

CUENTA SATÉLITE DE LA CULTURA DE MÉXICO, 2015

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presenta la “Cuenta Satélite de la Cultura de México, 2015”, con año base 2008, que constituye un sistema de información económica focalizado, continuo y comparable que toma como referencia general al Sistema de Cuentas Nacionales de México, y un acervo estadístico de gran importancia para apoyar la toma de decisiones sobre este sector.

Una de las principales contribuciones de la medición del sector de la cultura en México es la cuantificación del Producto Interno Bruto generado por las actividades de mercado agrupadas en este sector, así como la producción cultural que realizan los hogares y la gestión pública en cultura por parte del gobierno.

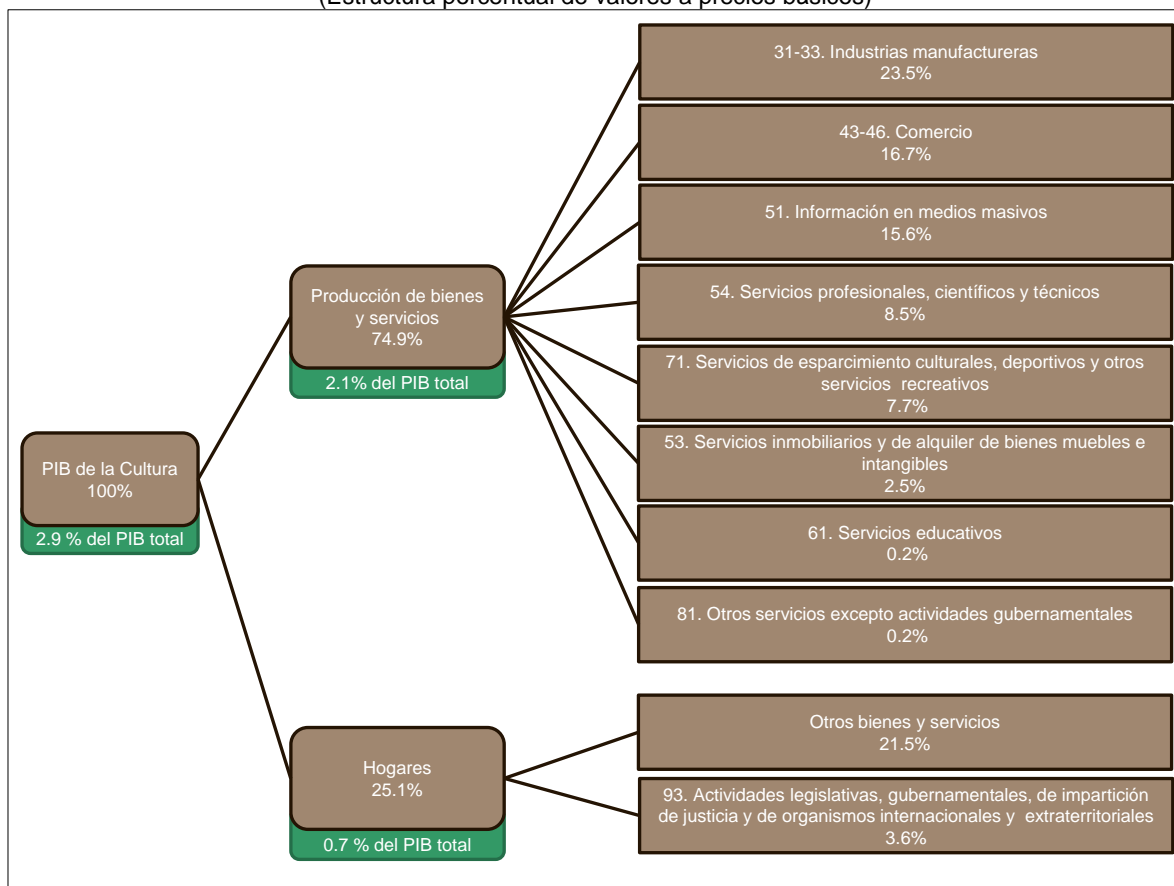
Durante 2015, el Producto Interno Bruto de la cultura alcanzó un monto de 490 mil 446 millones de pesos, que representó el 2.9% del PIB total del país. A su interior, éste se conformó con 2.1 puntos del valor de los bienes y servicios de mercado, y de las actividades no de mercado que contribuyeron con 0.7 puntos, entre las que se incluye la producción cultural de los hogares¹.

