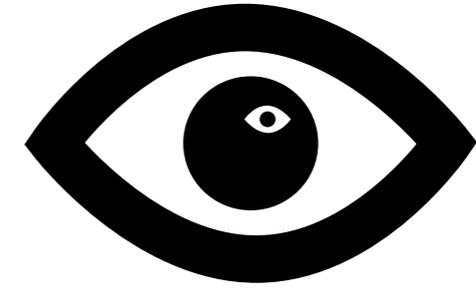


GRAN·VISION·CULTURAL



GRAN·VISION·CULTURAL

Análisis de la contribución económica de la cultura
y la creatividad en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla

ERNESTO PIEDRAS

INSTITUTO MUNICIPAL DE ARTE Y CULTURA DE PUEBLA

ÍNDICE

H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA 2008-2011

BLANCA ALCALÁ RUIZ

Presidenta municipal de Puebla Capital

PEDRO OCEJO TARNO

Director del Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla (IMACP)

BEATRIZ MEYER RODRÍGUEZ

Subdirección de Promoción Cultural y Patrimonial del IMACP

MARÍA TERESA CORDEIRO

Coordinadora de Proyectos Especiales del IMACP

NOMISMAE CONSULTING S.C.

ERNESTO PIEDRAS FERIA

Director General

ERNESTO RAMIREZ FRAGA

Director de Proyectos

GONZALO ROJON GONZÁLEZ

Director

DIEGO GAMBOA SORENSEN

ALVARO CARRILLO INCHÁUSTEGUI

Diseño: Yara Almoina / Héctor González García

Formación: Héctor González García

Primera edición: 2010

D.R. © Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla

D.R. © Ernesto Piedras

3 norte 3, Centro Histórico

C.P. 72000 Puebla, Puebla, México

ISBN: 978-607-95361-8-3

Impreso en México / *Printed in Mexico*

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra, sea cual fuere el medio electrónico o mecánico, sin el consentimiento por escrito del autor o del editor.

7	Historia y actualidad. Puebla un legado milenario Blanca Alcalá Ruiz
15	Cultura: una llamada de esperanza Pedro Ocejo Tarno
19	Gran visión cultural ¿dónde y cómo surge la idea? María Teresa Cordeiro
27	Prefacio / La cultura de la creatividad entre la capitalización y la política pública Alberto López Cuenca
39	Introducción
49	Capítulo 1: Perfil del creador poblano
83	Capítulo 2: El valor de las industrias creativas en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla
101	Capítulo 3: Conclusiones generales
107	Bibliografía y Anexos

Blanca Alcalá Ruiz /
Presidenta Constitucional del H. Ayuntamiento
de Puebla, 2008-2011

Durante la tercera década del siglo XVI, la corona española pretendió establecer comunidades de labradores que se alejaran de la encomienda y en cambio acogieran a los antiguos soldados que deambulaban sin ocupación ni un lugar donde habitar tras la conquista. De esta forma, la Real Audiencia de la Nueva España buscó un espacio para el asentamiento de la ciudad, delegándole la tarea a Hernando de Saavedra; el sitio elegido fue Cuetlaxcoapan, valle que se encontraba deshabitado. El 16 de abril de 1531¹, fray Toribio de Benavente, *Motolinía*, celebró la primera misa considerada, de acuerdo con la tradición, como la fundacional de la Puebla de los Ángeles. Tres días más tarde, el oidor licenciado Juan de Salmerón pasó a visitar Puebla, procediendo a nombrar un alcalde, regidores y procuradores.²

Siguiendo con la tradición española, la ciudad fue trazada bajo el esquema clásico reticular o de damero. Al parecer, la obra fue dirigida por Salmerón en 1533. El notable desarrollo que alcanzó la ciudad de Puebla durante el siglo XVI fue resultado del interés de las autoridades y de las condiciones económicas favorables, consecuencia de las actividades agrícolas y, más tarde, del desarro-

¹ Carlos Contreras Cruz, *La ciudad de Puebla, estancamiento y modernidad de un perfil urbano en el siglo XIX*, Centro de Investigaciones Históricas y Sociales; UAP, Cuadernos de la Casa Presno 6; Puebla, 1986, pp. 7-8

² Efraín Castro Morales, "La Fundación de Puebla", en *Lecturas de Puebla*, Gobierno del Estado de Puebla, Tomo I; Puebla, 1994, p. 34

llo artesanal y comercial.³ El producto agrícola que dio renombre a Puebla fue el trigo. La alta productividad de la región permitió el desarrollo de pequeñas propiedades con sistema de irrigación; de igual forma, la ganadería tuvo especial importancia en la vida económica. Fue un centro comercial importante, centro de precoz industrialización: se establecieron los primeros sederos (1548) y fabricantes de vidrio (1542).⁴

Los principales barrios indígenas que dieron cabida al grueso de la población, rodeaban el casco español, excepto al sur donde se hallaba el pueblo de San Baltasar. Estos barrios eran San Juan del Río o Tlaxcaltecapan (San Francisco y El Alto), Analco, Santiago, San Pablo de los Naturales, San Sebastián, Santa Ana, San Antonio y San Miguelito. Al norte de la ciudad, los arrabales de Xonacatepec y Xanenetla. Los barrios de mestizos Santo Ángel Custodio, Tepellapan y El Carmen. Al sureste de la ciudad estaba San José.⁵

A mediados del siglo XIX, Puebla presentó un creciente predominio de la actividad textil, la producción de alimentos y bebidas, y el desarrollo de los ferrocarriles. Entre 1835 y 1843 se realizaron las mayores inversiones y se establecieron las principales unidades productivas. En 1835 comenzó a funcionar la primera fábrica textil La Constancia Mexicana, de don Esteban de Antuñano. Dos años más tarde se instalaron cuatro fábricas, éstas no sólo se construyeron sobre las riberas del río Atoyac, sino también en los ríos San Francisco y Alseseca. Para 1847 se encontraban en producción siete fábricas de hilados y tejidos: La Constancia Mexicana, La Económica, El Molino de Enmedio, La Constancia Mayorazgo, Amatlán, y La María. La relevancia de la industria textil poblana permaneció durante el Porfiriato.⁶

El 16 de septiembre de 1869 se inauguró el ramal que unía a la estación de Apizaco del ferrocarril mexicano con la ciudad de Puebla.

