



Estudios de Economía Aplicada

ISSN: 1133-3197

secretaria.tecnica@revista-eea.net

Asociación Internacional de Economía  
Aplicada  
España

GACÍA GRACIA, M<sup>a</sup> ISABEL; ZOFÍO PRIETO, JOSÉ LUIS; HERRARTE SÁNCHEZ, AINHOA;  
MORAL CARCEDO, JULIÁN

La aportación económica de la industria de la cultura y el ocio en España

Estudios de Economía Aplicada, vol. 27, núm. 1, abril, 2009, pp. 61-85

Asociación Internacional de Economía Aplicada

Valladolid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30117097003>

- 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

## La aportación económica de la industria de la cultura y el ocio en España\*

M<sup>a</sup> ISABEL GACÍA GRACIA, JOSÉ LUIS ZOFÍO PRIETO,  
AINHOA HERRARTE SÁNCHEZ y JULIÁN MORAL CARCEDO  
*Departamento de Análisis Económico: Teoría Económica e Historia Económica*  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID  
e-mail: maribel.garcia@uam.es

### RESUMEN

El objetivo de este artículo es establecer un marco analítico riguroso que permita determinar la dimensión e importancia económica de la industria de la cultura y el ocio, con el fin de situarla en el lugar prominente que ha alcanzado como sector estratégico en la estructura productiva de España. Se pretende evaluar la contribución que esta industria realiza a la riqueza nacional, destacando su creciente relevancia en términos de PIBpm y empleo, así como profundizar en estos agregados desde una triple vertiente: nacional, regional y sectorial. Los resultados de este artículo muestran que en 2003 la industria representa un 3,9% del PIBpm y un 7,8% del empleo. Se observa una alta concentración de la industria tanto desde el punto de vista regional como sectorial.

*Palabras clave:* Economía de la cultura; Economía del ocio; industria de contenidos; propiedad intelectual; valor añadido bruto; empleo.

### The Contribution of the Culture and the Leisure Industry to the Spanish Economy

### ABSTRACT

The goal of this article is to offer a rigorous analytical framework to determine the economic dimension of the culture and leisure industry in Spain, in order to highlight its relevance as a strategic sector in the Spanish structure of production. We estimate the contribution of this industry to the national welfare, emphasizing its growing contribution to GDPmp and employment, detailing the results from the national, regional and sectoral perspectives. Our results show that the industry represents 3.9% of GDPmp and a 7.8% of employment. The results show that the industry is also highly concentrated in its regional and sectoral dimensions.

*Keywords:* Culture Economy, Leisure Economy, Copyright Industries, Gross Domestic Product, Employment.

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

---

Artículo recibido en agosto de 2008 y aceptado en enero de 2009.

Artículo disponible en versión electrónica en la página [www.revista-eea.net](http://www.revista-eea.net), ref. 27109.

---

\* Agradecemos los comentarios y sugerencias recibidas de dos evaluadores anónimos. Los posibles errores son responsabilidad exclusiva de los autores.

## 1. INTRODUCCIÓN

El reto más importante al que se enfrenta la economía europea quedó establecido en la cumbre de jefes de Estado de la Unión celebrada en Lisboa (2001), culminando con el establecimiento de un ambicioso objetivo para el año 2010: convertir a la Unión Europea en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo en la presente década. La UNESCO (2005) en su informe “Hacia las Sociedades del Conocimiento” señala como un elemento definitorio de las sociedades del conocimiento la “capacidad para identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano. Estas sociedades se fundamentan en una visión de la sociedad que propicia la autonomía y engloba las nociones de pluralidad, integración, solidaridad y participación”. Según esta definición la esencia de la Sociedad del Conocimiento es la creación de nuevos significados y contenidos y la generación de valor a partir del proceso creativo. No cabe duda de que en la Sociedad del Conocimiento, las TIC y las industrias relacionadas con la creatividad, como es el caso de las industrias culturales, son dos pilares esenciales. A pesar de la relevancia de la cultura para la promoción y el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento, resulta incomprensible cómo su dimensión económica ha sido relativamente ignorada. Afortunadamente hoy en día la dimensión económica de la cultura es un valor asumido por toda la sociedad. Precisamente la aceptación de este valor constituye el fundamento de los denominados derechos de autor (“copyright” en su denominación anglosajona), los cuales dotan de naturaleza económica a la creatividad, permitiendo emplear un término puramente económico como industria al hablar de cultura.

La industria de la cultura y el ocio comprende un conjunto de actividades económicas que, de forma directa, están relacionadas con la generación de derechos de propiedad intelectual (incluido el derecho de autor) o con la provisión directa de ocio y entretenimiento, y entre las que pueden identificarse numerosas actividades: teatro, música, danza, cine, radio, televisión, pintura, edición, parques recreativos, museos etc., y también por todas aquellas actividades indirectamente relacionadas con la producción de bienes culturales, es decir, aquellas que sirven de medio o soporte para la difusión, divulgación y distribución de las producciones culturales y de ocio.

En este contexto, la industria de la cultura y el ocio presenta una serie de características que la identifican como un sector de actividad económica particular, excepcional si se quiere. En primer lugar, en lo que respecta a la oferta, cualquier producto cultural realizado con criterios empresariales y de mercado, tiene como nota definitoria el riesgo. La viabilidad y competitividad de las empresas del sector está condicionada a la aceptación por parte del público de un producto de naturaleza única, generalmente con elevados costes de producción, distribución y promoción y con un valor residual prácticamente nulo (en algunos casos puede existir un mercado remanente y, en todo caso, subordinado al éxito previo). Por otra parte,

los productos culturales presentan una especificidad propia pues son productos que transmiten ideas y valores, gustos y conocimientos que estimulan las facultades intelectuales y emocionales de los individuos y, por tanto, desempeñan un papel importante en su integración dentro de una sociedad. Al creador de un producto cultural se le reconoce un derecho de autor, la propiedad de un individuo sobre una idea o sobre un concepto, es decir, sobre un contenido intelectual. Estos bienes son, en cierto modo, una forma de capital cultural.

Como característica fundamental, la actividad productiva cultural se caracteriza por ser intensiva en conocimiento, con elevados requerimientos y cualificaciones en capital humano. Por el lado de la demanda de productos culturales esta es, en general, elástica en el nivel de renta. Los consumidores, al aumentar su renta, adoptan hábitos de consumo más diversificados, en línea con un mayor nivel educativo y una mayor disponibilidad de ocio, cobrando mayor peso las funciones de consumo correspondientes a necesidades “superiores”, tales como el esparcimiento y los servicios culturales. Los consumidores se decantan por lo “nuevo”, sustituyendo continuamente productos y sin fidelidades perpetuas a empresas concretas, lo cual hace que la demanda específica para una creación concreta sea impredecible y la vida de los productos incierta. Finalmente, la realidad cultural es dinámica y cambiante, por la propia heterogeneidad de los agentes implicados, por la multiplicidad de las manifestaciones culturales y por la diversidad de instituciones y organismos que confluyen en la provisión de bienes y servicios culturales y de ocio.

Todo ello hace que sea un sector complejo y de difícil análisis. Aún así, existen razones importantes que justifican sin duda la necesidad de potenciar y profundizar en el estudio de la industria de la cultura y el ocio, en especial, por ser uno de los motores esenciales del desarrollo económico y sobre todo en economías avanzadas donde los procesos de acumulación física y tecnológica, e incluso de capital humano, han dejado de representar las variables esenciales con las que garantizar el bienestar socioeconómico a largo plazo<sup>1</sup>.

El presente artículo es el resultado de una serie de estudios que han venido desarrollándose desde mediados de los años noventa, cuyo objetivo es establecer un marco analítico riguroso y sistemático que permita determinar la dimensión e importancia económica de la denominada industria de la cultura y el ocio, con el fin de situarla en el lugar prominente que ha alcanzado como sector estratégico en la estructura productiva de España. Se pretende, en suma, evaluar la contribución que esta industria realiza a la riqueza nacional poniendo de manifiesto su creciente relevancia en términos del PIBpm y empleo ocupado, así como profundizar en estos agregados desde una triple vertiente: nacional, regional y sectorial. Este análisis permitirá, adicionalmente, contar con unos referentes para la toma de decisio-

---

<sup>1</sup> KEA (2006; cap.3.2) aporta estimaciones del nivel de productividad (valor añadido entre la remuneración de asalariados) y rentabilidad (margen operativo) de algunas actividades culturales y de ocio, mostrando cómo en la Unión Europea éstas igualan y superan, respectivamente, al del conjunto de las actividades de servicios.

nes por parte de las autoridades económicas en el diseño de las políticas culturales y en sus estrategias a corto y medio plazo.

El artículo se estructura de la siguiente manera. En la sección 2 se presenta una comparativa internacional sobre la medición y delimitación de las actividades culturales. En la sección tercera se presentan los principales resultados de la industria en España desde una perspectiva agregada. Las secciones 4 y 5 analizan las características y evolución de la industria en España desde la perspectiva regional y sectorial. Finalmente, en la sección 6 se presentan las conclusiones principales.

## 2. LA MEDICIÓN DE LA APORTACIÓN ECONÓMICA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

En esta sección se recogen algunos de los aspectos de mayor importancia en la valoración económica de la industria de la cultura y el ocio: en primer lugar la delimitación de las actividades que forman parte de la industria y en segundo lugar las fuentes de datos que permiten cuantificar la aportación de las mismas al PIBpm y empleo nacionales<sup>2</sup>.

