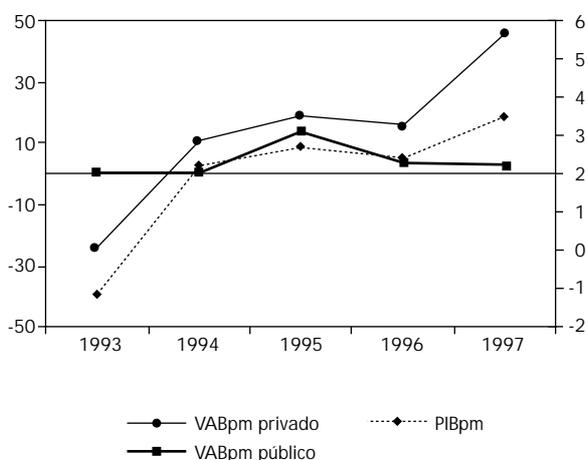
servicios al superar, en promedio, el 65 por 100 de porcentaje de participación. A continuación figuran las actividades directas susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual con una participación del 23 por 100, mientras que el 12 por 100 restante corresponde a aquellas relacionadas con la fabricación de medios físicos necesarios para la materialización de las actividades culturales y de ocio.

En segundo lugar, en lo referente a la riqueza o valor añadido total generado por el sector, éste sobrepasó en 1997 los tres billones de pesetas corrientes. Si bien esta cifra es importante en sí misma, más significativa es aún su evolución con un crecimiento del 85,8 por 100 en pesetas corrientes a lo largo del período (58,5 por 100 en pesetas constantes), destacando sin duda la primacía de la iniciativa privada frente a la pública. En efecto, los resultados confirman que ya en 1993 el sector privado generaba más del 86 por 100 del valor añadido

total elevándose este porcentaje hasta el 92 por 100 en 1997. Por el contrario, la participación del sector público disminuye alcanzando su participación mínima de un 8 por 100 en este último año.

Analizando la evolución del VABpm de la industria de la cultura y el ocio por ámbitos de actividad, privado y público, se ponen de manifiesto dos cuestiones: la primera, el comportamiento procíclico del VABpm de las actividades culturales privadas respecto al PIBpm de la economía, en contraposición al comportamiento seguido por el VABpm del sector público; la segunda, que las variaciones del PIBpm tienen un efecto multiplicador sobre la generación del VABpm o, en otros términos, que las actividades culturales privadas presenta una elevada elasticidad-renta ante los cambios cíclicos de la economía, sensibilidad que no se manifiesta en la actividad pública. Ambas cuestiones se reflejan en el Gráfico 1.

GRAFICO 1
CRECIMIENTO DEL VAB EN EL SECTOR DE LA CULTURA*



* Tasas de variación interanual del VABpm privado, público y del PIBpm. Pesetas constantes (Base 1986), %.

FUENTE: GARCIA, FERNANDEZ y ZOFIO (2000): AEAT (Agencia Tributaria), MEH, INE.

Así, se observa que en 1993 la economía española experimenta una crisis generalizada con una caída en el PIBpm del -1,2 por 100 en términos reales (escala secundaria). Esta crisis fue sensiblemente acusada por las actividades culturales privadas cuyo valor añadido experimentó una reducción del -24,8 por 100 (escala primaria). Sin embargo, el valor añadido público apenas sufrió retroceso alguno al situarse su tasa de variación en el -0,45 por 100 (escala secundaria). En 1997, por el contrario, el comportamiento de la economía española fue particularmente expansivo creciendo incluso por encima de la media de los países de la Unión Europea, lo que se vio reflejado y potenciado en las actividades culturales y de ocio privadas cuyo valor añadido aumentó en un 45,3 por 100 en pesetas constantes frente a la tasa del 2,1 por 100 que presenta el sector público.

En tercer y último lugar, contrastando los resultados anteriores con el conjunto de la actividad económica nacional, es posible determinar la contribución de la Industria de la Cultura y

el Ocio al PIBpm, así como su evolución a lo largo del periodo. En 1992 la aportación de esta industria a la producción nacional fue de un 3,1 por 100 en términos constantes, alcanzando un 4,5 por 100 en 1997 —correspondiendo la contribución del sector privado al 4,2 por 100 frente al 0,3 por 100 del sector público—.

Desagregando estas contribuciones, y en lo que se refiere al sector privado, se constata nuevamente la primacía de las actividades indirectas relacionadas con la distribución de bienes y servicios culturales con una participación en el PIBpm del 2,64 por 100 en 1997; le siguen aquellas actividades directas susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual con un 1,13 por 100, mientras el 0,43 por 100 restante corresponde a aquéllas relacionadas con la fabricación de medios físicos necesarios para la materialización de las actividades culturales y de ocio. En el ámbito público se aprecia un alto nivel de heterogeneidad entre los distintos sectores institucionales. En este sentido, cabe señalar que la aportación de la Administración Territorial es del 0,28 por 100 correspondiendo al Estado el 0,05 por 100 restante. Esta situación pone de manifiesto la relevancia creciente que van adquiriendo las Comunidades Autónomas en detrimento del Estado con motivo de la transferencia de competencias y su reflejo en los procesos de descentralización del gasto público.

El mercado laboral

La evolución creciente de las ventas y del valor añadido ha de tener, lógicamente, su fiel reflejo en las variables que caracterizan el mercado de trabajo. El Cuadro 2 muestra la evolución del número de empresas y de asalariados implicados en estos procesos productivos, así como sus respectivas participaciones en el total de empresas y asalariados de la economía.

En lo que se refiere al número de empresas, la importancia de esta variable radica en que es determinante de la demanda de trabajo y juega un papel fundamental en el proceso de desarrollo del sector y, en última instancia, de la economía. Desde 1993 su evolución presenta una tendencia claramente expansiva con

CUADRO 2

EVOLUCION DEL NUMERO DE EMPRESAS Y ASALARIADOS DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA
Y EL OCIO Y SU PARTICIPACION EN EL CONJUNTO DE LA ECONOMIA
(En %)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Cultura						
Número						
Empresas	67.166	80.929	84.854	85.709	89.871	92.642
Asalariados totales.....	562.769	573.487	619.210	656.294	693.915	758.510
Asalariados privados	516.569	527.333	573.075	608.452	642.139	702.156
Asalariados públicos.....	46.200	46.154	46.135	47.842	51.776	56.354
Participación de la cultura sobre la economía (%)						
Porcentaje						
Empresas	n.d.	3,68	3,69	3,59	3,69	3,74
Asalariados totales.....	6,20	6,60	7,18	7,34	7,47	7,81
Asalariados privados	5,69	6,07	6,64	6,80	6,92	7,23
Asalariados públicos.....	0,51	0,53	0,53	0,53	0,56	0,58

FUENTE: GARCIA, FERNANDEZ y ZOFIO (2000), AEAT (Agencia Tributaria), MEH, INE.

un crecimiento acumulado del 14,5 por 100, valor superior en dos puntos porcentuales al crecimiento que ha experimentado el número total de empresas de la economía. Esta evolución, paralela al conjunto de la actividad económica, revela la posición consolidada del sector, contribuyendo así a una mejora de las expectativas empresariales lo que redundará, en última instancia, en un mayor volumen de empleo.