³ Efraín Castro Morales, *op. cit.*, p.10.

⁴ *Ibidem*, pp. 45-47.

⁵ Carlos Contreras, *op. cit.*, pp. 9-10, véase Emma García Palacios, *Los barrios antiguos de Puebla*, Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla; H. Ayuntamiento de Puebla, Sexta edición; Puebla, 2008.

⁶ María Teresa Ventura Rodríguez, *El sindicalismo poblano en la mitad de nuestro siglo*, en Segundo Coloquio sobre Puebla, Gobierno del Estado de Puebla, BUAP; UDLAP; UPAEP; Universidad Iberoamericana; Col. V Centenario, Puebla, 1992, pp. 220-221, Contreras pp. 48-51.

En 1888 se iniciaron los principales trabajos para la construcción del Ferrocarril Interoceánico, que conectaría la ciudad de Puebla con la Ciudad de México. Además de estas líneas ferroviarias, cruzaban el territorio poblano el Ferrocarril del Sur que conectaba los distritos de Tepeaca, Tecamachalco y Tehuacán con la ciudad de Oaxaca; de la ciudad de Tehuacán existía un ramal, el de Esperanza, que se unía al Ferrocarril Mexicano. También estaba el ferrocarril a Matamoros que pasaba por los distritos de Cholula, Atlixco y Matamoros, hasta vincular a la ciudad de Puebla con el estado de Morelos, en tanto que por el norte, el denominado Ferrocarril Oriental, unía a la capital poblana con la Sierra Norte del estado de Puebla. Ya para finales del Porfiriato, recorrían el estado cerca de mil kilómetros de vías férreas que coincidían en la ciudad capital.⁷

Cabe destacar la importancia de Puebla durante la Intervención Francesa, el 5 de mayo de 1862, las fuerzas mexicanas, comandadas por el general Ignacio Zaragoza (en los cerros de Loreto y Guadalupe), derrotaron a la armada francesa en una singular batalla. Una segunda derrota a las tropas francesas, el 2 de abril de 1867, infligida por las tropas republicanas al mando del general Porfirio Díaz, fue el preámbulo a la caída del imperio de Maximiliano. Benito Juárez, investido de la figura presidencial, le otorgó a la ciudad de Puebla el nombre de Puebla de Zaragoza, como acto simbólico. Signos de modernidad, los cementerios del Carmen, San Antonio, San Francisco, San Matías, La Concordia, San Sebastián, La Merced, San Miguelito, Santa Ana y San Juan del Río se clausuraron, y se abrió el Panteón Municipal en 1880, el Francés en 1897 y, el de La Piedad en el año de 1890.⁸

Durante la primera década del siglo XX, el profundo conocimiento de la realidad del país y un sólido convencimiento por la gestación apasionada de un nuevo México, hizo que los hermanos Aquiles, Carmen y Máximo Serdán fueran apasionados difusores del principio maderista: “sufragio efectivo no reelección”. Su ferviente deseo de cambio, los hizo partícipes de una conspiración en contra del

⁷ Contreras, *op. cit.*, pp. 62-63.

⁸ INAFED. *Enciclopedia de los Municipios de México. Puebla*, http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_Puebla

régimen Porfirista. Sin embargo, el 18 de noviembre de 1910 fueron descubiertos, y un puñado de hombres junto con tres mujeres, se enfrentaron al ejército, a la policía y a los rurales. Los disparos contra Aquiles Serdán fueron una cruel advertencia gubernamental que intentó poner fin al llamado a las armas de los rebeldes poblanos, naciendo así uno de los primeros mártires de la Revolución Mexicana, dando pie, dos días después, al estallido de la lucha armada, el 20 de noviembre de ese mismo año.⁹

En la década de los veinte se inauguró la autopista México-Puebla, que contribuyó a la expansión de la zona urbana y a la integración de las localidades que se ubicaban en la parte norte de la ciudad. Para 1962 se decretó, por parte del Congreso del Estado, la anexión de los municipios de La Resurrección, San Felipe Hueyotlipán, San Jerónimo Caleras, San Miguel Canoa y San Francisco Totimehuacán, como juntas auxiliares del municipio de Puebla. Con esto, la superficie territorial de Puebla capital se incrementó de manera sustancial de 123.17 km² a 524 km². En 1965 la construcción de las avenidas diagonal Defensores de la República y Hermanos Serdán hizo que la parte norte de la ciudad se consolidara e hiciera más dinámico el crecimiento de la zona urbana.¹⁰

La UNESCO otorga la consideración de Patrimonio de la Humanidad a aquellos lugares del planeta especialmente importantes al ser herencia común de los seres humanos, ya sean ciudades o áreas naturales. Como reconocimiento del mundo a su valor cultural e histórico, la ciudad de Puebla quedó inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial de UNESCO, el 11 de diciembre de 1987.¹¹ La riqueza arquitectónica de Puebla, que se hace evidente al recorrer las calles de su centro histórico y visitar sus inmuebles religiosos y civiles que datan del siglo XVI al XIX –muchos de ellos verdaderas joyas estilísticas reconocidas en el ámbito internacional–, es complementada por su exquisita y fina gastronomía, famosa tanto dentro como fuera de

⁹ Pedro Ángel Palou Pérez, *Aquiles Serdán. El antirreeleccionismo en la ciudad de Puebla (1909–1911)*, Instituto de Arte y Cultura de Puebla; H. Ayuntamiento de Puebla, Puebla, 2009, pp. 13–21. Véase Javier Garciadiego, *Introducción histórica a la Revolución mexicana*, SEP; COLMEX, México, 2006.