### 2.1. Delimitación de las actividades integradas en la industria de la cultura y el ocio

El análisis de la importancia económica de las actividades culturales y de ocio es ya una realidad indiscutible a medida que las aportaciones iniciadas a mediados de los años 90 desde los ámbitos académicos, gubernamentales y empresariales, se han ido asentando en todos los círculos de decisión tanto públicos como privados. En el caso español cabe destacar los estudios precursores realizados por García, Fernández y Zofío (2000), quienes por primera vez ponen de manifiesto la notable contribución de la industria de la cultura y el ocio al PIBpm y al empleo nacional.

Hasta la publicación de dicho estudio, en España no existía una metodología que permitiese delimitar, cuantificar y acotar, de forma efectiva y rigurosa, la dimensión económica de las actividades culturales y de ocio, así como determinar su aportación a la riqueza nacional, tanto en términos de producción como de empleo. Ahora bien, el trabajo metodológico y estadístico necesario se ha ido desarrollando en paralelo a otras iniciativas internacionales, algunas de ellas recogidas en el tabla 1, que conviene presentar al objeto de ponderar los avances realizados desde otros ámbitos institucionales, distintos al académico, como puede ser la consultoría privada —caso de los estudios de *Economists Incorporated* en Estados Unidos—, o la iniciativa gubernamental —como la realizada por el *Department for Culture, Media and Sports* del Reino Unido.

<sup>2</sup> Un mayor detalle sobre la metodología empleada puede consultarse en García, Fernández y Zofío (2000), García y Zofío (2003) y García, Zofío, Herrarte y Moral (2007).

En el caso de España, el punto de partida para delimitar el conjunto de actividades que configuran la industria de la cultura y el ocio lo constituyó la definición aportada por Bustamante y Zallo (1988) quienes la definen 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 caracteriza la naturaleza y esencia de los bienes culturales dando cabida a su vertiente creativa, materia prima sobre la que se sustenta el valor añadido de la industria —normalmente un intangible protegido por derechos de autor—, enfatiza su carácter económico al acoger aspectos relacionados con su producción y consumo con ánimo de lucro y, por último, recoge la connotación de bien social que une a los diferentes componentes de la sociedad y alimenta el sentimiento de pertenencia a una comunidad de valores, símbolos, costumbres e ideas.

A partir de la definición anterior, García, Fernández y Zofío (2000), acotan diversas categorías de actividades de acuerdo a una clasificación funcional que tiene como eje fundamental lo esencial de su carácter creativo, para, posteriormente, ampliar su alcance a un conjunto de procesos anexos que permiten su difusión y reproducción, haciendo viable su consumo de masas. En concreto, dentro de lo que se considera actividades de ámbito privado, se identifican ambos conjuntos como “actividades directas” denominadas de tipo I e “indirectas” denominadas de tipo II y III. Entre las primeras se consideran *a)* las actividades susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual, refiriéndonos con ello a la creación y producción original de bienes y servicios de carácter cultural propiamente dicho, y *b)* las actividades productoras de ocio y entretenimiento. Las actividades indirectas incluyen actividades que tienen que ver con el uso y difusión de las creaciones culturales y de ocio (tipo II), y las que sirven de soporte físico o material, y que incluyen todo lo referente a la fabricación de elementos indispensables como vehículos de transmisión de los bienes culturales y de ocio como son, por ejemplo, papel y tintas de imprenta, instrumentos fotográficos, cinematográficos, musicales, etc. (tipo III).

Esta clasificación funcional permite, a su vez, establecer una segunda clasificación sectorial en la que agrupar las diversas actividades culturales y ocio por sectores y subsectores. En la tabla 1 queda reflejada la estructura sectorial de la industria de la cultura y del ocio de los principales estudios nacionales e internacionales realizados hasta la fecha, y en el que se pone de manifiesto la diversidad de aproximaciones en su concepción y delimitación.

**TABLA 1**  
Delimitación de la industria de la cultura y el ocio.

	<b>España (1)</b>	<b>EE.UU./ UE, Media Group (2)</b>	<b>Reino Unido (3)</b>	<b>UE, KEA (4)</b>
<b>CULTURA</b>				
Artes EMA				
Escénicas	✓	✓	✓	✓
Musicales	✓	✓	✓	✓
Cine y Video	✓	✓	✓	✓
Television y Radio	✓	✓	✓	✓
Artes Plásticas				
Pintura y Escultura	✓	✓	✓	✓
Fotografía	✓	✓	✓	✓
Edición e Impresión				
Libros	✓	✓	✓	✓
Prensa Escrita	✓	✓	✓	✓
Museos y Bibliotecas	✓	✓	NO	✓
Patrimonio Histórico	✓	NO	✓	✓
Política Lingüística	✓	NO	NO	NO
Juventud	✓	NO	NO	NO
<b>CREATIVIDAD</b>				
Publicidad	✓	✓	✓	✓
Arquitectura	NO	✓	✓	✓
Diseño (5)	NO	✓	✓	✓
Software (6)	NO	✓	✓	✓
Gestión de derechos	NO	✓	NO	✓
<b>OCIO</b>				
Actividades Deportivas	✓	NO	✓	NO
Actividades Taurinas	✓	NO	NO	NO
Parques Recreativos	✓	NO	NO	✓
Ferias y Salones	✓	NO	NO	✓
Loterías y Apuestas	✓	NO	NO	NO
Juguetes	✓	✓	NO	NO
<b>DE APOYO</b>				
Comercio mayor/minorista	✓	✓	NO	NO
Transporte	NO	✓	NO	NO
Telecomunicaciones	NO	✓	NO	NO

*Notas:* <sup>(1)</sup> García y Zofío (2003).

<sup>(2)</sup> Economists Incorporated (2004) y Media Group (2003) para la Comisión Europea (Dirección General de Mercado Interno), siguiendo la metodología de la OMPI (2003).

<sup>(3)</sup> Department for Culture, Media and Sport, U.K. (DCMS 2001, 2004).

<sup>(4)</sup> KEA European Affairs (2006) para la Comisión Europea —Dirección General de Educación y Cultura.

<sup>(5)</sup> Dependiendo del estudio incluye moda, muebles, joyería y numismática, interiores, menaje del hogar, etc. En la metodología OMPI (2003) se incluyen todas estas categorías bajo la denominación de industrias de copyright parciales.

<sup>(6)</sup> Solo juegos de ordenador en KEA European Affairs (2006).

*Fuente:* Elaboración propia.

Como se puede observar, las características diferenciadoras del estudio español respecto al resto de sus homólogos internacionales son, en primer lugar, la importante presencia que tiene la iniciativa pública en la provisión de los bienes y servicios culturales. Entendemos que la presencia del sector público en este ámbito es incuestionable si atendemos al gasto comprometido por las distintas Administraciones: Central del Estado, Autonómica y Local, y entre las que destacan las actividades con menor viabilidad privada dado que no son susceptibles de ser reproducidas de forma masiva e.g. teatro, danza, bibliotecas y archivos, museos y artes plásticas, promoción cultural, etc. En segundo lugar, se diferencia claramente entre actividades culturales y de ocio, y se considera un mayor número de estas últimas que en el resto de estudios. Y, en tercer lugar, no están incluidas, mediante un peso ponderador de alrededor del 5%, el conjunto de las actividades relacionadas con el transporte y las telecomunicaciones, tal y como es el caso de EEUU-Economist Incorporated (2004) y UE-Media Group (2003), por entender, a nuestro juicio, que ambos sectores tienen su propia estructura y configuración.

Toda esta diversidad de aproximaciones conceptuales y metodológicas, ponen de manifiesto los esfuerzos que, aunque de 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 propias restricciones (como, por ejemplo, las estadísticas disponibles), proponen definiciones que si bien en el fondo son equiparables, compiten entre sí creando confusión e incertidumbre entre los agentes económicos, debilitando el mensaje principal que se quiere transmitir, y que es, precisamente, la importancia económica de la industria de la cultura como generadora de riqueza y empleo. Se muestra así ineludible la necesidad de resolver estas discrepancias mediante la adopción de un marco teórico y un sistema de información consensuado internacionalmente al más alto nivel, a través de una Cuenta Satélite que pueda traducirse en unos criterios por todos reconocidos, y que puedan ser transferidos de forma homogénea a todos los países y, particularmente, a los países miembros de la Unión. Esto permitiría establecer la relación existente entre creatividad, propiedad intelectual y desarrollo cultural, económico y social, y una base común de referencia para realizar diagnóstico y orientar la toma de decisiones europeas en el ámbito de la cultura y, particularmente, las de políticas culturales.

## **2.2. El problema de la cuantificación: fuentes estadísticas**

Una vez delimitado el conjunto de actividades que habrían de constituir la industria de la cultura y el ocio es necesario destacar que cualquier propuesta metodológica debe considerar un conjunto de criterios que han de ser compatibles con las directrices de la Contabilidad Nacional. Esta necesidad proviene de nuestro objetivo de determinar la contribución que estas actividades realizan al Producto Interior Bruto y al empleo nacional, lo que exige considerar de forma detenida el Sistema de Cuentas Nacionales auspiciado por Naciones Unidas (UN, 1999). La disponibi-



lidad de información satisfactoria, tanto desde el punto de vista de su fiabilidad como periodicidad, tiene una influencia directa en la elección de la metodología más adecuada para realizar este análisis.

