



Estudios Gerenciales

ISSN: 0123-5923

estgerencial@icesi.edu.co

Universidad ICESI

Colombia

ALONSO CIFUENTES, JULIO CÉSAR; GALLEGO LONDOÑO, ANA ISABEL
PRIMERA APROXIMACIÓN A LA CARACTERIZACIÓN Y MEDICIÓN DE LAS INDUSTRIAS
CULTURALES EN CALI

Estudios Gerenciales, vol. 27, núm. 120, julio-septiembre, 2011, pp. 13-40

Universidad ICESI

Cali, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21222706002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

PRIMERA APROXIMACIÓN A LA CARACTERIZACIÓN Y MEDICIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN CALI¹

JULIO CÉSAR ALONSO CIFUENTES, Ph.D.*

Director, Centro de Investigación en Economía y Finanzas (CIENFI), Departamento de Economía,
Universidad Icesi, Colombia.
jcalonso@icesi.edu.co

ANA ISABEL GALLEGO LONDOÑO

Joven investigadora, programa de Jóvenes Investigadores e Innovadores "Virginia Gutiérrez de Pineda",
Centro de Investigación en Economía y Finanzas (CIENFI), Departamento de Economía,
Universidad Icesi, Colombia.
anaisabel.gallego@gmail.com

Fecha de recepción: 02-09-2010

Fecha de corrección: 10-05-2011

Fecha de aceptación: 06-07-2011

RESUMEN

En este documento se presentan los resultados de la caracterización y medición de las industrias culturales de Cali. Así mismo, se describe el panorama de estas industrias en la ciudad y se plantean los retos y actores necesarios para el florecimiento de la industria como motor de desarrollo del municipio. Se estima que la industria cultural pesa alrededor del 1,0% en el PIB y 2,7% en el empleo de la ciudad. Se encuentra que es un sector con altos niveles de informalidad de la empresa y del empleo, con bajos niveles de exportación y alta volatilidad en la producción y, hasta hace poco, el sector carecía por completo de políticas públicas orientadas a su desarrollo.

PALABRAS CLAVE

Industrias culturales, PIB, censo económico de Cali y Yumbo.

Clasificación JEL: O47, Z11

1 Este artículo es parte de los resultados del proyecto "Industrias culturales: motor del desarrollo económico de la ciudad de Santiago de Cali", financiado por el BID, Comfandi, la Universidad Icesi, la Cámara de Comercio de Cali, la Alcaldía de Santiago de Cali-Secretaría de Cultura, y la Fundación Metrópoli. Este proyecto ha producido tres libros en los que se amplía la metodología de medición que se presenta en este artículo: Alonso, Gallego y Ríos (2010), Alonso, Gallego, Magyaroff, Restrepo y Ulloa (2010); y Alonso, Bernat, Bermúdez, Ramírez, Ríos y Villarraga (2010).

* Autor para correspondencia. Dirigir correspondencia a: Universidad Icesi, Calle 18 No. 122-135, Pance, Cali, Colombia.

ABSTRACT

A first approach to characterizing and measuring cultural industries based in Cali

This document presents a summary of the results of the characterization and measurement of cultural industries in Cali. It also describes the situation of these industries in this city and proposes goals and actors necessary in order for the industry to thrive as a driver of economic development. It was found that cultural industries account for around 1,0% of the city's GDP and generate 2,7% of all employment. It is a sector with high levels of informality, low levels of exports, and high volatility of production. Until recently, this sector lacked public policies oriented towards fostering development.

KEYWORDS

Cultural industries, GDP, Cali-Yumbo Economic Census.

RESUMO

Primeira aproximação a caracterização e medição das indústrias culturais em Cali

Nesse artigo se apresentam os resultados da caracterização e medição das indústrias culturais de Cali. Além disso, se descreve a situação dessas indústrias na cidade e se apresentam os desafios e os atores necessários para o florescimento da indústria como um motor de desenvolvimento do município. Descobrimos que a indústria cultural pesa em torno de 1,0% do PIB e 2,7% no emprego da cidade. É um setor com elevados níveis de informalidade tanto da empresa como do emprego, baixos níveis de exportação e elevada volatilidade na produção e, até recentemente, o setor carecia por completo de políticas públicas orientadas ao seu desenvolvimento.

PALAVRAS-CHAVE

Indústrias culturais, PIB, recenseamento econômico de Cali e Yumbo.

INTRODUCCIÓN

En la última década, la atención sobre las industrias culturales ha venido en aumento por su creciente importancia en la generación de valor agregado y empleo. En Colombia, la importancia de este sector es reconocida por el Ministerio de la Cultura, que ha dedicado una unidad al fomento de estas industrias, y por el Gobierno Nacional que, a través del Consejo Nacional de Política Económica y Social, produjo un documento para plasmar la política pública nacional para el fomento de este sector (Consejo Nacional de Política Económica y Social -CONPES y Departamento Nacional de Planeación -DNP, 2010).

No obstante, los estudios académicos sobre las industrias culturales en Colombia (Ministerio de Cultura de Colombia, Equipo Central de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello, 2003) y en Latinoamérica son escasos, y aquellos que existen son usualmente específicos a un tema, o su visión global de la industria es de corte cualitativo más que cuantitativo (British Council, Instituto Distrital de Cultura y Turismo, Centro de Estudios para el Desarrollo Económico de la Universidad de los Andes y Cámara de Comercio de Bogotá, 2002; Fundesarrollo, 2007; Zuleta y Jaramillo, 2003).

Este documento, si bien descriptivo, pretende ser el primero que caracterice las industrias culturales de Cali al contar con fuentes de información que no tienen comparación en otras ciudades del país y que permiten caracterizar la estructura productiva de la ciudad: un Censo Económico reciente (Departamento Adminis-

trativo Nacional de Estadística -DANE, 2005) y un Sistema de Cuentas Económicas Municipales generado y actualizado constantemente por el Centro de Investigación en Economía y Finanzas de la Universidad Icesi (CIENFI) por encargo del Departamento Administrativo de Planeación Municipal (DAPM). Este sistema ha incluido recientemente una cuenta satélite de cultura, herramienta que permite el monitoreo de las industrias culturales de la ciudad (DAPM y CIENFI, 2009).

Hasta donde llega el conocimiento de los autores, Cali es la única ciudad latinoamericana que tiene a su disposición esta información. Por ello, en este documento se presenta por primera vez una caracterización de las industrias culturales como un todo a partir de información cuantitativa y no cualitativa.

Este documento se organiza en cuatro secciones sin contar con la anterior introducción: la primera sección presenta una breve descripción de la situación de las industrias culturales en Cali, describe el marco teórico y la metodología empleada en el estudio. La segunda sección discute brevemente las características más importantes de las industrias culturales en la ciudad de Cali a partir del Censo Económico de Cali y Yumbo, realizado en el año 2005 (DANE, 2005). En la tercera sección se analiza la contribución económica de las industrias culturales de Cali al Producto Interno Bruto (PIB) de la ciudad. Por último, se hace una discusión sobre el panorama de las industrias culturales en Cali.

I. MARCO TEÓRICO, METODOLOGÍA Y SITUACIÓN ACTUAL

Tradicionalmente, Cali ha sido considerada como una ciudad cuna de artistas. En los años setenta y ochenta hubo un apogeo de la producción cinematográfica que le valió el sobrenombre de “Caliwood”, nacido de la mención de éste en la novela *Por eso yo regreso a mi ciudad*, de Andrés Caicedo en 1969 (Caicedo, 1984). Así mismo, Cali es conocida como la capital mundial de la salsa y ha quedado inmortalizada en canciones como las del Grupo Niche. Sin embargo, existen constantes manifestaciones de descontento por parte de los artistas sobre la falta de oportunidades en el sector y el trato que se les da a sus empresas en términos de impuestos, lo que desincentiva la producción artística como una actividad de tiempo completo.

El trabajo y la producción en el sector cultural no tienen las mismas características que el resto de la producción industrial, comercial o de servicios. Sin embargo, la legislación, en términos de impuestos y promoción, no tiene en cuenta estas particularidades. Se han realizado algunos avances en términos de la promoción, como la promulgación de la Ley 814 de 2003 (Congreso de la República, 2003), en la que se dictan las normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia. Así mismo, en el 2010 se aprobó el documento CONPES 3659 para las industrias culturales (CONPES y DNP, 2010). Por el lado de los impuestos, actualmente se está tramitando en el Congreso la Ley de Espectáculos (Ministerio de Cultura, 2009), motivada por el hecho que la presentación de espectáculos puede

llevar a un pago del 79% del valor de la boletería en impuestos. Para el caso de Cali, sólo en el año 2001, por medio del Acuerdo 0203, se creó la Secretaría de Cultura y Turismo (Decreto extraordinario No. 0203 del Alcalde de Santiago de Cali, 2001) y actualmente se trabaja en la creación del primer Plan Decenal de Cultura de la ciudad.

