

Industria y servicios culturales: la cultura como actividad económica

M^a Isabel García Gracia y Ainhoa Herrarte Sánchez

Universidad Autónoma de Madrid

1. Introducción

Largo ha sido el camino recorrido en concienciar a instituciones, responsables políticos y, en general, a los agentes económicos y sociales sobre el papel y la importancia de la cultura para el desarrollo social, el crecimiento económico y el empleo de los países.

En esta primera década del siglo XXI, el debate conceptual sobre la cultura y su papel esencial para el desarrollo económico ha sido muy intenso y fructífero y ha permitido crear una base estratégica y empírica de estudios e iniciativas que ha redundado, sin duda, en un mayor conocimiento de la cultura, en sus múltiples formas y dimensiones, como fuente de identidad y como potente factor de innovación económica y social, con gran capacidad para generar riqueza y empleo.

En el ámbito europeo son ampliamente conocidos los compromisos adquiridos en el Consejo de Lisboa celebrado en marzo de 2000 por impulsar la investigación y el desarrollo e innovación, así como la inversión en las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC. Ambas acciones habrían de convertirse en los pilares fundamentales en los que asentar el crecimiento socioeconómico de Europa para el año 2010, en un contexto de globalización económica caracterizada por una progresiva movilidad del capital y el trabajo. Los riesgos asociados a este proceso de globalización son claramente visibles en la deslocalización de múltiples tareas hacia países emergentes con menores costes laborales y creciente calidad de producción.

En este sentido la cultura y más concretamente las industrias culturales se encontrarían en una posición privilegiada por dos razones fundamentales. En primer lugar, y al contrario de lo que ocurre con otras industrias de bienes de equipo y consumo, las industrias culturales, al basarse en la creatividad, se asientan en un recurso

básico que no es susceptible de ser deslocalizado o fácilmente imitado, estando por tanto al resguardo de las debilidades que los sectores tradicionales presentan frente a sus competidores internacionales. La segunda razón, se sustenta en la complementariedad que presentan las industrias culturales con las nuevas tecnologías digitales de la información y la comunicación. De hecho, su complementariedad es indiscutible pues ambas constituyen las dos caras de la misma moneda, pues si las TIC representan el medio más avanzado para la difusión y distribución de la información y el conocimiento—no dejando de ser, en esencia, un continente—, las industrias culturales aportan una parte significativa de los contenidos que se transmiten a la sociedad, convirtiéndose de este modo en impulsores esenciales para la consolidación y nuevos desarrollos de las tecnologías de la información y la comunicación y, en consecuencia, en impulsoras del crecimiento económico.

Entre otros acontecimientos significativos acontecidos en torno a reconocer la importancia de la cultura para el desarrollo económico y la generación de riqueza y empleo, cabe señalar la Convención sobre *La Protección y la Promoción de las Expresiones Culturales*, celebrada en octubre de 2005 en el seno de la UNESCO, en donde se afirmó taxativamente “la especificidad de los bienes y servicios culturales como portadores de identidad, valores y significado, lo que sitúa a la cultura en el centro de cualquier proyecto social y político sostenible”.

En el año 2006, la Dirección General para la Educación y la Cultura de la Comisión Europea, auspició la elaboración del informe *The Economy of Culture in Europe*, que ha tenido una gran repercusión mediática, dada la trascendencia futura de los temas que en él se abordan en relación con los objetivos de competitividad establecidos en la Agenda de Lisboa, destacando el papel estratégico de las industrias culturales en la consecución de dichos objetivos.

La Convención de la UNESCO de 2005, conjuntamente con la labor e impulso de numerosas organizaciones culturales, tuvo como resultado la elaboración de la “*Agenda Europea para la Cultura*”, aprobada por los países miembros de la Unión Europea en 2007. Esta Agenda marcó la hoja de ruta para promover la diversidad cultural e impulsar todo el potencial que ofrece la cultura en la generación de creatividad -materia prima sobre la que se sustenta- y desarrollo económico de los países y regiones de Europa.

Recientemente, España como país anfitrión y conjuntamente con la Comisión Europea, ha querido dar un impulso a los objetivos de esta Agenda Europea, celebrando

en mayo de 2010 un Seminario internacional sobre “*Cultura y Desarrollo*” en el que han participado ministros y altos representantes públicos, como instituciones de la Unión Europea todos ellos comprometidos con el sector cultural. Entre los múltiples temas tratados, cabe destacar la relación entre Economía y Cultura, reafirmando la cultura como elemento esencial para un crecimiento sostenido en el actual contexto de crisis económica y financiera, subrayándose sus efectos dinamizadores y catalizadores en términos de incentivos a la innovación, a la adaptación a los cambios, particularmente tecnológicos, y a la cohesión económica y social.

En este marco, se insiste en la necesidad de establecer planes de acción nacional y regional que puedan aportar un enfoque intersectorial a las políticas culturales, y en los que se reconozca el valor tanto simbólico como económico de los bienes y servicios culturales. Asimismo, se ha constatado la necesidad de que la cultura esté definitivamente presente, como prioridad sectorial, en las estrategias de desarrollo nacional y regional y se ha puesto especial énfasis en potenciar las medidas de apoyo a la movilidad de artistas, creadores de bienes y servicios culturales, a las políticas de promoción de las industrias culturales, a las políticas de fortalecimiento y apoyo institucional, a la mejora en la gestión de estructuras públicas/privadas tanto en los países europeos como en los países en desarrollo, y a la necesidad de elaborar metodologías de planificación y evaluación del sector cultural, cuestión ésta que se abordará en el siguiente epígrafe, que permita conocer la verdadera dimensión económica de este sector y la eficacia de las políticas culturales en todos los ámbitos, nacionales, regionales y locales.

2. Objetivos

En un contexto en el que la cultura actúa como instrumento catalizador y seña de identidad de una región, y sobre la base de la potencialidad del sector cultural, en general, y de las industrias culturales y de ocio, en particular, para generar riqueza y empleo, el objetivo de este capítulo es determinar la contribución de las industrias culturales y de ocio a la actividad económica y al empleo de la Comunidad de Madrid, a la largo del período 2003 a 2007, máximo periodo para el que se dispone de la información estadística necesaria para realizar la medición del valor económico de esta industria. Concretamente, se trata de:

1. Estimar el alcance de las actividades culturales y de ocio en la Comunidad de Madrid y su evolución relativamente reciente desde la perspectiva económica de la oferta. Esta valoración permitirá conocer la aportación de estas industrias al Producto Interior Bruto madrileño, y por tanto su importancia relativa en la economía local, y
2. Caracterizar los distintos sectores culturales y de ocio, con el fin de ofrecer una aproximación de la estructura productiva de esta industria y determinar la importancia relativa de cada uno de estos sectores.

En este punto, es importante destacar que para la Comunidad de Madrid, las únicas estimaciones existentes hasta la fecha sobre la aportación económica de las industrias culturales al producto interior bruto madrileño eran las realizadas por García, Fernández y Zofío¹ para el periodo 1993-2003, a partir de la explotación de la información estadística del impuesto sobre el valor añadido proporcionada por la Agencia Tributaria. Dicha información permitía conocer, a nivel agregado, el valor económico de la industria, sin considerar por tanto su detalle sectorial intrínseco. En este capítulo se da un paso adicional importante, pues se ofrece información de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid para el periodo 2003-2007, desagregando la composición de la misma en su ámbito sectorial, aspecto éste que hasta ahora no había sido contemplado en ninguno de los estudios realizados en el ámbito nacional, siendo ésta por tanto la principal aportación de este trabajo.

La Comunidad de Madrid cuenta con el potencial necesario para contribuir de manera decisiva a una mayor y mejor difusión de las industrias culturales. La configuración de la economía de esta comunidad ha venido determinada fundamentalmente por dos elementos básicos: su centralidad geográfica y la capitalidad del Estado. Ambos elementos han convertido a Madrid en el nudo que interconexiona una gran parte del resto del territorio, permitiendo una mayor atracción de población y condicionando el surgimiento y desarrollo del intercambio comercial, dadas las ventajas de comunicación y transporte.

¹ La primera estimación del valor económico de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid se corresponde al periodo 1993-1997 y pueden consultarse en: García, M.I., Y. Fernández y J.L. Zofío: *La evolución de la industria de la cultura y el ocio en España por Comunidades Autónomas 1993-1997*. Madrid: Fundación Autor, 2001, pag. 114 y ss. La estimación para el periodo 1997-2003 se encuentra recogida con la misma metodología en García, M.I., J.L. Zofío, A. Herrarte y J. Moral: *La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España*. Madrid: McGraw Hill y Fundación Autor, 2007, pag. 135 y ss.

Descritas las potencialidades de las industrias culturales como impulsoras del desarrollo y del crecimiento económico, y expuestos los objetivos del presente capítulo, la estructura del mismo es la siguiente: en el epígrafe tercero se abordan aspectos de carácter metodológico, incluyendo una comparativa internacional sobre la definición económica de las actividades culturales y de ocio, así como la metodología que permite determinar la contribución al producto interior bruto y al empleo. En el cuarto epígrafe se presenta la valoración económica de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid determinando su contribución al PIB y al empleo regional. En el quinto epígrafe se aborda su análisis sectorial, incidiendo en la relevancia relativa de cada uno de los sectores culturales y de ocio incluidos dentro de la industria y en términos de su contribución a la producción y el empleo. En el sexto y último epígrafe se exponen las principales conclusiones.