Dada la imposibilidad de recurrir a la Contabilidad Nacional para determinar de una forma pormenorizada la contribución que la industria de la cultura y el ocio realiza al PIBpm, sin que se vea lastrada por la exigencia de supuestos excesivos a la hora de desagregar la información por sectores o proyectarla a años recientes de acuerdo a extrapolaciones *ad hoc*, resulta necesario recurrir a fuentes alternativas, de carácter primario y que abarcan desde las estadísticas tributarias del caso español, hasta encuestas industriales. García, Fernández y Zofío (2000: 38-41) discuten en profundidad las limitaciones de las que adolecían las fuentes estadísticas a finales de los noventa concluyendo la dificultad práctica de reconstruir, a partir de las operaciones estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, las variables económicas relativas a la industria.

Es por ello que, finalmente, se decidió acudir a las fuentes primarias relativas a las estadísticas tributarias (declaraciones de IVA y retenciones) y a los presupuestos de las Administraciones. Concretamente, todos los datos relativos a las variables objeto de estudio referidos a la actividad cultural del sector privado han sido facilitados por la Agencia Tributaria. La información concerniente al sector público procede de los Presupuestos Generales del Estado para la Administración Central y de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas. Pese a las ventajas que conlleva el uso de fuentes primarias homogéneas, éstas también presentan diversas limitaciones que es necesario considerar. Desde una perspectiva espacial, y común a las declaraciones de IVA y retenciones, debe mencionarse que los datos proporcionados por la Agencia Tributaria se refieren al conjunto de operaciones realizadas en el ámbito geográfico de aplicación del impuesto —apartado 1, artículo 3 de la ley 37/92—, que es el denominado Territorio Fiscal Común, del impuesto sobre el valor añadido, y que excluye las haciendas forales de Navarra y el País Vasco y los regímenes especiales de las Islas Canarias y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla —este vacío de información no ha podido ser subsanado pese a los intentos realizados para poder acceder a los datos fiscales de estas Comunidades Autónomas. Ya en relación exclusiva con el IVA, y desde una perspectiva poblacional, es posible destacar que sólo se recogen las empresas que deben presentar una declaración anual, y que la cobertura será escasa en relación con las Administraciones Públicas y sin fines de lucro, e.g. fundaciones, cuyas actividades están exentas del IVA. Precisamente, para evitar este inconveniente, el estudio considera los presupuestos de las Administraciones Públicas en relación con la actividad de este sector institucional. Respecto a las declaraciones de retenedores, el empleo consignado excluye los ocupados por cuenta propia. Esta limitación puede crear ciertas dificultades en actividades asociadas al “núcleo” creativo de la industria donde la mayor parte del empleo es a tiempo parcial, temporal, y dominando la figura del “free-lance”. Además, es frecuente el caso de profesionales que optan por la figura de autónomo y constituyen empresas de carácter unipersonal, donde no aparecen

como trabajadores. Así, en ciertos sectores la cifra de empresas puede estar recogiendo el empleo autónomo de múltiples profesionales.

### **3. LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO EN ESPAÑA Y SU APORTACIÓN A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA**

Delimitados tanto el conjunto de actividades que definen la industria de la cultura y el ocio, como las fuentes estadísticas, es posible presentar la metodología seguida en la cuantificación económica de la aportación de las mismas a la producción nacional y valorar la realidad de las industrias culturales y de ocio. La mejor manera de medir la contribución de una actividad al conjunto de la economía es a través de la cifra de valor añadido generado por tal actividad. Dado que por definición la suma del valor añadido de todas las industrias es igual al Producto Interior Bruto del total de la economía, es posible utilizar este indicador para valorar el peso de un sector en su conjunto, así como para realizar análisis comparativos con otras actividades productivas. Desde la perspectiva de la producción el valor añadido queda definido por la diferencia entre el valor de las ventas del sector menos el valor de las compras de materiales y servicios empleados en el proceso productivo también llamados “inputs”. Es, por tanto, una medida del valor que la actividad añade o incorpora al valor de los “inputs”, de ahí su denominación de valor añadido<sup>3</sup>.

Aún cuando esta variable es la más conveniente desde un punto de vista teórico para determinar la importancia económica de un sector, es necesario completar esta información con otras variables, como el empleo o el número de empresas que tienen como actividad principal alguna de las que integran la definición de industria de la cultura y el ocio. Estos indicadores son analizados en este apartado, complementándolos con otras variables fundamentales, como son el gasto público en cultura, exportaciones, importaciones, y el saldo exterior. Dichas variables son de gran relevancia por la creciente importancia de las relaciones comerciales con el resto del mundo, que no son más que el reflejo de la creciente internacionalización y globalización de los fenómenos culturales, así como por la necesidad de medir el esfuerzo público en un bien como la cultura que presenta un elevado componente público; es decir, un bien que, al carecer de las características de apropiabilidad, rivalidad y exclusión que caracterizan a los bienes privados, no se puede proveer de forma eficiente por el sector privado.

---

<sup>3</sup> Puede consultarse García, Fernández y Zofio (2000: 38-41) para una definición del valor añadido en la Contabilidad Nacional, y cómo es posible ceñirse a ella partiendo de las fuentes estadísticas disponibles.

**TABLA 2**  
Evolución económica de la industria de la cultura y el ocio. Resultados globales.  
Datos corrientes y constantes (Base 1995)<sup>(\*)</sup>.  
(En millones de euros, personas, empresas y porcentajes)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	T.V.I.
VAB Total								
Nominales	18.134	19.065	22.082	23.402	24.217	27.665	29.338	8,3
Reales	16.884	17.181	19.269	19.745	19.468	21.130	21.512	4,1
Ventas Totales								
Nominales	56.831	65.539	75.107	84.889	91.119	94.510	97.988	9,5
Reales	54.251	61.128	68.934	75.692	78.602	79.586	81.788	7,1
Exportaciones								
Nominales	5.343	6.030	6.152	8.062	9.013	10.396	9.377	9,8
Reales	5.049	5.425	5.378	6.563	7.096	8.153	7.369	6,5
Importaciones								
Nominales	8.827	9.753	11.048	13.364	13.465	13.958	13.702	7,6
Reales	8.061	8.604	9.550	10.956	10.798	11.250	11.017	5,3
Saldo Balanza Comercial Bs y Ss.								
Nominales	-3.484	-3.722	-4.896	-5.303	-4.452	-3.562	-4.325	3,7
Reales	-3.012	-3.180	-4.172	-4.392	-3.702	-3.097	-3.649	3,2
Asalariados Totales	710.231	779.286	920.639	992.399	1.084.834	1.102.224	1.108.884	7,7
Empresas	112.036	118.413	124.763	130.591	135.535	141.410	149.216	4,9
Empresas Importadoras	7.366	8.003	8.533	8.927	9.530	10.235	11.207	7,2
Empresas Exportadoras	6.714	7.261	7.869	8.515	9.064	9.613	10.150	7,1
Aportación al PIBpm total								
Nominales	3,7	3,6	3,9	3,8	3,7	4,0	3,9	1,2
Reales	3,6	3,5	3,8	3,7	3,6	3,8	3,8	0,7
Empresas/Empresas Total	4,5	4,7	4,8	4,9	5,0	5,0	5,1	1,9
Asalariados/Asalariados Totales (**)	7,0	7,3	8,0	8,0	8,4	8,2	7,8	2,0

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

(\*) Deflatores utilizados: El VABpm privado ha sido deflactado con el deflactor del VABpm de los servicios de mercado, el VABpm público con el deflactor del VABpm de los servicios de no mercado, el Gasto público en cultura y ocio mediante el deflactor del Gasto en consumo final de las AA.PP., las Ventas con el deflactor del Gasto en consumo final de los hogares de la partida: "Ocio, espectáculos y cultura". En estos casos la fuente de la información es la Contabilidad Nacional de España Base 1995 publicada por el INE. Para deflactar las cifras de exportaciones e importaciones se ha utilizado el Precio de exportaciones e importaciones de bienes de consumo no alimenticio publicados por la Dirección General de Aduanas.

(\*\*) Calculado sobre Asalariados totales EPA.

Fuente: Elaboración propia, AEAT, MEH, INE.

Como queda reflejado en la tabla 2, la aportación del conjunto de la industria de la cultura y el ocio al valor de la producción final generada en España en 2003 ascendió a 29.338 millones de Euros, cifra que, en términos nominales, representa un 3,9% (3,8% en términos reales) del total de la producción final generada por el conjunto de la economía española. En el período objeto de estudio, 1997-2003,

el valor añadido bruto a precios de mercado experimentó un crecimiento interanual medio del 8,3% en términos nominales, 1,2 puntos porcentuales por encima del crecimiento medio experimentado por el conjunto de la economía, que en dicho período se elevó al 7,1%. Gracias a este diferencial de crecimiento, la aportación del valor añadido de la industria al producto interior bruto de la economía española se incrementó en términos nominales de un 3,7% en 1997 a un 3,9% en el año 2003.