El análisis desagregado de la evolución del número de empresas por tipos de actividad muestra cambios significativos en la estructura y en el grado de concentración empresarial, por lo que la participación relativa de cada uno de ellos en el conjunto de empresas del sector se ha visto alterada sustancialmente, véase García *et al.* (2000). En este sentido, a lo largo del período se constata que el número de empresas que desarrollan las actividades directas relacionadas con los procesos generadores de derechos de propiedad intelectual presenta el mayor crecimiento: 43,2 por 100. En contraposición, aquellas otras empresas relacionadas con la distribución crecieron tan solo a una tasa del 3,4 por 100. Por tanto, y pese a que éstas últimas siguen concentrando el mayor número de empresas del sector, en conso-

nancia con las ventas, su peso relativo ha disminuido. Mientras en 1993 representaban el 71,2 por 100 del número total de empresas del sector cultural y de ocio, en 1997 alcanzan el 64,4 por 100. Por el contrario, el peso relativo de las primeras ha aumentado significativamente alcanzando en 1997 un porcentaje del 33,4 por 100. Finalmente, la participación de las empresas cuyas actividades están relacionadas con la fabricación de medios físicos necesarios para la materialización de las actividades culturales y de ocio se ha mantenido estable en torno al 1,2 por 100.

Por otra parte, con el fin de evaluar la importancia relativa del sector desde la perspectiva de generación de empleo, es importante contrastar la evolución del número de empresas culturales y de ocio respecto de aquella del conjunto de la actividad económica. Los resultados muestran que la participación de las empresas del sector alcanza el 3,7 por 100 del total de la economía, mostrando una gran estabilidad a lo largo del período. Respecto de otros sectores productivos, esta participación es significativa y su estabilidad pone de manifiesto el dinamismo continuado del sector en el ámbito empresarial.

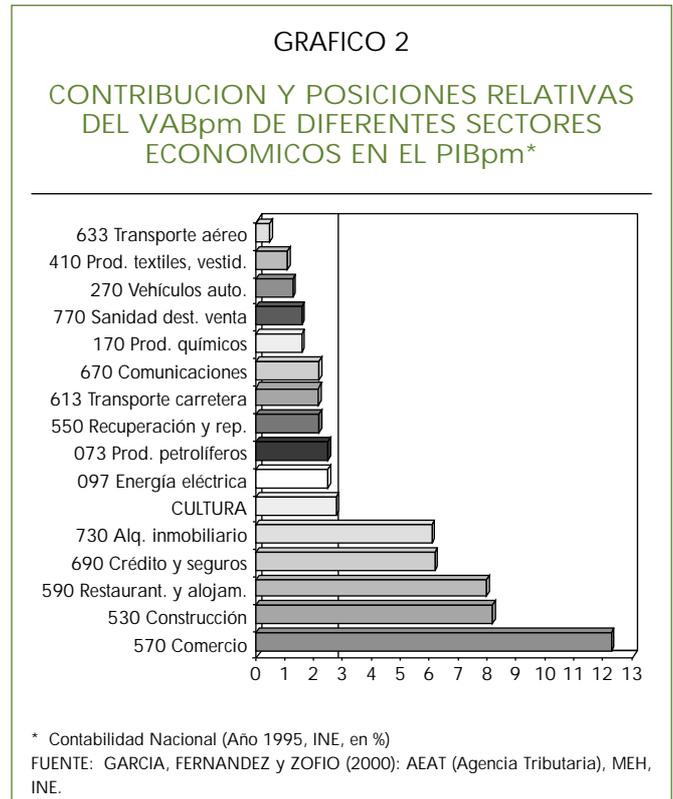
En cuanto al número de asalariados que ocupa la Industria de la Cultura y el Ocio (sector privado y público), éste se elevó desde los 562.769 individuos en 1992 hasta los 758.510 en 1997, con un crecimiento a lo largo de este período del 34,8 por 100 — muy superior al experimentado por los asalariados del conjunto de la economía, que aumentó en un 6,9 por 100 en este mismo período—.

Respecto a la participación porcentual del empleo asalariado sobre el número total de asalariados de la economía, ésta ha aumentado de un 6,2 por 100 en 1992 a un 7,8 por 100 en 1997. Destaca la importante contribución del sector privado que representa el 5,7 por 100 en 1992 y alcanza el 7,2 por 100 en 1997. Estas cifras contrastan con el escaso peso del sector público cuya participación se sitúa en promedio en un 0,5 por 100.

Comparaciones sectoriales en el ámbito nacional

La discusión realizada hasta el momento revela la importancia económica de la Industria de la cultura y el ocio respecto al conjunto de la actividad económica de España. Así, en promedio para el período analizado, la participación de las actividades culturales tanto privadas como públicas se sitúa en el 3,1 por 100 del PIBpm en pesetas constantes, alcanzando en 1997 un porcentaje del 4,5 por 100. Esta participación debe ser comparada con otras ramas o sectores de actividad (Gráfico 2) con objeto de poner de manifiesto su posición e importancia relativa como actividad generadora de riqueza nacional.

De acuerdo con los datos de la Contabilidad Nacional de España (CNE), publicados por el Instituto Nacional de Estadística en el último año disponible, 1995, el sector con mayor participación en el PIBpm es el Comercio, con un peso superior al 12 por 100. En segunda posición se encuentra la Construcción que representa en torno al 8 por 100, situándose la Industria de la Cultura y del Ocio en una sexta posición, superando a sectores tan significativos dentro de la economía como son: Energía eléctrica, Productos petrolíferos, Vehículos automóviles, Productos textiles o los Transportes.



Una cuestión importante a destacar de este análisis comparativo es que se trata de una aproximación, ya que la contribución de la Industria de la Cultura al PIBpm se ha estimado a través de fuentes fiscales al no estar recogido su VABpm en la CNE — a diferencia del resto de los sectores considerados—. Esto implica que el colectivo empresarial comparado no es homogéneo, siendo inferior en el caso de la cultura y el ocio, por lo que existe un sesgo a la baja en su aportación respecto al resto de los sectores considerados por la CNE. En consecuencia, utilizando las fuentes fiscales publicadas por el Instituto de Estudios Fiscales para todos los sectores con objeto de comparar datos homogéneos, se constata que la Industria de la Cultura y el Ocio avanza hasta la cuarta posición⁷.

⁷ En general, las diferencias observadas tanto en las contribuciones al PIBpm como en sus posiciones se deben principalmente al colectivo empresarial contemplado en cada una de las fuentes estadísticas. En las

Podemos concluir así que, con las cautelas lógicas que se derivan de la metodología y fuentes estadísticas utilizadas, la industria de la cultura y el ocio se encuentra entre las seis primeras actividades productivas en España, poniendo de manifiesto la atención preferente que, con objeto de favorecer su desarrollo potencial, debe recibir por parte de la sociedad y, muy especialmente, en términos de la política cultural ha desarrollado por las administraciones públicas.