3. Concepto, medición y estructura sectorial de la industria de la cultura y el ocio: una cuestión controvertida

Para determinar y cuantificar la importancia económica y social del sector cultural se requiere de un marco analítico en el que se contemplen al menos tres elementos esenciales. Primero, el propio concepto de cultura, segundo determinar de la forma más precisa posible qué tipo de actividades abarcaría esta industria y, finalmente, disponer de una metodología rigurosa que pueda ser aplicada a fuentes oficiales homogéneas y contrastables. En las dos últimas décadas se ha avanzado significativamente en la búsqueda de unos criterios consensuados sobre las tres cuestiones planteadas, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. En el ámbito nacional, cabe destacar la reciente Cuenta Satélite de la Cultura en España², así como los trabajos promovidos por algunas comunidades autónomas pioneras (Andalucía³, Asturias⁴ y Cataluña⁵). Pese a estos avances, la realidad es que, por el

² Ministerio de Cultura: *Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance de resultados 2000-2007*. Madrid: Ministerio de Cultura, 2009.

³ En Noviembre de 2006 se constituyó un Convenio Marco entre la Plataforma Cultural Andaluza (PLACA) y el Observatorio Andaluz para la Economía de la Cultura y el Desarrollo (OIKOS), para el impulso de actividades, publicaciones y estudios relacionados con el papel de la Cultura en la Economía y el desarrollo profesional de las Artes.

⁴ Bissap e Instituto CIES: *Libro Blanco de las Industrias Culturales del Principado de Asturias*. Asturias: Consejería de Cultura y Turismo del Principado de Asturias, Marzo 2009.

⁵ L. Bonet (Dir.): *Llibre Blanc de les Indústries Culturals de Catalunya*, Barcelona: Institut Català de les Indústries Culturals de la Generalitat de Catalunya, 2003.

momento, no parece existir un marco analítico supranacional suficientemente consensuado que permita avanzar en el conocimiento de la estructura y dimensión económica de la industria cultural en los diferentes ámbitos geográficos, nacionales e internacionales. Ello puede tener a su vez consecuencias sobre la instrumentación de las políticas culturales y su efectividad, particularmente en el contexto de los países de la Unión Europea.

Pese a que los detalles conceptuales y metodológicos exceden al objetivo de este capítulo⁶, a continuación se describen algunas referencias básicas al respecto.

El propio concepto de cultura es polisémico por naturaleza ya que abarca múltiples dimensiones, económicas, políticas, sociales, antropológicas e incluso religiosas. El concepto de cultura que se considera en este capítulo es el que los autores han venido utilizando en sus investigaciones sobre la Economía de la cultura desde el año 2000. En este sentido se define la cultura como: “*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*”. Esta definición fue aportada por Enrique Bustamante y Ramón Zallo a finales de los ochenta en su estudio seminal sobre estas industrias en España⁷. La virtud esencial de esta definición es su capacidad para dar cabida al aspecto creativo, materia prima sobre la que se sustenta el valor económico de la industria cultural –normalmente un intangible típicamente protegido por derechos de copia y autor–, y sin la cual ésta no resultaría viable, a la vez que enfatiza su carácter económico al acoger aspectos relacionados con su producción y consumo con ánimo de lucro. Esta definición es, igualmente, la adoptada por el Ministerio de Cultura en la reciente Cuenta Satélite.

Por otra parte, esta definición está avalada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, que en un intento por resolver las múltiples dudas en torno a cuestiones relativas a los intercambios culturales y la polémica surgida en torno a la denominada excepción cultural, publicó en 2000 la

⁶ Además de las ya citadas, un análisis detallado de la contribución de la industria de la cultura y el ocio en su dimensión nacional, territorial y sectorial puede encontrarse en:

- García, M.I., Y. Fernández y J.L. Zofío: *La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997)*. Madrid: Fundación Autor, SGAE, 2000.
- García, M.I. y J.L. Zofío: *La dimensión sectorial de la Industria de la Cultura y el Ocio en España (1993-1997)*. Madrid: Fundación Autor, SGAE, 2003.

⁷ Bustamante, E. y R. Zallo: *Las industrias culturales en España*. Barcelona: Akal/Comunicación, 1988.

monografía *Cultura, Comercio y Globalización*, en donde se recoge, precisamente, qué entiende la UNESCO por industrias culturales, estableciendo que “*son aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y que, por su naturaleza, son inherentemente culturales. Estos contenidos están normalmente protegidos por el copyright y pueden tomar la forma de bienes y servicios*”⁸.

En cuanto a la delimitación de las actividades que abarcan la industria cultural, esto es una cuestión, al igual que el concepto de cultura, controvertida. Al objeto de presentar las diferentes delimitaciones que se contemplan en los principales estudios realizados en la última década, se ha resumido en el Cuadro 1 las actividades concretas que se incorporan en cada uno de ellos. Las diferencias observadas al respecto radican, fundamentalmente, en el distinto énfasis que se pone en el componente cultural, creativo o generador de derechos de propiedad intelectual. En este sentido, la industria cultural puede desagregarse en cuatro categorías principales: cultura, creatividad, ocio y actividades de apoyo.

En primer lugar, respecto a las actividades agrupadas bajo la denominación de cultura, que son sin duda las de mayor relevancia económica, en todas ellas el rasgo creativo es esencial y muchas están protegidas (o son susceptibles de serlo) por los derechos de propiedad intelectual. Estas actividades constituyen el núcleo fundamental en los seis estudios de referencia del Cuadro 1. Convergen en ella, la producción de bienes y servicios culturales que tienen un contenido artístico cultural que puede ser reproducido de forma intensiva o masiva a escala industrial, (Música en cualquier forma de soporte digital, Cinematografía y video, TV y radio, Edición e impresión,...) o de forma extensiva o en vivo, (Teatro, Danza, Música en vivo, Pintura y escultura,...), sectores que, propiamente, no serían industriales si se considerase como criterio delimitador su reproducción en masa, pero que, sin duda, conforman la industria cultural en su conjunto.

⁸ UNESCO: *World Culture, Trade and Globalization: Questions and Answers*. Paris: UNESCO, 2000.

Cuadro 1. Delimitación sectorial de la industria de la cultura y el ocio

	Nacional			Internacional	
	España (García y Zofío) (1)	España (Ministerio de Cultura) (2)	Comunidad de Madrid (3)	EE.UU. / Unión Europea (Metodología OMPI) ⁽⁴⁾	Unión Europea (Informe KEA) ⁽⁵⁾
CULTURA					
<i>Artes Escénicas, musicales y audiovisuales</i>					
Escénicas	✓	✓	✓	✓	✓
Musicales	✓	✓	✓	✓	✓
Cinematografía y Video	✓	✓	✓	✓	✓
Televisión y Radio	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Artes Plásticas</i>					
Pintura y Escultura	✓	✓	✓	✓	✓
Fotografía	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Edición e Impresión</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Museos y Bibliotecas</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Patrimonio Histórico</i>	✓	✓	✓	No	✓
<i>Política Lingüística</i>	✓	No	No	No	No
<i>Juventud</i>	✓	No	No	No	No
CREATIVIDAD					
<i>Publicidad</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Arquitectura</i>	No	✓	No	✓	✓
<i>Diseño</i> ⁽⁶⁾	No	No	No	✓	✓
<i>Software</i> ⁽⁷⁾	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Gestión de derechos</i>	No	✓	No	✓	✓
OCIO					
<i>Actividades Deportivas</i>	✓	No	✓	No	No
<i>Actividades Taurinas</i>	✓	No	✓	No	No
<i>Parques Recreativos</i>	✓	No	✓	No	✓
<i>Ferías y Salones</i>	✓	No	✓	No	✓
<i>Loterías y Apuestas</i>	✓	No	✓	No	No
<i>Juegos y Juguetes</i>	✓	No	✓	✓	No
DE APOYO					
<i>Comercio mayor/minorista</i>	✓	✓	✓	✓	No
<i>Transporte</i>	No	No	No	✓	No
<i>Telecomunicaciones</i>	No	No	No	✓	No

(1) García, Zofío y Fernández (2003); García, Zofío, Herrarte y Moral (2007).

(2) Cuenta Satélite de la Cultura en España, Ministerio de Cultura.

(3) Estimaciones realizadas a partir de las Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

(4) Estudio de Economist Incorporated (2004) y Media Group (2003) siguiendo la metodología de la OMPI.

(5) KEA: The Economy of Culture in Europe. Estudio realizado para la Dirección General de Educación y cultura de la Comisión Europea, 2006.

(6) En el estudio Europeo que sigue la metodología OMPI incluye moda, muebles, joyería y numismática, interiores, menaje del hogar, etc., bajo la denominación de industrias de copyright parciales.
Fuente: Elaboración propia.

(7) Sólo videojuegos. En la Cuenta Satélite del Ministerio de Cultura esta categoría se recoge bajo la rúbrica "Informática".

Pese a que los estudios de referencia recogen la mayor parte de las actividades culturales, existe, sin embargo divergencia en la inclusión de aquellas actividades de

marcado carácter público como son Museos y Bibliotecas, el Patrimonio histórico, la Política lingüística y la Juventud⁹.

En segundo lugar, se encuentra la categoría de las industrias creativas, especialmente importantes en los estudios que siguen la metodología propuesta por la OMPI¹⁰. En ellas el componente cultural es incorporado al proceso productivo de bienes y servicios como factor complementario y los derechos de propiedad intelectual juegan un papel claramente identificativo. En esta categoría se incluye la Publicidad, actividad recogida en todos los estudios de referencia. Le sigue la Arquitectura, el Diseño en múltiples facetas (moda, muebles, joyería, etc.) y las Sociedades de Gestión de Derechos de Autor, que en los estudios españoles de García et al. no han sido consideradas, pero sí en los demás estudios, ya sea total o parcialmente. Por su parte, las actividades de software son consideradas parcialmente en todos los estudios.