Por actividad económica, el PIB de la cultura se concentró en la fabricación de bienes culturales (por ejemplo, las artesanías), el comercio, la generación de información en medios masivos y la producción de otros bienes y servicios ofrecidos por los hogares, mismos que en conjunto aportaron el 77.3% del valor generado por el sector de la cultura.

En 2015, los hogares, el gobierno, las sociedades no financieras y los no residentes en el país, entre otros, realizaron un gasto en bienes y servicios culturales que registró un nivel de 597 mil 315 millones de pesos. Este monto se concentró principalmente en la adquisición de artesanías y juguetes tradicionales, así como de medios audiovisuales, con el 58.6% del gasto total en cultura.

¹ Los hogares participan tanto en la producción de espectáculos culturales, fiestas tradicionales, ferias, festivales, bienes culturales para su venta en la vía pública y artesanías para uso final propio, como en el consumo a través del gasto que realizan en sitios culturales, en festividades y en artículos culturales a la venta en la vía pública. En este sentido, la participación de los hogares se incluye como parte del PIB tanto por el lado de la oferta como de la demanda. La suma de las participaciones porcentuales pueden no coincidir con el total debido a los efectos del redondeo.

PIB DEL SECTOR DE LA CULTURA EN MÉXICO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA*, 2015
(Estructura porcentual de valores a precios básicos)



*La clasificación de actividades económicas corresponde al SCIAN, 2007.

NOTA: La suma de los parciales puede no coincidir con el total debido a los efectos del redondeo.

Fuente: INEGI.

En el mismo año, las actividades vinculadas con el sector de la cultura generaron empleos equivalentes a 1 millón 45 mil 372 puestos de trabajo, que representaron el 2.4% de la ocupación total del país. La elaboración de artesanías y juguetes tradicionales, junto con la producción cultural de los hogares, y el comercio de productos culturales, aportaron el 71% de dichos puestos.

El PIB del sector de la cultura en 2015 mostró una variación anual de 4.1% en términos reales.

Se anexa Nota Técnica

NOTA TÉCNICA

CUENTA SATÉLITE DE LA CULTURA DE MÉXICO, 2015

ASPECTOS GENERALES

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presenta los resultados de la actualización de la “Cuenta Satélite de la Cultura de México, 2015 preliminar. Año Base 2008”. Este trabajo proporciona información económica de gran utilidad para la toma de decisiones en el sector y constituye una ampliación del Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM). Su objetivo general es el de realizar una delimitación funcional del campo de la cultura, con base en una metodología que abarque la totalidad de sus expresiones, y que permita una valoración económica de los bienes y servicios culturales y de las actividades que generan, para proveer una visión integral sobre su dimensión, evolución y composición como sector y fortalecer el acervo informativo.

PRINCIPALES RESULTADOS:

PRODUCTO INTERNO BRUTO DE LA CULTURA EN MÉXICO

En el año 2015, el Producto Interno Bruto (PIB) de las actividades vinculadas con el sector de la cultura ascendió a 490 mil 446 millones de pesos², a precios básicos, lo que representó el 2.9% del PIB del país. A su interior, esta cifra se conformó con 2.1 puntos del valor de los bienes y servicios producidos para el mercado, y 0.7 puntos de las actividades no de mercado relacionadas con la cultura³.

Al desagregar el PIB de la cultura por actividades económicas⁴, se observó la siguiente distribución: en las actividades de producción manufacturera de bienes culturales (como por ejemplo, las artesanías o el equipo de audio y video) se generó el 23.5%; en el comercio el 16.7%; la generación de información en medios masivos 15.6%; los servicios profesionales, científicos y técnicos 8.5%; los servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos 7.7%; los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles 2.5%; en los servicios educativos, y en otros servicios excepto actividades de gobierno 0.2%, en cada caso. Además, se consideró el valor aportado por las actividades no de mercado, como los denominados “Otros bienes y servicios” (integrado por la