En relación con las ventas los datos recogidos en la tabla 2 ponen de manifiesto la existencia de un comportamiento aún más expansivo que en el caso del VABpm. En el período 1997-2003 las ventas de bienes y servicios culturales experimentaron un crecimiento medio interanual del 9,5% en términos nominales. Esta evolución media presenta sin embargo una paulatina desaceleración a lo largo del periodo en consonancia con la desaceleración de la actividad económica general. En términos reales, el crecimiento medio anual de las ventas se eleva al 7,1%, significativamente superior al incremento medio correspondiente del valor añadido de la industria en términos reales. Existen dos motivos principales que explican este diferencial de crecimiento. El primero de ellos y fundamental es el comportamiento más expansivo de las ventas tal y como se deduce de las cifras en términos nominales. El segundo se encuentra relacionado con el distinto deflactor empleado en el caso de las ventas y en el caso el VABpm. En éste último se ha utilizado el deflactor implícito del VABpm de servicios que se deduce de las cifras de la Contabilidad Nacional base 1995. En el caso de las ventas se ha utilizado el deflactor del gasto de los hogares en Ocio, Espectáculos y Cultura de la Contabilidad Nacional base 1995. Dado que el gasto de los hogares se valora como gasto efectivamente realizado por los hogares, los precios pagados por los consumidores diferirán notablemente de los precios percibidos por los productores cuando exista una carga impositiva notable sobre los productos, o éstos se hallen subvencionados, o cuando el consumidor no paga ningún precio por su consumo. Por lo tanto, el deflactor que se deduce del gasto de los hogares puede estar infravalorado cuando los productos se encuentren subvencionados total o parcialmente, de ahí que los crecimientos reales registrados por las ventas sean significativamente más elevados que los registrados por el VABpm.

En cuanto al comercio exterior, los datos muestran un comportamiento expansivo en la evolución de las importaciones, exportaciones y saldo exterior neto. En la totalidad del período 1997-2003 el saldo exterior neto fue deficitario, registrando dicho déficit en el periodo considerado un incremento medio interanual del 3,2% en términos nominales. Este agravamiento del déficit comercial con el resto del mundo no ha seguido una tendencia uniforme (al analizar las cifras en términos reales no se aprecian grandes diferencias en las tendencia apuntadas). Entre los años 1997 y 2000 se observó un crecimiento continuado del déficit exterior hasta alcanzar un máximo de 5.303 millones de euros. Posteriormente se inicia una fase de reducción progresiva que se rompe en 2003, elevándose hasta los 4.325 millones con los que se cierra el período analizado.

En lo relativo al empleo asalariado cabe destacar un crecimiento continuado de las personas contratadas por cuenta ajena en las empresas incluidas en la industria cultural y de ocio. Este proceso ha permitido que el conjunto de asalariados ascienda en 2003 a un total de 1.108.884 personas, cifra que supone el 7,8% del total de empleo asalariado en España, mientras que en 1997 se elevaba a 710.231 personas. Entre 1997 y 2003 el empleo asalariado experimentó un crecimiento medio interanual del 7,7%, incremento más intenso que el observado en el total de asalariados del conjunto de la economía. Esta dinámica se ha traducido en un incremento del peso del empleo en cultura y ocio en el total nacional a lo largo del período considerado, de un 7% en 1997 al 7,8% en 2003. El crecimiento del empleo asalariado en este período supera incluso al registrado por el VABpm en términos reales, que en este período se sitúa en términos medios en el 4,1%, lo que se traduce en una ligera reducción de la productividad aparente del factor trabajo.

En cuanto a lo que se refiere a las empresas de la industria de la cultura y el ocio, los datos muestran que en el período analizado el número de aquéllas ha pasado de 112.036 en 1997 hasta 149.216 empresas en 2003, lo que supone un crecimiento interanual medio del 4,9%. Este incremento resulta superior al mostrado por el conjunto de empresas de la economía española registradas en el Directorio Central de Empresas (DIRCE), de modo que entre 1997 y 2003 la participación de las empresas culturales y de ocio en el número total de empresas de la economía ha pasado de un 4,5% registrado a principios del período analizado hasta un 5,1%.

En lo referente a la actividad exterior de las empresas de la industria de la cultura y ocio cabe señalar que en 2003 más del 14% de las empresas del sector realizaban transacciones con el exterior, ya sea actividades de importación o de exportación, mientras que en 1997 representaban el 12,6%. Dicha evolución supone que en 2003 existían en el conjunto de la industria un total de 11.207 empresas importadoras y 10.150 empresas exportadoras, cuando en 1997 dicho número ascendía a 7.366 y 6.714 empresas respectivamente. Esta creciente internacionalización de las actividades ha supuesto que el número de empresas importadoras y exportadoras haya experimentado un crecimiento medio interanual ligeramente superior al 7% en ambos casos, significativamente superior al crecimiento registrado por el total de empresas de la industria, que se elevó a un 4,9% en términos medios en el período analizado.

Finalmente, en cuanto al papel del sector público en la industria de la cultura y el ocio, en consonancia con el modelo de Estado contemplado en la Constitución de 1978, una gran parte de las competencias culturales en España han sido transferidas al ámbito regional de gobierno y gran parte del esfuerzo público en cultura también es asumido por Corporaciones Locales y Diputaciones. La Administración Central tiene una aportación cuantitativamente menor en la implementación de las políticas públicas culturales, aunque conserva un gran peso cualitativo debido a sus competencias exclusivas en materia de cultura y política exterior<sup>4</sup>, así como a la titularidad de las instituciones culturales de mayor reconocimiento y proyección.

<sup>4</sup> La defensa del patrimonio cultural, artístico y monumental español contra la exportación y la expoliación; los museos, archivos y bibliotecas de titularidad estatal, sin perjuicio de su gestión por las

En lo que sigue se tratará además de resaltar la importancia económica de la actuación pública. Como punto de partida ineludible es necesario ponderar la aportación de la iniciativa privada y pública a la industria de la cultura y el ocio. Como se recoge en la tabla 4, las actividades privadas son sin duda alguna las que mayor aportación presentan en el VABpm del conjunto de la industria, siendo asimismo considerablemente más dinámicas que las actividades públicas.

**TABLA 3**

VABpm de la industria de la cultura y el ocio. Distribución sector público y privado.  
(En millones de euros y porcentajes. Datos corrientes y constantes (Base 1995))

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	T.V.I.
<b>Datos Corrientes</b>								
VAB Total	18.134	19.065	22.082	23.402	24.217	27.665	29.338	8,3
VAB Privado	16.759	17.568	20.483	21.644	22.460	25.751	27.358	8,5
VAB Público	1.375	1.497	1.598	1.758	1.757	1.915	1.980	6,3
<b>Datos Constantes (Base 1995)</b>								
VAB Total	16.884	17.181	19.269	19.745	19.468	21.130	21.512	4,1
VAB Privado	15.580	15.801	17.840	18.228	17.999	19.585	19.970	4,2
VAB Público	1.305	1.380	1.429	1.517	1.469	1.546	1.542	2,8
Gasto Público Total	4.630	5.146	5.419	6.250	6.756	7.895	8.518	10,7
Estado + OO.AA.	750	794	816	987	1.029	994	1.067	6,1
AA.TT. + OO.AA.	3.880	4.352	4.603	5.262	5.728	6.901	7.451	11,5
CC.AA. + OO.AA.	1.390	1.383	1.499	1.749	1.740	2.077	2.560	10,7
CC.LL. + OO.AA.	2.491	2.968	3.105	3.513	3.988	4.824	4.891	11,9
Municipios	2.081	2.511	2.649	2.987	3.413	4.078	4.063	11,8
Diputaciones	410	457	455	527	575	746	828	12,4

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

OO.AA. (Organismos autónomos), AA.TT. (Administraciones territoriales), CC.AA. (Comunidades autónomas), CC.LL. (Corporaciones locales).

*Fuente:* Elaboración propia, AEAT, MEH, INE.

El gasto público del conjunto de Administraciones Públicas en la industria de la cultura y el ocio en 2003 se elevó a 8.518 millones de euros, algo más del 2% del gasto total efectuado por el Sector Público. Además, como muestran los datos, ha experimentado en el período 1997-2003 un crecimiento interanual medio del 10,7%, cifra que prácticamente duplica el incremento registrado por el gasto público total, que en dicho período se eleva al 5,9%. Esta evolución ha supuesto que la participación en el gasto público total haya crecido a lo largo del período de tal modo que si en 1997 de cada 100 euros gastados por el sector público, 1,5 se destinaban a cultura y ocio, en 2003 por cada 100 euros de gasto, dos euros se destinaban a financiar estas actividades.

Comunidades Autónomas; la legislación sobre propiedad intelectual e industrial; las normas básicas del régimen de prensa, radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las Comunidades Autónomas.

Esta progresiva evolución del peso de la cultura y ocio en el gasto total del Sector Público refleja, por otra parte, los distintos ritmos relativos de crecimiento del gasto público de las distintas Administraciones frente al incremento registrado por el gasto total, destacándose el comportamiento de las aportaciones de las Administraciones Autonómicas y Locales que avanzan a un ritmo medio anual del 10,7% y 11,9% respectivamente, reflejando un crecimiento mucho más intenso que el registrado por el gasto público total. Por el contrario, en el caso del gasto en cultura y ocio del Estado no se aprecian variaciones significativas en el período analizado, lo que supondría que la partida presupuestaria en cultura avanza a un ritmo similar a la del conjunto del presupuesto.