En la tercera categoría, las actividades relacionadas con el ocio pueden considerarse, en sí mismas, idiosincrásicas al identificar los rasgos, el temperamento y el carácter distintivo y propio a un individuo, colectividad, o sociedad, pero donde la componente artística o de creatividad, al menos en su acepción artística tradicional, no está presente. Entre estas encontramos las Actividades Deportivas, las Actividades Taurinas, los Parques recreativos y temáticos, Ferias y Salones, Loterías y Apuestas y Juegos y Juguetes. Estas actividades adquieren un gran protagonismo en el caso de los estudios españoles ya mencionados, siendo consideradas, en algunas de sus categorías, en los estudios amparados por la OMPI (Juguetes) y en el estudio realizado por KEA para la Unión Europea (Parques recreativos y Ferias y Salones).

Finalmente, dentro de la categoría de actividades de apoyo, se recogen industrias de servicios que están relacionadas o facilitan la difusión, comunicación, distribución y ventas de producción cultural, creativa, y sujeta a la protección de derechos de propiedad intelectual, y que no están en principio recogidas en las categorías anteriores. Su justificación puede ser ilustrada de forma intuitiva si se considera, por ejemplo, la venta al por mayor o minorista de bienes y servicios culturales (CDs, DVDs, libros) o, respecto al sector de las telecomunicaciones, que incluye la telefonía o Internet, en los programas de descarga de contenidos audiovisuales, utilizando programas P2P, que

⁹ Para una discusión detallada de estas actividades, véase García, M.I., Fernández Y. y Zofío, J.L.: *La industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997)*. Madrid: Fundación Autor, SGAE, 2000, pág. 22 y ss.

¹⁰ La metodología OMPI puede consultarse en OMPI: *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*. Ginebra: World Intellectual Property Organization, 2003.

representan una parte muy importante del tráfico de datos doméstico. Esta categoría es contemplada únicamente por la metodología propuesta por la OMPI y, para el caso del comercio al por mayor y por menor, también por los estudios españoles aunque parcialmente.

En suma, la diversidad de aproximaciones definitorias y metodológicas, para afrontar el estudio de la contribución económica de las industrias culturales en sus múltiples acepciones, ponen de manifiesto los ingentes esfuerzos que, de una forma descoordinada, se vienen haciendo en los últimos años en los países más avanzados. Esfuerzos en los que cada grupo, en función de sus intereses legítimos o restricciones propias (como pueden ser, por ejemplo, las estadísticas disponibles), proponen definiciones que si bien en el fondo son relativamente equiparables, compiten entre sí creando confusión entre los agentes económicos. Se muestra así ineludible la necesidad de resolver estas discrepancias mediante la adopción de una definición consensuada al más alto nivel, en estrecha cooperación internacional, que incluya la colaboración entre agencias internacionales (OCDE, EUROSTAT, UNESCO Y OMPI) y las autoridades nacionales.

Sólo con la adopción de un marco analítico común será posible hacer frente a la creciente demanda de información que, proveniente de múltiples estamentos: empresarial, académico, gubernamental, etc., permitiría conocer el impacto completo de la cultura en las economías y sociedades de los países, establecer claramente la relación existente entre creatividad, propiedad intelectual y desarrollo cultural, y avanzar en los procesos de gestión y toma de decisiones, incluidas las de política cultural.

En el ámbito nacional, el Ministerio de Cultura ha dado un primer paso importante con la creación de la Cuenta Satélite de la Cultura, facilitando información estadística sobre la contribución de la industria de la cultura al PIB y al empleo nacional, si bien no contempla la mayoría de las actividades de ocio recogidas en los estudios previos de García et al. La información de esta Cuenta permite además desagregar sectorialmente la industria, pero hasta la fecha, su principal carencia es la falta de detalle regional. Esta carencia de información territorial obliga a que instituciones y Comunidades Autónomas interesadas en conocer la realidad cultural de su ámbito geográfico tengan que realizar estos estudios desagregados, como el que se recoge en este capítulo.

Desde una perspectiva empírica y con independencia de las discrepancias metodológicas manifestadas, es importante resaltar tres consideraciones: la primera, de

naturaleza académica, es que en todos los estudios descritos se constata la unanimidad en la inclusión del conjunto de actividades que constituyen el núcleo “duro” de la cultura y que está caracterizado en el Cuadro 1 bajo la denominación de cultura. La segunda consideración, de carácter institucional, es que ciertamente se percibe que tanto las autoridades económicas nacionales como internacionales, están mostrando una firme voluntad política para dedicar recursos a la obtención del conocimiento del sector cultural, precisamente debida a la concienciación de que la cultura ha dejado de ser una actividad marginal u “ornamental” destinada al disfrute de unas minorías y se ha asumido el rol de la cultura como pilar fundamental de la actividad económica y uno de los motores esenciales del desarrollo y del crecimiento económico. Sobre todo en economías avanzadas donde los procesos de acumulación física y tecnológica han dejado de representar las variables esenciales con las que garantizar el bienestar socioeconómico a largo plazo. De hecho, en España, en la nueva Ley de Economía Sostenible sitúa a las industrias culturales como uno de los 10 sectores estratégicos de la economía española.

A continuación nos centramos en exponer la metodología y las fuentes estadísticas que se han utilizado en este capítulo para determinar la contribución que las actividades culturales y de ocio realizan al Producto Interior Bruto y al empleo de la Comunidad de Madrid. Tras evaluar las distintas posibilidades existentes para aproximar el Producto Interior Bruto generado por estas actividades, se decide seguir la denominada aproximación de la producción o valor añadido.

4. La industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid y su aportación a la economía regional

Para la Comunidad de Madrid, las únicas estimaciones existentes hasta la fecha eran las realizadas por García et al. (2001, 2007) para el periodo 1993-2003, si bien la información se presentaba agregadamente para las diferentes macromagnitudes analizadas, sin considerar por tanto el detalle sectorial intrínseco a la industria.

En este capítulo, como se ha adelantado, se avanza en el conocimiento de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, al desagregar la composición de la misma en su ámbito sectorial, aspecto que hasta ahora no había sido contemplado en ninguno de los estudios realizados en el ámbito nacional.

Esta desagregación sectorial ha sido posible gracias a la explotación de los datos estadísticos de las “Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid”¹¹, la cual se ha convertido en un valioso instrumento de análisis económico de la región por el elevado detalle sectorial y municipal que ofrece de diversas macromagnitudes como valor añadido bruto, cifra de negocios, empleo, establecimientos y otras variables. De manera resumida, esta estadística está basada fundamentalmente en la explotación de las cuentas anuales de las empresas no financieras depositadas en los registros mercantiles de la Comunidad de Madrid, complementándose la información con la procedente de las encuestas anuales de servicios y de la industria realizadas por el INE y por la encuesta dirigida a sectores relevantes de la región realizada por el Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

A efectos de las estimaciones del valor económico de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid que aquí se presentan, se ha utilizado la clasificación de actividades propuesta por García y Zofío según ha quedado resumido en el Cuadro 1.

La información económica de la industria se presenta para cinco macromagnitudes: valor añadido bruto, ventas, empresas, empleo y gasto público. Mientras que las cifras de valor añadido, ventas, empresas y empleo proceden de la desagregación a cinco dígitos CNAE-93 de la información de las Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid (ver Anexo I), la información relativa al Gasto Público en cultura ha sido obtenida de los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid (función 4.5 de la distribución funcional del gasto público).

En el Cuadro 2 se presentan las principales variables de la industria para el periodo 2003-2007, permitiendo ofrecer una panorámica de su valor e importancia económica en la Comunidad de Madrid. Comenzado por el valor añadido bruto, la cultura y el ocio generó más de 13,7 miles de millones de euros de valor añadido en el año 2007, de los que 11,4 miles de millones corresponden a actividades culturales y los 2,3 restantes a actividades de ocio. En cuanto a su evolución, hay que destacar que tanto las actividades culturales como las de ocio han mostrado un gran dinamismo, pues el valor añadido de la cultura ha crecido a una tasa media interanual del 7,0% en términos reales y las actividades de ocio lo ha hecho a una tasa del 8,3%, por encima en ambos

¹¹ Para más detalle consultar el documento metodológico “Cuentas Patrimoniales y de Pérdidas y Ganancias del sector mercantil no financiero de la Comunidad de Madrid 2003-2007”, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

casos del crecimiento medio del PIB real de la Comunidad de Madrid (3,9%) y del PIB del conjunto nacional (3,6%).

Por su parte, las ventas de las actividades culturales superaron los 46,7 miles de millones de euros en 2007, que junto con la actividades de ocio elevaría las ventas del conjunto de la industria a los 53,2 miles de millones, habiendo mostrado igualmente un elevado crecimiento: las ventas de la cultura crecieron a una tasa media anual del 7,2% (precios constantes) desde 2003 y las de ocio a una tasa del 8,2%.