La industria de la cultura y el ocio en el ámbito internacional

Las actividades culturales y de ocio, a diferencia de otras industrias, han sido una de las menos analizadas desde el punto de vista económico tanto en España como en otros países. Solo en la última década ha surgido un cierto interés por determinar su repercusión económica y, en consecuencia, los estudios disponibles en este campo son escasos.

Las investigaciones recientes más significativas sobre este tema en otros países se encuentran en el informe *Copyright Industries in the U.S. Economy*, realizado en los EEUU por Economists Incorporated (1999) y *The Creative Industries Mapping Document*, realizado en el Reino Unido por el grupo asesor gubernamental denominado Creative Industries Task Force (1998). La revisión de estos trabajos permite comparar los resultados obtenidos para la economía española con los de estos países (Cuadro 3), destacando aquellos más representativos como son la contribución al PIBpm y la participación en el empleo nacional.

Centrándonos en España y los EEUU dado que en el Reino Unido sólo se dispone de cifras relativas a 1995, se observan dos cuestiones significativas. En primer lugar, se constata que en ambos países la Industria de la Cultura y el Ocio cobra una importancia creciente al aumentar de forma continuada su parti-

fuentes fiscales este colectivo es menor que en Contabilidad Nacional en cuanto que aquéllas sólo recogen los datos de los declarantes del Impuesto sobre el valor añadido en el territorio fiscal común.

CUADRO 3
CONTRIBUCIONES DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO AL PIBpm Y AL EMPLEO NACIONAL DE LAS DIFERENTES ECONOMIAS (En %)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
PIBpm						
España.....	3,10	2,43	2,58	2,94	3,27	4,46
EE UU	5,62	5,45	5,51	5,62	5,68	6,53
Reino Unido	n.d.	n.d.	n.d.	4,00	n.d.	n.d.
Empleo						
España.....	6,20	6,60	7,18	7,34	7,47	7,81
EE UU	4,72	4,77	4,81	5,02	5,15	5,30
Reino Unido	n.d.	n.d.	n.d.	5,00	n.d.	n.d.

FUENTE: GARCIA, FERNANDEZ y ZOFIO (2000), ECONOMISTS INCORPORATED (1999), CREATIVE INDUSTRIES TASK FORCE (1998).

cipación en el PIBpm desde 1992 hasta 1997. Así, en España se eleva desde el 3,10 por 100 al 4,46 por 100 y en EEUU del 5,62 por 100 al 6,53 por 100. La excepción la constituye el año 1993 cuando la crisis económica generalizada afectó sensiblemente a las actividades culturales —corroborando su elevada elasticidad-renta—. En segundo lugar, y a pesar de la mayor contribución al PIBpm observada en EEUU, hay que destacar el mayor ritmo de crecimiento de esta industria en la economía española, cuya participación en el PIBpm ha experimentado desde 1992 a 1997 un crecimiento interanual medio del 7,6 por 100 frente al 3 por 100 observado en la economía americana. Se puede concluir que, de mantenerse esta tendencia, podría alcanzarse una convergencia entre ambos resultados.

En cuanto al empleo, las posiciones se invierten, es decir, la participación del empleo cultural en el total nacional supone el 6,20 por 100 en 1992 y un 7,81 por 100 en 1997 en España, lo que supone un crecimiento interanual medio del 4,7 por 100. En EEUU este porcentaje se eleva desde el 4,72 por 100 a un 5,15 por 100 con un crecimiento interanual medio igual al 2,1 por 100. Estos datos, conjuntamente con los anteriores, revelan la desigual estructura productiva del sector cultural y de ocio en

ambos países, mucho más intensiva en factor trabajo en España que en EEUU, donde predomina el factor capital y se observan valores superiores de productividad aparente del trabajo. En todo caso, es necesario precisar que esta comparación ha de tomarse con cierta cautela puesto que tanto la delimitación de las actividades culturales como las fuentes de información no son homogéneas, (véase García *et al.*, 2000).

En definitiva, del análisis comparativo internacional se constata, en primer lugar, la importancia económica de la industria de la cultura y el ocio en los diferentes países, mostrando participaciones significativas al PIBpm y empleo nacional y en crecimiento continuo. En segundo lugar, debe destacarse que teniendo en cuenta la escala relativa de las economías, la posición que ocupa la industrial cultural y de ocio en España no se aleja de aquélla que ocupan en otros países considerados baluartes del progreso económico en general, y del cultural en particular.

4. La dimensión regional de la industria de la cultura y el ocio

El protagonismo creciente de las industrias culturales y de ocio en el crecimiento y en el empleo de la economía ha quedado patente en la sección anterior. Ahora bien, detrás de estas cifras agregadas se esconde una elevada heterogeneidad regional que pone de relieve la disparidad de desarrollo que se alcanza cuando se introduce en el análisis una dimensión espacial. En España, las diversidades regionales tanto en términos de estructuras productivas como de desequilibrios de renta resultan evidentes. De hecho, es manifiesto como la actividad productiva del país se concentra en escasas áreas geográficas. Concretamente, en las zonas del arco mediterráneo, el eje del Ebro y la Comunidad de Madrid.

Esta situación de desigualdad territorial caracterizada en términos genéricos, y su evolución reciente, que augura la ausencia de alteraciones en un futuro próximo, es extensible al conjunto de actividades económicas relacionadas con la industria de la cultura y el ocio como así lo constatan los

resultados presentados en el Cuadro 4. Dentro de esta disparidad en lo referente a la distribución territorial de las ventas totales en bienes y servicios culturales y de ocio, destaca el papel de liderazgo que ejercen las Comunidades Autónomas de Madrid y Cataluña, cuyos porcentajes de participación representan conjuntamente un 77,7 por 100 del volumen total. Si además se tiene en cuenta la aportación de la Comunidad Valenciana, tercera en orden de importancia, este porcentaje se eleva hasta el 84 por 100. Respecto de otras Comunidades es destacable el dinamismo que están adquiriendo las actividades culturales en Castilla y León, Castilla-La Mancha y Andalucía, ya que aunque sus ventas son relativamente escasas en valores absolutos, sin embargo, éstas registran entre 1993 y 1997 unos crecimientos superiores a la media nacional —situada en el 15 por 100—, e incluso superan a la presentada por la comunidad catalana.

En cuanto al VABpm generado en 1997, que en el ámbito nacional supera los 3,2 billones de pesetas corrientes, se evidencia al igual que en las ventas la primacía de las Comunidades de Madrid y Cataluña con un porcentaje de participación conjunto en el valor añadido que supera el 70 por 100. Esta cuota apenas si sufre variaciones a lo largo del lustro considerado, por lo que se puede deducir que la concentración de la actividad existente es elevada. En todo caso, es importante resaltar que en la totalidad de las Comunidades Autónomas el crecimiento del valor añadido cultural y de ocio es sensiblemente superior al que ha experimentado la actividad económica en general, es decir al del PIBpm regional.