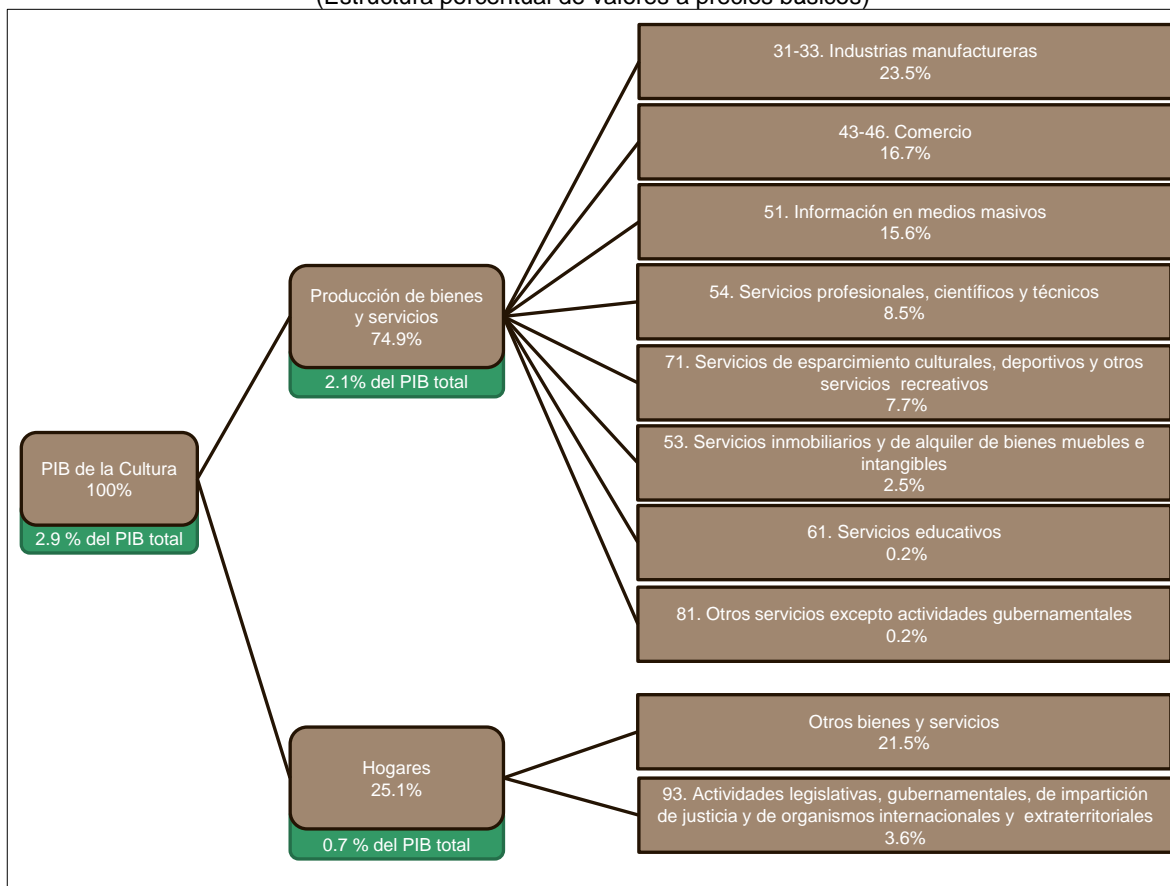
² En comparación con ciertas actividades de la economía nacional, dicho monto resultó superior, por ejemplo, a la producción agrícola total que registró un nivel de 339 mil 467 millones de pesos, a precios básicos, e inferior a la fabricación de equipo de transporte, que para el mismo año, alcanzó los 631 mil 869 millones de pesos, a precios básicos.

³ Con actividades no de mercado se hace referencia a la generación de servicios que se ofrecen a precios no significativos y que son proporcionados por el gobierno, así como a la producción cultural realizada en los hogares y que es consumida por ellos mismos.

⁴ Actividades económicas según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) 2007.

producción cultural de los hogares) que contribuyeron con el 21.5% del PIB de la cultura; y las actividades legislativas, gubernamentales y organismos internacionales que participaron con el 3.6% restante (ver diagrama siguiente).

Gráfica 1
PIB DEL SECTOR DE LA CULTURA EN MÉXICO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA*, 2015
 (Estructura porcentual de valores a precios básicos)



*La clasificación de actividades económicas corresponde al SCIAN, 2007.

NOTA: La suma de los parciales puede no coincidir con el total debido a los efectos del redondeo.