Con este panorama se hace necesario cuantificar el impacto actual de las industrias culturales en Cali y su posición respecto al país. El momento es propicio porque las flaquezas en los incentivos a la creación y sostenimiento de las industrias culturales, que hasta ahora se han vivido, deberían ser superadas con los nuevos esfuerzos gubernamentales y privados, como por ejemplo, el proyecto “Industrias Culturales: motor del desarrollo económico de la ciudad de Santiago de Cali”.

Los tres abanderados de la discusión sobre estas industrias son la UNESCO, el Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS por sus siglas en inglés) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Cada una de ellas defiende un concepto diferente, pero relacionado con la cultura.

La UNESCO (2007) reconoce las industrias culturales como:

Aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). (pp. X)

Así mismo, el DCMS ha hecho esfuerzos por medir el impacto económico de las industrias creativas que son “aquellas que están basadas en la creatividad, talento y habilidades individuales. Tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través del desarrollo de la propiedad intelectual” (DCMS, 2001, p. 5).

La OMPI, por su parte, defiende la importancia económica de las “Industrias Protegidas por el Derecho de Autor” a las que define en los siguientes grupos:

Las industrias que dependen principalmente del derecho de autor son aquellas que se dedican íntegramente a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, o distribución y venta de obras y otro material protegido.

Las industrias interdependientes del derecho de autor son industrias que se dedican a la producción y venta de equipos cuya función consiste, total o principalmente, en facilitar la creación, la producción o la utilización de obras y otro material protegido.

Las industrias que dependen parcialmente del derecho de autor son industrias en las cuales una parte de las actividades está relacionada con las obras y otro material protegido y puede consistir en la creación, producción y fabricación, la interpretación o ejecución, la radiodifusión, la comunicación y la exhibición o la distribución y venta.

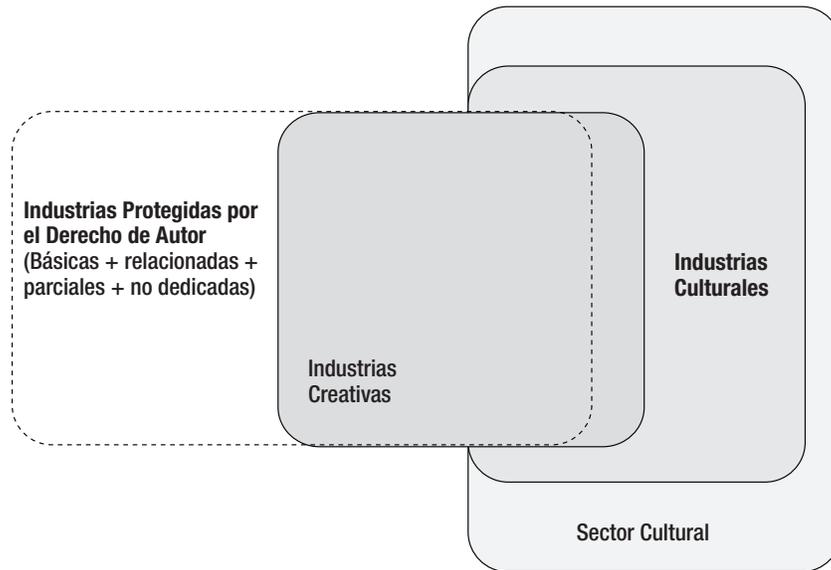
Las industrias de apoyo son industrias en las cuales una parte de las actividades consiste en facilitar la radiodifusión, la comunicación, la distribución o la venta de obras y otro material protegido, y cuyas actividades no han sido incluidas en las industrias que

dependen principalmente del derecho de autor. (Traducción propia de OMPI, 2003, pp. 35)

Para el caso latinoamericano, el Convenio Andrés Bello ha realizado una labor de definición y creación de una metodología para la medición de las industrias culturales (Convenio Andrés Bello, 2009). Colombia está ad portas de publicar la cuenta satélite de cultura con base en esta metodología, y Cali la adoptó y presentó sus resultados en el año 2010. En el documento de Alonso, Gallego y Ríos (2010) se encuentra una discusión metodológica sobre cada una de las industrias descritas, el análisis realizado para llegar a la metodología de medición de industrias culturales del Convenio Andrés Bello y las diferencias que tiene esta metodología con una de medición de industrias creativas o protegidas por el derecho de autor. Así mismo, en el Gráfico 1 se presenta un diagrama de la relación entre los tres tipos de industrias.

En el Gráfico 1 se observa que existen industrias culturales que también son creativas y/o del derecho de autor, pero hay un grupo de industrias, como el patrimonio natural, inmaterial, los juegos y juguetes y la formación cultural, que solamente pueden ser clasificadas dentro de las industrias culturales. Medir las industrias creativas o protegidas por el derecho de autor, dejaría por fuera elementos importantes de las industrias culturales e incluiría industrias no culturales como el software y las bases de datos. En el caso caleño, la millonaria inversión del proyecto “Industrias Culturales: motor del desarrollo económico de la ciudad de Santiago de Cali”, hace más relevante

Gráfico 1. Sector cultural, industrias culturales, industrias creativas e industrias protegidas por el derecho de autor



Fuente: De *Industrias culturales de Santiago de Cali: Caracterización y cuentas económicas* (p. 8), por J.C. Alonso, A.I. Gallego y A.M. Ríos, 2010, Cali: Universidad Icesi.

una medición de industrias culturales que de industrias creativas o protegidas por el derecho de autor, aunque estas dos últimas también salieron beneficiadas.²

Para llegar a esta decisión se revisaron también otros estudios de industrias culturales desarrollados en diferentes países, como por ejemplo: el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, la Universidad ARCIS y el Convenio Andrés Bello (2003), realizaron el estudio en Chile; la Universidad San Martín de Porres, la Escuela Profesional de Turismo y la Hostelería, y el Instituto de Investigación (2005), realizaron el estudio en Perú; Singh (2004) calculó el impacto de la cultura en Canadá;

Guzmán, Medina y Quintero (2004) lo hicieron en Venezuela; Fesel y Söndermann (2007) realizaron el cálculo en Alemania; el Ministerio de Cultura de España (2007) lo hizo para su país y el Ministry of Education of Finland (2009) realizó el cálculo para Finlandia. En la Tabla 1 se resumen las mediciones de industrias creativas, culturales y protegidas por el derecho de autor en el mundo. Como se puede observar, en general, las mediciones de industrias culturales arrojan participaciones en el PIB inferiores a las otras industrias, lo que es coherente con el hecho de que el número de actividades económicas que pueden ser consideradas culturales es limitado.

² Para más detalles sobre esta decisión, consultar Alonso, Gallego y Ríos (2010).

Tabla 1. Mediciones de la producción de la industria cultural en diferentes países