Cuadro 2. La industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, millones de euros, número de ocupados y número de empresas

Millones de euros	2003	2004	2005	2006	2007	T.V.I. (%)
VABpm, precios corrientes						
Cultura	7.874,2	8.870,2	9.709,2	10.616,7	11.430,6	9,8
Ocio	1.520,2	1.769,1	1.978,7	2.118,8	2.313,8	11,1
Cultura y ocio	9.394,4	10.639,3	11.687,9	12.735,5	13.744,3	10,0
VABpm, precios constantes (*)						
Cultura	8.503,4	9.346,9	9.988,9	10.616,7	11.140,9	7,0
Ocio	1.641,7	1.864,2	2.035,7	2.118,8	2.255,1	8,3
Cultura y ocio	10.145,1	11.211,1	12.024,6	12.735,5	13.396,0	7,2
Ventas, precios corrientes						
Cultura	31.986,6	36.230,5	38.512,8	42.196,3	46.737,1	9,9
Ocio	4.264,3	4.859,0	5.456,2	5.885,2	6.470,2	11,0
Cultura y ocio	36.250,9	41.089,5	43.969,0	48.081,4	53.207,3	10,1
Ventas, precios constantes (*)						
Cultura	34.542,8	38.177,6	39.622,3	42.196,3	45.552,7	7,2
Ocio	4.605,0	5.120,1	5.613,4	5.885,2	6.306,3	8,2
Cultura y ocio	39.147,8	43.297,7	45.235,6	48.081,4	51.859,0	7,3
Empleo (número de ocupados)						
Cultura	146.889	154.658	160.677	166.845	172.608	4,1
Ocio	41.204	45.832	48.844	50.759	53.497	6,7
Cultura y ocio	188.093	200.490	209.521	217.605	226.105	4,7
Empresas (número)						
Cultura	27.760	31.314	36.254	41.511	47.040	14,1
Ocio	7.118	8.129	9.516	10.927	12.687	15,5
Cultura y ocio	34.878	39.442	45.770	52.438	59.726	14,4
Gasto Público						
Gasto público en Cultura	182,6	221,0	262,3	295,5	339,7	16,8
Gasto público per cápita (Euros)	31,9	38,1	44,0	49,2	55,9	15,0
Contribución al GP de la CM (%)	1,5	1,6	1,7	1,8	1,9	0,4 (**)

T.V.I: Tasa de variación media interanual (acumulativa)

(*) Deflactados por el IPC General sin alimentos, bebidas, tabaco ni productos energéticos de la Comunidad de Madrid (INE)

(**) Diferencia en puntos porcentuales

Fuente: Datos cultura y ocio (Elaboración propia a partir de las Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid); PIB (Contabilidad Regional de España, INE); Ocupados (Encuesta de Población Activa, INE), Empresas (Directorio Central de Empresas, INE); Gasto Público (Dirección General de Presupuestos, Consejería de Hacienda de la Comunidad de Madrid); Población (Padrón municipal, INE).

Paralelamente, la evolución del empleo en la industria ha sido también significativa, pues el número de ocupados en las actividades culturales ha crecido a una

tasa media anual del 4,1%, cifra que resulta aún más elevada en el caso de las actividades de ocio, lo que ha hecho que el empleo en esta industria en su conjunto haya crecido a una tasa media anual del 4,7%. Estos datos ponen de manifiesto un crecimiento más dinámico del empleo en las actividades de ocio que en el conjunto regional (4,4%) y también que el crecimiento del empleo nacional (4,2%). Por el contrario, las actividades culturales han crecido ligeramente por debajo que el empleo de la Comunidad de Madrid y también del de España. En términos absolutos, la cultura ha generado más de 25.700 empleos desde el año 2003, alcanzando en 2007 los 172.000 ocupados. Las actividades de ocio, por su parte, han generado casi 12.300 empleos, situando el número de ocupados en 53.500 personas. En conjunto la industria de la cultura y el ocio ocupa en 2007 a más de 226.000 personas.

Las empresas de la industria de la cultura y el ocio se caracterizan por presentar un menor tamaño medio que las del resto de sectores de la economía. Por ello, el número de empresas, aun siendo ya elevado en el año 2003, pues existían 27.700 en la Comunidad de Madrid dedicadas a actividades culturales y 7.100 a actividades de ocio, ha registrado un crecimiento muy notable, con tasas medias anuales superiores al 14% en el caso de la cultura y al 15% en el caso de las actividades de ocio, mientras que en el conjunto de la Comunidad de Madrid el crecimiento medio ha sido del 5,4% según el DIRCE. En conjunto, se han creado desde 2003 más de 19.200 empresas en la cultura y cerca de 5.600 en actividades de ocio, lo que sitúa el número total de empresas en la industria de la cultura y el ocio en 59.700 en 2007.

Finalmente, el Cuadro 2 presenta también la información relativa al gasto público en cultura realizado por el gobierno de la Comunidad de Madrid. La información de esta variable revela que no sólo el sector privado ha mostrado un fuerte impulso en el periodo 2003-2007, sino que también lo ha hecho el sector público. Durante el periodo analizado los recursos públicos destinados a la cultura han crecido a una tasa media anual del 16,8%, lo que implica un incremento de más de 157,1 millones de euros, alcanzando la cifra de 339,7 millones de euros en 2007. En términos per cápita, el crecimiento de esta partida ha sido algo inferior, pero también muy significativo, pues su crecimiento ha sido del 15%, situándose en cerca de 56 euros per cápita en 2007. Otro indicador adicional del incremento del esfuerzo público en cultura es la contribución al conjunto del gasto público de la región: si en 2003 el gobierno regional destinaba un 1,5% del total de su presupuesto a la cultura, en 2007 se ha elevado hasta el 1,9%.

Sin lugar a dudas, el indicador más relevante de la importancia económica de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid es su aportación al Producto Interior Bruto, así como al empleo y al número de empresas. Dicha información queda recogida en el Cuadro 3. El comportamiento más dinámico de las actividades culturales y de ocio en la Comunidad de Madrid frente a otros sectores, se ha traducido en un incremento notable de su aportación al PIB. Concretamente, el valor añadido bruto de la cultura en la Comunidad de Madrid en 2003 representaría un 5,7% del PIB regional, habiéndose incrementado hasta un 6,1% en 2007. Por su parte, las actividades de ocio han aumentado también su aportación al PIB, elevándose su contribución desde el 1,1% en 2003 al 1,2% en 2007. Estas cifras, aun no siendo estrictamente comparables con las ofrecidas por la Cuenta Satélite de la Cultura, reflejan que la cultura como actividad económica posee un mayor peso en la economía madrileña que en la media nacional, pues según dicha Cuenta Satélite la participación del valor añadido de las actividades culturales en el PIB nacional fue en 2007 de un 3%.

Cuadro 3. Contribución de la industria de la cultura y el ocio a la Producción, Empleo y Empresas de la Comunidad de Madrid, porcentajes

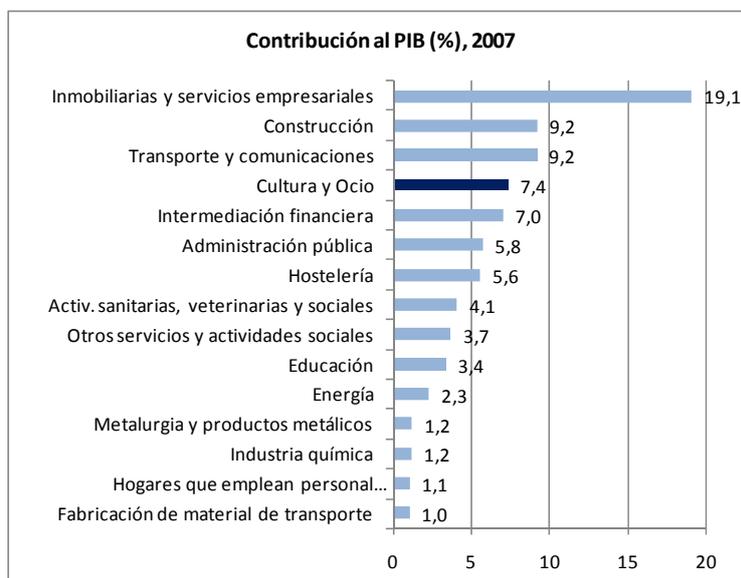
	2003	2004	2005	2006	2007	Variación en puntos porcentuales
Contribuciones al PIB						
Cultura	5,68	5,96	6,04	6,08	6,12	0,44
Ocio	1,10	1,19	1,23	1,21	1,24	0,14
Cultura y ocio	6,78	7,15	7,27	7,29	7,36	0,58
Contribuciones al empleo						
Cultura	5,71	5,72	5,62	5,60	5,65	-0,05
Ocio	1,60	1,69	1,71	1,71	1,75	0,15
Cultura y ocio	7,31	7,41	7,33	7,31	7,41	0,10
Contribuciones al nº de empresas						
Cultura	6,81	7,18	7,95	8,68	9,35	2,54
Ocio	1,75	1,86	2,09	2,29	2,52	0,78
Cultura y ocio	8,56	9,04	10,03	10,97	11,87	3,32

Fuente: Datos cultura y ocio (Elaboración propia a partir de las Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid); PIB (Contabilidad Regional de España, INE); Ocupados (Encuesta de Población Activa, INE), Empresas (Directorio Central de Empresas, INE); Gasto Público (Dirección General de Presupuestos, Consejería de Hacienda de la Comunidad de Madrid).

Todo ello permite situar a la cultura y el ocio entre los sectores más importantes en términos de producción en el conjunto de la Comunidad de Madrid, pues con el 7,4% del PIB señalado, la industria ocupa una importante posición en el conjunto de sectores

cuantitativamente más relevantes, tan sólo por debajo de las Actividades empresariales, la Construcción y el Transporte (Gráfico 2).

Gráfico 2. Clasificación sectorial del valor añadido bruto en la Comunidad de Madrid, 2007, porcentajes sobre el PIB.