La descentralización de la Administración, el carácter local de la provisión de servicios culturales y la transferencia de competencias a las Comunidades Autónomas, han determinado que sean éstas últimas, conjuntamente con las Corporaciones Locales<sup>5</sup>, los agentes públicos que mayor esfuerzo realizan en términos de gasto público. En 2003, estas Administraciones Territoriales efectuaron un gasto en Cultura y Ocio por valor de 7.451 millones de euros, prácticamente el 88% del gasto público total en el conjunto de la industria de la cultura y el ocio. De este gasto, cabe destacar especialmente el realizado por las Corporaciones Locales. De cada 100 euros gastados en 2003 por el Sector Público en Cultura, 57,4 euros corresponden a gasto realizado por ellas. Este importe resulta ligeramente superior al correspondiente a 1997, año en el que de cada 100 euros de gasto público en Cultural y Ocio, 53,8 euros correspondían a la Administración Local, lo que indicaría que su posición predominante se ha visto reforzada en los últimos años.

En suma, los datos recogidos muestran una realidad relativa a la presencia del sector público en la industria diferente de la tradicional visión de una industria subvencionada y dependiente del gasto público. Los resultados demuestran que aunque no es desdeñable la presencia pública, especialmente en algunas actividades como Museos, Bibliotecas, Artes escénicas, etc., es necesario hacer hincapié en el papel de la iniciativa privada en el desarrollo e impulso de la actividad económica de la industria de la cultura y el ocio.

#### **4. LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO EN ESPAÑA DESDE UNA PERSPECTIVA REGIONAL**

Al enfocar la industria de la cultura y el ocio en España desde una perspectiva regional es preciso resaltar que sigue manteniéndose la elevada concentración territo-

<sup>5</sup> Los datos correspondientes a las Corporaciones Locales se han estimado a partir de una encuesta sobre el esfuerzo en cultura y ocio de las Entidades Locales, realizada conjuntamente entre el equipo de investigación del Departamento de Análisis Económico de la Universidad Autónoma de Madrid y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). A partir de los datos obtenidos de las contestaciones pudo sectorizarse el gasto en Cultura de las Entidades Locales. Un descripción detallada del proceso de territorialización del gasto puede encontrarse en el capítulo metodológico de García et al. (2000), mientras que su sectorización se encuentra en igual capítulo de García y Zofío (2003).

rial ya señalada en García, Fernández y Zofío (2000), pues la industria se concentra mayoritariamente en la Comunidad de Madrid y en Cataluña, destacando también, aunque en menor medida, la Comunidad Valenciana y Andalucía. Dicho fenómeno queda puesto de manifiesto al observar las aportaciones de dichas comunidades al VABpm y a las ventas generadas por la industria en su conjunto. Concretamente, en el año 2003, más del 44% del VABpm de la industria y el 46% de las ventas totales se realizaron en la Comunidad de Madrid. Por su parte, Cataluña aportó en dicho año un 26,5% al VABpm de la industria y un 28,3% a las ventas. Aunque con cifras sensiblemente inferiores, las comunidades valenciana y andaluza aportaron, respectivamente, un 6,5% y un 5,7% al VABpm cultural y un 6,2% y 5,3% a las ventas. Desde el punto de vista del empleo, la Comunidad de Madrid concentró el 34,9% del empleo asalariado de la industria, cifra que fue del 26,2% en Cataluña y del 10,1% y 9,4% en Andalucía y la Comunidad Valenciana, respectivamente.

**TABLA 4**  
Principales variables de la industria de la cultura y el ocio por  
Comunidades Autónomas: año 2003.  
(En millones de euros, precios corrientes)

	VABpm 2003		Ventas 2003		Empresas 2003		Asalariados 2003	
	Mill. €	% Part.	Mill. €	% Part.	Mill. €	% Part.	Mill. €	% Part.
Andalucía	1.640,20	5,7	5.207,30	5,3	21.944	14,7	110.506	10,1
Aragón	758,7	2,6	2.086,10	2,1	4.222	2,8	25.920	2,4
Asturias	342,3	1,2	856,4	0,9	3.274	2,2	18.269	1,7
Baleares	443,8	1,5	1.252,60	1,3	4.545	3	25.295	2,3
Cantabria	160,5	0,6	413	0,4	1.598	1,1	7.269	0,7
Castilla y León	871	3	1.988,10	2	7.087	4,7	34.241	3,1
Castilla-La Mancha	425	1,5	1.498,50	1,5	4.314	2,9	17.962	1,6
Cataluña	7.682,20	26,5	27.744,90	28,3	35.491	23,8	288.482	26,2
Extremadura	137,8	0,5	332,8	0,3	2.536	1,7	8.715	0,8
Galicia	724,2	2,5	2.427,50	2,5	7.733	5,2	40.612	3,7
Madrid	12.825,30	44,2	45.651,20	46,6	34.899	23,4	383.507	34,9
Murcia	409,5	1,4	1.059,80	1,1	3.477	2,3	20.448	1,9
Rioja	83,1	0,3	309,8	0,3	1.023	0,7	4.124	0,4
Com. Valenciana	1.884,70	6,5	6.098,50	6,2	16.926	11,3	103.359	9,4
Resto CCAA (*)	n.d.	n.d.	1.061,60	1,1	146,9	0,1	n.d.	n.d.
España (**)	29.337,90	100	97.988,10	100	149.216	100	1.108.884	100

*Notas:* (\*) La información fiscal —ámbito privado— relativa a las Ciudades autónomas, Canarias, el País Vasco y Navarra resulta parcial debido al régimen especial o foral de estas comunidades.

(\*\*) Incluye el VABpm y los Asalariados del Estado.

Los porcentajes de participación están calculados sobre la suma del total de las CCAA.

T.V.I. Tasa media de variación interanual.

*Fuente:* Elaboración propia, AEAT, MEH, INE.



Respecto a las variables relativas al mercado de trabajo, empresas y asalariados, Cataluña destaca por ser la Comunidad donde existe un mayor número de empresas culturales y de ocio, pues en 2003 el número de éstas era cercano a 35.500, mientras que en la Comunidad de Madrid era algo inferior a las 35.000 empresas. Por su parte, en relación con el número de asalariados vuelven a ser Madrid y Cataluña las regiones con mayor número de ocupados por cuenta ajena, pues en la primera en 2003 el número de asalariados en actividades culturales era superior a 380.000 y en Cataluña cercano a los 288.000. Obviamente el mayor número de empresas en Cataluña frente al mayor número de asalariados en la Comunidad de Madrid indica que el tamaño medio de las empresas culturales en Cataluña es inferior al de las empresas culturales en Madrid.

Desde el punto de vista de la aportación de las industrias culturales y de ocio a las respectivas economías regionales, sobresalen de nuevo la Comunidad de Madrid y Cataluña. Efectivamente, como se muestra en la tabla 6, si en el conjunto de la economía española la aportación del VABpm cultural al PIBpm en el año 2003 fue del 3,9%, en la Comunidad de Madrid la cifra se eleva hasta el 11,0% del VABpm regional, porcentaje especialmente significativo si se tiene en cuenta que en ese mismo año el sector de la construcción en Madrid representaba el 8,7% del PIBpm y el sector industrial el 12,3%. En Cataluña, por su parte, la importancia relativa de la industria de la cultura y el ocio en el VABpm regional supone también una cifra superior a la registrada en la media de España, siendo en este caso del 6,3%. Como aspecto adicional es preciso destacar el hecho de que, con la excepción de la Comunidad de Madrid, Extremadura, la Comunidad Valenciana y La Rioja, en la mayor parte de las comunidades autónomas, el crecimiento del VABpm en cultura y ocio ha sido superior al registrado por el conjunto de la economía, lo que se ha traducido en un incremento de la aportación del VABpm cultural a la producción total regional, destacando de manera muy significativa Cataluña, pues en 1997 el VABpm generado por las actividades culturales y de ocio representaba el 4,9% de la economía catalana elevándose hasta el 6,3% en el año 2003.

En relación con el empleo y comparando con las respectivas economías regionales (tabla 6), de nuevo se aprecia como en la Comunidad de Madrid y en Cataluña es donde el número de asalariados en actividades culturales y de ocio se sitúa por encima de la media nacional, pues en Madrid más de un 16% del empleo asalariado se encuentra empleado en actividades vinculadas con la industria de la cultura y el ocio y en Cataluña la cifra es superior al 11%. Aunque por debajo de la media nacional, también aparecen en posiciones destacadas otras comunidades como Baleares, la Comunidad Valenciana, Aragón y Asturias, pues en todas ellas más de un 6% del empleo asalariado de la región se encuentra empleado en actividades culturales y de ocio. Es preciso resaltar nuevamente que el crecimiento del empleo en la industria de la cultura y el ocio ha sido más dinámico que el empleo generado en el conjunto de la economía regional, lo que ha permitido que en todas las comunidades se incremente la aportación relativa del empleo cultural a la totalidad

del empleo asalariado de las diferentes regiones, siendo especialmente significativo el caso de Cataluña, donde el empleo cultural representaba un 10% en 1997 elevándose hasta un 11,6% en 2003.

**TABLA 5**  
Evolución de la aportación de la industria de la cultura y el ocio a la economía de las CC.AA.: VABpm y Asalariados (En porcentajes).