Desagregando estos resultados por ámbitos de actividad, privado y público, se constata el peso creciente que la actividad privada está adquiriendo frente a la pública. Así, en la mayoría de las Comunidades Autónomas, alrededor del 85-90 por 100 de su valor añadido cultural se debe a la iniciativa privada, frente al 15-10 por 100 restante que responde a la iniciativa pública. Dentro de estos rangos de variación, en las regiones con menor grado de desarrollo se revela una gran dependencia del presupuesto público para promover actividades culturales y de ocio mientras que, por el contrario, en las

CUADRO 4
VARIABLES RELEVANTES DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO
POR COMUNIDADES AUTONOMAS, 1997
(En millones de pesetas)

CC AA	Variables	Ventas		VABpm		VABpm s/PIBpm (%)		Empresas		Asalariados		Asalariados s/asal. totales				
				VABpm privado	VABpm público	VABpm privado	VABpm público			Asalariados privados	Asalariados públicos	Asal. privados	Asal. públicos			
		Part. (%)	Part. (%)**	Part. (%)**	Part. (%)**	Part. (%)	Part. (%)**	Part. (%)**								
Andalucía	406.229	4,5	155.690	79,8	39.436	20,2	1,50	0,38	12.745	13,8	60.139	87,5	8.571	12,5	4,19	0,60
Aragón	177.493	2,0	68.939	95,7	3.114	4,3	2,63	0,12	2.754	3,0	16.107	96,0	672	4,0	5,32	0,22
Asturias	92.629	1,0	37.995	92,7	3.002	7,3	1,96	0,15	2.125	2,3	10.215	94,4	603	5,6	4,67	0,28
Baleares.....	101.849	1,1	44.517	93,3	3.192	6,7	2,27	0,16	2.600	2,8	15.546	95,8	681	4,2	7,03	0,31
Cantabria	38.308	0,4	18.734	90,6	1.948	9,4	1,86	0,19	1.063	1,1	4.970	92,2	420	7,8	4,26	0,36
Castilla y León.....	157.851	1,7	60.252	85,8	9.978	14,2	1,28	0,21	4.581	4,9	31.888	93,7	2.155	6,3	6,12	0,41
Castilla-La Mancha.....	102.425	1,1	41.143	85,9	6.766	14,1	1,48	0,24	2.892	3,1	11.408	88,7	1.454	11,3	3,20	0,41
Cataluña.....	2.673.294	29,5	808.597	95,7	36.735	4,3	5,33	0,24	22.922	24,7	196.552	96,2	7.800	3,8	11,18	0,44
Extremadura	32.881	0,4	14.094	80,3	3.458	19,7	0,96	0,24	1.689	1,8	5.576	88,3	742	11,7	2,75	0,37
Galicia	210.682	2,3	88.334	82,0	19.438	18,0	2,05	0,45	4.895	5,3	26.551	86,1	4.272	13,9	4,69	0,75
Madrid	4.369.940	48,2	1.411.540	98,4	23.193	1,6	11,22	0,18	20.275	21,9	246.861	98,1	4.895	1,9	16,59	0,33
Murcia.....	71.925	0,8	30.024	92,9	2.308	7,1	1,61	0,12	2.078	2,2	10.077	95,4	490	4,6	3,66	0,18
Rioja.....	23.540	0,3	9.320	90,3	996	9,7	1,61	0,17	651	0,7	2.922	93,0	218	7,0	4,68	0,35
Valencia	565.890	6,2	218.664	90,0	24.164	10,0	2,92	0,32	11.311	12,2	61.732	92,2	5.254	7,8	6,04	0,51
Resto CC AA*	41.416	0,5	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	61	0,0	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
España	9.066.350	100,0	3.020.148	92,0	219.783	8,0	3,88	0,28	92.642	100,0	702.156	92,6	47.293	7,4	7,23	0,49

* La información fiscal relativa a las comunidades autónomas de Canarias, País Vasco y Navarra resulta parcial debido al régimen especial o foral de dichas comunidades.

** Los porcentajes de participación se calculan sobre el valor añadido bruto y número de asalariados de cada comunidad autónoma.

FUENTE: GARCIA, FERNANDEZ y ZOFIO (2001), AEAT (Agencia Tributaria), MEH, INE, FUNCAS.

regiones más desarrolladas su presencia resulta prácticamente testimonial. En este sentido, la participación pública en el VABpm total viene encabezada por Extremadura seguida de Andalucía, mientras que en el extremo opuesto se encuentran Cataluña y Madrid. Por otra parte, los análisis realizados con relación a la distribución del VABpm público cultural entre los distintos sectores institucionales que componen la Administración Territorial: Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales, muestran el proceso de asunción competencial de las primeras —con sus consiguientes cesiones y transferencias económicas desde el Estado—, al aumentar de forma progresiva su cuota de participación en detrimento de aquella de las Corporaciones Locales.

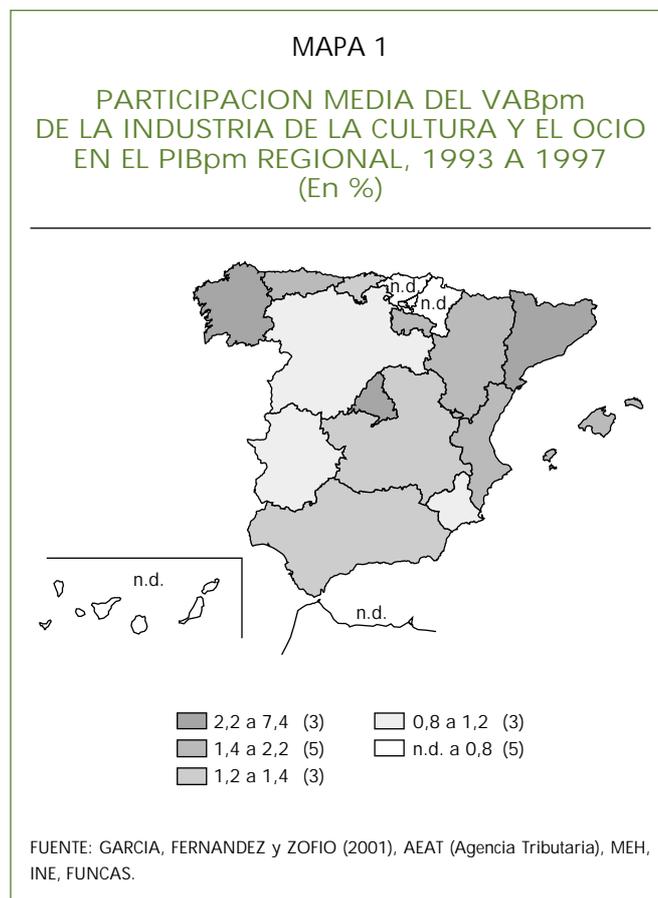
En términos de la participación del VABpm cultural en el PIBpm regional, y como cabría esperar a tenor de los resultados anteriores, se evidencia una elevada variabilidad tanto a escala regional como por ámbitos de actividad. En 1997, y atendiendo en primer lugar al ámbito privado, son de nuevo Madrid, Cataluña y Valencia las Comunidades que lideran los porcentajes de participación con unos valores respectivos del 11,2 por 100, 5,3 por 100 y 2,9 por 100 de su PIBpm regional. Los valores inferiores corresponden a las Comunidades de Extremadura, Castilla y León, Andalucía y Murcia con unos porcentajes en torno al 1 por 100. En el ámbito público, si bien las aportaciones son reducidas en general, las posiciones de participación por Comunidades se invierten claramente. Adi-

cionalmente, el Mapa 1 muestra el peso porcentual promedio en el período de 1993 a 1997 del VABpm cultural sobre el conjunto de la actividad económica. De nuevo se evidencia una elevada variabilidad regional, correspondiendo los valores máximos con Madrid y Cataluña con unos promedios respectivos del 7,4 por 100 y 4,3 por 100, seguidos de Galicia, 2,3 por 100 y Valencia y Aragón con un 2,2 por 100.