¹⁰ INAFED. *Enciclopedia de los Municipios de México. Puebla*, http://www.e-local.gon.mx/wb2/ELOCAL/EMM_Puebla

¹¹ Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial. <http://www.ciudadesmexicanaspatriimonio.org/>

México, que da gusto a los paladares más exigentes. Fue en Puebla donde se originaron el mole, el pipián verde y rojo, los codiciados chiles en nogada, las exquisitas chalupas y un sinfín de platillos resultado del mestizaje novohispano. No podemos olvidar la vasta gama de dulces típicos que ofrece la ciudad: camotes, macarrones, tortitas de Santa Clara, jamoncillos, cocadas, borrachitos, entre muchos otros. El rompopo, una bebida alcohólica preparada a base de azúcar y yema de huevo, que era ideal para las damas de sociedad, también se originó en Puebla junto con la reconocida “Pasita”, que se ofrece sólo en las cantinas tradicionales poblanas.¹²

Esta hermosa capital está considerada como la cuarta ciudad más grande de México, de acuerdo al último Censo de Población y Vivienda.¹³ Con más de 20 universidades, Puebla es la segunda ciudad de México, después del Distrito Federal, en número de universidades. Entre ellas destacan, por su oferta educativa de carácter público, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) y el Instituto Tecnológico de Puebla (ITP), la siguen importantes universidades privadas como la Universidad de las Américas Puebla (UDLAP), la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), la Universidad Iberoamericana Puebla (Ibero-Puebla), el Tecnológico de Monterrey Campus Puebla, la Universidad Madero, entre otras. En años recientes, en la ciudad se ha visto un importante crecimiento universitario, debido a la instalación de diferentes campus de universidades privadas, lo que ha llevado a nuestra ciudad capital a ser reconocida como una ciudad universitaria.

Por todo lo anteriormente expuesto, Puebla capital resulta un gran atractivo para muchas personas de diferentes condiciones sociales y culturales, provenientes de las más diversas regiones del país y del extranjero, gracias a su rica y compleja construcción identitaria que la hacen única y singular en el mundo. Como ejemplo podría mencionar que la actividad turística en Puebla capital se estima que generó una derrama económica superior a los 500 millones de pesos durante el año 2009, lo que representa 10.2 millones de pesos

¹² Ramón Almela; “Ética y crítica de arte en Puebla” (2003), en *Criticarte*, www.criticarte.com

¹³ INEGI, II Censo Nacional de Población y Vivienda 2005, www.inegi.org.mx

recaudados en las arcas municipales por concepto del 2% del Impuesto Hotelero-Turístico.¹⁴ De igual forma, no podemos olvidar que en Puebla hay una enorme actividad artística que comprende un legado con milenios de historia, producto de los diversos pueblos que han habitado el territorio desde la época precolombina hasta la actualidad.

Por ello, Puebla es el escenario ideal para fomentar la producción creativa y artística. Ahora bien, si Puebla históricamente es una ciudad que ha producido cultura en su sentido más amplio y ha sido cuna de diversos acontecimientos históricos que la hacen ser una capital llena de elementos identitarios y productora de un sinnúmero de componentes artísticos, es fundamental entender cómo estas cadenas productivas se van entrelazando para hacer de nuestra ciudad un territorio, un espacio propicio para seguir impulsando la creatividad y con ello, mejorar las políticas públicas a favor de nuestros artistas y nuestros ciudadanos.

Y es ahí, en el nicho propio de la creatividad, donde cobra importancia el estudio *Gran visión cultural*; análisis que plantea alternativas para poder descifrar cómo una ciudad llena de riqueza cultural y artística, con las características anteriormente expuestas, puede mejorar su inversión en el sector cultural para coadyuvar, junto con otros sectores como el turismo –alianza que en nuestra ciudad sería impensable no fomentar–, a que Puebla detone como una capital donde la cultura sea un ente vivo, generador de una rica producción artística, así como un instrumento fundamental en la resolución de problemas sociales.

Por lo anteriormente expuesto, para mí es un honor presentar a ustedes *Gran visión cultural* como una herramienta que espero permita impulsar en Puebla políticas públicas culturales orientadas a la producción, oferta y demanda de la actividad cultural (arte, artesanías, gastronomía, tradiciones, etc.) que nos caracteriza como poblanos, coadyuvando a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, pero sobre todo de sus creadores, pieza fundamental en la construcción de nuestra identidad actual.

¹⁴ *Boletín del Observatorio Turístico Municipal*. Dirección de Turismo Municipal de la Secretaría de Desarrollo Económico, Turismo y Competitividad del H. Ayuntamiento de Puebla, www.pueblacapital.gob.mx

*Muchos de nuestros sueños
parecen imposibles, luego
improbables, después inevitables.*

Christopher Reeve

LA CULTURA:

UNA LLAMADA DE ESPERANZA

Pedro Ocejo Tarno /
Director General del Instituto Municipal de
Arte y Cultura de Puebla (IMACP)

Una de las mejores definiciones de cultura es quizá la que nos proporciona la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO: *maneras de vivir juntos*. La sencillez del concepto ilumina con precisión el propósito fundamental de este trabajo: encontrar la forma en que el conjunto de símbolos, valores, costumbres, ideas y elementos que comparte la sociedad a la que se pertenece sean y se reconozcan como el entramado, la base o punto de partida para hacer de la cultura un elemento primordial en el desarrollo y bienestar de una comunidad.

La brecha entre cultura y desarrollo parece ampliarse cada vez que aparece en el horizonte el tema de la economía. Quizá porque se desconocen los aspectos que juegan a favor de la identidad de las regiones, sobre todo aquellos que benefician su desarrollo económico y por ende social. Dichos aspectos difieren necesariamente de una región a otra. Las actividades económicas vinculadas al quehacer cultural requieren una investigación de fondo, sobre todo porque la textura del tejido social presenta aspectos difíciles de identificar, cuantificar y analizar.

La crisis global de los modelos de organización de las sociedades contemporáneas y la actual tendencia a reducir las fronteras entre lo público y lo privado, han generado nuevas formas de respuesta, creativas y ricas, de las comunidades que buscan solucionar problemas derivados de la pobreza y la marginación. Pero en sus opciones,

rara vez la cultura es vista como un factor de respuesta prioritario.