Pais	Medición	Año de medición	%del PIB	Pais	Medición	Año de medición	%del PIB
Mercosur y Chile 1)			De 1,0 a 6,74				
Argentina	D.A Total	1993	4,1	Canadá 9)	Culturales	2001	3,77
Brasil	D.A Total//Básicas	1998	6,74//2,70	Singapur 24)	D.A Total//Básicas	2001	5,67//2,85
Chile	D.A Total	1998	1,8	Canadá 10)	D.A Total//Básicas	2002	5,38//3,99
Paraguay	D.A Total	1995-1999	1,0	Venezuela 11)	Culturales	2002	Entre 1,7 y 8,8 según escenario
Uruguay	D.A Total	1997/8	6,5	Hungría 12)	D.A Total//Básicas	2002	6,67//3,96
Unión Europea 2)		2000	5,27// 3,99	México 23)	D.A Total//Básicas	2003	4,77//1,55
Austria	D.A Total//Básicas	2000	3,8//2,3	Rusia 22)	D.A Total//Básicas	2004	6,06//2,39
Bélgica	D.A Total//Básicas	2000	3,9//2,7	Croacia 26)	D.A Total//Básicas	2004	4,27//2,99
Dinamarca	D.A Total//Básicas	2000	4,8//3,7	Alemania 28)	Creativas	2004	2,6
Finlandia	D.A Total//Básicas	2000	6,3//3,2	Alemania 28)	Culturales	2004	1,6
Francia	D.A Total//Básicas	2000	4,4//3,4	España 13)	D.A Total	2005	3,5
Alemania	D.A Total//Básicas	2000	5,1//3,5	España 13)	Culturales	2005	2,8
Grecia	D.A Total//Básicas	2000	1,9//1,3	Finlandia 14)	Culturales	2005	3,2
Irlanda	D.A Total//Básicas	2000	2,5//2,1	Bulgaria 15)	D.A Total//Básicas	2005	2,81//1,57
Italia	D.A Total//Básicas	2000	4,5//3,3	Holanda 18)	D.A Total//Básicas	2005	5,9//4,0
Luxemburgo	D.A Total//Básicas	2000	3,3//2,8	Jamaica 19)	D.A Total//Básicas	2005	4,81//1,7
Holanda	D.A Total//Básicas	2000	5,0//4,0	Ucrania 20)	D.A Total//Básicas	2005	2,85//1,54
Portugal	D.A Total//Básicas	2000	3,1//1,9	Libano 21)	D.A Total//Básicas	2005	4,75//2,53
Polonia	D.A Total//Básicas	2000	5,1//2,9	Rumanía 25)	D.A Total//Básicas	2005	5,55//3,55
España	D.A Total//Básicas	2000	5,9//4,4	Australia 3)	D.A Total//Básicas	2007	10,3//7,3
Suecia	D.A Total//Básicas	2000	8,4//7,1	Reino Unido 16)	Creativas	2007	6,2
Reino Unido	D.A Total//Básicas	2000	4,82//3,5	EUA 17)	D.A Total//Básicas	2007	11,05 // 6,44
Filipinas 27)	Culturales	2000	1,8	Tailandia 29)	Creativas	2008	2,86
Chile 4)	D.A Total//Básicas	2000	5,05//2,9	Australia 30)	Creativas	2005-2008	2,8
Letonia 5)	Creativas	2001	3,1	Colombia 31)	Culturales	2007	1,78
Nueva Zelanda 6)	Creativas	2001	3,8	Colombia 32)	D.A Total//Básicas	2005	3,3//1,9
Hong Kong 7)	Culturales	2001	1,03	Cali 33)	Culturales	2008	1,01

Fuente: 1) Universidad Estadual de Campinas y OMPI (2001). 2) Picard, Toivonen y Grönlund (2003). 3) Price Waterhouse Coopers (2008). 4) Consejo Nacional de la Cultura y las Artes et al. (2003). 5) Ministry of culture of the Republic of Latvia (2004). 6) New Zealand Institute of Economic Research (2002). 7) Centre for Cultural Policy Research (2003). 8) Universidad San Martín de Porres, Escuela Profesional de Turismo y Hotelería e Instituto de Investigación (2005). 9) Singh (2004). 10) Wall Communications Inc. (2004). 11) Guzmán et al. (2004). 12) Penygey y Munkácsi (2005). 13) Ministerio de Cultura de España (2007). 14) Ministry of Education of Finland (2009). 15) OMPI (2008). 16) Department of Culture Media and Sports (2010). 17) Siwek (2009). 18) Leenheer, Bremer y Theeuwes (2008). 19) James (2007). 20) OMPI (2010c). 21) Melki (2008). 22) OMPI (2010a). 23) Márquez-Mees, Ruiz y Yaber (2008). 24) Leo, Chow, Lee, Ong y Loy (2004). 25) Zaman, Vasile, Parvu y Darasteanu (2010). 26) OMPI (2010b). 27) Francisco, de Dios, Barrios y Tijam (2008). 28) Pesely Söndermann (2007). 29) Kenan Institute Asia (2009). 30) Centre for international economics (2009). 31) DANE (2007). 32) OMPI y DNPA (2008). 33) Alonso, Gallego y Ríos (2010).

2. CARACTERIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Para efectos de este análisis se entenderán por industrias culturales “aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que además generan valor agregado a través de la explotación de los activos culturales y de producción de bienes y servicios basados en el conocimiento”³ (UNESCO, 2007, pp. X).

En esta sección se presenta una caracterización de las industrias culturales de Cali con base en el Censo Económico de Cali y Yumbo, realizado en el año 2005, del que se puede obtener variada información sobre la estructura económica de la ciudad (DANE, 2005).

El primer paso para caracterizar el sector es hacer operativa la definición de industrias culturales provista anteriormente. Para tal fin, se utiliza la clasificación de las industrias culturales empleada para el cálculo de la cuenta satélite de cultura de Cali, utilizando la metodología propuesta por el Convenio Andrés Bello (2009).⁴

En la Tabla 2 se reportan los sectores de la cultura presentes en la ciudad de Cali con sus respectivos subsectores y Código Industrial Internacional Uniforme (CIU), de los cuales, cinco tienen la peculiaridad de que su producción no es totalmente cultural, por lo que, en el análisis de los datos del censo económico no se incluirán estos sectores pero sí estarán incluidos en el análisis de la contribución

al PIB que se presenta en la próxima sección. A continuación se describen las razones para esto:

- CIU 2219 y 2220 (“otros trabajos de edición” y “actividades de impresión”, respectivamente): tienen algunos productos y servicios culturales, sin embargo, la mayor parte de su producción es de productos no culturales.
- CIU 7421: están incluidas, además de las actividades de arquitectura, de interés para la industria cultural, algunas actividades de ingeniería.
- CIU 7499: están incluidas algunas actividades de diseño que hacen parte de la industria cultural.
- CIU 8030: sólo es cultural la formación superior artística.

2.1. Cuántas son y cómo se distribuyen

De acuerdo con la información del censo económico (DANE, 2005), en la ciudad de Cali el 2,1% de las unidades económicas censadas (1.077 de las 51.457 existentes), hacen parte de las industrias culturales. La mayor concentración de unidades económicas se presenta en el “comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería y escritorio” que representó el 54,0% de las unidades económicas de las industrias culturales. A esta actividad le siguen en importancia “publicidad” y “producción y distribución de filmes y videocintas (fotografía)” (con el 11,3%

3 “La característica principal de las industrias culturales es que todas usan su creatividad, conocimiento cultural y propiedad intelectual, para producir productos y servicios con valor social y cultural.” (UNESCO, 2007, pp. X)

4 Para una discusión de este tema, consultar a Alonso, Gallego y Ríos (2010).

Tabla 2. Clasificación de las industrias culturales

CIU	Descripción CIU Rev. 3 adaptada para Colombia	Sector
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	Libros y publicaciones
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	Libros y publicaciones
2213	Edición de materiales grabados	Música
2219*	Otros trabajos de edición	Libros y publicaciones
2220*	Actividades de impresión	Libros y publicaciones
2240	Reproducción de materiales grabados	Música
3694	Fabricación de juegos y juguetes	Juegos y juguetes
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería	Libros y publicaciones
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	Audiovisual
6424	Servicios de transmisión por cable	Audiovisual
7320	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	Investigación
7421*	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico.	Diseño
7430	Publicidad	Diseño
7494	Actividades de fotografía	Artes plásticas y visuales
7499*	Otras actividades empresariales NCP	Diseño
8030*	Educación superior	Formación artística
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	Audiovisual
9212	Exhibición de filmes y videocintas	Audiovisual
9213	Actividades de radio y televisión	Audiovisual
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas.	Artes escénicas
9219	Otras actividades de entretenimiento NCP	Artes escénicas
9220	Actividades de agencias de noticias	Audiovisual
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	Patrimonio material
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	Patrimonio material
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	Patrimonio natural

Nota. *Indica que la industria es parcialmente cultural, por ello no se incluirá en el análisis posterior.

Fuente: Elaboración propia con datos de Convenio Andrés Bello (2009) y correlativas propias.

y 7,2% de las unidades económicas, respectivamente) (ver Tabla 3).

Como se puede apreciar en la Tabla 4, el 68,3% del total de establecimientos de industrias culturales en el 2005 operaba en un local, oficina o fábrica; por su parte, el 22,3% en viviendas con actividad económica y el restante 9,4% en puestos fijos o móviles. La industria que más opera en vivienda con actividad económica es “actividades de fotografía” (54,5%),

seguida por “fabricación de juegos y juguetes” (50,0%).