Las regiones más dinámicas son aquellas donde la actividad cultural adquiere mayor importancia respecto a su actividad económica global, lo cual es comprensible ya que en estas áreas se concentra la actividad relacionada con el sector servicios, que es donde se engloban la mayor parte de las actividades culturales y de ocio. Al contrario, en aquellas Comunidades donde los sectores primario y secundario tienen mayor peso las actividades culturales y de ocio muestran escasa importancia.

En lo que respecta al número de empresas, que para el conjunto del territorio nacional en 1997 supera los 92.000 establecimientos con un crecimiento interanual medio desde 1993 del 3,4 por 100, destacan por el dinamismo en su creación las Islas Baleares y Madrid, con crecimientos superiores a la media nacional que se sitúan en torno al 5 por 100, mientras que los menores crecimientos se observan en Murcia y Asturias con valores cercanos al 1 por 100. En el resto de Comunidades la creación de empresas se sitúa en la media nacional. Respecto a la distribución territorial del número de empresas, se comprueba que la mayor densidad empresarial se encuentra en Cataluña, con un porcentaje de participación sobre el número de empresas culturales del 24,7 por 100, seguida de Madrid con el 21,9 por 100. El resto de Comunidades, a excepción de Andalucía, 13,8 por 100, y Valencia, 12,2 por 100, no superan el 10 por 100.

La distribución del número de asalariados involucrados en actividades culturales y de ocio, que supera en España los 750.000 individuos en 1997, muestra por ámbitos de actividad una clara primacía del sector privado al ascender su participación en el conjunto nacional al 92,6 por 100. Este porcentaje es superior en las regiones más dinámicas, destacando



Cataluña y Madrid, mientras que Extremadura, Galicia, Castilla-La Mancha y Andalucía presentan valores inferiores a esta media nacional, observándose en la última de estas Comunidades, una reducción a lo largo del periodo a favor de los asalariados públicos. Estos datos delatan el papel del sector público en el desarrollo y promoción cultural de estas Comunidades.

Respecto a la distribución territorial del empleo asalariado cultural, la Comunidad de Madrid presenta el porcentaje de participación más elevado con el 33,6 por 100, seguida de Cataluña con un 27,3 por 100 y de Andalucía y Valencia con valores cercanos al 9 por 100. Es decir, estas cuatro Comunidades Autónomas alcanzan conjuntamente el 80 por 100 del total de asalariados ocupados en actividades culturales y de ocio. Con-

siderando los datos de participación de estas cuatro comunidades en el número total de asalariados de la economía, que alcanza el 58,7 por 100 —INE (1999b)—, se constatan claramente las disparidades territoriales existentes en España, tanto en lo que se refiere a la actividad económica global como a la producción de bienes y servicios culturales y de ocio, si bien en este último caso las desigualdades son aún más significativas.

En cuanto a la participación de los asalariados culturales en el empleo regional, los resultados indican que la máxima participación se alcanza en las comunidades autónomas de Madrid y Cataluña, con unos valores respectivos en 1997 del 16,9 por 100 y 11,6 por 100, sensiblemente superiores a la media nacional que se sitúa en el 7,7 por 100. En el otro extremo se sitúan las Comunidades de Castilla-La Mancha, Extremadura y Murcia con porcentajes de participación cercanos al 3,5 por 100.

Finalmente, del análisis de las variables relacionadas con el mercado de trabajo en aquellas Comunidades más significativas en el sector de la Industria de la Cultura y el Ocio, se deduce la preeminencia de la pequeña y mediana empresa en Cataluña frente a otras regiones dinámicas, especialmente Madrid, donde predominan las empresas de elevado tamaño que absorben un mayor nivel de empleo —situación que explica, a su vez, el mayor volumen de ventas y de valor añadido—. Esta conclusión puede ser extrapolable al conjunto de la actividad económica. Según los datos oficiales que proporciona el INE (1994-1998), se confirma que el número de empresas con menos de cien trabajadores es superior en Cataluña que en Madrid, mientras que a partir de este número la situación se invierte.

En conclusión, los resultados expuestos ponen de manifiesto, por una parte, como la actividad productiva de bienes y servicios culturales presenta un importante grado de concentración territorial en escasas áreas geográficas y, por otra, la elevada heterogeneidad en el impulso y desarrollo de las actividades culturales y de ocio. Estas disparidades son realmente elevadas dentro del ámbito económico del sector privado y, atendiendo a

la evolución que presentan las variables analizadas, parece difícil prever que vayan a existir alteraciones sustanciales de esta situación en el próximo futuro.

5. La dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio

La riqueza cultural de una sociedad se deriva de su capacidad para fomentar y consolidar un conjunto de actividades que representen un amplio abanico artístico donde los ciudadanos reflejen su creatividad. La premisa básica sobre la que se sustenta esta capacidad es la existencia de libertades individuales y colectivas de expresión y acción, de forma que sin ellas no resulta posible el desarrollo de actividades culturales y de ocio. Esta relación entre libertad, creatividad cultural y desarrollo económico —ó bienestar social— se encuentra ampliamente documentada —véase por ejemplo McKinley (1999)—, y resulta evidente en el caso de España donde, tras el inicio del período democrático, está floreciendo una importante actividad cultural de la cual son testimonio las cifras publicadas en este estudio.

Así, el logro de las libertades no sólo tiene reflejo en el crecimiento de la actividad cultural en el ámbito regional —véase el anterior epígrafe— sino que también se manifiesta en la diversidad sectorial de las expresiones artísticas: escénicas, musicales, audiovisuales, etcétera. Esta diversidad representa, en sí misma, un activo social pues se contrapone a la tendencia uniformadora que la globalización económica y política impone sobre las identidades culturales. La diversidad recoge un conjunto de conocimientos y experiencias que son irrepitibles, pues se originan en función de los condicionantes específicos y las situaciones concretas propias a un pueblo. Es por esta razón que resulta de vital importancia completar los análisis realizados en términos agregados y regionales atendiendo a la diversidad de las actividades culturales y de ocio.