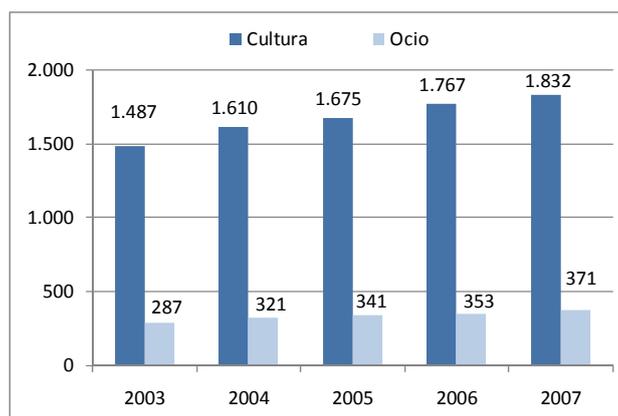
Nota: Sólo incluidos sectores cuya aportación al PIB supere el 1%. Se han excluido los sectores Comercio y reparación (9,5% del PIB), Equipo eléctrico, electrónico y óptico (1,1% del PIB) y Papel, edición y artes gráficas (1,9% del PIB), por estar computados en parte o en su totalidad dentro de la industria de la cultura y el ocio.

Fuente: Contabilidad Regional de la Comunidad de Madrid (INE) y Elaboración propia (Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid)

En lo que respecta a la contribución de la industria de la cultura y el ocio al empleo regional, ésta ha aumentado ligeramente, elevándose desde el 7,3% de 2003 al 7,4% en 2007. En este caso, diferente ha sido la evolución independiente de la cultura y el ocio, pues mientras que la primera ha visto reducir muy ligeramente su aportación al empleo, las actividades de ocio han incrementado dicha aportación, aunque este aumento ha sido poco significativo. Al comparar estas cifras con las recogidas en la Cuenta Satélite de la Cultura para el conjunto nacional, se observa nuevamente un mayor peso de la industria en el empleo madrileño que en el nacional, pues su aportación al empleo en España sería de un 3,5% en 2007. Por su parte, la contribución del número de empresas de la cultura al conjunto de empresas de la región madrileña ha experimentado un importante ascenso, pues ha aumentado en 2,5 puntos porcentuales, del 6,8% en 2003 al 9,4% en 2007.

Finalmente, como indicador complementario de la importancia económica de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, el gráfico 3 presenta la evolución del valor añadido bruto real en términos per cápita, diferenciando entre cultura y ocio. Como puede apreciarse, tanto en un caso como en el otro, el VAB real per cápita ha experimentado un notable aumento: si en 2003, el valor añadido por habitante generado por la cultura era de aproximadamente 1.500 euros, en 2007 ha superado los 1.800 euros, creciendo a una tasa media anual del 5,4%. En el caso de las actividades de ocio, el valor añadido real per cápita en 2003 era de casi 300 euros elevándose hasta los 370 en 2007, lo que supone un crecimiento medio anual del 6,6%, mayor incluso que el registrado en las actividades culturales. En conjunto, la industria de la cultura y el ocio ha generado en 2007 un valor añadido bruto por habitante de algo más de 2.200 euros, lo que implica un crecimiento medio anual del 5,6%.

Gráfico 3. Valor Añadido Bruto per cápita de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, euros constantes.



Fuente: Elaboración propia (Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid) y Padrón municipal (INE)

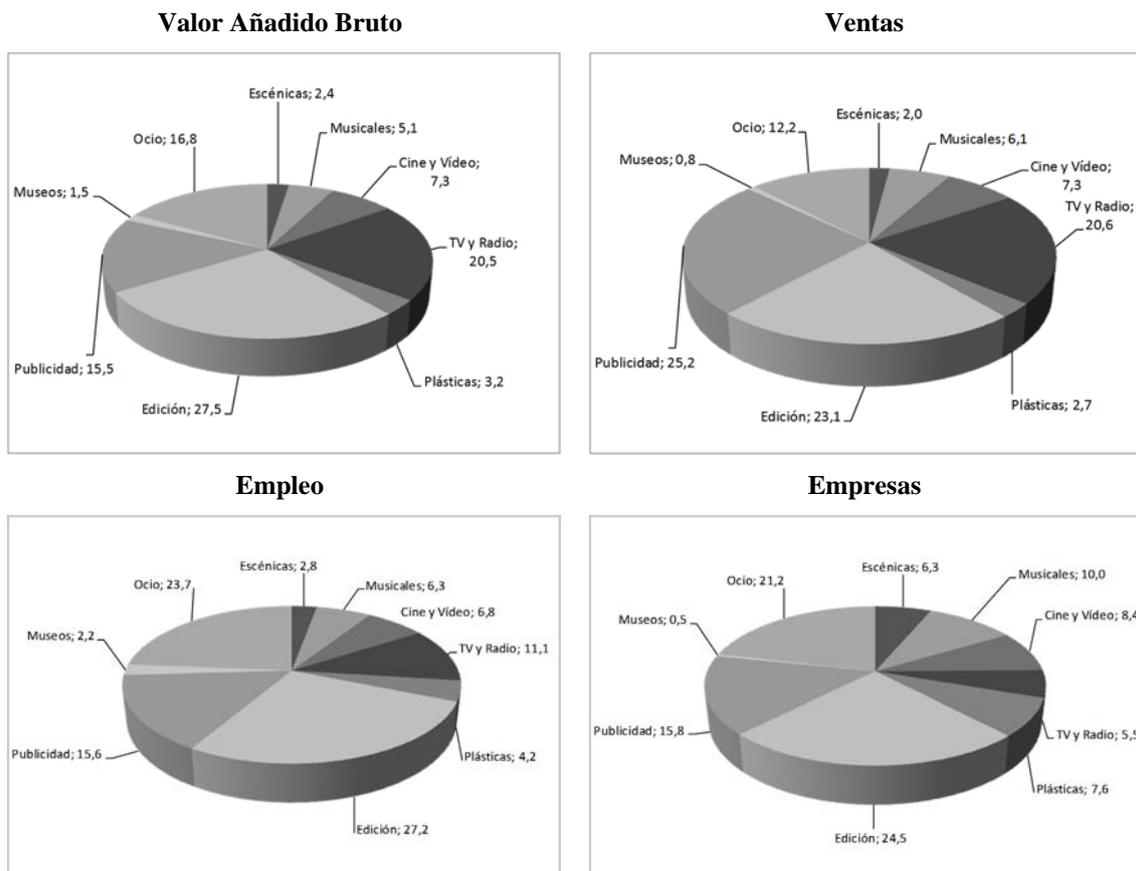
5. La industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid desde una perspectiva sectorial

Tras esta visión económica global de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, en este epígrafe se da paso a su análisis sectorial. La dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio constituye un elemento clave para conocer la realidad y características de esta industria, pues si bien todas las actividades incluidas en ella se

caracterizan por poseer el denominador común de creatividad y entretenimiento, la industria abarca en realidad actividades muy heterogéneas.

El primer aspecto a destacar es que son las actividades culturales las que representan el grueso de la industria, pues aglutinan el 83% del valor añadido, el 88% de las ventas, el 76% del empleo y el 79% de las empresas. Como puede apreciarse en el Gráfico 4, el sector de Edición e Impresión seguido por el de la Televisión y la Radio son sin lugar a dudas los más significativos desde el punto de vista económico. A estos hay que añadir en tercer lugar el sector de la Publicidad, el cual viene mostrando un gran dinamismo presentando cada año un protagonismo creciente. Estos tres sectores en conjunto representan más del 63% del valor añadido de la industria y el 69% de las ventas, lo que hace que la dinámica de la industria venga determinada fundamentalmente por el comportamiento específico de estos tres sectores.

Gráfico 4. Distribución sectorial de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, 2007, porcentajes sobre total industria.



Fuente: Elaboración propia (Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid)

Comenzando por el sector de Edición e Impresión y atendiendo a los datos presentados en el Cuadro 4, puede observarse que en 2007 generó más de 3.700 millones de euros, lo que supone el 27,5% del total de la industria. Además, las ventas superaron los 12.200 millones de euros, el 23,1% de la industria. Las cifras relativas al mercado de trabajo ponen también de manifiesto la relevancia de la Edición e Impresión en el conjunto de la industria de la cultura y el ocio y más específicamente dentro de la cultura. En términos de empleo, el número de ocupados en el sector ascendió a casi 61.500 personas, empleando así al 27,2% del total de la industria. Por su parte, el número de empresas se sitúa en 2007 en más de 14.600, representando en este caso el 24,5% de la industria. Estas cifras convierten al sector de la Edición e Impresión en el protagonista indiscutible de la cultura. No obstante, la evolución que viene mostrando desde hace ya más de diez años refleja una clara pérdida de protagonismo como motor impulsor de la cultura, pues su crecimiento, aun siendo positivo y elevado, viene siendo más moderado que el registrado por el resto de sectores culturales. El dato más ilustrativo es su pérdida de peso relativo dentro de la industria desde 2003: una disminución de más de cuatro puntos en la contribución al valor añadido, 5,6 puntos menos en términos de ventas, una diferencia a la baja de 2,8 puntos en el empleo de la industria y 4,6 puntos menos en el conjunto de las empresas.