2.2. Dónde están

En el Gráfico 2 se evidencia que el mayor número de establecimientos del sector “libros y publicaciones” (sin considerar impresión y otros trabajos de edición) es del CIU “comercio al por menor de libros en establecimientos especializados”, éstos representan el 54,0% de los establecimientos per-

Tabla 3. Porcentaje de participación de cada industria en el total de establecimientos comerciales de las industrias culturales de Cali (2005)

CIU	Descripción CIU Rev. 3 adaptada para Colombia	# Establecimientos	% del total de unidades económicas de Industrias culturales
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	0,9%
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	0,5%
2213	Edición de materiales grabados	2	0,2%
2240	Reproducción de materiales grabados	2	0,2%
3694	Fabricación de juegos y juguetes	4	0,4%
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería	582	54,0%
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	0,9%
6424	Servicios de transmisión por cable	20	1,9%
7320	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	0,7%
7430	Publicidad	122	11,3%
7494	Actividades de fotografía	88	8,2%
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	78	7,2%
9212	Exhibición de filmes y videocintas	17	1,6%
9213	Actividades de radio y televisión	13	1,2%
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	3,3%
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	41	3,8%
9220	Actividades de agencias de noticias	3	0,3%
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	10	0,9%
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	0,8%
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	1,6%
Total de unidades económicas-Industrias Culturales		1077	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2005).

tenecientes a CIU totalmente culturales, y se concentran en la Comuna 3 de Cali, donde está el conocido sector de San Nicolás y gran parte del centro de la ciudad. Si bien no es analizado gráficamente (dado que los CIU 2219 y 2220 no son totalmente culturales), también se ha identificado que las industrias de impresión y edición tienen alta concentración en la misma comuna.

En el sector “fabricación de juegos y juguetes” están el 0,4% del total de establecimientos pertenecientes a los CIU totalmente culturales de acuerdo con el censo económico. Esta industria sólo está presente en las comunas 10, 12, 19 y 20.

El 0,7% del total de establecimientos pertenecientes a los CIU totalmente culturales, son de “investi-

Tabla 4. Industrias culturales por tipo de emplazamiento (2005)

CIIU	Descripción CIIU Rev. 3 adaptada para Colombia	# Establecimientos	Tipo de emplazamiento			
			Local/oficina/fábrica	Puesto fijo	Vivienda	Puesto móvil
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	80,0%	10,0%	10,0%	0,0%
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2213	Edición de materiales grabados	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2240	Reproducción de materiales grabados	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3694	Fabricación de juegos y juguetes	4	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería.	582	62,4%	8,1%	22,5%	7,0%
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6424	Servicios de transmisión por cable	20	95,0%	5,0%	0,0%	0,0%
7320	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7430	Publicidad	122	81,1%	0,8%	17,2%	0,8%
7494	Actividades de fotografía	88	45,5%	0,0%	54,5%	0,0%
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	78	80,8%	0,0%	19,2%	0,0%
9212	Exhibición de filmes y videocintas	17	82,4%	0,0%	17,6%	0,0%
9213	Actividades de radio y televisión	13	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	83,3%	0,0%	16,7%	0,0%
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	41	70,7%	12,2%	12,2%	4,9%
9220	Actividades de agencias de noticias	3	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	10	90,0%	0,0%	10,0%	0,0%
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	77,8%	0,0%	22,2%	0,0%
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	64,7%	0,0%	29,4%	5,9%
TOTAL		1.077	68,3%	5,2%	22,3%	4,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2005).

gación y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y humanidades”. Se concentran principalmente en la comuna 2, con el 62,5% del total de este tipo de establecimientos.

Los establecimientos dedicados a la publicidad representaron el 11,3% del total de establecimientos pertenecientes a los CIIU completamente

culturales de la ciudad de Cali en el 2005. La mayor concentración de estas industrias se da en las comunas 2 y 3, con el 40,2% y el 18,0% del total de los establecimientos de este tipo, respectivamente.

Al sector “artes plásticas y visuales”, pertenecen las actividades de fotografía comercial y artística. Estas industrias se encuentran distribui-

das por gran parte de la ciudad, sin concentración especial en alguna comuna. Los establecimientos dedicados a la fotografía representan el 8,2% del total de establecimientos pertenecientes a los CIU totalmente culturales en Cali.

En el sector “audiovisual y música”, los establecimientos que prestan servicios de transmisión de radio, televisión y cable, que realizan actividades de radio y televisión, de agencias de noticias, o de producción, distribución y exhibición de filmes y videocintas, representan el 13,1% de los establecimientos pertenecientes a CIUs totalmente culturales de Cali. Éstos se encuentran distribuidos en varias comunas de la ciudad, sin embargo, hay una concentración un poco más alta en las comunas 2 y 19, en donde se ubican el 31,9% del total de este tipo de establecimientos. Por su parte, los establecimientos dedicados a la edición y reproducción de grabaciones, representan el 0,04% de los establecimientos pertenecientes a los CIU totalmente culturales de Cali y están ubicados en las comunas 2, 3 y 4.

Al sector “artes escénicas” pertenecen las actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas, así como otras actividades de entretenimiento. Este tipo de actividades representan el 7,1% del total de establecimientos pertenecientes a los CIU totalmente culturales de Cali. Esta industria se encuentra ubicada principalmente en las comunas 2, 19 y 3, en donde están el 59,7% de este tipo de establecimientos.

Al sector de “patrimonio material” pertenecen las actividades de bibliotecas, museos y archivos. Represen-

tan el 1,8% de los establecimientos y el 68,4% de éstos, están ubicados en las comunas 19, 2 y 3.

Al sector patrimonio inmaterial pertenecen las actividades de jardines botánicos, zoológicos, parques nacionales y eco-parques. Representan el 1,6% de los establecimientos y el 41,2% de éstos están ubicados en las comunas 2 y 19.

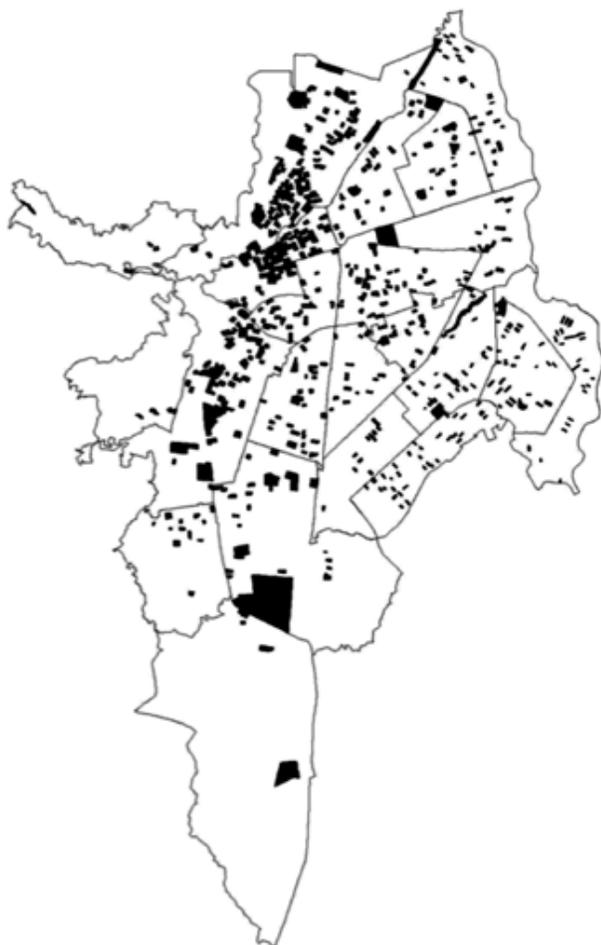
En general, las industrias culturales en Cali tienen el 2,1% del total de los establecimientos de la ciudad. Las comunas con mayor número de establecimientos de este tipo son la 3, 2 y 19 (28,2%, 14,9% y 11,0% del total, respectivamente). Las comunas 1 y 22 son las que menor número de establecimientos culturales tuvieron en el 2005 (ver Gráfico 2).

2.3. Formalidad e informalidad

En cuanto al seguimiento de la normatividad vigente y compromisos tributarios, en el 2005 el 68,2% de los establecimientos de las industrias culturales en Cali tenía vigente el Registro Único Tributario (RUT), el 67,7% tenían vigente su registro mercantil y el 56,5% el Registro de Industria y Comercio (RIC).

Para los CIU “edición y reproducción de materiales grabados” y “agencias de noticias”, independientemente del criterio de formalidad que se emplee, todas sus empresas son formales. Las industrias con más alto porcentaje de establecimientos en informalidad son “fabricación de juegos y juguetes”, “investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades”, “actividades de fotografía” y “producción y distribución de filmes y videocintas” (ver Tabla 5).

Gráfico 2. Industrias culturales de Cali (2005)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2005).

En la Tabla 6 se muestra que el 29,3% del total de empresas censadas hicieron pago de parafiscales en el mes anterior al censo y un 9,1% no informó, lo que deja un saldo de 61,6% del total de empresas con empleo informal.