	VABpm Cultura y Ocio/ VABpm CCAA		Asalariados Cultura y Ocio/ Asalariados totales CCAA	
	1997	2003	1997	2003
Andalucía	1,4	1,8	4,0	5,1
Aragón	3,0	3,7	5,1	6,4
Asturias	2,2	2,3	5,2	6,1
Baleares	2,4	2,6	6,2	7,3
Cantabria	1,8	1,9	3,8	4,2
Castilla y León	1,5	2,3	3,6	4,8
Castilla-La Mancha	1,8	1,9	2,9	3,5
Cataluña	4,9	6,3	10,0	11,6
Extremadura	1,4	1,2	2,6	3,2
Galicia	2,0	2,0	4,6	5,2
Madrid	11,4	11,0	16,3	16,8
Murcia	1,7	2,5	3,8	4,8
Rioja	1,7	1,7	4,1	4,4
Com. Valenciana	3,0	2,9	6,0	6,8
España (*)	3,7	3,9	6,9	7,8

*Notas:* La información fiscal —ámbito privado— relativa a las Ciudades autónomas, Canarias, el País Vasco y Navarra resulta parcial debido al régimen especial o foral de estas comunidades.

(\*) Incluye el VABpm y los Asalariados del Estado.

*Fuente:* Elaboración propia, AEAT, MEH, INE (Contabilidad Regional Base 1995 y Encuesta de Población Activa).

A modo de conclusión, cabría destacar como principal característica de la industria que a pesar de su elevada concentración en la Comunidad de Madrid y Cataluña, las diferencias van estrechándose aunque muy lentamente destacando sobre todo el papel que está ejerciendo Cataluña, donde la industria de la cultura y el ocio va ganando terreno en términos relativos a la Comunidad de Madrid, hasta ahora la principal comunidad en generación de bienes y servicios culturales. Otras comunidades como Andalucía van afianzando posiciones en el conjunto de la industria.

## 5. LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO EN ESPAÑA DESDE UNA PERSPECTIVA SECTORIAL

Además de la heterogeneidad observada a nivel territorial, nos encontramos ante una industria que, a pesar de estar definida por el denominador común de la creatividad y el entretenimiento, abarca en realidad actividades muy heterogéneas. La desagregación sectorial que se considera en este artículo parte de la propuesta inicial realizada por García y Zofío (2003) quienes clasifican las actividades de la industria entre actividades culturales y actividades de ocio. Esta clasificación se encuentra recogida en las tablas 1 y 6.

Tomando como referencia el año 2003, el primer aspecto a destacar es que el grueso de la industria se concentra en actividades definidas estrictamente como actividades culturales, pues el valor de la producción de estas actividades se elevó a más de 20.800 millones de euros, representando el 71,0% del Valor Añadido Bruto a precios de mercado del conjunto de la industria. Adicionalmente, dichas actividades tuvieron una facturación superior a los 81.800 millones de euros, representando el 83,5% de las ventas totales. Las más de 115.500 empresas y los 850.000 asalariados empleados en las actividades culturales aportaron el 77,4% de las empresas y el 77,0% del empleo total de esta industria. Con ello, las actividades culturales en su conjunto representaron en el año 2003 el 2,8% del PIBpm español y contribuyeron en un 6,0% al empleo asalariado de la economía.

Descendiendo a un nivel sectorial más detallado, las actividades más representativas de la industria están formadas por la Edición e Impresión, así como el sector de Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales (EMA). A estos dos grandes sectores se ha unido con gran dinamismo en los últimos años el sector de la Publicidad, por lo que desde un punto de vista económico se puede decir que estos tres sectores son los más representativos de la industria de la cultura y el ocio en España, de modo que la dinámica registrada en los mismos acaba reflejándose finalmente en el conjunto de la industria. Un elemento definitorio, común a esta amalgama de sectores, es su inclusión en la denominada “industria de contenidos”, abarcando tanto actividades que pueden incluirse en la vertiente de “producción de contenidos”, como en la denominada “difusión de los contenidos”. La *industria de contenidos* constituye uno de los elementos fundamentales de las denominadas Sociedades del Conocimiento, caracterizadas por la “capacidad para identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano” (UNESCO, 2005).

La importancia económica de los sectores descritos queda puesta de manifiesto al analizar individualmente cada una de las variables económicas. Comenzando por las actividades culturales, el sector de la Edición e Impresión generó en el año 2003 el 28,6% del valor añadido total de la industria, ocupando así la primera posición dentro de los sectores culturales en cuanto a producción de bienes y servicios culturales. Asimismo, el sector de la Edición e Impresión facturó un volumen de ventas por encima de los 29.100 millones de euros, ocupando en este caso la segunda posición. Con más de 33.300 empresas en el sector en el año 2003, el número de asalariados se situó en más de 260.000 personas, el 23,6% del empleo de la industria aunque de nuevo por debajo del empleo generado en el sector de Artes EMA.

Principales variables de la industria de la cultura y el ocio por sectores culturales y de ocio: año 2003. Millones de euros, precios corrientes.

	VABpm						Ventas						Nº de Empresas						Nº Asalariados					
	1997			2003			1997			2003			1997			2003			1997			2003		
	Mill. □	% Part.	Mill. □	% Part.	Mill. □	% Part.	Mill. □	% Part.	Mill. □	% Part.	Mill. □	% Part.	Nº	% Part.	Mill. □	% Part.	Nº	% Part.	Mill. □	% Part.	Nº	% Part.		
CULTURA	3.651	20,1	7.660	26,1	18.339	32,3	36.302	37,0	23.115	20,6	34.103	22,9	175.089	24,7	294.720	26,6								
C.1. Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales	164	0,9	333	1,1	265	0,5	610	0,6	1.865	1,7	3.224	2,2	15.653	2,2	30.758	2,8								
C.1.1. Artes Escénicas (Teatro/Danza)	503	2,8	775	2,6	730	1,3	1.442	1,5	6.794	6,1	9.888	6,6	39.738	5,6	60.712	5,5								
C.1.2. Música	751	4,1	1.373	4,7	2.967	5,2	5.124	5,2	7.980	7,1	12.002	8,0	42.941	6,0	85.982	7,8								
C.1.3. Cinematografía y Video	2.233	12,3	5.179	17,7	14.377	25,3	29.126	29,7	6.476	5,8	8.990	6,0	76.757	10,8	117.267	10,6								
C.1.4. Televisión y Radio	500	2,8	787	2,7	1.039	1,8	1.738	1,8	19.094	17,0	24.710	16,6	21.757	3,1	28.364	2,6								
C.2. Artes Plásticas	148	0,8	240	0,8	154	0,3	259	0,3	6.208	5,5	10.140	6,8	4.832	0,7	6.202	0,6								
C.2.1. Pintura y Escultura	352	1,9	547	1,9	886	1,6	1.479	1,5	12.886	11,5	14.570	9,8	16.926	2,4	22.162	2,0								
C.2.2. Fotografía	6.341	35,0	8.400	28,6	20.602	36,3	29.104	29,7	26.697	23,8	33.305	22,3	22.297	31,3	261.173	23,6								
C.3. Edición e Impresión	2.918	16,1	3.641	12,4	9.125	16,1	12.126	12,4	12.932	11,5	16.155	10,8	106.052	14,9	116.938	10,5								
C.3.1. Libros	3.423	18,9	4.759	16,2	11.477	20,2	16.979	17,3	13.766	12,3	17.151	11,5	116.245	16,4	144.236	13,0								
C.3.2. Prensa Escrita	1.306	7,2	2.973	10,1	6.982	12,3	14.415	14,7	13.758	12,3	22.320	15,0	102.325	14,4	228.663	20,6								
C.4. Publicidad	310	1,7	540	1,8	72	0,1	298	0,3	526	0,5	1.091	0,7	17.618	2,5	26.886	2,4								
C.5. Museos y Bibliotecas	131	0,7	153	0,5	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	4.448	0,6	4.495	0,4								
C.6. Patrimonio Histórico	30	0,2	34	0,1	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	1.184	0,2	1.120	0,1								
C.7. Política Lingüística	174	1,0	283	1,0	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	N.P.	8.504	0,9	8.520	0,8								
C.8. Juventud																								
OCIO	1.159	6,4	2.011	6,9	2.691	4,7	5.318	5,4	7.952	7,1	10.685	7,2	53.127	7,5	106.549	9,6								
O.1. Actividades Deportivas	16	0,1	36	0,1	62	0,1	109	0,1	208	0,2	463	0,3	933	0,1	2.892	0,3								
O.2. Actividades Taurinas	171	0,9	444	1,5	524	0,9	1.061	1,1	941	0,8	1.939	1,3	17.558	2,5	34.336	3,1								
O.3. Parques Recreativos	1.632	9,0	3.021	10,3	2.420	4,3	4.192	4,3	11.840	10,6	12.825	8,6	42.922	6,0	58.128	5,2								
O.4. Ferias y salones recreativos	2.445	13,5	2.516	8,6	2.617	4,6	2.736	2,8	5.757	5,1	5.640	3,8	32.588	4,6	36.268	3,3								
O.5. Loterías y Apuestas	268	1,5	482	1,6	1.482	2,6	2.715	2,8	2.150	1,9	2.137	1,4	11.881	1,7	16.772	1,5								
O.6. Juguetes																								
CULTURA	12.443	68,6	20.829	71,0	47.034	82,8	81.857	83,5	83.189	74,3	115.528	77,4	551.222	77,6	853.940	77,0								
OCIO	5.691	31,4	8.509	29,0	9.797	17,2	16.131	16,5	28.848	25,7	33.689	22,6	159.009	22,4	254.944	23,0								
INDUSTRIA	18.134	100	29.338	100	56.831	100	97.988	100	112.036	100	149.216	100	710.231	100	1.108.884	100								

Fuente: Elaboración propia, AEAT, MEH.