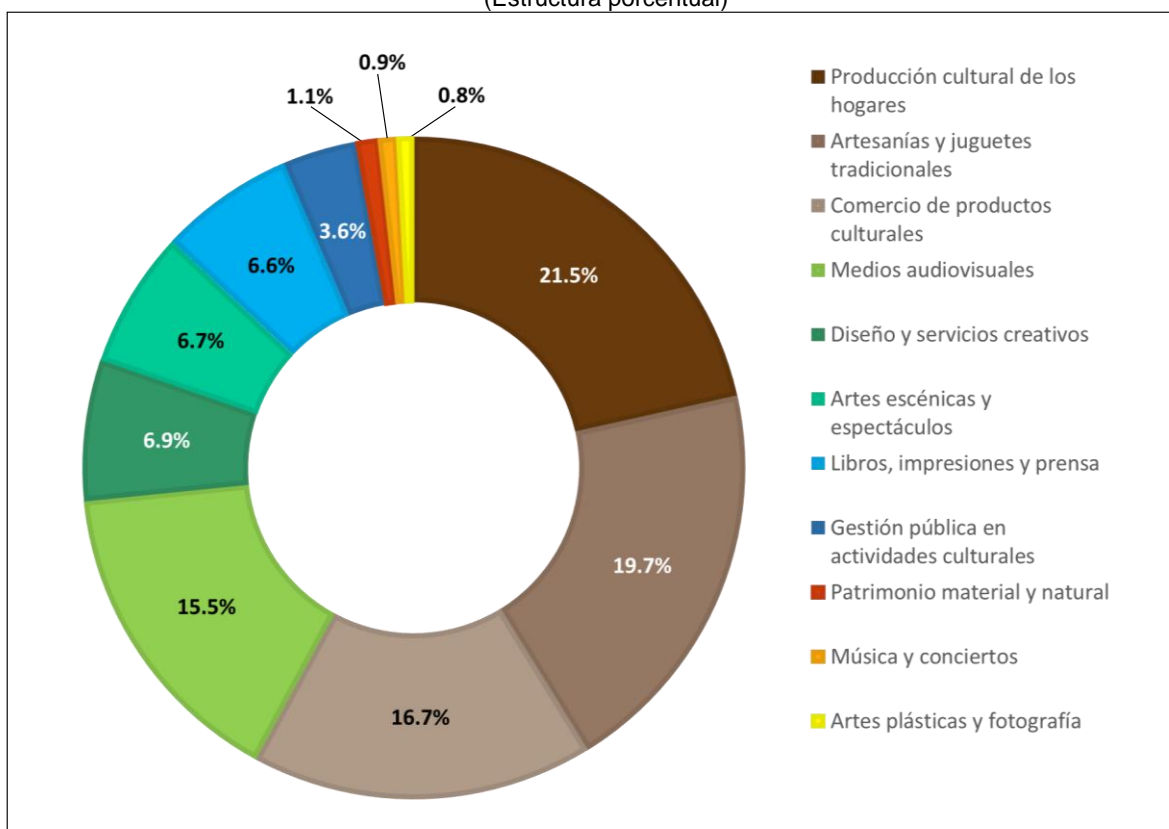
Fuente: INEGI.

Al revisar el PIB del sector de la cultura desagregado por áreas generales y específicas⁵ se observó que durante 2015 éste se concentró particularmente en la producción cultural de los hogares y la fabricación de artesanías y juguetes tradicionales, que representaron el 21.5% y 19.7%, respectivamente; le siguieron el comercio de productos culturales con 16.7%; los medios audiovisuales 15.5%; el

⁵ Esta clasificación integra las recomendaciones realizadas por la UNESCO y el Convenio Andrés Bello (CAB) en materia de contabilidad de la cultura. Para conocer el contenido de cada una de estas áreas se sugiere revisar la nota metodológica, al final de este documento.

diseño y servicios creativos 6.9%; las artes escénicas y espectáculos 6.7%; los libros, impresiones y prensa 6.6%; la gestión pública en actividades culturales 3.6%; el patrimonio material y natural 1.1%; la música y conciertos, junto con las artes plásticas y fotografía, aportaron el 1.7 por ciento.

Gráfica 2
**DISTRIBUCIÓN DEL PIB DEL SECTOR DE LA CULTURA POR ÁREAS
GENERALES Y ESPECÍFICAS*, 2015**
 (Estructura porcentual)



* Esta clasificación integra las recomendaciones realizadas por la UNESCO y el Convenio Andrés Bello (CAB) en materia de contabilidad de la cultura. Para conocer el contenido de cada una de estas áreas se sugiere revisar la nota metodológica, al final de este documento.