Según este criterio, las industrias con mayor porcentaje de empresas con empleos no formales son “producción y distribución de filmes y videocintas”

(82,1% de las empresas no hicieron pago de parafiscales), “Actividades de fotografía” (76,1%), “fabricación de juegos y juguetes” (75,0%) y “actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales” (70,6%). Las industrias con mayor porcentaje de empresas con empleos formales son “edición de materiales grabados” (el 100% pagó parafiscales), “edición

Tabla 5. Formalidad de las empresas culturales (2005)

CIU	Descripción CIU Rev. 3 adaptada para Colombia	# Establecimientos	Formalidad según vigencia de:		
			Registro mercantil	Industria y Comercio	RUT
			Formal	Formal	Formal
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	100,0%	90,0%	100,0%
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	80,0%	80,0%	80,0%
2213	Edición de materiales grabados	2	100,0%	100,0%	100,0%
2240	Reproducción de materiales grabados	2	100,0%	100,0%	100,0%
3694	Fabricación de juegos y juguetes	4	25,0%	25,0%	50,0%
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería.	582	64,3%	51,2%	63,2%
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	90,0%	90,0%	90,0%
6424	Servicios de transmisión por cable	20	95,0%	100,0%	100,0%
7320	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	37,5%	37,5%	75,0%
7430	Publicidad	122	82,0%	70,5%	84,4%
7494	Actividades de fotografía	88	51,1%	47,7%	60,2%
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	78	65,4%	46,2%	64,1%
9212	Exhibición de filmes y videocintas	17	70,6%	70,6%	64,7%
9213	Actividades de radio y televisión	13	92,3%	100,0%	92,3%
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	69,4%	50,0%	61,1%
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	41	78,0%	63,4%	75,6%
9220	Actividades de agencias de noticias	3	100,0%	100,0%	100,0%
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	10	60,0%	60,0%	70,0%
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	55,6%	55,6%	66,7%
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	82,4%	76,5%	82,4%
TOTAL		1.077	67,7%	56,5%	68,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2005).

de libros” (70,0%), “investigación en ciencias sociales y humanidades” (62,5%) y “edición de periódicos” (60,0%) (ver Tabla 6).

Tabla 6. Formalidad del empleo cultural (2005)

CIU	Descripción CIU Rev. 3 adaptada para Colombia	Establec.	Pago de parafiscales		
			Sí	No	No informa
			1	2	3
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	70,0%	30,0%	0,0%
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	60,0%	40,0%	0,0%
2213	Edición de materiales grabados	2	100,0%	0,0%	0,0%
2240	Reproducción de materiales grabados	2	50,0%	0,0%	50,0%
3694	Fabricación de juegos y juguetes	4	0,0%	75,0%	25,0%
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería	582	28,5%	63,4%	8,1%
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	50,0%	50,0%	0,0%
6424	Servicios de transmisión por cable	20	45,0%	40,0%	15,0%
7320	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	62,5%	37,5%	0,0%
7430	Publicidad	122	41,0%	50,0%	9,0%
7494	Actividades de fotografía	88	13,6%	76,1%	10,2%
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	78	7,7%	82,1%	10,3%
9212	Exhibición de filmes y videocintas	17	35,3%	52,9%	11,8%
9213	Actividades de radio y televisión	13	53,8%	30,8%	15,4%
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	25,0%	69,4%	5,6%
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	41	36,6%	46,3%	17,1%
9220	Actividades de agencias de noticias	3	33,3%	33,3%	33,3%
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	10	50,0%	40,0%	10,0%
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	44,4%	44,4%	11,1%
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	17,6%	70,6%	11,8%
TOTAL		1.077	29,3%	61,6%	9,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2005).

2.4. Tamaño

En Colombia, la Ley 590, en su artículo número 2 (Congreso de la República, 2000), propone dos maneras para clasificar las empresas por su tamaño: según el nivel de activos o según el número de empleados. En la Tabla 7 se presentan los resultados para las industrias culturales de Cali según la clasificación de empresas por número de empleados.⁵ Con

ambos criterios, el tipo de establecimiento predominante en las industrias culturales es el micro (95,9% y 92,0%, respectivamente para cada sistema de clasificación). El tipo de establecimiento con menor frecuencia es el grande, tanto por activos (0,0%) como por tamaño (0,6%). Sólo la edición de materiales grabados, fabricación de juguetes, investigación y desarrollo experimental, y las

⁵ Por cuestiones de espacio, los resultados de la clasificación del tamaño de las empresas de las industrias culturales de Cali por nivel de activos no se incluyen en el artículo pero pueden ser facilitadas mediante petición a los autores.

actividades de bibliotecas y archivos, son CIUU compuestos totalmente por microempresas según los dos criterios.

La “reproducción de materiales grabados” es el sector que mayor porcentaje de establecimientos pequeños tiene según activos y el que mayor porcentaje de establecimien-

tos medianos según el número de empleados (vale la pena resaltar que esta industria está compuesta por dos establecimientos). Las actividades de radio y televisión son las que presentan una mayor proporción de establecimientos medianos por activos, así como de establecimientos grandes por empleados (ver Tabla 7).

Tabla 7. Tamaño de las empresas culturales (2005)

CIUU	Descripción CIUU Rev. 3 adaptada para Colombia	Establec.	Tamaño (por empleados)			
			Micro	Pequeña	Mediana	Grande
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	60,0%	20,0%	20,0%	0,0%
2213	Edición de materiales grabados	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2240	Reproducción de materiales grabados	2	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%
3694	Fabricación de juegos y juguetes	4	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería.	582	95,9%	3,3%	0,7%	0,2%
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	70,0%	30,0%	0,0%	0,0%
6424	Servicios de transmisión por cable	20	85,0%	15,0%	0,0%	0,0%
7320	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7430	Publicidad	122	86,1%	12,3%	1,6%	0,0%
7494	Actividades de fotografía	88	95,5%	1,1%	0,0%	3,4%
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	78	96,2%	3,8%	0,0%	0,0%
9212	Exhibición de filmes y videocintas	17	76,5%	23,5%	0,0%	0,0%
9213	Actividades de radio y televisión	13	61,5%	30,8%	0,0%	7,7%
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	80,6%	19,4%	0,0%	0,0%
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	41	85,4%	12,2%	0,0%	2,4%
9220	Actividades de agencias de noticias	3	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	10	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	88,9%	11,1%	0,0%	0,0%
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	94,1%	0,0%	5,9%	0,0%
Total		1.077	92,0%	6,6%	0,8%	0,6%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2005).

2.5. Destino de la producción

El principal destino de las mercancías producidas por las industrias culturales de Cali en el 2005, fue la ciudad misma. Como se puede apreciar en la Tabla 8, sólo el 2,7% de las empresas tuvo como principal mercado el resto del país o el exterior.

La totalidad de las empresas del sector “edición de materiales grabados”, tuvo como principal mercado

otros municipios del departamento y del resto del país. El 33,3% de las “actividades de agencias de noticias” se dirigieron a otros municipios del departamento del Valle (del cual Cali es su ciudad capital); el 23,1% de las actividades de radio y televisión se dirigieron al resto del país, al igual que el 20,0% de los servicios de transmisión de programas de radio y televisión.

Tabla 8. Destino principal de la producción de las industrias culturales (2005)

CIIU	Descripción CIIU Rev. 3 adaptada para Colombia	Establec.	Destino principal de la producción				
			Cali	Valle	País	Exterior	NS/NR
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	10	90,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	5	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2213	Edición de materiales grabados	2	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
2240	Reproducción de materiales grabados	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3694	Fabricación de juegos y juguetes	4	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería	582	92,3%	0,3%	0,3%	0,0%	7,0%
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	10	70,0%	10,0%	20,0%	0,0%	0,0%
6424	Servicios de transmisión por cable	20	90,0%	5,0%	5,0%	0,0%	0,0%
7320	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	8	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
7430	Publicidad	122	95,9%	0,8%	2,5%	0,0%	0,8%
7494	Actividades de fotografía	88	96,6%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	78	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9212	Exhibición de filmes y videocintas	17	94,1%	0,0%	5,9%	0,0%	0,0%
9213	Actividades de radio y televisión	13	76,9%	0,0%	23,1%	0,0%	0,0%
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	36	88,9%	8,3%	2,8%	0,0%	0,0%
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	41	92,7%	0,0%	2,4%	0,0%	4,9%
9220	Actividades de agencias de noticias	3	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	10	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	9	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	17	94,1%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%
Total		1.077	93,1%	1,2%	1,5%	0,0%	4,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2005).

La “edición de periódicos y revistas”, “reproducción de materiales grabados”, “producción y distribución de filmes y videocintas”, “actividades de bibliotecas y archivos”, “fabricación de juegos y juguetes”, “investigación y desarrollo experimental” y “actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos”, son actividades cuyo destino exclusivo de la producción es Cali (ver Tabla 8).