El segundo sector en importancia en cuanto a producción de valor añadido cultural es el sector de las Artes EMA, cuyo VABpm en 2003 ascendió a más de 7.600 millones de euros, el 26,1% de la industria, registrando además unas ventas por importe de 36.300 millones de euros, siendo así el sector cultural con mayor volumen de facturación. Respecto al número de empresas y asalariados, el sector de artes EMA concentraba en el año 2003 el 22,9% y el 26,6% de las empresas y los asalariados de la industria respectivamente.

El sector de la Publicidad, cuya posición relativa dentro de la industria mantiene una distancia considerable respecto a las dos actividades anteriores, ha mostrado una evolución especialmente dinámica en los últimos seis años y ha logrado ostentar en 2003 una tercera posición aportando el 10,1% del valor añadido y el 14,7% de las ventas de la industria. También ocupa una posición destacada en cuanto al número de empresas, pues el 15% de las empresas de la industria son empresas de publicidad. Más relevante aún es su posición en cuanto al número de personas asalariadas, en el año 2003 más de 228.000 personas se encontraban empleadas por cuenta ajena en dicho sector, es decir, que más del 20% del empleo de la industria se concentraba en actividades de publicidad.

Por su parte, dentro de las actividades de ocio y entretenimiento, destaca el sector de Ferias y Salones recreativos, cuyo valor añadido en 2003 fue superior a los 3.000 millones de euros representando el 10,3% del VABpm de la industria y con una cifra de ventas que supuso el 4,3% de las ventas totales. El número de empresas, aunque menor que las registradas para los sectores culturales, se elevó por encima de las 12.800 empresas, empleando a más de 58.000 asalariados. El sector de Actividades Deportivas destaca también entre los sectores de ocio y entretenimiento, especialmente en lo que a ventas, empresas y empleo se refiere, mientras que en relación con el valor añadido sería el sector de Loterías y Apuestas el que ocuparía una segunda posición.

Además de la perspectiva estática comentada en los párrafos anteriores, es interesante aproximarse a la evolución temporal experimentada por los diferentes sectores culturales y de ocio, especialmente en lo referente a la evolución del valor de la producción de bienes y servicios culturales y el empleo generado en dichos sectores, pues dicha evolución constituye un marco de referencia importante que permitirá adelantar tendencias futuras. En este contexto, cuando se atiende al crecimiento medio experimentado por el valor añadido en el periodo 1997-2003 se observa, en primer lugar, que son las actividades culturales las que han experimentado mayor dinamismo, creciendo a una tasa media anual del 9% frente al 6,9% registrado entre las actividades de ocio. Este mayor dinamismo ha permitido incrementar su aportación al valor añadido bruto de la industria desde el 68,6% que representaba en 1997 al 71% que representa en el año 2003.

Descendiendo a los diferentes sectores que conforman la industria, puede apreciarse como es el sector de Artes EMA el que mejor evolución ha registrado, incrementando su aportación en seis puntos porcentuales, cifra que ha sido posible gracias a la importante expansión del sector de la Televisión y la Radio que ha aumentado su participación en el VABpm desde el 12,3% de 1997 hasta el 17,7%

de 2003. Esta fuerte expansión de la Televisión y la Radio está relacionada con los profundos cambios que ha continuado experimentado estos últimos años, en paralelo al proceso de difusión de las innovaciones tecnológicas en el campo de las telecomunicaciones, desembocando en la multiplicación y diferenciación de la oferta televisiva, la segmentación de la audiencia, el agotamiento del modelo de financiación exclusiva por publicidad y el reequipamiento tecnológico de los hogares (TV satélite, decodificadores digitales, antenas digitales, ...). El sector de Artes EMA no sólo ha crecido por encima de la media de la industria de la cultura y el ocio, sino que además lo ha hecho por encima de la media del conjunto nacional, permitiendo incrementar su aportación al PIBpm del 0,7% en 1997 al 1% en 2003 y en el caso del empleo desde el 1,7% al 2,1%, como se muestra en la tabla 7.

**TABLA 7**  
Participaciones del VABpm y Nº de Asalariados en Cultura y Ocio en el PIBpm y el Nº de asalariados del conjunto nacional. 1997 vs. 2003 (En porcentajes).

	VABpm en Cultura y Ocio/PIBpm		Asalariados en Cultura y Ocio/Asalariados totales España	
	1997	2003	1997	2003
<b>CULTURA</b>				
C.1. Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales	0,74	1,03	1,7	2,1
C.1.1. Artes Escénicas (Teatro/Danza)	0,03	0,04	0,15	0,22
C.1.2. Música	0,10	0,10	0,39	0,43
C.1.3. Cinematografía y Video	0,15	0,18	0,42	0,61
C.1.4. Televisión y Radio	0,45	0,70	0,75	0,83
C.2. Artes Plásticas	0,10	0,11	0,21	0,20
C.2.1. Pintura y Escultura	0,03	0,03	0,05	0,04
C.2.2. Fotografía	0,07	0,07	0,17	0,16
C.3. Edición e Impresión	1,28	1,13	2,18	1,85
C.3.1. Libros	0,59	0,49	1,04	0,83
C.3.2. Prensa Escrita	0,69	0,64	1,14	1,02
C.4. Publicidad	0,26	0,40	1,00	1,62
C.5. Museos y Bibliotecas	0,06	0,07	0,17	0,19
C.6. Patrimonio Histórico	0,03	0,02	0,04	0,03
C.7. Política Lingüística	0,01	0,00	0,01	0,01
C.8. Juventud	0,04	0,04	0,06	0,06
<b>OCIO</b>				
O.1. Actividades Deportivas	0,23	0,27	0,52	0,75
O.2. Actividades Taurinas	0,00	0,00	0,01	0,02
O.3. Parques Recreativos	0,03	0,06	0,17	0,24
O.4. Ferias y salones recreativos	0,33	0,41	0,42	0,41
O.5. Loterías y Apuestas	0,49	0,34	0,32	0,26
O.6. Juguetes	0,05	0,06	0,12	0,12
<b>CULTURA</b>	2,52	2,80	5,41	6,04
<b>OCIO</b>	1,15	1,14	1,56	1,80
<b>INDUSTRIA</b>	3,67	3,94	6,97	7,85

Fuente: Elaboración propia, AEAT, MEH, INE (Contabilidad Nacional de España Base 1995 y EPA).

El dinamismo mostrado por el sector de la Publicidad se presenta como uno de los aspectos más relevantes de la evolución de la industria cultural durante los últimos años. La relevancia económica de la Publicidad como sector económico cuya manifestación más evidente es el fuerte dinamismo en la creación de valor añadido (el crecimiento medio anual fue del 14,7%) es la consecuencia de una intensa creatividad publicitaria. La buena salud del sector publicitario en España ha permitido incrementar de manera muy significativa su aportación al valor añadido de la industria de la cultura y el ocio, desde el 7,2% que representaba en 1997 al 10,1% que representa en el año 2003. Del mismo modo, la aportación del sector al empleo de la industria se ha incrementado desde el 14,4% al 20,6% y su mayor dinamismo frente al conjunto de la economía española ha permitido aumentar su aportación al PIBpm del 0,3% al 0,4% y del 1% al 1,6% en el caso del empleo.

Aunque con aumentos sensiblemente inferiores, sectores como el de la Cinematografía y el Video, las Artes Escénicas y los Museos y Bibliotecas han visto aumentar también su importancia relativa en el VABpm del conjunto de la industria. En el caso de los sectores de ocio los aumentos más significativos se han dado en el sector de Ferias y Salones, Parques recreativos, Actividades Deportivas y en menor medida el sector del Juguete.

En el lado opuesto, las actividades de Edición e Impresión, formadas por los subsectores de Prensa Escrita y del Libro, aunque conservan un elevado peso en el VABpm de la Cultura y el Ocio en 2003, han experimentado desde 1997 una notable pérdida de importancia en la estructura del VABpm de la industria, que en conjunto se elevaría a más de 6 puntos porcentuales. Si en 1997 el subsector de la Prensa Escrita encabezaba el ranking sectorial con el 18,9% del VABpm de la industria, en 2003 su peso se reduce hasta el 16,2%. Mayor es aún la pérdida experimentada por el subsector del Libro, cuya aportación se reduce del 16,1% del VABpm en 1997 al 12,4% en 2003, es decir, una pérdida cercana a los cuatro puntos porcentuales. De hecho la aportación del sector de la Edición e Impresión al PIBpm nacional se ha reducido del 1,3% al 1,1% y en el caso del empleo la reducción ha sido aún mayor pues en 1997 el empleo asalariado del sector editorial representaba el 2,2% del total nacional y dicha cifra desciende hasta el 1,8% en el año 2003. En el caso del subsector del Libro su moderado crecimiento está relacionado con la desaceleración que se ha producido en los últimos años en la edición de títulos. Según la Federación de Gremios de Editores de España en su informe anual sobre El Comercio Interior del Libro en España (2004), el número de títulos editados durante el periodo 1997-2003 creció a una tasa media anual del 5,3%, si bien en el año 1998 el número de títulos crecía a una tasa del 8,9%, cifra que experimentó una importante desaceleración en el año 2000 y que a pesar de su reciente recuperación todavía se encuentra en niveles bajos. A esto hay que añadir la preocupante reducción de la tirada media, desde 5.317 ejemplares por título en 1997 hasta los 4.224 del año 2003, lo que supone una caída media anual de la tira-

da media del  $-5,8\%$ <sup>6</sup>. Todo ello se ha traducido en un crecimiento muy bajo, tan sólo un  $0,5\%$  anual, del número de ejemplares editados. El aspecto positivo que hay que señalar es la evolución del número de títulos vivos en catálogo, el cual ha crecido a una tasa media anual del  $6,0\%$ , reflejando la solidez de la diversidad cultural del sector editorial en España.