Fuente: INEGI.

El PIB del sector de la cultura en 2015, a precios constantes, mostró un crecimiento real anual de 4.1 por ciento. Este comportamiento se explica particularmente por las variaciones registradas en actividades como: Artes plásticas y fotografía 11.9%; los medios audiovisuales con 10.8%; el patrimonio material y natural 6.8%; el comercio de productos culturales 4.7%; las artes escénicas y espectáculos 3.5%; la fabricación de artesanías y juguetes tradicionales, y las de diseño y servicios creativos 2.4% cada una, y la producción cultural de los hogares con 2.2 por ciento.

OFERTA Y UTILIZACIÓN DE LOS BIENES Y SERVICIOS CULTURALES

Durante 2015, la oferta total de bienes y servicios asociados a la cultura alcanzó un valor de 755 mil 316 millones de pesos, el cual se constituyó por 94.5% de la producción nacional⁶ y el resto por las importaciones. Por el lado de su utilización, el 18.6% de los bienes y servicios culturales fueron consumidos como demanda intermedia (bienes y servicios necesarios para la producción de otros bienes y servicios culturales de consumo final); el 75.5% por el consumo final de los hogares y el gobierno; 3.6% como inversión, y el restante 2.3% se consumió a través de las exportaciones.

Cuadro 1
**OFERTA Y UTILIZACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES
POR COMPONENTE, 2015**

(Millones de pesos corrientes y estructura porcentual)

| Concepto | 2014 | Estructura porcentual | 2015 | Estructura porcentual |
|--------------------------------------|---------|-----------------------|---------|-----------------------|
| Oferta | 695,928 | 100.0 | 755,316 | 100.0 |
| - Producción Nacional | | | | |
| Producción bruta a precios productor | 593,092 | 85.2 | 638,503 | 84.5 |
| Margen de comercio y transporte | 70,068 | 10.1 | 75,667 | 10.0 |
| - Importaciones CIF* | 32,768 | 4.7 | 41,146 | 5.5 |
| Utilización | 695,928 | 100.0 | 755,316 | 100.0 |
| - Demanda intermedia | 130,228 | 18.7 | 140,436 | 18.6 |
| - Demanda final | | | | |
| Consumo privado | 485,698 | 69.8 | 521,768 | 69.1 |
| Consumo de gobierno | 45,620 | 6.6 | 48,552 | 6.4 |
| Formación bruta de capital fijo | 20,288 | 2.9 | 26,994 | 3.6 |
| Variación de existencias | -84 | 0.0 | 108 | 0.0 |
| Exportación de bienes FOB* | 14,178 | 2.0 | 17,457 | 2.3 |

NOTA: La suma de los parciales puede no coincidir con el total debido al efecto del redondeo.

* CIF: Es el valor de mercado, en las fronteras aduaneras de un país, de las importaciones de mercancías, otros bienes, etc., incluidos todos los costos de transporte y seguros de los bienes desde el país exportador al país de que se trata, pero excluido el costo de descarga del barco, aeronave, etc., a menos que sea a cargo del transportista. FOB: Se utiliza para valorar las exportaciones y se define como "libre a bordo". Se refiere al valor de venta de los productos en su lugar de origen más el costo de los fletes, seguros y otros gastos necesarios para hacer llegar la mercancía hasta la aduana de salida.

Fuente: INEGI.

⁶ En la producción nacional se incluye la producción bruta a precios de productor y el margen de comercio y transporte.

Al comparar la oferta total de bienes y servicios culturales de 2015 con la del año anterior, se observó un incremento real de 4.4%, que se explica primordialmente por el aumento en la producción nacional; mientras que por el lado de su utilización, el aumento del consumo privado de bienes y servicios culturales es el principal factor de dicho comportamiento.