2.6. Empleo

El censo económico indagó sobre el número de trabajadores empleados en el mes anterior al momento de la encuesta. Así, se encontró que la industria cultural generó 6.632 empleos en el 2005, lo cual representó el 2,7% del empleo de la ciudad en ese año.⁶ El 71,8% de los empleados tenían un contrato indefinido, el 14,8% tuvieron contrato temporal, el 9,7% trabajo familiar, de socios o propietarios, y el 2,5% de aprendices. Los contratos de aprendices y a término indefinido fueron más frecuentes en el caso de los hombres que de las mujeres, mientras que el número de hombres y mujeres con contrato temporal o de socios fue similar.

Como se puede observar en la Tabla 9 la industria con mayor número de empleos promedio por empresa fue la “reproducción de materiales grabados”, seguido por las “actividades de radio y televisión” y por las “actividades de fotografía”. Las de menor número promedio de empleados

fueron la “distribución de filmes y videocintas” y “fabricación de juegos”.

La “fabricación de juguetes”, “reproducción de materiales grabados”, “actividades de agencias de noticias”, “actividades de bibliotecas y archivos”, “actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos”, y “actividades de investigación”, tienen empleo a término indefinido predominantemente femenino. La información detallada por género y tipo de contrato será facilitada a petición del lector.

Las empresas censadas generaron alrededor de 21 mil millones de pesos en ventas por mes en el año 2005. Las industrias con mayor aporte al valor total fueron actividades de fotografía (51,5%)⁷ y comercio especializado al por menor de libros (18,6%). Las que generaron menor proporción de éstas fueron Fabricación de juguetes (0,004%) Actividades de museos (0,006%) y Actividades de bibliotecas (0,006%) (DANE, 2005).

2.7. Dinámica del sector

Si bien es cierto que el censo económico (DANE, 2005) permite puntualizar el número de establecimientos de industrias culturales de la ciudad en un momento determinado del tiempo, específicamente, el año 2005; es necesario recurrir a otras fuentes para analizar la evolución de dichos establecimientos. Afortunadamente, la disponibilidad de datos de la Cámara de Comercio de Cali y de las

6 Este porcentaje con respecto a los empleos reportados en el Censo Económico Cali-Yumbo (DANE, 2005).

7 Es de resaltar que en la cuenta satélite de cultura se encuentra que desde el 2005, el sector “fotografía” viene presentando una caída vertiginosa en su producción que la ha llevado a caer del cuarto al noveno puesto en importancia en el PIB de la ciudad entre 2005 y 2008.

Tabla 9. Número de empleos generados por las industrias culturales (2005)

CIU	Descripción CIU Rev. 3 adaptada para Colombia	Empleos	Por empresa
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	85	9
2212	Edición de periódicos revistas y publicaciones periódicas	89	18
2213	Edición de materiales grabados	12	6
2240	Reproducción de materiales grabados	98	49
3694	Fabricación de juegos y juguetes	7	2
5244	Comercio especializado al por menor de libros, periódicos y artículos de papelería.	2.061	4
6423	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión	68	7
6424	Servicios de transmisión por cable	107	5
7320	Investigación y desarrollo experimental en ciencias sociales y humanidades	41	5
7430	Publicidad	819	7
7494	Actividades de fotografía	1.810	21
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas	166	2
9212	Exhibición de filmes y videocintas	188	11
9213	Actividades de radio y televisión	271	21
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	194	5
9219	Otras actividades de entretenimiento ncp	426	10
9220	Actividades de agencias de noticias	43	14
9231	Actividades de bibliotecas y archivos	28	3
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos	38	4
9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales	81	5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE (2005).

declaraciones del impuesto al valor agregado (IVA) de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), constituyen una fuente importante para este tipo de análisis el cual será el objetivo de esta sección.

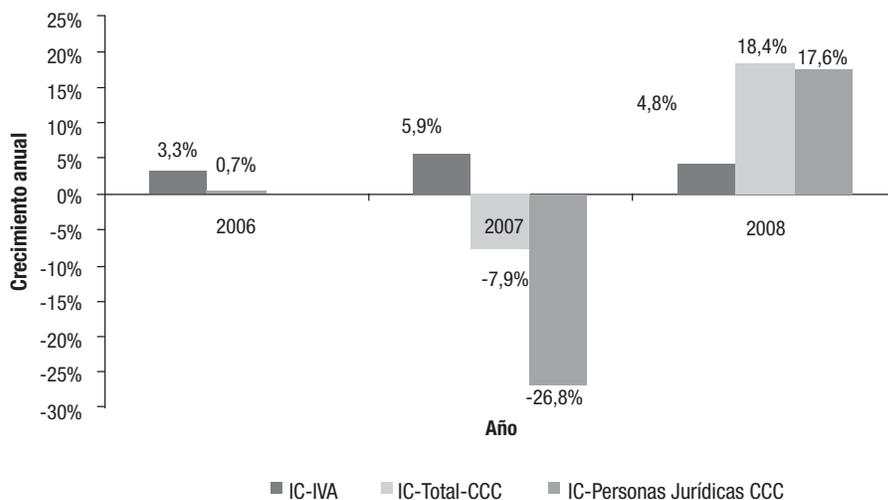
Según la DIAN (2009), el crecimiento de las industrias culturales ha oscila-

do entre el 3,3% y el 5,9% en Cali en el periodo 2005 a 2008. Por otro lado, según la renovación de registro mercantil de la Cámara de Comercio, este es más volátil, presentando una caída del número de establecimientos⁸ de industrias culturales del 26,8% en el 2007⁹ y una recuperación de 17,6% en el 2008 (ver Gráfico 3).

8 Solo se tienen en cuenta los establecimientos pertenecientes a personas jurídicas.

9 En el 2007 la caída del total de establecimientos, contando a las personas naturales, fue menor (7,9%) y la recuperación del 2008 fue mayor (18,4%).

Gráfico 3. Crecimiento del número de establecimientos de industrias culturales



Nota. IC (Industrias culturales); IVA (Impuesto al Valor Agregado); CCC (Cámara de Comercio de Cali).

Fuente: Elaboración propia con datos de DIAN y Cámara de Comercio de Cali.

3. EL APORTE DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES AL PIB

Al realizar el cálculo de la cuenta satélite de cultura para el periodo comprendido entre el 2005 y el 2008, se encuentra que el aporte de las industrias culturales al PIB municipal ha oscilado entre 1,01% y el 1,22%. Así mismo, la participación de estas industrias en el PIB nacional de la cultura ha girado entre el 3,3% y 4,0% durante este periodo, siendo el 2006 el año con mayor crecimiento y participación.

La composición del PIB de la cultura de Cali y Colombia es diferente, y la volatilidad del PIB de la cultura de Cali es aún mayor que a nivel nacional, como era de esperarse debido al

tamaño de la economía (ver Gráfico 4). Así mismo, el PIB cultural per cápita en Cali es inferior al nacional lo que es muestra de la mayor fuerza de las industrias culturales en otras ciudades del país (ver Gráfico 5).

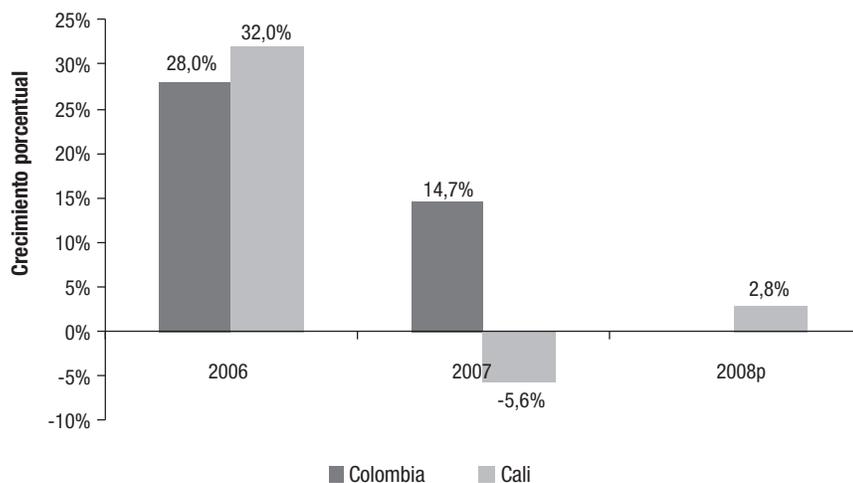
El sector que más aporte hace al PIB cultural es el de “diseño”, compuesto por actividades de arquitectura, publicidad, diseño de modas, joyas, artes gráficas, etc.;¹⁰ esto es coherente con la gran importancia de la construcción en Cali, en comparación con Bogotá, el Valle del Cauca y Colombia (DAPM y CIENFI, 2009). Así mismo, el sector de “libros y publicaciones”¹¹ tiene un peso alto y sostenido desde el 2005.