Esta pérdida de importancia de la Edición e Impresión, está relacionada con dos factores fundamentales: el deterioro del sector del Libro y también el de la Prensa Escrita. Por un lado, la edición de títulos en el sector del Libro se ha visto desacelerada en los últimos años, a lo que hay que añadir la reducción de la tirada media, traduciéndose en un crecimiento muy bajo del número de ejemplares editados. En este contexto de deterioro general del Libro como sector económico, en su versión más tradicional, es preciso destacar que en la Comunidad de Madrid y según estadísticas del INE, tanto el número de títulos editados como el número de ejemplares ha crecido en Madrid por encima de la media nacional. En cualquier caso, el Libro es un sector que está experimentando profundos cambios derivados de la aparición del formato digital y será necesario esperar más tiempo para poder adelantar su evolución en el conjunto de la cultura. Como aspecto positivo hay que señalar también la favorable evolución del número de títulos vivos en catálogo, indicador de la solidez de la diversidad cultural del sector. Por otra parte, la Prensa Escrita viene registrando desde la última década del siglo XX una importante disminución de las cifras de difusión de los grandes diarios, lo

que está relacionado con el cambio en los hábitos de lectura de prensa que implica la sustitución de la lectura de prensa escrita por prensa en Internet.

Presentando todavía una importante distancia respecto a la Edición e Impresión, en segundo lugar se encuentra el sector de la Televisión y la Radio, que con más de 2.800 millones de euros de valor añadido y casi 11.000 millones de euros de ventas representa aproximadamente el 20% de la industria. Diferenciándose del resto de actividades culturales, las empresas de este sector son de mayor tamaño medio y menos intensivas en empleo, lo que se traduce en contribuciones respectivas del 5,5% al conjunto de empresas y del 11,1% al empleo de la industria, que en términos absolutos supone más de 3.300 empresas y más de 25.000 ocupados. En cuanto a su evolución desde 2003 dentro de la industria, puede apreciarse que la participación de la Televisión y la Radio en el valor añadido de la cultura y el ocio se ha incrementado, pero ha disminuido en el conjunto de las ventas, el empleo y las empresas.

Cuadro 4a. Detalle sectorial del Valor Añadido Bruto y las Ventas de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, 2003-2007

	Valor Añadido Bruto					Ventas				
	Millones de euros		T.V.I.	Participación, %		Millones de euros		T.V.I.	Participación, %	
	2003	2007	(%)	2003	2007	2003	2007	(%)	2003	2007
Cultura	7.874,2	11.430,6	9,8	83,8	83,2	31.986,6	46.737,1	9,9	88,2	87,8
Artes escénicas, musicales y audiovisuales	3.255,9	4.873,5	10,6	34,7	35,5	13.080,6	19.192,5	10,1	36,1	36,1
Artes escénicas	202,6	335,6	13,4	2,2	2,4	620,5	1.075,5	14,7	1,7	2,0
Música	449,6	707,3	12,0	4,8	5,1	1.903,9	3.266,3	14,4	5,3	6,1
Cinematografía y video	788,4	1.010,1	6,4	8,4	7,3	2.563,1	3.864,8	10,8	7,1	7,3
Televisión y radio	1.815,3	2.820,5	11,6	19,3	20,5	7.993,2	10.985,9	8,3	22,0	20,6
Artes plásticas	313,9	436,7	8,6	3,3	3,2	1.112,3	1.436,0	6,6	3,1	2,7
Pintura	24,1	44,3	16,4	0,3	0,3	96,0	163,7	14,3	0,3	0,3
Fotografía	289,8	392,5	7,9	3,1	2,9	1.016,3	1.272,3	5,8	2,8	2,4
Edición e impresión	2.989,3	3.777,8	6,0	31,8	27,5	10.382,5	12.283,5	4,3	28,6	23,1
Publicidad	1.191,2	2.131,4	15,7	12,7	15,5	7.147,8	13.408,5	17,0	19,7	25,2
Museos y bibliotecas	121,9	204,4	13,8	1,3	1,5	260,3	400,4	11,4	0,7	0,8
Patrimonio histórico	2,0	6,7	35,3	0,0	0,0	3,2	16,2	49,7	0,0	0,0
Ocio	1.520,2	2.313,8	11,1	16,2	16,8	4.264,3	6.470,2	11,0	11,8	12,2
Actividades deportivas	528,6	917,5	14,8	5,6	6,7	1.232,3	2.218,8	15,8	3,4	4,2
Actividades taurinas	9,1	6,3	-8,9	0,1	0,0	21,7	26,9	5,6	0,1	0,1
Parques recreativos	43,8	83,1	17,4	0,5	0,6	92,3	99,8	2,0	0,3	0,2
Ferias y salones	653,6	982,5	10,7	7,0	7,1	1.811,8	2.875,2	12,2	5,0	5,4
Loterías y apuestas	162,6	159,0	-0,6	1,7	1,2	476,8	471,4	-0,3	1,3	0,9
Juegos y Juguetes (1)	122,5	165,3	7,8	1,3	1,2	629,4	778,0	5,4	1,7	1,5
Cultura y Ocio	9.394,4	13.744,3	10,0	100,0	100,0	36.250,9	53.207,3	10,1	100,0	100,0

(1) Incluye videojuegos

La Publicidad no sólo es el tercer sector en importancia dentro de la industria, sino que es además el sector cultural que mayor dinamismo ha experimentado desde 2003, habiendo registrado un crecimiento sensiblemente por encima del observado en el resto de sectores culturales y de ocio. Concretamente, el valor añadido de la Publicidad ha crecido a una tasa media anual superior al 15%, alcanzando en 2007 una cifra de más de 2.100 millones de euros, representando así el 15,5% del valor añadido de la industria, casi 3 puntos porcentuales más que en 2003. Paralelamente, sus ventas crecieron a una tasa media del 17% alcanzando una facturación de 13.400 millones de euros en 2007 e incrementando su aportación a la industria desde el 19,7% de 2003 al 25,2%, lo que ha permitido situar al sector –en términos de cifra de negocio– por delante incluso de la Edición e Impresión. Ocupa también una posición destacada en el mercado de trabajo, empleando a más de 35.000 personas en 2007 y existiendo casi 9.500 empresas. La Publicidad representa por tanto el 15,6% del empleo de la industria y el 15,8% de las empresas.

Por su parte, dentro de las actividades de ocio, destaca el sector de Ferias y Salones, cuyo valor añadido en 2007 fue superior a los 980 millones de euros, representando el 7,1% del VAB de la industria y con una cifra de ventas que supuso el 5,4% de las ventas totales. El número de empresas, aunque menor que las registradas entre los sectores culturales, superó en 2007 la cifra de 6.300, ocupando a más de 22.000 personas. El sector de Actividades Deportivas destaca también entre los sectores de ocio y entretenimiento, aportando el 6,7% del valor añadido y el 4,2% de las ventas del conjunto de la industria. En términos de empleo, con casi 27.700 ocupados, su aportación se eleva hasta el 9,6% del empleo de la industria, mientras que las empresas de Actividades Deportivas representan el 6,4%.

Cuadro 4b. Detalle sectorial del Empleo y Empresas de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, 2003-2007

	Empleo					Empresas				
	Número		T.V.I.	Participación, %		Número		T.V.I.	Participación, %	
	2003	2007	(%)	2003	2007	2003	2007	(%)	2003	2007
Cultura	146.889	172.608	4,1	78,1	76,3	27.760	47.040	14,1	79,6	78,8
Artes escénicas, musicales y audiovisuales	51.359	61.039	4,4	27,3	27,0	9.696	18.085	16,9	27,8	30,3
Artes escénicas	4.148	6.426	11,6	2,2	2,8	1.391	3.777	28,4	4,0	6,3
Música	10.682	14.168	7,3	5,7	6,3	2.895	5.985	19,9	8,3	10,0
Cinematografía y video	13.145	15.307	3,9	7,0	6,8	3.296	5.018	11,1	9,4	8,4
Televisión y radio	23.384	25.138	1,8	12,4	11,1	2.115	3.306	11,8	6,1	5,5
Artes plásticas	8.779	9.505	2,0	4,7	4,2	3.248	4.512	8,6	9,3	7,6
Pintura	656	779	4,4	0,3	0,3	335	506	10,9	1,0	0,8
Fotografía	8.123	8.726	1,8	4,3	3,9	2.913	4.006	8,3	8,4	6,7
Edición e impresión	56.355	61.492	2,2	30,0	27,2	10.138	14.631	9,6	29,1	24,5
Publicidad	26.868	35.350	7,1	14,3	15,6	4.480	9.439	20,5	12,8	15,8
Museos y bibliotecas	3.464	5.013	9,7	1,8	2,2	169	291	14,6	0,5	0,5
Patrimonio histórico	n.s.	n.s.	-	-	-	n.s.	n.s.	-	-	-
Ocio	41.204	53.497	6,7	21,9	23,7	7.118	12.687	15,5	20,4	21,2
Actividades deportivas	14.907	21.696	9,8	7,9	9,6	1.922	3.840	18,9	5,5	6,4
Actividades taurinas	n.s.	n.s.	-	-	-	n.s.	n.s.	-	-	-
Parques recreativos	1.176	1.307	2,7	0,6	0,6	205	284	8,6	0,6	0,5
Ferías y salones	16.464	22.022	7,5	8,8	9,7	3.576	6.357	15,5	10,3	10,6
Loterías y apuestas	4.592	4.180	-2,3	2,4	1,8	726	1.162	12,5	2,1	1,9
Juegos y Juguetes (1)	3.743	4.210	3,0	2,0	1,9	667	1.007	10,8	1,9	1,7
Cultura y ocio	188.093	226.105	4,7	100,0	100,0	34.878	59.726	14,4	100,0	100,0

(1) Incluye videojuegos

n.s. No significativo

Fuente: Elaboración propia (Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid)

El diferente comportamiento de los sectores culturales durante el periodo 2003-2007 ha tenido efectos sobre sus respectivas contribuciones a la producción y al empleo de la Comunidad de Madrid. En relación con la cultura, el primer aspecto a destacar es que la práctica totalidad de los sectores que conforman estas actividades han incrementado su aportación al PIB madrileño. Destaca entre ellos el sector de la Publicidad, pues si en 2003 representaba el 0,9% del PIB de la región, su contribución se ha elevado hasta el 1,1% en 2007. El sector de la Televisión y la Radio ocupa una segunda posición, habiendo incrementado su aportación al PIB desde un 1,3% en 2003 a un 1,5% en 2007. En otro orden de magnitud, la Música ha sido el tercer sector cultural que más ha incrementado su aportación al PIB en el periodo 2003-2007. Por el contrario, una minoría de sectores ha presentado el comportamiento inverso como consecuencia de haber registrado crecimientos inferiores al del PIB regional. Este es el

caso de los sectores de la Edición e Impresión y la Cinematografía y Video, aunque es la Edición e Impresión el sector cuya caída ha sido más notable, pues si en 2003 aportaba un 2,2% al PIB madrileño, en 2007 dicha aportación ha sido de sólo un 2%.