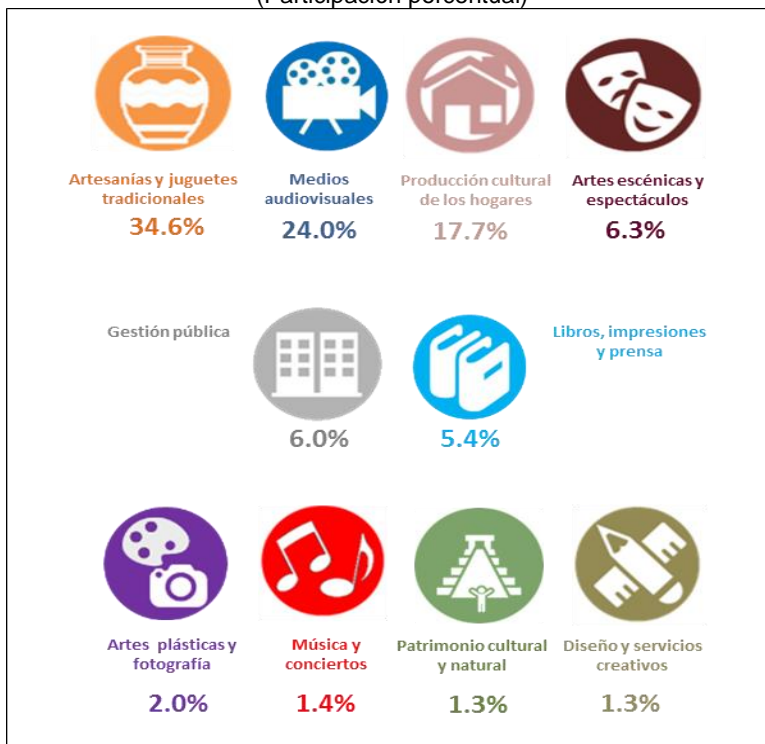
GASTO REALIZADO EN BIENES Y SERVICIOS CULTURALES

El gasto total⁷ que realizaron los hogares, el gobierno y los no residentes en el país, entre otros, alcanzó un monto de 597 mil 315 millones de pesos durante 2015. Los hogares derogaron el 64.5% de este gasto; seguido del gobierno con el 28.1%; las sociedades no financieras 4.5%, y los no residentes en el país con el 2.9% restante.

Por finalidad del gasto, éste se ejerció principalmente en la adquisición de artesanías y juguetes tradicionales con el 34.6%; el consumo de medios audiovisuales 24%; la producción cultural de los hogares 17.7%; en artes escénicas y espectáculos 6.3%; en la gestión pública de actividades culturales 6%; libros, impresiones y prensa 5.4%; artes plásticas y fotografía 2%; en música y conciertos 1.4%; en el patrimonio material y natural, y en el diseño y servicios creativos 1.3%, en cada caso.

⁷ Corresponde al gasto final que realizan las unidades institucionales en bienes y servicios culturales.

Gráfica 3
**GASTO EN BIENES Y SERVICIOS CULTURALES POR ÁREAS
GENERALES Y ESPECÍFICAS*, 2015**
 (Participación porcentual)



* Esta clasificación integra las recomendaciones realizadas por la UNESCO y el Convenio Andrés Bello (CAB) en materia de contabilidad de la cultura. Para conocer el contenido de cada una de estas áreas se sugiere revisar la nota metodológica, al final de este documento.
Fuente: INEGI.

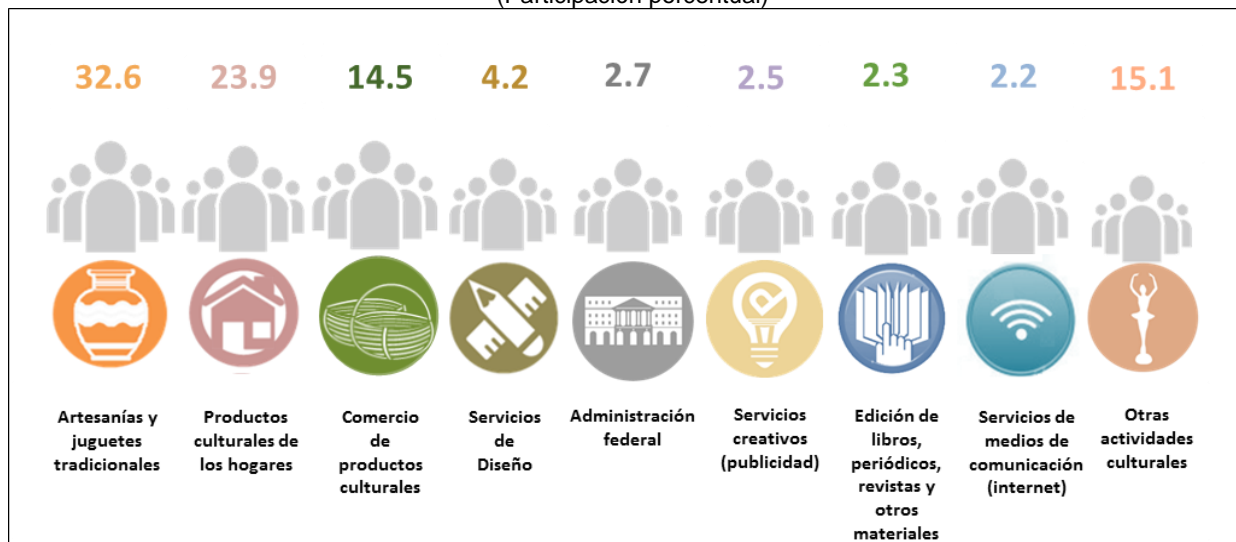
PUESTOS DE TRABAJO EN EL SECTOR DE LA CULTURA