El cambio más notorio en la composición del PIB de la cultura de la

¹⁰ En la caracterización del Censo Económico Cali-Yumbo no hubo información suficientemente desagregada para arquitectura y diseño, por ello el peso del sector fue menor.

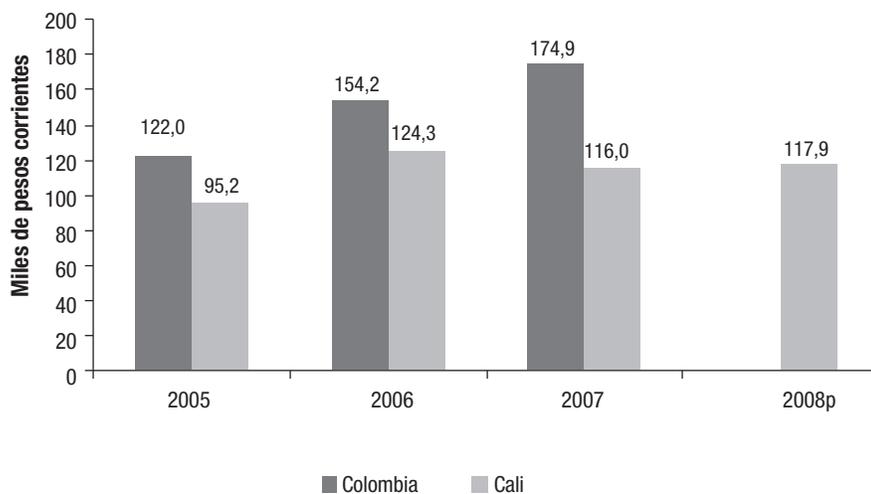
¹¹ Incluyendo comercialización.

Gráfico 4. Crecimiento del PIB cultural. Precios corrientes (2006-2008p)



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5. PIB cultural per cápita. Precios corrientes (2005-2008p)



Fuente: Elaboración propia.

ciudad se encuentra en la pérdida de importancia y decrecimiento en el valor agregado generado por las actividades de fotografía, que se han

visto desplazadas paulatinamente por el uso de cámaras digitales (ver Tabla 10).

Tabla 10. Participación de las industrias culturales en el PIB cultural de Cali (2005-2008p)

Sector	2005	2006	2007	2008p
Artes escénicas	7,8%	6,7%	8,8%	9,7%
Artes plásticas	8,1%	4,6%	2,8%	1,3%
Libros y publicaciones	10,3%	12,2%	13,5%	13,9%
Audiovisual	9,3%	12,1%	8,7%	10,0%
Diseño	50,1%	53,1%	52,2%	52,0%
Juegos	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Patrimonio material	2,9%	1,9%	3,4%	1,7%
Patrimonio natural	2,1%	1,6%	2,0%	2,1%
Formación	5,4%	4,6%	5,6%	6,3%
Investigación	4,0%	3,0%	3,0%	3,0%

Fuente: Elaboración propia.

4. COMENTARIOS FINALES

Los resultados descritos anteriormente muestran que en el 2005 las industrias culturales representaban alrededor del 1% del PIB y generaban el 2,7% del empleo de la ciudad. Si bien el sector no es de la magnitud del de la construcción o el comercio, es un sector que tiene potencialidades en Santiago de Cali por diversas razones. En primer lugar, en general, las industrias culturales son intensivas en talento y no necesariamente en capital, y parece ser que el talento se encuentra distribuido en las sociedades de manera más igualitaria que el capital. Esto hace de las industrias culturales una fuerte herramienta de distribución del ingreso.

En segundo lugar, las industrias culturales en Cali han logrado en los últimos años generar una dinámica interesante, como se pudo apreciar en las cifras presentadas anteriormente. Estas cifras han sido posibles en un contexto sin políticas públicas claras para la promoción de las industrias culturales a nivel nacional ni municipal. En este ambiente las opciones

para formalizar las empresas y el trabajo han sido escasas, y la cultura no ha sido vista continuamente como una opción de trabajo con el potencial de generar un ingreso permanente. De lo anterior surge el interrogante: ¿qué pasaría si se creara un contexto para aprovechar el potencial de la cultura en la generación de riqueza?

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

La misión es fomentar políticas públicas locales y nacionales que lleven a la industria cultural de Cali hacia la formalización y una participación que compita con las industrias culturales a nivel mundial (3%-4%). Para llevar

a cabo este objetivo, es necesario contar con un ambiente político y tributario que incentive la creación de la industria cultural, así como con la contribución del sector privado para el fortalecimiento de este clúster.

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

Los nuevos adelantos en materia política, como la Ley 814 del Congreso de la República (2003) y la publicación del documento CONPES Social 3659 sobre industrias culturales (CONPES y DNP, 2010), son importantes en el camino hacia la consolidación del sector cultural como motor de la economía. Así mismo, herramientas como las citadas a continuación, serían claves para la dinamización del sector y su consolidación:

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

- Mejoría tecnológica de los procesos llevados a cabo al interior de las empresas culturales.
- Publicitación de los productos y servicios culturales.
- Creación de programas especializados para gerencia de industrias culturales.
- Capacitación de mano de obra especializada para las industrias culturales por medio de programas formales o no formales.

Respecto al trabajo académico, surgen temas de investigación como:

- Formalización del mercado laboral en el sector cultural
- Cuantificación del valor agregado de los productos que no tienen nomenclatura independiente en el CIIU o CPC.
- Creación de herramientas tecnológicas para fomentar el crecimiento de la industria cultural.

Estas acciones dependen de varios tipos de actores, tanto del gobierno, como de los gremios, las universidades y los empresarios culturales. Hay un largo camino por recorrer que requiere el trabajo conjunto de todos cuantos podrían resultar beneficiados de la diversificación de la producción municipal hacia los servicios culturales.

Finalmente, una de las limitaciones del estudio es que la caracterización de las industrias culturales solo se encuentra desagregada a cuatro dígitos del CIIU, pues la principal fuente de información para el estudio fue la información del Censo Económico de 2005, impidiendo el análisis de industrias parcialmente culturales.

Esto ocasionó que algunos sectores, como la artesanía y el patrimonio inmaterial, no cuenten con información suficiente para incluir su aporte al PIB de la cultura.

Finalmente, esta primera caracterización cuantitativa del sector de las industrias culturales deberá complementarse en trabajos futuros con investigaciones de corte cualitativo que permitan entender de manera integral el comportamiento del sector y las dinámicas sociales alrededor de las industrias culturales en la ciudad de Cali.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alonso, J.C., Bernat, L.F., Bermúdez, Á.M., Ramírez, J.S., Ríos, A.M. y Villarraga, S.L. (2010). *Indicadores para el seguimiento de la Industria Cultural de Cali*. Cali: Universidad Icesi.
2. Alonso, J.C., Gallego, A.I., Magyaroff, S., Restrepo, C. y Ulloa, M.P. (2010). *Metodología para el cálculo de las cuentas satélites de cultural del municipio de Santiago de Cali. 2005-2008*. Cali: Universidad Icesi.
3. Alonso, J.C., Gallego, A.I. y Ríos, A.M. (2010). *Industrias culturales de Santiago de Cali: Caracterización y cuentas económicas*. Cali: Universidad Icesi.
4. British Council, Instituto Distrital de Cultura y Turismo, Centro de Estudios para el Desarrollo Económico de la Universidad de los Andes y Cámara de Comercio de Bogotá. (2002). *Mapeo de industrias culturales de Bogotá y Soacha*. Bogotá: Autores.
5. Caicedo, A. (1984). *Destinitos fatales*. Bogotá: Oveja Negra.
6. Centre for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong. (2003). *Baseline Study on Hong Kong's Creative Industries*. Reporte técnico para The Central Policy Unit, Hong Kong. Recuperado el 20 de julio de 2011, de [http://www.cpu.gov.hk/english/documents/new/press/baseline%20study\(eng\).pdf](http://www.cpu.gov.hk/english/documents/new/press/baseline%20study(eng).pdf)
7. Centre for international economics. (2009). *Creative industries economic analysis: final report*. Preparado para Enterprise connect and the Creative Industries Innovation centre (CIIC). Canberra y Sydney, Australia. Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.enterpriseconnect.gov.au/who/creative/Documents/Economic%20Analysis_Creative%20Industries.pdf
8. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Universidad ARCIS y Convenio Andrés Bello. (2003). *Impacto de la cultura en la economía chilena: participación de algunas actividades culturales en el PIB y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, Unidad Editorial.
9. Consejo Nacional de Política Económica y Social –CONPES y Departamento Nacional de Planeación –DNP. (2010). *CONPES 3659: Política Nacional para la promoción de las Industrias Culturales en Colombia* [versión electrónica]. Recuperado de <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/LinkClick.aspx?fileticket=nEjxf0TOgGo%3D&tabid=1063>
10. Convenio Andrés Bello. (2009). *Cuenta satélite de cultura: Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*. Bogotá: Nomos.
11. Decreto extraordinario No. 0203, por el cual se compilan el Acuerdo 70 de 2000, el Acuerdo 01 de 1996 y las demás disposiciones