Cuadro 5. Detalle sectorial de las contribuciones al PIB y al Empleo de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid, porcentajes

	Contribución al PIB, %		Contribución al empleo, %	
	2003	2007	2003	2007
Cultura	5,68	6,12	5,71	5,65
Artes escénicas, musicales y audiovisuales	2,35	2,61	2,00	2,00
Artes escénicas	0,15	0,18	0,16	0,21
Música	0,32	0,38	0,42	0,46
Cinematografía y video	0,57	0,54	0,51	0,50
Televisión y radio	1,31	1,51	0,91	0,82
Artes plásticas	0,23	0,23	0,34	0,31
Pintura	0,02	0,02	0,03	0,03
Fotografía	0,21	0,21	0,32	0,29
Edición e impresión	2,16	2,02	2,19	2,01
Publicidad	0,86	1,14	1,04	1,16
Museos y bibliotecas	0,09	0,11	0,13	0,16
Patrimonio histórico	0,00	0,00	0,00	0,01
Ocio	1,10	1,24	1,60	1,75
Actividades deportivas	0,38	0,49	0,58	0,71
Actividades taurinas	0,01	0,00	0,01	0,00
Parques recreativos	0,03	0,04	0,05	0,04
Ferias y salones	0,47	0,53	0,64	0,72
Loterías y apuestas	0,12	0,09	0,18	0,14
Juegos y Juguetes (1)	0,09	0,09	0,15	0,14
Cultura y ocio	6,78	7,36	7,31	7,41

(1) Incluye videojuegos

Fuente: Cultura y ocio (Elaboración propia a partir de las Cuentas Patrimoniales y Sectoriales de la Comunidad de Madrid, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid); PIB (Contabilidad Regional de España, INE); Ocupados (Encuesta de Población Activa, INE).

En relación con las contribuciones al empleo, puede apreciarse como en este caso existe un mayor número de sectores que han minorado sus respectivas participaciones en el empleo de la Comunidad de Madrid. Nuevamente, es la Edición e Impresión el que más ha sufrido la pérdida, pues aun habiendo creado empleo a una tasa media del 2,2%, su contribución al empleo regional ha disminuido desde el 2,2% al 2% en 2007. La Televisión y la Radio, con un crecimiento medio del empleo del 1,8% durante el periodo 2003-2007, ha sufrido una disminución en su contribución al empleo de Madrid desde el 0,9% al 0,8%. Otros sectores que también han reducido su contribución al empleo de la comunidad autónoma han sido la Fotografía, las Artes

plásticas y la Cinematografía y Video. En el lado opuesto, confirmando la fuerte expansión que se viene señalando, se encuentra la Publicidad, la cual ha pasado de representar el 1% del empleo de la Comunidad de Madrid a aportar el 1,2%. Las Artes Escénicas, la Música y los Museos y Bibliotecas han incrementado también su contribución al empleo, aunque la diferencia es mucho menos significativa que en el caso de la Publicidad.

Las actividades de ocio por su parte, aunque en conjunto apenas representan un 1,2% del PIB de la Comunidad de Madrid en 2007, han registrado un significativo aumento en su contribución a la economía madrileña, tanto en términos de valor añadido como en empleo. Dentro de ellas, las Actividades Deportivas son las impulsoras de este aumento, pues han elevado su aportación al PIB desde el 0,4% al 0,5% y al empleo desde el 0,6% al 0,7%.

Del análisis sectorial de la industria de la cultura y el ocio en la Comunidad de Madrid puede decirse, a modo de resumen, que los sectores más significativos en términos absolutos son los mismos que en el ámbito nacional, siendo dichos sectores la Edición e Impresión, la Televisión y la Radio y la Publicidad. Mientras que la Edición viene mostrando una clara pérdida de protagonismo como impulsor de la cultura, la Publicidad se presenta como el sector más dinámico, tanto en producción como en facturación por ventas, habiendo alcanzado incluso la primera posición en cifra de negocio en el año 2007. La Televisión y la Radio por su parte, parece mostrar un crecimiento más estable, en línea con el conjunto de la industria. Aunque desde un punto de vista cuantitativo son las actividades incluidas en la cultura las más representativas, pues suponen aproximadamente el 80% de la industria, su crecimiento medio ha sido más moderado que el de las actividades de ocio y entretenimiento, destacando dentro de ellas los sectores de Ferias y Salones, por su cuantía en valor añadido y ventas, y las Actividades deportivas, por el gran dinamismo experimentado durante el periodo 2003-2007.

6. Conclusiones

La cultura por su dimensión identitaria y de civilización desempeña un papel esencial en la estructuración de la sociedad, y representa un elemento decisivo para el desarrollo individual. Este valor intrínseco de la cultura no está en contradicción con su dimensión económica. Los bienes y servicios culturales permiten concebir, intercambiar

y transmitir diferentes formas de expresión cultural que pueden ser valorados y comercializados. En la generación de esta diversidad de bienes y servicios intervienen una multiplicidad de agentes que desempeñan las funciones de creación, producción, y distribución cuya actividad agregada constituye concatenaciones de valor añadido que representan el aporte económico de los diferentes sectores culturales a la sociedad. Este es el sentido de la expresión conocida actualmente como “Economía de la Cultura”.

El creciente grado de desarrollo y bienestar social, el incremento en la renta disponible, los nuevos hábitos de consumo y el desarrollo de las nuevas tecnologías se ha traducido en una mayor demanda de bienes y servicios culturales y de ocio. Estos factores, conjuntamente con el cambio de actitud de instituciones y autoridades económicas sobre el papel de la cultura, han generado una situación caracterizada por un protagonismo creciente de las industrias culturales en la generación de riqueza y empleo y, en consecuencia, en el desarrollo y el crecimiento económico.

En este marco y teniendo en cuenta que la Comunidad de Madrid es la segunda región española más importante tanto en producto interior bruto como en renta per cápita, se hace especialmente necesario conocer la aportación de las industriales culturales a esta economía. Por ello, el objetivo de este capítulo consiste en determinar la contribución de la industria de la cultura y el ocio a la actividad económica y al empleo de la Comunidad de Madrid durante el periodo 2003 a 2007, tanto desde una perspectiva agregada como sectorial. Del análisis de los datos ofrecidos, se destacan las conclusiones siguientes:

La Industria en su conjunto ha generado en 2007 en la Comunidad de Madrid un valor añadido de 13,7 millones de euros, de los que un 83,2% corresponden a actividades culturales. La evolución de la industria durante el periodo 2003-2007 ha mostrado un gran dinamismo, con un crecimiento medio anual del 7,2% en términos reales, muy por encima del alcanzado por el PIB real de la Comunidad de Madrid (3,9%) y del PIB nacional (3,6%). Con estas cifras, la cultura y el ocio aportó en el año 2007 un 7,4% al PIB regional, observándose una tendencia creciente y sostenida desde 2003. Esta elevada aportación al PIB sitúa a la industria cultural y de ocio en el conjunto de los sectores cuantitativamente más relevantes de la Comunidad de Madrid.

Respecto al empleo, la industria en su conjunto ocupó en 2007 a más de 226.000 personas, mostrando un crecimiento medio anual del 4,7%, superior también al registrado por el empleo regional (4,4%) y el empleo nacional (4,2%). Ello ha provocado que las industrias culturales y de ocio vayan ganando peso en el empleo de la

Comunidad de Madrid, habiéndose elevado su aportación desde el 7,3% en 2003 al 7,4% en 2007. Por su parte, la contribución al conjunto de empresas de la región madrileña ha experimentado un importante ascenso, elevándose hasta el 11,8% en 2007.

El esfuerzo presupuestario realizado por el gobierno de la Comunidad de Madrid en cultura ha sido también significativo, mostrando un crecimiento medio anual del 16,8% y alcanzando en 2007 la cifra de 339,7 millones de euros, lo que representa el 1,9% del Gasto público total de esta Comunidad.