El punto de partida para abordar la desagregación sectorial de los datos ya presentados en la tercera sección estriba en la delimitación de los propios sectores. Resulta evidente que, siguiendo

do a Trimarchi (1994), no es tarea de los economistas o cargos públicos facilitar una definición o delimitación concreta de la cultura y el ocio, sino identificar la existencia de criterios que, de forma habitual, son empleados por los individuos —dentro de su soberanía— para clasificar unos determinados bienes o servicios como «cultural» o de «ocio». Sin embargo, dentro del análisis aplicado, esto no exime de la toma de decisiones y, al igual que con relación al concepto de cultura existen múltiples definiciones, habiéndose adoptado aquí la ya presentada de Bustamante y Zallo (1988), en el campo de la delimitación se han seguido los criterios de clasificación propuestos por una serie de organismos e instituciones nacionales e internacionales con amplio interés y experiencia en el campo que nos ocupa. Dentro de los primeros ha de mencionarse la propuesta realizada por la Sociedad General de Autores y Editores en su *Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, SGAE (2000) o la clasificación administrativa del gasto público por funciones (función 45) recogida en los Presupuestos Generales del Estado, MEH (1994-1998). En el ámbito internacional, destaca la delimitación realizada por la UNESCO en su Informe Mundial sobre la Cultura, UNESCO (1999).

Atendiendo a estas clasificaciones, su elevada coincidencia y la propia disponibilidad de información estadística, se ha alcanzado como compromiso la desagregación recogida en el Cuadro 5. Se aprecia cómo la Industria se compone de ocho sectores culturales y seis de ocio, si bien la información disponible permite subclasificar los sectores de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales (C.1), el de las Artes Plásticas (C.2) y el de la Edición e Impresión (C.3). Respecto al ámbito privado, los datos sectoriales se han obtenido a partir de la agregación de las actividades recogidas en (García *et al.*, 2000: 129) mientras que con relación al ámbito público, se ha recurrido a la clasificación funcional del gasto adoptada por el Estado, (García *et al.*, 2000:27), que ha sido extrapolada a las Comunidades Autónomas y Corporaciones Locales una vez consideradas partidas presupuestarias propias relativas a Política Lingüística (C.7), Televisiónes Autonómicas —incluidas en (C.1.4)— y Juventud, C.8.

Atendiendo a la Industria de la Cultura y el Ocio en su conjunto, existen elevadas diferencias dependiendo de que el análisis se centre en el ámbito privado o público. Dentro de las actividades económicas de mercado, el papel predominante corresponde a las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales, (EMA), y la Edición e Impresión. En 1997 estos dos sectores realizan conjuntamente el 73,7 por 100 de las ventas y generan el 66,4 por 100 del VABpm. Sin embargo, mientras en el primer sector existe una elevada heterogeneidad al representar la Televisión (C.1.4) el 24,8 por 100 de las ventas y el 16,9 por 100 del VABpm del total de la Industria, en el segundo la aportación que realiza la Edición e Impresión de Libros (C.3.1) y Prensa Escrita (C.3.2) se encuentra más equilibrada, alcanzando respectivamente el 18,7 por 100 y 23,8 por 100 de las ventas y el 19,1 por 100 y 22,4 por 100 del VABpm de la Industria. Por el contrario, en lo que al ámbito público se refiere, éste fundamenta su actividad en los sectores de las Artes EMA, Museos y Bibliotecas (C.5) y Patrimonio Histórico (C.6). La generación de valor añadido —y el propio gasto público— se realiza de una forma equilibrada entre estos tres sectores siendo el de Museos y Bibliotecas aquel que representa el mayor porcentaje con el 25,4 por 100.

El mercado de trabajo presenta también importantes diferencias entre el ámbito público y privado, reflejando la estructura empresarial y de empleo presente en los distintos sectores. Así, por ejemplo, frente a la relevancia observada desde un punto de vista económico en la Televisión o Edición e Impresión, sus participaciones en el conjunto de empresas y en el número de asalariados son inferiores, mostrando la elevada concentración empresarial existente en el sector y su carácter menos intensivo en términos laborales. Por el contrario, aquellos más directamente relacionados con la creatividad artística que con su distribución o transmisión —como pueden ser los previamente mencionados de Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales— muestran, como es de esperar, una reducida concentración empresarial y un mayor nivel de intensidad laboral. De hecho, sus porcentajes de participación con relación al mercado de trabajo son sensiblemente superiores a aquellos relativos a las ven-

CUADRO 5
VARIABLES RELEVANTES DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO
POR SECTORES DE ACTIVIDAD, 1997
(En millones de pesetas)

Sectores	Variables	Ventas		VABpm		VABpm s/PIBpm (%)		Empresas		Asalariados		Asalariados s/asal. totales						
				VABpm privado	VABpm público	VABpm privado	VABpm público			Asalariados privados	Asalariados públicos	Asal. privados	Asal. públicos					
		Part. (%)	Part. (%)**	Part. (%)**	Part. (%)**	Part. (%)	Part. (%)**	Part. (%)**										
Cultura																		
C.1.	Artes EMA	2.827.245	31,2	759.237	25,1	66.399	25,4	0,97	0,09	20.852	22,5	174.272	24,8	14.500	25,5	1,79	0,15	
	C.1.1.	Escénicas	41.731	0,5	18.654	0,6	13.831	5,3	0,02	0,02	1.572	1,7	13.568	1,9	2.853	5,0	0,14	0,03
	C.1.2.	Musicales	119.390	1,3	63.591	2,1	28.953	11,1	0,08	0,04	6.534	7,1	36.375	5,2	6.426	11,3	0,37	0,07
	C.1.3.	Cinematografía	419.572	4,6	165.957	5,5	6.483	2,5	0,21	0,01	7.095	7,7	44.404	6,3	1.443	2,5	0,46	0,01
	C.1.4.	Televisión	2.246.553	24,8	511.036	16,9	17.132	6,5	0,66	0,02	5.651	6,1	79.925	11,4	3.778	6,7	0,82	0,04
C.2.	Artes plásticas	142.904	1,6	87.766	2,9	11.332	4,3	0,11	0,01	14.998	16,2	17.866	2,5	2.407	4,2	0,18	0,02	
	C.2.1.	Pintura y escultura	17.460	0,2	13.181	0,4	11.332	4,3	0,02	0,01	4.912	5,3	1.663	0,2	2.407	4,2	0,02	0,02
	C.2.2.	Fotografía	125.444	1,4	74.585	2,5	—	—	0,10	—	10.086	10,9	16.203	2,3	—	—	0,17	—
C.3.	Edición e impresión	3.851.429	42,5	1.252.207	41,5	2.226	0,9	1,61	0,00	22.877	24,7	278.293	39,6	577	1,0	2,87	0,01	
	C.3.1.	Libros	1.691.918	18,7	576.287	19,1	2.226	0,9	0,74	0,00	11.023	11,9	132.729	18,9	577	1,0	1,37	0,01
	C.3.2.	Prensa escrita	2.159.511	23,8	675.920	22,4	—	—	0,87	—	11.855	12,8	145.565	20,7	—	—	1,50	—
C.4.	Publicidad	1.042.453	11,5	297.820	9,9	—	—	0,38	—	12.006	13,0	107.864	15,4	—	—	1,11	—	
C.5.	Museos y bibliotecas	4.291	0,0	3.305	0,1	53.674	20,5	0,00	0,07	81	0,1	2.037	0,3	11.403	20,1	0,02	0,12	
C.6.	Patrimonio histórico	—	—	—	—	34.763	13,3	—	0,04	—	—	—	—	7.617	13,4	—	0,08	
C.7.	Política lingüística	—	—	—	—	5.281	2,0	—	0,01	—	—	—	—	1.164	2,0	—	0,01	
C.8.	Juventud	—	—	—	—	29.811	11,4	—	0,04	—	—	—	—	6.334	11,1	—	0,07	
Ocio																		
O.1.	Actividades deportivas	466.720	5,1	184.871	6,1	58.315	22,3	0,24	0,08	6.559	7,1	48.678	6,9	12.807	22,5	0,50	0,13	
O.2.	Actividades taurinas	10.423	0,1	3.791	0,1	—	—	0,00	—	203	0,2	4.937	0,7	—	—	0,02	—	
O.3.	Parques recreativos	30.707	0,3	6.121	0,2	—	—	0,01	—	402	0,4	9.709	1,4	—	—	0,10	—	
O.4.	Ferías y salones	344.872	3,8	294.453	9,7	—	—	0,38	—	7.000	7,6	34.973	5,0	—	—	0,36	—	
O.5.	Loterías y apuestas	56.008	0,6	51.862	1,7	—	—	0,07	—	5.477	5,9	5.009	0,7	—	—	0,34	—	
O.6.	Juguetes	289.298	3,2	78.716	2,6	—	—	0,10	—	2.188	2,4	18.520	2,6	—	—	0,19	—	
Cultura		7.868.322	86,8	2.400.334	79,5	203.487	77,7	3,08	0,26	70.813	76,4	580.331	82,6	43.584	77,34	5,98	0,45	
Ocio		1.198.027	13,2	619.813	20,5	58.315	22,3	0,80	0,07	21.829	23,6	121.825	17,4	12.769	22,66	1,25	0,13	
Total Industria		9.066.350	100,0	3.020.148	100,0	261.802	100,0	3,88	0,34	92.642	100,0	702.156	100,0	56.354	100,0	7,23	0,58	