- que lo hayan modificado, Alcalde de Santiago de Cali. (2001). Recuperado el 18 de julio de 2011, de <http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Normatividad/Decreto%20203%20marzo%2016%20de%202001.pdf>
12. Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2005). *Censo Económico Cali-Yumbo, 2005*. [Archivo de datos]. Bogotá: Autores.
 13. Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (2007). *Metodología de la cuenta satélite de cultura*. Recuperado el 3 de agosto de 2010, de <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/pib/mcalculocsc.pdf>
 14. Departamento Administrativo de Planeación Municipal (DAPM) y Centro de Investigación en Economía y Finanzas (CIENFI). (2009). *Cuentas económicas de Santiago de Cali: 1990-2008*. Cali: Autores.
 15. Department of Culture Media and Sports. (2001). *The creative Industries Mapping Document*. Ipswich, Suffolk, UK: Ancient house printing group. Recuperado el 3 de agosto de 2010, de http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.htm
 16. Department of Culture Media and Sports. (2010). *Creative Industries Economic estimates*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/6622.aspx
 17. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN. (2009). *Agregados de declaraciones tributarias-Impuesto de Renta-Cali-2005-2008*. [Archivo de datos]. Información suministrada a los autores.
 18. Fesel, B. y Sönderman, M. (2007). *Culture and creative industries in Germany*. Bonn: Grafische Werkstatt Druckerei und Verlag. Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.unesco.de/fileadmin/medien/Dokumente/Bibliothek/culture_and_creative_industries.pdf
 19. Francisco, E., de Dios, L., Barrios, E. y Tijam, A. (2008). The economic contribution of the copyright-based industries in the Philippines. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.2* (pp. 3-92). Recuperado el 20 de julio de 2011 de, http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/1009E-1.pdf
 20. Fundesarrollo. (2007). *Carnaval de Barranquilla 2007: Impacto económico local*. Recuperado el 3 de agosto de 2010, de http://www.carnavaldebaranquilla.org/PDF/Informe_Final_2007.pdf
 21. Guzmán, C., Medina, Y. y Quintero, Y. (2004). *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Bogotá: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela, CONAC y Convenio Andrés Bello.
 22. James, V. (2007). *The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Jamaica*. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.2* (pp. 215-344). Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/1009E-3.pdf

23. Kenan Institute Asia. (2009). *Economic contributions of Thailand's creative industries: final report*. Preparado para Fiscal Policy Institute. Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.theglobalipcenter.com/sites/default/files/reports/documents/Thailand_IP_report_2.pdf
24. Leenheer, J., Bremer, S. y Theeuwes, J. (2008). *The Economic Contribution of the Copyright-Based Industries in the Netherlands: A study based on the WIPO Guide*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2009/02/09/the-economic-contribution-of-the-copyright-based-industries-in-the-netherlands.html>
25. Leo, K.M., Chow, K.B., Lee, K.B., Ong, C.H. y Loy, W.L. (2004). Economic contribution of copyright-based industries in Singapore. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of Copyright-Based Industries Creative Series No. 1* (pp. 1-89). Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/ecostudy-singapore.pdf
26. Ley 590, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, Congreso de la República. (2000). Recuperado el 18 de julio de 2011, de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2000/ley_0590_2000.html
27. Ley 814, por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia, Congreso de la República. (2003). Recuperado el 18 de julio de 2011, de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2003/ley_0814_2003.html
28. Márquez-Mees, V., Ruiz, M. y Yaber, B. (2008). The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Mexico. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.2* (pp. 93-214). Recuperado el 20 de Julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/1009E-2.pdf
29. Melki, R. (2008). The economic contribution of Copyright-Based Industries in Lebanon. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.2* (pp. 491-550). Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/1009E-5.pdf
30. Ministerio de Cultura (Colombia). (2009). *Se presentó proyecto de Ley de Espectáculos*. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, de <http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=18274>
31. Ministerio de Cultura (Colombia), Equipo Central de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello. (2003). *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
32. Ministerio de Cultura de España. (2007). *El valor económico de la cultura: Resultados 2000-2005*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de <http://es.calameo.com/read/0000753357be9af80cd53>
33. Ministry of Culture of the Republic of Latvia. (2004). The economic contribution of Copyright-

- based industries in Latvia. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.1* (pp. 223-247). Recuperado el 20 de Julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/ecostudy-latvia.pdf
34. Ministry of Education of Finland. (2009). *Publications of the Ministry of education, N°13: Culture Satellite Account: Final Report of pilot project*. Finlandia: Autores. Recuperado el 20 de julio de 2011, de <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2009/liitteet/opm13.pdf?lang=en>
 35. New Zealand Institute of Economic Research. (2002). *Creative industries in New Zealand: Economic contribution*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://nzier.org.nz/sites/nzier.live.egressive.com/files/Creative_industries_in_NZ.pdf
 36. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI. (2003). *Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries* (technical report). Recuperado el 3 de agosto de 2010, de http://www.wipo.int/copyright/en/publications/pdf/copyright_pub_893.pdf
 37. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI. (2008). The economic contribution of Copyright-based industries in Bulgaria. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.2* (pp. 345-490). Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/1009E-4.pdf
 38. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI. (2010a). The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Russia. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.3* (pp. 251-314). Recuperado el 20 de Julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/ecostudy_russia.pdf
 39. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI. (2010b). The Economic Contribution of Copyright-Based Industries of Croatia. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.3* (pp. 89-162). Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/ecostudy_croatia.pdf
 40. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI. (2010c) The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Ukraine. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.3* (pp. 1-103). Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/ecostudy_ukraine.pdf
 41. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI y Dirección nacional de derecho de autor -DNPA. (2008). *La contribución económica de las industrias del derecho de autor y los derechos conexos en Colombia*. Bogotá: Panamericana formas e impresos.

42. Penygey, K. y Munkácsi, P. (2005). The economic contribution of Copyright-based industries in Hungary. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.1* (pp. 248-347). Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/ecostudy-hungary.pdf
43. Picard, R., Toivonen, T. y Grönlund, M. (2003). *The Contribution of Copyright and Related Rights to the European Economy*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/studies/etd2002b53001e34_en.pdf
44. Price Waterhouse Coopers. (2008). *Making the Intangible Tangible: The Economic Contribution of Australia's Copyright Industries*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de <http://apo.org.au/research/making-intangible-tangible-economic-contribution-australias-copyright-industries>
45. Singh, V. (2004). Economic contribution of culture in Canada. *Culture, tourism and the centre for education statistics research papers*, 23, 1-90. Recuperado el 20 de julio de 2011, de <http://www.statcan.gc.ca/pub/81-595-m/81-595-m2004023-eng.pdf>
46. Siwek, S. (2009). *Copyright industries in the U.S. economy: The 2003-2007 report*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de <http://www.iipa.com/pdf/IIPASiwekReport2003-07.pdf>
47. UNESCO. (2007) *Statistics on cultural industries: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects*. Recuperado el 3 de agosto de 2010, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001549/154956e.pdf>
48. Universidad San Martín de Porres, Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, Instituto de Investigación. (2005). *El impacto económico de la cultura en Perú*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
49. Universidade Estadual de Campinas y Organización Mundial de la Propiedad Intelectual –OMPI. (2001). *Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/en/creative_industry/pdf/mercosur.pdf
50. Wall Communications Inc. (2004). *The economic contribution of copyright industries to the Canadian economy*. Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/ca.pdf
51. Zaman, G., Vasile, V., Parvu, R. y Darasteanu, C. (2010). The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Romania. En OMPI (Eds.), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries Creative Industries Series No.3* (pp. 163-249). Recuperado el 20 de julio de 2011, de http://www.wipo.int/ip-development/en/creative_industry/pdf/ecostudy_romania.pdf
52. Zuleta, L.A. y Jaramillo, L. (2003). *Impacto del patrimonio del centro histórico de Bogotá*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. ☼