La actividad cultural ha sido vista históricamente como una actividad devoradora de recursos, que no genera retornos sobre la inversión, que es difícil de medir y que mantiene gestores improvisados, de dudosa calidad en el entendimiento de los aspectos económicos. Tal vez por este prejuicio una buena parte de los creadores se mantiene al margen en cuanto a los programas de impulso productivo y económico.

Durante los casi tres años de la gestión cultural del Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla, se ha hecho claro que la cultura apuntala y aporta recursos a muchos procesos económicos. Trabajar en diversos proyectos con grupos e individuos permitió a la institución establecer nexos con organizaciones y ciudadanos que eran parte de una cadena productiva muy amplia. Entonces, si la cultura sólo consumía recursos, ¿por qué había tantas empresas, comercios y proveedores de servicios que obtenían ingresos de la cultura y del arte?

Derivado de un estudio que el doctor Ernesto Piedras y Nomismae Consulting llevaron a cabo en 2009, entre creadores y artistas de la ciudad de Puebla y 11 municipios conurbados, nació *Gran visión cultural*, proyecto que puso sobre la mesa datos, información, estadísticas, comparaciones, herramientas y material para la generación de estrategias que permitirán en breve la creación de un fondo de recursos económicos necesario en el establecimiento de un mecanismo que propicie la aplicación de estrategias económicas, innovadoras y flexibles, y que responda a las necesidades e inquietudes ciudadanas; es decir, un fondo ciudadano que apoye proyectos culturales de alta rentabilidad económica con la ayuda de los creadores y artistas.

Creación latente, fondo de apoyo para proyectos ciudadanos, un esfuerzo que nació de los primeros resultados de *Gran visión cultural*, fue un proyecto que ofreció una alternativa para que los ciudadanos propusieran opciones de desarrollo para sus comunidades a través del arte y la cultura, bajo el apoyo económico, la capacitación y asesoría del Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla durante el proceso de ejecución de los proyectos. *Creación latente* es así un proyecto dirigido a incrementar el capital social de la ciudad de Puebla.

Ahora, con la creación del fondo *Gran Visión Cultural* se apoyará a los proyectos enfocados para la generación de unidades e industrias culturales y creativas, con retornos de capital hacia el fondo ciudadano que deberá seguir promoviendo y facilitando en el futuro la implementación de empresas generadoras de más ingresos y empleos.

Es así como en la gestión de la Lic. Blanca Alcalá Ruiz se ha dado un apoyo sin precedente a los artistas, creadores, unidades culturales y creativas. El estudio *Gran visión cultural* es sin duda pionero en todo México y el resto de Latinoamérica.

Este trabajo trata de eso: cómo convertir a los artistas y creadores en actores dinámicos en la generación de riqueza y empleos, que sirvan de vínculo entre los ciudadanos y las instituciones culturales. Los apoyos económicos que proveerá el fondo *Gran visión cultural* tienen como uno de sus propósitos principales demostrar que las iniciativas del arte y la cultura se pueden y se deben volver parte de los recursos productivos de la sociedad. Y si los artistas se alían con los empresarios o creativos, o los artistas mismos se convierten en emprendedores de bienes y servicios culturales, el espectro de los valores compartidos se expandirá, sin duda, en beneficio de todos los sectores de la sociedad.

Si la cultura es una apuesta y un resultado sobre qué valores y estilos de vida queremos compartir los habitantes de una comunidad; si la cultura crea sentido en un mundo perturbador, caótico y sin asideros; si la cultura ayuda al entendimiento entre todos y facilita las formas de estar y de vivir juntos; si la cultura construye espacios de confianza y asociatividad entre diferentes, entonces las instituciones de cultura deben optar por los ciudadanos y hacer del trabajo institucional un puente amable y fácil de cruzar, conectando con entusiasmo a los artistas y a los creadores con las organizaciones públicas y privadas en una interrelación activa, corresponsable y productiva.

Así, la cultura se convierte en la mejor inversión para el desarrollo individual y colectivo, propiciando la creatividad y la innovación, instalándose como un poderoso antídoto contra la violencia y la falta de seguridad, propiciando la aparición de mecanismos que logren la verdadera pacificación, ingredientes necesarios de una vida plena, significativa y equitativa para todos. La cultura como una llama de esperanza.

¿DÓNDE Y CÓMO SURGE LA IDEA?

María Teresa Cordeiro /
Directora de Gran Visión Cultural, IMACP

*Las masas humanas más peligrosas
son aquellas en cuyas venas ha sido
inyectado el veneno del miedo...
del miedo al cambio.*

En septiembre de 2009, por iniciativa del H. Ayuntamiento de Puebla, a través del Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla (IMACP) y en coordinación con la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), con el apoyo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México (CONACULTA), la Secretaría de Cultura de la Nación Argentina, la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), la Agenda 21 de la Cultura, el Convenio Andrés Bello, el Consejo Federal de Cultura de Argentina y la Conferencia Nacional de Instituciones Municipales de Cultura (CONAIMUC), se llevó a cabo el *Primer Foro Iberoamericano de Políticas Culturales en el Ámbito Municipal y Local*.

Fue así que, durante tres días de trabajo, los participantes de distintas localidades Iberoamericanas,¹ junto con los representantes de diversos municipios de México,² construyeron un espacio propicio para el fortalecimiento de la ejecución de acciones culturales y conocieron, a través de la presentación de veinte experiencias locales

¹ Tandil, Villa Independencia (San Juan) y Jujuy, Argentina; Granada, Nicaragua; Quilpué, Chile; Medellín, Colombia; Nuova Olinda Ceará, Brasil; San José, Costa Rica; San Salvador, El Salvador; Santa Rosa de Copán, Honduras; Montevideo, Uruguay; Zaragoza y Madrid, España.

² Asistieron al foro un total de 229 responsables de políticas culturales municipales de todo México, que sumados a los demás asistentes –académicos, estudiantes, investigadores y gestores culturales independientes–, dieron un total de 433 participantes en los tres días en que se llevó a cabo el Foro Iberoamericano.

exitosas del ámbito local³, la evidente necesidad de la participación ciudadana como eje rector de los proyectos planteados por las instituciones municipales.