FUENTE: Elaboración propia, AEAT (Agencia Tributaria), MEH, INE.

tas o el VABpm. Respecto al sector público, la correlación entre los porcentajes de participación sectoriales en el VABpm y asalariados resulta elevada, debido a que la definición de la primera de estas magnitudes se corresponde fundamentalmente con los gastos de personal —véase las consideraciones metodológicas realizadas en el segundo apartado—.

La distribución de las actividades culturales y de ocio tiene su reflejo en la contribución que cada uno de los sectores realiza al PIBpm y al empleo nacional. En este sentido, el sector de la Edición e Impresión se sitúa a la cabeza superando el 1,6 por 100 de aportación al PIBpm y el 2,8 por 100 de participación en el número total de asalariados de la economía. Frente a estas par-

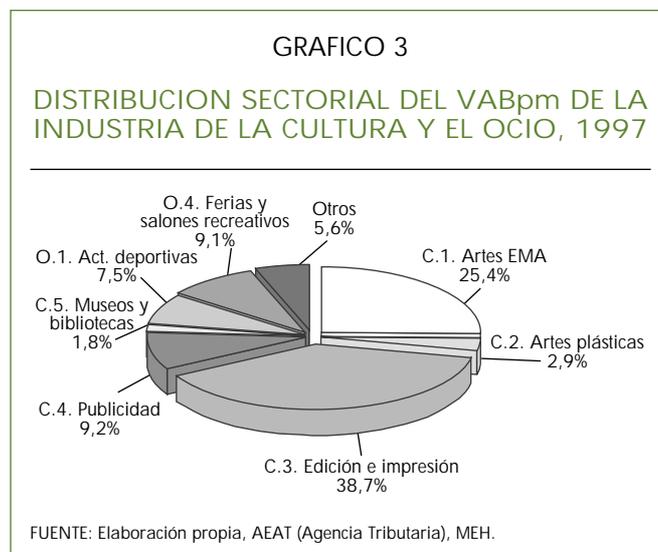
ticipaciones, las contribuciones del sector público son apenas significativas, siendo aquéllas de los sectores ya mencionados las más relevantes, al situarse en torno al 0,1 por 100.

La agregación conjunta de los ámbitos público y privado con objeto de establecer una ordenación de los sectores según su peso en la Industria se muestra en el Gráfico 3. La posición de liderazgo la detenta el sector de la Impresión y Edición al generar el 38,7 por 100 del VABpm total; a continuación se sitúa el sector de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales con el 25,4 por 100 —debido, fundamentalmente, al peso de la televisión—. El resto de las actividades no supera el 10 por 100 en su contribución a la Industria aunque destacan, por situarse en una posición intermedia, la publicidad (C.4) con el 9,2 por 100 y, dentro de las actividades de ocio, las Ferias y Salones Recreativos (O.4) con el 9,1 por 100.

6. Conclusiones

Ventas, valor añadido y empleo son variables cuyo análisis adquiere en relación con la cultura una dimensión que trasciende más allá de su concepción puramente económica, presentando una incidencia fundamental en los aspectos sociológicos de un país, en el diseño de las políticas culturales y en su gestión.

En este sentido, el presente estudio pretende mostrar, en primer lugar, cómo la industria de la cultura y el ocio no sólo ha de ser considerada como un sector productivo más de la economía, sino como uno de los más relevantes dada su posición destacada en términos de generación de riqueza y por su contribución, en consecuencia, a crear un clima favorable para alcanzar, además de un mayor desarrollo económico, un significativo bienestar social para el conjunto de los ciudadanos. Naturalmente, aceptar el protagonismo económico de la Industria de la Cultura y el Ocio exige superar la idea tradicionalmente difundida por determinados grupos sociales, políticos y académicos, de un concepto de cultura como manifestación «elevada» de elites sociales que es necesario preservar de la «contaminación» del comercio de masas y del tráfico mercan-



til. Resulta así necesario superar la estrechez de esta concepción considerando a la cultura como una manifestación extensa asociada a la presencia del mercado —en el que participa el conjunto de la población desde la soberanía que otorga el gastar la renta en aquello que place—, sin que esto interfiera o perjudique al proceso artístico o creativo, sino que, al contrario, lo refuerza y lo consolida siendo garantía suficiente para su continuidad futura. Sin embargo, es evidente que existen ciertas manifestaciones culturales con elevado contenido social que no podrían subsistir dado su carácter de bienes y servicios públicos y la ausencia de una demanda del mercado lo suficientemente amplia como para sustentarlos. En este caso, la intervención del Estado para corregir estos fallos es esencial y la financiación de estas actividades también encuentra justificación económica.