Durante 2015, las actividades asociadas con el sector de la cultura generaron en total 1 millón 45 mil 372 puestos de trabajo, lo que representó el 2.4% de los correspondientes al total del país. En su comparación anual, el número de puestos se incrementó 1.1% respecto a 2014; siendo la producción cultural de los hogares la de mayor dinamismo con un aumento de 2.1 por ciento.

Al observar la composición de dichos puestos en el sector, las actividades de fabricación de artesanías y juguetes tradicionales generó el 32.6%; le siguieron la producción cultural de los hogares con el 23.9%; el comercio de productos culturales 14.5%; los servicios de diseño 4.2%; la gestión de la administración pública federal 2.7%; los servicios creativos (publicidad) 2.5%; la edición de libros, periódicos, revistas y otros materiales 2.3%, y los servicios de medios de comunicación

(internet) 2.2%, entre otras. Estas actividades en conjunto representaron cerca del 85% de los puestos de trabajo en actividades culturales.

Gráfica 4
**PUESTOS DE TRABAJO OCUPADOS EN EL SECTOR DE LA CULTURA POR PRINCIPALES
ACTIVIDADES ESPECÍFICAS*, 2015**
 (Participación porcentual)



*En esta clasificación se integran las recomendaciones realizadas por la UNESCO, el Convenio Andrés Bello (CAB) y la clasificación de las actividades características y conexas que resultó de los acuerdos del Grupo Técnico de Trabajo en el tema. Fuente: INEGI.

NOTA METODOLÓGICA







La actualización de la Cuenta Satélite de la Cultura de México, 2015, toma como referencia el “Marco para Estadísticas de Cultura” de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la recomendación para las “Cuentas satélite de cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica”, del Convenio Andrés Bello (CAB). Asimismo, se consideran los lineamientos internacionales contenidos en el Manual del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN 2008), elaborado de manera conjunta por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Comisión de las Comunidades Europeas (EUROSTAT), Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y Banco Mundial (BM).







Cabe destacar la participación fundamental del Grupo Técnico de Trabajo de la Cuenta satélite de cultura, conformado por el sector cultural del país, cuya principal labor es dar apoyo y soporte técnico en la definición y delimitación del objeto de

estudio, así como en la revisión de las actividades económicas que conforman el clasificador de la misma.

Para la construcción de las principales variables del cálculo de mercado, se toma como año base el 2008, identificando productos derivados del Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM) y en el contexto del clasificador de actividades económicas SCIAN 2007. Lo anterior, da como resultado la identificación de bienes y servicios característicos y conexos relacionados con el sector de la cultura, conformado por 103 clases de actividad económica de las cuales 71 son actividades características y 32 actividades conexas.