Una vez concluidos los trabajos, se presentaron las recomendaciones finales entre las que destacaron, por su relevancia en las políticas culturales locales, las siguientes: **a)** fortalecer las redes de intercambio y cooperación locales iberoamericanas; **b)** incluir elementos innovadores para la construcción de la memoria histórica y para reforzar la identidad local; **c)** enfatizar en la inclusión social como base del desarrollo integral del ser humano; **d)** realizar mapeos culturales locales, que hagan más eficiente y eficaz la toma de decisiones y la implementación de estrategias culturales para facilitar la obtención de recursos; **e)** plantear la necesidad de una infraestructura de servicios para el turismo cultural, generadora de derrama económica directa, en beneficio de las comunidades que la ofertan; y, **f)** medir el impacto que tiene la cultura en las comunidades, mediante el establecimiento de diagnósticos e indicadores que coadyuven a la generación de estrategias locales y regionales.

Por ello, el Foro Iberoamericano ha sido reconocido como uno de los más relevantes proyectos de la actual administración municipal en materia de cultura, no sólo por la importancia de los contenidos, los especialistas convocados y el número de asistentes, sino porque hizo evidente que la construcción de redes institucionales genera dinámicas propicias para la participación ciudadana y para el establecimiento de estrategias mucho más cercanas a la gente.

Así, derivado de las recomendaciones finales presentadas durante el Foro Iberoamericano, y analizando las posibilidades de multiplicar esfuerzos y realizar proyectos mucho más relevantes en beneficio de la ciudadanía, el Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla planteó la necesidad de cuantificar y ubicar las industrias o empresas relacionadas con la creatividad y la cultura, dentro del municipio; generar un diagnóstico base para la planeación de acciones

³ Se abrió una convocatoria para la presentación de experiencias, que fueron seleccionadas por un comité técnico integrado por especialistas de las instancias participantes en el Foro; entre las 45 propuestas recibidas de todo Iberoamérica, fueron elegidas 20, de las cuales 12 provenían de municipalidades de otros países iberoamericanos y ocho, de municipios mexicanos.

intersectoriales entre cultura y turismo, cultura y desarrollo económico (comercio), cultura y educación, cultura y desarrollo urbano; así como realizar un mapeo de las cadenas productivas culturales en el municipio a fin de ubicar potenciales y detonar intervenciones (programas y proyectos) que amplíen su actividad, para el crecimiento de dichas unidades productivas y la creación de más empleos.

Lo anterior se fue cristalizando durante el mes de septiembre del año 2009, gracias al trabajo conjunto entre el equipo del IMACP encabezado por su director general, Pedro Ocejo Tarno, y el equipo de Nomismae Consulting S. C. –consultora encargada de realizar el estudio–, dirigido por Ernesto Piedras, proceso que facilitó la delimitación de los alcances del estudio.

Una vez establecido qué se quería hacer, para qué y hasta dónde, nació *Gran visión cultural*, un estudio cuya intención fue integrar tres elementos fundamentales: un mapeo cultural que hiciera más fácil la ubicación –de manera georreferenciada– de los artistas y creadores por actividad realizada, así como de la cadena productiva de bienes y servicios utilizados por ellos; un censo cultural que permitiera conocer el número de artistas y creadores, y quiénes eran –son– sus proveedores; así como un diagnóstico derivado de los dos productos anteriores para conocer cómo se encuentra el que hacer cultural y artístico de nuestra ciudad capital y de su zona metropolitana, integrada por 12 municipios más.⁴

Hoy, *Gran visión cultural* encuentra su fundamento en un contexto de agotamiento de la política cultural general aplicada en México, desde hace ya muchos años; misma que partió de conceptos compensatorios en su origen, pero que al final ha derivado en programas asistenciales, en el mejor de los casos, tortuosos en su operación y completamente atados a los escasos presupuestos concedidos o a presupuestos otorgados por “voluntades” o “intereses” políticos.

Por ello, ante las preguntas que emergieron en los procesos de

⁴ Originalmente, el estudio sólo abarcaría el municipio de Puebla, sin embargo, al ir delineando los alcances del estudio e ir revisando la información base, fueron encontrándose relaciones físicas, creativas o de flujo comercial e intelectual entre creadores, artistas y proveedores que residían tanto en la capital poblana como en los municipios de Amozoc, San Andrés Cholula, Cuautlancingo, San Pedro Cholula, Coronango, Xicohtzinco, Papalotla de Xicotencatl, Tenancingo, Juan C. Bonilla, Zacatelco, Santa Catarina Ayometla y San Miguel Xoxtla, por ello, se decidió ampliar el estudio hacia la zona metropolitana del municipio de Puebla.

enseñanza que experimentó el equipo de trabajo del IMACP, sobre si la política cultural que se había estado desempeñando en el Instituto durante los dos años y medio de gestión municipal era la mejor opción, si valía la pena seguir haciendo más de lo mismo, si eso era todo lo que se podía hacer a favor de los creadores, artistas y ciudadanos, se decidió apostarle a una alternativa metodológica y coherente con las necesidades del sector cultural, con un rumbo claro y sistemático, dentro del proceso de transformación que ya se había estado experimentando y ejerciendo de manera más intuitiva que reflexiva dentro del Instituto.

En este caso, el IMACP plateó, desde el inicio del diseño para el estudio, algo sumamente específico: mejorar la política cultural municipal a partir de lo que ya se tenía, tomar lo que sirviera y dejar atrás lo que no estaba funcionando; reto que, estábamos seguros, se transformaría en el diseño, acorde a los tiempos actuales, de una política cultural municipal con estrategias más funcionales y aptas para el sector.

En relación con todo lo anteriormente expuesto, Nomismae Consulting S. C. propuso al IMACP un protocolo de investigación que fuera capaz de diagnosticar y cuantificar fortalezas y debilidades de la política cultural municipal, que configurara, con la mayor precisión posible, oportunidades y amenazas. A partir de esto, se fijaron los siguientes objetivos generales del estudio:

Primero: Contar con un diagnóstico sobre el estado de las actividades culturales en la zona metropolitana de Puebla; tanto desde el punto de vista de aportación económica para los creadores, como desde el punto de vista de bienestar social (objeto de este libro).