En segundo lugar, el análisis realizado pone de manifiesto que la creciente relevancia económica de las actividades culturales y de ocio y su repercusión social no se traslada de la misma forma ni en la misma magnitud a las diversas Comunidades Autónomas que configuran el territorio nacional. De hecho, se percibe una elevada heterogeneidad tanto en términos de estructuras productivas, como de renta o de generación de empleo. Del mismo modo que para el conjunto de la

actividad económica se constata una importante concentración en reducidas áreas geográficas (el arco mediterráneo, el eje del Ebro y la Comunidad de Madrid), en lo que a las actividades culturales y de ocio se refiere, los desequilibrios territoriales son aún más evidentes, sin que se perciban, a tenor de los resultados obtenidos en el período 1993-1997, alteraciones significativas en el futuro próximo. Similares conclusiones se alcanzan cuando el análisis se plantea desde un punto de vista sectorial. Atendiendo a la desagregación de la Industria de la Cultura y el Ocio por actividades se manifiestan diferencias significativas entre las mismas, destacando el papel predominante que corresponde a los sectores de Edición e Impresión y Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales —y en concreto, dentro de este último, la Televisión—. En 1997 ambos sectores realizan conjuntamente en torno al 70 por 100 de las ventas y del valor añadido total de la industria.

A tenor de lo expuesto, cabe concluir que la cultura y el ocio tienen un peso específico fundamental en el tejido económico y social de las economías desarrolladas —véase los resultados expuestos dentro del ámbito nacional e internacional—. Sin embargo, y a pesar de ello, lo cierto es que no parece existir en España una estrategia o una política cultural orientada a desarrollar este activo tan esencial dentro de la economía por su amplia repercusión social. En este sentido, sería deseable reforzar el compromiso de los profesionales y de las organizaciones privadas y públicas en la revalorización de la cultura y sus diversas expresiones con objeto de no perder las oportunidades que brinda el mercado emergente de los contenidos.

Finalmente, el carácter público y privado de las organizaciones que gestionan la cultura presenta, sin duda, elementos distintivos, si bien esto no exime establecer criterios y políticas culturales consensuadas que potencien una oferta cultural de calidad, propiciando nuevas audiencias y público y, en definitiva, una demanda cultural superior en términos cuantitativos y cualitativos. Todo ello redundaría en beneficios económicos y sociales para el conjunto del país, y contribuiría de forma decisiva a situar a la Industria de la Cultura y el Ocio en la dimensión que le corresponde en el nuevo orden mundial.

Referencias bibliográficas

- [1] BAUMOL, W. y BOWEN, W. (1966): *Performing Arts. The Economic Dilemma*, Cambridge, Ma., Twentieth Century Fox.
- [2] BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (1988): *Las industrias culturales en España*, Barcelona, Akal/Comunicación.
- [3] CREATIVE INDUSTRIES TASK FORCE (1998): *Creative Industries Mapping Document*, Londres, Creative Industries Task Force, U.K. Government.
- [4] ECONOMISTS INCORPORATED (1999): *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 1999 Report*, Washington, The International Intellectual Property Alliance.
- [5] FREY, B. (1994): «Art: The Economic Point of View», en PEACOCK, A. y RIZZO, I., eds. (1994): *Cultural Economics and Cultural Policies*, Dordrecht, Kluwer Academic Publishers.
- [6] FUNCAS (1998): *Las Comunidades Autónomas en 1997, Cuadernos de Información Económica*, 132-133, Fundación de las Cajas de Ahorro Confederadas para la Investigación Económica y Social, Madrid (Esta publicación ha dedicado en los últimos años un número monográfico al tratamiento de la evolución coyuntural de las comunidades autónomas).
- [7] GARCIA, M. I.; FERNANDEZ, Y. y ZOFIO, J. L. (2000): *La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997)*, Madrid, Colección Datautor, Sociedad General de Autores y Editores/Fundación Autor.
- [8] GARCIA, M. I.; FERNANDEZ, Y. y ZOFIO, J. L. (2001): *La industria de la cultura y el ocio en España por comunidades autónomas*, Madrid, Colección Datautor, Sociedad General de Autores y Editores/Fundación Autor, de próxima publicación.
- [9] GOLDSTONE, L. (1999): «La medida de la cultura: perspectivas y límites», en el *Informe mundial sobre la cultura*, Madrid, UNESCO/Acento/Fundación Santa María.
- [10] INE (1994-1998): *DIRCE, Directorio Central de Empresas*, Madrid, Instituto Nacional de Estadística.
- [11] INE (1998): *Encuesta continua de presupuestos familiares. (Renovada en el 2.º trimestre de 1997). Metodología*, Madrid, Instituto Nacional de Estadística.
- [12] INE (1999a): *Contabilidad Nacional de España. Base 1986*, Madrid, Instituto Nacional de Estadística.
- [13] INE (1999b): *Anuario estadístico 1998*, Madrid, Instituto Nacional de Estadística.
- [14] MCKINLEY, T. (1999): «Medida de la contribución de la cultura al bienestar humano: los indicadores culturales de desarrollo», en el *Informe mundial sobre la cultura*, Madrid, UNESCO/Acento/Fundación Santa María.
- [15] MEH (1994-96): *Presupuestos de las Corporaciones Locales*, Madrid, Dirección General de Coordinación con las Haciendas Territoriales, Secretaría de Estado de Hacienda, Ministerio de Economía y Hacienda.

[16] MEH (1994-97): *Presupuestos de las Comunidades Autónomas*, Madrid, Dirección General de Coordinación con las Haciendas Territoriales, Secretaría de Estado de Hacienda, Ministerio de Economía y Hacienda.

[17] MEH (1994-98): *Proyecto de Presupuestos Generales del Estado*, Madrid, Secretaría de Estado de Hacienda, Ministerio de Economía y Hacienda.

[18] MEH (1997): *Presupuestos de las Entidades Locales y de las Ciudades Autónomas para 1996*, Madrid, Dirección General de Coordinación con las Haciendas Territoriales, Secretaría de Estado de Hacienda, Ministerio de Economía y Hacienda.

[19] MEH (1998a): *Presentación del Proyecto de Presupuestos Generales del Estado (1999)*, Madrid, Secretaría de Estado de Hacienda, Ministerio de Economía y Hacienda.

[20] MEH (1998b): *Presupuesto de las Comunidades Autónomas y Ciudades Autónomas. Ejercicio 1997*, Madrid, Dirección General de Coordinación con las Haciendas Territoriales, Secretaría de Estado de Hacienda, Ministerio de Economía y Hacienda.

[21] SGAE (2000): *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, Madrid, Sociedad General de Autores y Editores/Fundación Autor.

[22] TRIMARCHI, M. (1994): «The Funding Process in a Comparative Perspective: Some Methodological Issues», en PEACOCK, A. y RIZZO, I., eds. (1994), *Cultural Economics and Cultural Policies*, Dordrecht, Kluwer Academic Publishers.

[23] UNESCO (1999): *Informe Mundial sobre la Cultura*, Madrid, UNESCO/Acento/Fundación Santa María.