En relación con el sector de la Prensa Escrita su pérdida de importancia dentro de la industria cultural y de ocio está relacionada con la crisis que viene padeciendo el sector desde la última década del siglo XX, cuyo resultado más sobresaliente es la importante disminución de las cifras de difusión de los grandes diarios, que pese a las promociones que habitualmente acompañan la venta de prensa hoy en día, continúan disminuyendo. No obstante, dicho fenómeno no es algo que afecte únicamente a España, pues las ventas de prensa escrita han caído de forma generalizada en países como Francia, Reino Unido, Alemania, Dinamarca, Austria, Bélgica, Estados Unidos e incluso Japón. Los profesionales del sector señalan como principales factores que subyacen a esta crisis la fuerte expansión de los periódicos gratuitos así como el exponencial empuje de la prensa en Internet, tal y como recoge Cebrián (2006), Edo Bolós (2005) o Ramonet (2005), lo que ha afectado incluso a los hábitos de lectura de prensa haciendo que muchos lectores sustituyan la lectura de prensa escrita por prensa en Internet. Aunque con una importancia relativa dentro de la industria sensiblemente inferior a la Edición e Impresión, hay que señalar también otros sectores que han visto disminuir su importancia relativa en el conjunto de la industria, como es el caso del Patrimonio Histórico, el sector de la Música y la Fotografía, mientras que por la parte de las actividades de ocio y entretenimiento, se observa una pérdida de peso en el sector de Loterías y Apuestas.

## 6. CONCLUSIONES

Hacer de la Unión Europea la “economía basada en el conocimiento” más competitiva y dinámica del mundo en esta década requiere potenciar la creación de nuevos significados y contenidos así como la generación de valor derivado del proceso creativo. En este contexto, las tecnologías de la información y las industrias relacionadas con los derechos de autor, como son las actividades culturales, se presentan como dos pilares esenciales para asentar el futuro crecimiento socioeconómico de Europa. Resulta incomprensible que a pesar de la relevancia de la cultura para la promoción y el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento, se haya ignorado históricamente su dimensión económica, lo cual resulta aún más paradójico dado el papel protagonista que los gobiernos de la Unión le han asignado para reforzar el crecimiento económico e impulsar el bienestar y la cohesión social de los países europeos. Afortunadamente hoy en día la dimensión económica de la cultura es un

---

<sup>6</sup> En el año 2004 se produce por primera vez un incremento de la tirada media, de 4.224 ejemplares a 4.579.



valor asumido por toda la sociedad. Desarrollo cultural y económico están estrechamente relacionados y, en nuestros días, se estudian como una sola disciplina, dando origen a la denominada Economía de la cultura.

Este artículo es el resultado de una serie de estudios que han venido desarrollándose desde mediados de los años noventa en el ámbito académico, y que tienen como objetivo establecer un marco analítico riguroso y sistemático que permita determinar la dimensión e importancia económica de la denominada industria de la cultura y el ocio, a fin de situarla en el lugar prominente que ha alcanzado como sector estratégico en la estructura productiva de España. El objetivo fundamental es evaluar la contribución que esta industria realiza a la riqueza nacional poniendo de manifiesto su creciente relevancia en términos del PIBpm y empleo, así como profundizar en estos agregados desde una triple vertiente: nacional, regional y sectorial.

Los resultados presentados en este artículo referidos al periodo 1997-2003 muestran que la industria de la cultura y el ocio, con un valor añadido de más de 29.300 millones de euros en 2003, representa el 3,9% del PIBpm español, empleando a más de 1,1 millones de asalariados y contribuyendo así al empleo asalariado en un 7,8%. Adicionalmente, el mayor dinamismo registrado por las actividades culturales y de ocio durante el periodo analizado frente al conjunto de la economía, ha permitido incrementar su aportación tanto en términos de PIBpm como de empleo.

Desde el punto de vista regional, la industria se concentra mayoritariamente en la Comunidad de Madrid y Cataluña. Aunque en menor medida, destacan también otras comunidades como la Comunidad Valenciana y Andalucía. La evolución de la industria desde 1997 ha sido diferente dependiendo de las regiones consideradas; mientras que en Cataluña y Andalucía se ha producido una notable expansión, Madrid y la Comunidad Valenciana, a pesar de registrar una evolución positiva de la industria, han perdido peso en el conjunto de la industria.

Desde la perspectiva sectorial las actividades culturales y de ocio se concentran mayoritariamente en los sectores de la Edición e Impresión, el sector de Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales (especialmente la Televisión y Radio) y con un fuerte impulso en los últimos años el sector de la Publicidad. En relación con la evolución de los diferentes sectores, ésta no ha sido homogénea en los últimos seis años, pues mientras las Artes EMA y la Publicidad han mostrado un comportamiento especialmente dinámico, no sólo en el conjunto de la industria sino también respecto al conjunto de la economía española, el sector de la Edición e Impresión está perdiendo peso de manera notable.

En suma, no cabe duda que la industria cultural y de ocio es una actividad productiva de primer orden, que tiene por sí misma un peso específico fundamental en el tejido económico de nuestro país. Además es una industria que actúa de catalizador de otras actividades, reforzando la ventaja comparativa con la que cuenta España en alguna de estas actividades como por ejemplo, el turismo. Sin embargo, detrás de estos importantes beneficios para la economía en su conjunto, no hay que

ocultar la necesidad de avanzar en el complejo camino de corregir los desequilibrios tanto regionales como sectoriales.

Por todo lo anterior, sería deseable reforzar el compromiso de los profesionales y de las organizaciones privadas y públicas en la revalorización de la cultura y sus diversas expresiones a fin de situar a la industria de la cultura y el ocio en la dimensión que le corresponde en el nuevo orden económico mundial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AEAT (2005): *Metodología de la estadística anual del I.V.A.* Agencia Estatal de Administración de Tributos, Madrid.
- BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (1988): *Las industrias culturales en España*. Akal/Comunicación, Barcelona.
- CEBRIÁN, J.L. (2006): "Evolución y perspectivas del sector de la comunicación en España". *Foro Complutense de la Escuela Universitaria Empresariales UCM*, Madrid.
- DCMS (2001): *Creative Industries Mapping Document*. Creative Industries Task Force, Department for Culture, Media and Sport, U.K. Government, Londres.
- DCMS (2004): *DCMS Evidence Toolkit-DET*. Department for Culture, Media and Sport, U.K. Government, Londres.
- ECONOMIST INCORPORATED (2004): *Copyright Industries in the U.S. Economy: The 2004 Report*. The International Intellectual Property Alliance, Washington.
- EDO BOLÓS, C. (2005): "El éxito de los gratuitos hace más visible la crisis de la prensa diaria de pago". *Estudios sobre el mensaje periodístico* nº 2005-11, pp. 23-44.
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2004): *El comercio interior del Libro 2004*, Madrid.
- GARCÍA, M.I.; FERNÁNDEZ, Y. y ZOFÍO, J.L. (2000): *La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997)*. Colección Datautor, Sociedad General de Autores y Editores/Fundación Autor, Madrid.
- GARCÍA, M.I.; FERNÁNDEZ, Y. y ZOFÍO, J.L. (2003): "The Economic Dimension of the Culture and Leisure Industry in Spain", *Journal of Cultural Economics*, 27, 2003, pp. 9-30.
- GARCÍA, M.I. y ZOFÍO, J.L. (2003): *La dimensión sectorial de la Industria de la Cultura y el Ocio en España (1993-1997)*. Colección Datautor, Sociedad General de Autores y Editores/Fundación Autor, Madrid.
- GARCÍA, M.I.; ZOFÍO, J.L.; HERRARTE, A. y MORAL, J. (2007): *La dimensión económica de la Industria de la Cultura y el Ocio en España*. Mc Graw Hill y Fundación Autor, Madrid.
- KEA (2006): *The Economy of Culture in Europe*, KEA European Affairs, Bruselas.
- MEDIA GROUP (2003): *The Contribution of Copyright and Related Rights to the European Economy*, Turku School of Economics and Business Administration, Helsinki.
- OMPI (2003): *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*, World Intellectual Property Organization, Geneva.
- RAMONET, I. (2005): *Medios de comunicación en crisis*, Le Monde Diplomatique, enero de 2005.
- UN (1999): *A Systems Approach to National Accounts Compilation. A Technical Report*. United Nations, New York.
- UNESCO (2005): *Hacia las Sociedades del Conocimiento*. Ediciones, UNESCO, París.