Segundo: Integrar una base de datos de los principales actores culturales del municipio y su zona metropolitana (individuales y colectivos) con el propósito de contar con datos precisos de perfiles y necesidades para la mejor focalización de la política cultural municipal (que se encontrará disponible en la página web⁵ del IMACP para consulta y retroalimentación de los creadores y artistas poblanos).

⁵ <http://www.arteyculturadepuebla.gob.mx/>

Tercero: Detonar, a partir del análisis a profundidad de los resultados del estudio, nuevas sinergias que transformen y mejoren la política pública cultural en el municipio de Puebla (tarea de los gestores culturales actuales y de los que vendrán después).

Con todo esto en claro, en el mes de octubre del año pasado, Nomismae Consulting, S. C. dio inicio al estudio de campo, las entrevistas, los análisis y demás procesos metodológicos para determinar cuánto vale hoy la cultura en el municipio de Puebla y su zona metropolitana. A finales de febrero de 2010, se entregaron los resultados preliminares, y durante dos meses más se realizaron los procesos de revisión, análisis y conclusiones. Una vez concluidos los procesos, se trabajó en la edición del libro que el lector tiene hoy en sus manos, con la intención de dar a conocer los elementos necesarios para el establecimiento de nuevas estrategias y políticas públicas a favor, no sólo de los creadores y artistas –el mayor grupo al que hay que beneficiar y atender dentro de las instancias públicas culturales–, sino también en beneficio de los ciudadanos, que son quienes viven y experimentan la cultura.

En nuestro país es fundamental contar con estudios como *Gran visión cultural*, ya que, a partir de ellos, se podría contribuir de manera decisiva a ver con otros ojos la cultura en México y en sus localidades. *Gran visión cultural* hace evidente la necesidad de conocer aspectos fundamentales del sector cultural que hasta ahora se habían dejado a un lado, como el de la organización, los insumos, la producción y el estado socioeconómico –ingresos, seguro social, apoyos, etc.– de los creadores y artistas, radiografía esencial para tomar decisiones mucho más analíticas y adecuadas, que ayuden a generar desarrollo dentro del sector cultural.

Si bien el estudio es de corte económico, éste arroja resultados sobre aspectos “desconocidos” o “ajenos” para el gestor cultural por encontrarse en áreas no tan afines a sus actividades; sin embargo, estos resultados le abren un abanico de posibilidades para el establecimiento de nuevas políticas públicas, que podrían traducirse en nuevas formas de agilizar y facilitar los procesos culturales

en beneficio de sus actores –creadores y artistas–, así como de la ciudadanía, reactivando –a través de la creatividad y el arte– los procesos de desarrollo social en las localidades.

Creemos que, por éstas y otras razones que tal vez el lector encontrará, son importantes los resultados arrojados por el estudio *Gran visión cultural*; un primer paso a nivel nacional y el tercer esfuerzo en América Latina –después de Buenos Aires y Medellín– por dejar, de manera sustentada y responsable, un verdadero análisis de una realidad local que permita construir a corto, mediano y largo plazo, una verdadera política de estado, y no una moda de gobierno pasajero.

PREFACIO

LA CULTURA DE LA CREATIVIDAD: ENTRE LA CAPITALIZACIÓN Y LA POLÍTICA PÚBLICA

Alberto López Cuenca

A pesar de la frecuencia con la que lo usamos cotidianamente, se trata de uno de los términos más difíciles de definir. Eso dicen quienes saben del asunto. 'Cultura', sostiene Raymond Williams¹, es una de las palabras cuyo significado es más arduo precisar. No deja de ser llamativo que la utilicemos asiduamente y, sin embargo, que tenga un significado tan disputado. Esta paradoja no es fruto casual de nuestro lenguaje diario sino más bien de la historia encapsulada en el término.

Una breve mirada al pasado inmediato nos desvela concepciones de la cultura sumamente distintas y encontradas que, aún así, hallan acomodo en la misma palabra. No hay que ver muy lejos: en la década de 1940 aparece el término *industria cultural* –usado alegremente en nuestros días– como una descalificación de la cultura de masas, de la mercantilización de la cultura. Theodor Adorno y Max Horkheimer presentaron entonces las industrias culturales como instituciones capitalistas que serializaban, homogeneizaban y banalizaban las creaciones culturales al transformarlas en meras mercancías. Para estos pensadores, y aún hoy para muchos, la cultura no es algo que se compra y se vende: en manos de las vanguardias históricas de principios del siglo XX, del futurismo o del estridentismo, la cultura se había ejercido como crítica simbólica

¹ Raymond Williams. "Culture", *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. Nueva York : Oxford University Press, 1985.

e institucional y eso debía seguir siendo. Las creaciones culturales estaban destinadas de un modo fundamental a contestar críticamente la realidad social y política de su época. Un poco más atrás en el tiempo, a lo largo del siglo XIX, la cultura se había concebido como la manifestación espiritual de un pueblo, que debía ser conservada, por su condición de patrimonio nacional, en los museos y colecciones gubernamentales de arte. Por no mirar más lejos, a fines del siglo XVIII la cultura era nada menos que el ámbito a través del cual se lograría la emancipación del ser humano: mediante la experiencia estética se haría manifiesta la auténtica y libre condición de la humanidad. Ahí radicaba el valor de la cultura.

En nuestros días, el término *cultura* acarrea todas estas ideas –emancipación, crítica, identidad nacional– que ha ido sumando a lo largo del tiempo y que entran constantemente en conflictos irresolubles. Obvia advertir que no se ha tratado de una simple adición desinteresada de nuevos significados, sino que la inclusión de cada uno de ellos, atestigua una drástica modificación de las circunstancias sociales, políticas e ideológicas en las que las distintas prácticas culturales se han ido generando. De hecho, ese proceso de suma de significados no ha cesado. Es ese pasado y su debatido presente los que hacen al término *cultura* tan escurridizo.