En el ámbito sectorial, la conclusión a destacar es que dentro de la cultura, los sectores más relevantes en la Comunidad de Madrid, al igual que en conjunto nacional, son la Edición e Impresión y la Televisión y la Radio, seguidos en tercer lugar por la Publicidad. En conjunto, estos tres sectores representan más del 63% del valor añadido de la industria y el 69% de las ventas, lo que hace que la dinámica y estructura de la industria cultural y de ocio venga determinada por el comportamiento de estos tres sectores. En relación con la Publicidad, es preciso destacar que su crecimiento durante el periodo 2003-2007 ha sido sensiblemente superior al observado en el resto de sectores, ganando protagonismo dentro de la industria. Por su parte, la Edición e Impresión ha mostrado, al igual que en el ámbito nacional, una clara pérdida de importancia como impulsor de la cultura, aunque todavía mantiene su primera posición en términos absolutos en el conjunto del valor añadido de la industria. En cualquier caso, la evolución de la Edición e Impresión en la Comunidad de Madrid, ha sido más dinámica que en el resto de España.

Estas conclusiones ponen de manifiesto la significativa aportación de las actividades culturales y de ocio a la economía madrileña. De ello se deduce que la contribución de esta industria al desarrollo económico y social de la Comunidad de Madrid ha de pasar necesariamente por ser explicada y promovida por los decisores económicos y políticos, con el fin de situar a la cultura en un lugar relevante en los programas de actuación de las autoridades regionales, para así conferirle el papel que le corresponde, como sector estratégico de primera magnitud, en el conjunto de la sociedad.

Orientaciones bibliográficas

Las principales referencias bibliográficas sobre la industria de la cultura y el ocio aparecen citadas a lo largo del texto de este capítulo. Adicionalmente, a continuación se detalla una

selección de títulos recomendables para aquellos lectores que deseen profundizar en el estudio de esta industria.

García, M. I., Y. Fernández y J.L. Zofío: “The Economic Dimension of the Culture and Leisure Industry in Spain”, *Journal of Cultural Economics*, 27, pag. 9-30, 2003

Lasuén, J.R., M.I. García, y J.L. Zofío: *Cultura y Economía*. Madrid: Fundación Autor, SGAE, 2005.

Lasuén, J.R., B. Olmedillas y J.L. Zofío: *El comercio exterior de los servicios culturales españoles en el marco de la OCDE*. Madrid: Fundación Autor, SGAE, 2004

SGAE, *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores, varios años.

Throsby, D.: *Economía y Cultura*, Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001.

Towse, Ruth (ed.): *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid: Fundación Autor, SGAE, 2003.

UNESCO, *World Culture Report: Cultural Diversity, Conflict and Pluralism*. Paris: UNESCO, 2000.

UNESCO, *Hacia las Sociedades del Conocimiento*. Paris: UNESCO, 2005.

Vogel, H. L.: *La industria de la Cultura y el Ocio. Un análisis económico*. Madrid, Fundación Autor, SGAE, 2004.

Zofío, J. L.: *La relevancia económica de la provisión de servicios culturales por la Administración Local: las bibliotecas*, en Ministerio de Cultura (ed.) *I Encuentro Bibliotecas y Municipio. La Administración Local y las Bibliotecas en la Democracia*, Madrid: Dirección general de Libro, Archivos y Bibliotecas, Ministerio de Cultura, 2006.

Otras orientaciones bibliográficas sobre mediciones de las industrias culturales en otros países:

ACC: *The Economic Contribution of Australia's Copyright Industries*, Sydney: Australian Copyright Council and Centre for Copyright Studies, 2001.

DCF: *The Economic Importance of Copyright in the Netherlands in 1998*. Amsterdam: Dutch Copyright Federation, 2000.

- DCMS: *Creative Industries Mapping Document*. Londres: Creative Industries Task Force, Department for Culture, Media and Sport, U.K. Government, varios años.
- Economist Incorporated: *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2000 Report*. Washington: The International Intellectual Property Alliance, 1990.
- Economist Incorporated: *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2004 Report*. Washington: The International Intellectual Property Alliance, 2004.
- FCI: *The Economic Importance of Copyright Industries in Norway. 1999*, Helsinki: Finnish Copyright Institute, 2002.
- FCS: *The Economic Importance of Copyright Industries in Finland. 1997*, Helsinki: Finnish Copyright Society, 2000.
- Media Group: *The Contribution of Copyright and Related Rights to the European Economy*, Helsinki: Turku School of Economics and Business Administration, 2003.
- OMPI: *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*. Creative Industries Series N°1, Ginebra: World Intellectual Property Organization, 2006.

Anexo I. Actividades CNAE-93 incluidas en la industria de la cultura y el ocio

Código CNAE-93	Industria de la cultura y el ocio	Sector	
92311	Creación artística y literaria; interpretación de arte dramático, música y similares	Artes escénicas	
92312	Producción de espectáculos		
92313	Otras actividades relacionadas con el espectáculo		
92320	Gestión de salas de espectáculos		
92343	Otros espectáculos		
22140	Edición de soportes de sonido grabado	Música	
22310	Reproducción de soportes de sonido grabado		
24650	Fabricación de soportes vírgenes para grabación		
32300	Fabricación de aparatos de recepción, grabación y reproducción de sonido e imagen		
36300	Fabricación de instrumentos musicales		
52450	Comercio al por menor de electrodomésticos, aparatos de radio, televisión y sonido		
71401	Alquiler de aparatos de radio, televisión y sonido		
92311	Creación artística y literaria; interpretación de arte dramático, música y similares		
92312	Producción de espectáculos		
92313	Otras actividades relacionadas con el espectáculo		
92320	Gestión de salas de espectáculos		
92341	Salas de baile, discotecas y actividades similares		
92343	Otros espectáculos		
22320	Reproducción de soportes de vídeo grabado		Cinematográfica y vídeo
24650	Fabricación de soportes vírgenes para grabación		
32300	Fabricación de aparatos de recepción, grabación y reproducción de sonido e imagen		
52450	Comercio al por menor de electrodomésticos, aparatos de radio, televisión y sonido		
71404	Alquiler de otros efectos personales		
92111	Producción de películas		
92112	Actividades de apoyo a la producción cinematográfica y de vídeo		
92121	Distribución de películas cinematográficas y cintas de vídeo		
92122	Distribución de películas en cintas de vídeo		
92130	Exhibición de películas		
32201	Fabricación de equipos de emisión de radio y televisión	Televisión y radio	
32201	Fabricación de equipos de emisión de radio y televisión		
51430	Comercio al por mayor de aparatos electrodomésticos y de aparatos de radio y televisión		
52720	Reparación de aparatos domésticos eléctricos		
71401	Alquiler de aparatos de radio, televisión y sonido		
92201	Actividades de radio		
92202	Producción y distribución de televisión		
92203	Emisión de programas de televisión		
92400	Actividades de agencias de noticias		
52487	Galerías de arte comerciales	Pintura	
52501	Anticuarios		
24640	Fabricación de material fotográfico virgen y preparados químicos para fotografía	Fotografía	
33402	Fabricación de instrumentos fotográficos y ópticos		
52481	Comercio al por menor de óptica, fotografía y precisión		
74811	Laboratorios de revelado, impresión y ampliación fotográfica		
74812	Estudios fotográficos y otras actividades de fotografía		
21120	Fabricación de papel y cartón	Edición e impresión	
21210	Fabricación de papel y cartón ondulados. Fabricación de envases y embalajes de papel y cartón		
21230	Fabricación de artículos de papelería		
22110	Edición de libros		
22120	Edición de periódicos		
22130	Edición de revistas		
22150	Otras actividades de edición		
22210	Impresión de periódicos		
22220	Otras actividades de impresión		
22230	Encuadernación		
22240	Actividades de preimpresión		
22250	Actividades auxiliares relacionadas con la impresión		
24302	Fabricación de tintas de imprenta		
29550	Fabricación de maquinaria para la industria del papel y del cartón		

Código CNAE-93	Industria de la cultura y el ocio	Sector
51471	Comercio al por mayor de artículos de papelería, libros y similares	
52470	Comercio al por menor de libros, periódicos y papelería	
92400	Actividades de agencias de noticias	
21111	Fabricación de pasta papelera a partir de fibra virgen	
21112	Fabricación de pasta papelera a partir de fibra regenerada	
74142	Relaciones públicas	Publicidad
74401	Agencias y consultores de publicidad	
74402	Gestión de soportes publicitarios	
92510	Actividades de bibliotecas y archivos	Museos y bibliotecas
92521	Actividades de museos	
92522	Actividades de conservación de lugares y edificios históricos	Patrimonio histórico
36400	Fabricación de artículos de deporte	Actividades deportivas
52483	Comercio al por menor de juguetes y artículos de deporte	
71403	Alquiler de equipo y material deportivo	
92611	Gestión de estadios y polideportivos	
92621	Clubes y escuelas deportivas	
92623	Otras actividades relacionadas con el deporte	
35420	Fabricación de bicicletas	
92622	Gestión de puertos deportivos	
92612	Gestión de estaciones de esquí	
92613	Gestión de otras instalaciones deportivas	
92342	Espectáculos taurinos	Actividades taurinas
92330	Actividades de ferias y parques de atracciones	Parques recreativos
92530	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales	
74842	Organización de ferias, exhibiciones y congresos	Ferias y salones
74843	Otras actividades empresariales	
92330	Actividades de ferias y parques de atracciones	
92711	Casinos y salas de juegos de azar	
92720	Otras actividades recreativas	
92712	Loterías y apuestas	Loterías y apuestas
92713	Otras actividades relacionadas con los juegos de azar	
36500	Fabricación de juegos y juguetes	Juegos y juguetes
51472	Comercio al por mayor de juegos y juguetes	
72200	Consulta de aplicaciones informáticas y suministro de programas de informática	
52483	Comercio al por menor de juguetes y artículos de deporte	