Adicionalmente, la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) ofrece también al usuario la posibilidad de consultar los principales indicadores de acuerdo a diversos clasificadores, que permiten agrupar la información en conjuntos de actividades económicas pertenecientes al sector de la cultura. Tales actividades económicas presentan características comunes en sus formas de creación, expresión o interpretación (áreas generales), las cuales a su vez, pueden dividirse en subconjuntos de actividades específicas.

| Clasificación de las actividades inmersas en la Cuenta Satélite de la Cultura de México | | |
|--|---|---|
| Artes escénicas y espectáculos |  | Incluye eventos y espectáculos culturales en vivo relacionados con el teatro, la danza, la ópera y presentaciones musicales ⁽¹⁾ . |
| Artes plásticas y fotografía |  | Incluye la creación de obras de naturaleza visual; apela al sentido estético y puede expresarse de manera multidisciplinaria y a través de distintos medios ⁽¹⁾ . |
| Artesanías y juguetes tradicionales |  | Incluye la producción de objetos de identidad cultural comunitaria, hecha por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica. Generar artículos que tienen diversos usos, sean éstos utilitarios, decorativos, estéticos, artísticos, o tradicionales ⁽¹⁾ . |
| Comercio |  | Comprende al servicio de transporte y comercialización para que el bien cultural pueda llegar al consumidor final ⁽¹⁾ . |
| Diseño y servicios creativos |  | Incluye actividades, bienes y servicios asociados con el diseño creativo, artístico y estético de objetos, edificaciones y paisajes; abarca también Modas, Diseño Gráfico e Interior, Paisajismo y Servicios Arquitectónicos y de Publicidad ⁽¹⁾ . |
| Servicios de medios de comunicación (internet) |  | Comprenden todo tipo de establecimientos dedicados a las telecomunicaciones alámbricas e inalámbricas (con y sin suscripción), así como los dedicados al procesamiento electrónico de información, por ejemplo, el streaming, los servicios de pago por evento, el acceso a internet, el hospedaje de páginas web; se excluye por ejemplo lo relacionado con telefonía y procesamiento de bases de datos ⁽²⁾ . |

| | | |
|--|---|---|
| Gestión pública (Federal y estatal) |  | Valoración económica de las actividades realizadas por las unidades especializadas en cultura de los diferentes niveles de gobierno cuya misión, visión y objetivos contribuyan a facilitar el acceso, la difusión, desarrollo y fortalecimiento de las actividades culturales, así como las unidades no especializadas en cultura que cuentan con programas y actividades que contribuyen en el sector ⁽³⁾ . |
| Libros, impresiones y prensa |  | Incluye todo tipo de publicaciones en sus diferentes formatos, por ejemplo las modalidades electrónicas o virtuales ⁽¹⁾ . |
| Medios audiovisuales |  | Incluye la difusión por Radio, Televisión, Filmes, Videos y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras ⁽¹⁾ . |
| Música y conciertos |  | Incluye la Música en todas sus formas, incluyendo presentaciones grabadas y en vivo, composiciones y grabaciones musicales, e instrumentos musicales ⁽¹⁾ . |
| Patrimonio material y natural |  | Incluye artefactos, monumentos, grupos de edificaciones y sitios de importancia simbólica, histórica, artística, estética, etnológica o antropológica, científica y social; formaciones naturales, geológicas y fisiográficas y zonas demarcadas que constituyen el hábitat de especies de plantas y animales en peligro de extinción, así como sitios naturales de gran valor desde la óptica de la ciencia y la conservación, y desde la perspectiva de su belleza natural ⁽¹⁾ . |
| Producción cultural de los hogares |  | Valoración monetaria de los flujos económicos realizados por los integrantes de los hogares en los distintos aspectos del ámbito cultural, tales como la participación voluntaria en la organización y desarrollo de festividades (patrias, religiosas o carnavales), sitios y eventos culturales seleccionados, la enseñanza de cursos y talleres culturales; la adquisición de productos culturales en la vía pública y la producción artesanal para uso final propio ⁽⁴⁾ . |

(1) Recomendación del Marco para Estadísticas de Cultura (MEC) 2009 de la UNESCO.

(2) Clasificación de las actividades características y conexas del sector de la cultura, resultado de los acuerdos del Grupo Técnico de Trabajo de este tema.

(3) Elaboración de la CSCM, a partir de la identificación de elementos comunes en los objetivos de algunas unidades del ámbito federal.

(4) INEGI. Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México 2012.

Respecto a la valoración económica de las actividades no de mercado, se considera la información del presupuesto ejercido anual en los órdenes de gobierno federal y estatal, a nivel de partida de gasto, lo que permite elaborar cuentas de producción y generación del ingreso primario.

Los resultados de la "Cuenta Satélite de la Cultura de México, 2015 preliminar. Año Base 2008" presentados en este documento, la serie histórica y muchos otros datos, pueden ser consultados en la página del Instituto en Internet.

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/cultura/default.aspx>