En nuestros días está en disputa, junto y contra esos otros sentidos, una concepción de la cultura como un bien valioso económicamente. De hecho, es una acepción cada vez más extendida y aceptada. No consideraré aquí los conflictos y reduccionismos que la entrada en escena de esta acepción ha desatado². Lo que me propongo en este texto, a modo de introducción que permita inscribir un estudio como el de Gran visión cultural, es apuntar cuáles son las condiciones en las que aparece y se hace relevante esta acepción de la cultura como un recurso económico. Como se verá, han sido la creatividad y la capacidad para generar experiencias

² Entre los trabajos recientes, quizás sea el de George Yúdice, *The Expediency of Culture. Uses of Culture in the Global Era*, el que señale estos conflictos más atinadamente. Yo mismo he abordado estas cuestiones en "Trabajo creativo, propiedad intelectual, acceso a la cultura y desarrollo: un énfasis desigual", "¿A quién protege el derecho de autor? Sujeto y ontología de la cultura digital", y, junto con Eduardo Ramírez Pedrajo en "Los derechos de autor en la era del capitalismo cultural".

innovadoras las que han permitido advertir la valía económica de la cultura. A la vista de esto y de esas definiciones de cultura que atestiguan sus otras posibles funciones, ¿cabe esperar de la innovación y la creatividad algo más que crecimiento económico?



Está sobradamente analizada la tendencia económica del último tercio del siglo XX que se ha caracterizado por la "desmaterialización" o "terciarización" de la producción. Ya diagnosticaron Alain Touraine³ y Daniel Bell⁴ que las sociedades donde imperaba este modo de producción se caracterizaban por la *postindustrialización*, esto es, **1º** el auge del sector servicios, **2º** el predominio de las tecnologías de la información y **3º** la producción de conocimiento y bienes simbólicos. Desde nuestra perspectiva histórica actual, puede constatar que en los últimos 40 años, con notables diferencias en la profundidad y el arraigo geográfico de su expansión, se ha producido un incesante desplazamiento del peso de la producción desde los sectores agrarios e industriales hacia esa economía terciarizada⁵. Enfatizando que hay un profundo desequilibrio en su arraigo e importancia a nivel global, quisiera rescatar la caracterización de este estadio económico, una caracterización genérica pero pertinente, que hacían Michael Hardt y Toni Negri en el año 2000:

En resumen, podemos distinguir tres tipos de trabajo inmaterial que ha puesto al sector servicios en la cima de la economía informática. El primero participa de una producción industrial que se informatizó e incorporó las tecnologías de la comunicación de una manera que transforma el proceso de producción mismo. La fabricación se considera como un servicio, y el trabajo material de la producción de bienes durables se mezcla con el trabajo inmaterial, que se hace cada vez más

³ Alain Touraine. *La société postindustrielle*. París: Denoël, 1969.

⁴ Daniel Bell. *The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting*. Nueva York: Basic Books, 1973.

⁵ La que tiene como ámbito de ejercicio especialmente a la banca y las finanzas pero también a la sanidad, el entretenimiento, la comunicación, la educación, el comercio, los transportes, el turismo, la cultura, la administración y los servicios públicos.

predominante. El segundo es el trabajo inmaterial de las tareas analíticas y simbólicas, que se divide en labores de manipulación creativa e inteligente, por un lado, y en labores simbólicas de rutina, por el otro. Finalmente, el tercer tipo de trabajo inmaterial es el que implica la producción y manipulación de afectos y el que requiere el contacto humano (virtual o real); es el trabajo en el modo corporal. Éstos son los tres tipos de tarea que lideran la posmodernización de la economía global.⁶

En México, como en otras partes del mundo, esta economía terciarizada –o “informatizada”, como la llaman Hardt y Negri– no conlleva sólo la desmaterialización de los bienes producidos sino también la gestión empresarial de áreas que hasta hace unas décadas eran casi exclusiva potestad, mejor o peor ejercida, del Estado: sanidad, educación, servicios de comunicación. Si consideramos cómo se redefine el trabajo cultural en esta economía terciarizada –lo que en el pasaje citado se denomina “tareas analíticas y simbólicas de manipulación creativa e inteligente”–, podremos advertir de dónde surge el interés en conceptualizar la cultura como un recurso económico.

La noción clave que permite alinear la actividad cultural con otros modos de producción es la *creatividad*. En nuestros días, tanto la tecnología celular, como la banca, la gastronomía, la moda o la literatura, parecen ser abrazadas por la misma condición: son creativas. La importancia cobrada por la innovación, la creatividad y la novedad en el discurso de la economía terciarizada es incuestionable aunque no por ello deja de ser llamativa.

Tradicionalmente la creación se había asociado a las artes, a la capacidad “desinteresada” de los artistas para imaginar y hacer simbólicamente actual, lo meramente posible. El arte moderno o de vanguardia del siglo XX –aquél que se vincula con la experimentación, la ruptura, lo nuevo e inédito– se nutre de esta concepción excepcional de la creación. Crear implicaba salirse de lo ordinario, romper con lo conocido, abrir nuevos ámbitos para la experimentación. Todo esto se entiende que se hacía, no obstante, sin interés económico alguno, “por amor al arte”. Esta concepción del arte

⁶ Michael Hardt y Antonio Negri. *Imperio*. Barcelona: Paidós, 2005, pp. 316-317

como fundamentalmente innovador, hunde sus raíces en una figura equívoca: la del artista como un genio atormentado, aislado y único que crea fuera del burdo orden social cotidiano. También, claro, fuera de su orden económico. Se trata de un sujeto ensimismado y excéntrico que parece no darle importancia a su trabajo más que en la medida en que contribuye al “arte por el arte”. Una figura, por cierto, tan caricaturesca como la que el cine o la literatura nos ha legado del científico loco, a quien sólo le interesaría el conocimiento por sí mismo.

Contenga o no trazos verídicos, ese retrato decimonónico mítico pasaba por alto que los artistas, los creadores en general, eran trabajadores que estaban inscritos en unas condiciones específicas en las que realizaban su labor y eran remunerados por ello. Hoy esto se ha hecho evidente: los artistas se forman explícitamente como profesionistas en las universidades y desempeñan trabajos bastante precisos como productores en toda regla (cierto que en unas condiciones por lo general precarias –sin seguro social, sin contrato, sin vacaciones– en las que no son otra cosa más que trabajadores mejor o peor remunerados). Lo que ha hecho patente que los artistas son trabajadores ha sido la transformación de las condiciones de producción en la segunda mitad del siglo XX, unas condiciones que se apoyan crucialmente en la creatividad como recurso económico. La innovación, como lo fuera el carbón en el siglo XIX, es tenida por el motor de la economía actual y el artista se manifiesta ahora como claro partícipe en ella.

Es así que las aparentemente diferenciadas aplicaciones del trabajo creativo –las del arte, las del diseño industrial o la computación– se ven entrelazadas en el estadio económico del capitalismo actual. Esta integración de ámbitos productivos no es un descubrimiento inesperado. Ya en 1942, el economista austriaco Joseph Schumpeter⁷ sostenía que la economía capitalista no puede ser estacionaria ni se expande de acuerdo a un ritmo uniforme. La característica definitoria de la economía capitalista es que se halla revolucionada desde adentro por el “espíritu de empresa innovador”, es decir, por la intro-

⁷ Joseph Schumpeter. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Nueva York: Harper Perennial, 1976, pp. 82-83

ducción de nuevos productos, nuevos modos de producción o nuevas posibilidades comerciales. Schumpeter populariza el concepto “destrucción creativa” para dar cuenta de este proceso continuo de revolución de los ciclos económicos. Escribe al respecto:

La apertura de nuevos mercados, extranjeros o domésticos, y el desarrollo organizacional desde la tienda de artesanías y la fábrica hasta los grandes conglomerados [*such concerns as U.S. Steel*] ilustran el mismo proceso de mutación industrial –si me permiten usar ese término biológico– que incesantemente revoluciona la estructura económica desde adentro, incesantemente destruyendo la vieja estructura económica e incesantemente creando una nueva. Este proceso de destrucción creativa es el hecho esencial del capitalismo. En esto consiste el capitalismo y con ello tiene que lidiar todo asunto que tenga que ver con él.⁸

A diferencia de concepciones que postulan que la economía ha de buscar estabilidad, para Schumpeter el capitalismo se funda en la desestabilización a través de la creación, de la destrucción creativa como motor de crecimiento económico. Es conocido el lugar que en este proceso ocupa el empresario o el emprendedor: su tarea es la de revolucionar los patrones de producción explotando una invención o, de manera más frecuente, dando con una posibilidad tecnológica aún no aplicada para producir un nuevo producto o produciendo uno viejo de un modo inédito o hallando una nueva cuenca de materiales o reorganizando un modelo industrial.⁹ En todos estos casos, es la actividad innovadora la fuerza que mantiene el crecimiento económico a largo plazo.

La innovación y la creatividad se revelan así como recursos fundamentales para el crecimiento económico, entre otras cosas, porque integran ámbitos de producción aparentemente separados y no claramente capitalizables, como el de las artes plásticas y la publicidad, o la arquitectura y los videojuegos. Esta integración es la que ha dado pie a un nuevo término, uno que alinea la cultura

⁸ Ídem. La traducción es nuestra.

⁹ Michael Hardt y Antonio Negri, *op. cit.*, p. 132

con el resto de actividades económicamente productivas y que la innovación liga: *industrias creativas*.

En 1997 en el Reino Unido, el gobierno de Anthony Blair creó el Departamento para la Cultura, los Medios de Comunicación y el Deporte –que venía sintomáticamente a sustituir al Departamento de Patrimonio Nacional–. El mensaje era claro: de la cultura como patrimonio nacional a salvaguardar, por encarnar valores patrios, se pasó a incentivarla por su capacidad para generar riqueza. El mencionado departamento inició todo un estudio, asesoramiento y reglamentación de lo que se denominó, a partir de entonces, *industrias creativas*.¹⁰ Lo interesante de esta noción es que reúne bajo un mismo rubro a la publicidad, la arquitectura, la artesanía, el diseño, la moda, el cine, la música, las artes, el software, la televisión o la radio. Para el gobierno británico todas esas actividades se caracterizan por apoyarse en la innovación y la creación de nuevos contenidos. Un organismo independiente, el NESTA (*National Endowment for Science, Technology and the Arts*), es creado por decreto del Parlamento en 1998 con la finalidad de hacer al “Reino Unido más innovador”. Vincular eficientemente los distintos momentos de los procesos de producción, distribución y consumo, así como a las distintas disciplinas creativas y buscar nichos para su desarrollo comercial, es el objetivo explícito del NESTA. Así se indica en su página web: “Nuestro éxito depende de la solidez de los vínculos que formamos con innovadores, legisladores, organizaciones comunitarias, educadores y otros inversores. Reunimos a la gente con talento con las mejores ideas y los nuevos flujos de capital y animamos a otros a desarrollarlas aún más”.¹¹

Esta estrategia emprendida por el gobierno británico de unificar ámbitos creativos dispersos, a través de la innovación como un recurso económico, ha tenido una propagación exponencial hasta nuestros días. Algo más de una década después, la Unión Europea

¹⁰ Pueden consultarse todos sus informes hechos públicos en el *Creative industries task force reports* disponibles en línea: <http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4752.aspx>. En esta tendencia en la que la innovación es el núcleo en torno al que giran los procesos productivos, cabe subrayar que en 2007 el gobierno británico ligó en una misma secretaría universidad e innovación en el *Department for Innovation, Universities and Skills* (<<http://www.dius.gov.uk/>>.).

¹¹ NESTA. “About us”. <<http://www.nesta.org.uk>>. La traducción es nuestra.

declaró 2009 como “el año europeo de la creatividad y la innovación”. La propuesta de decisión del Parlamento y del Consejo no deja lugar a dudas del objetivo de esta apuesta:

Europa necesita impulsar su capacidad de creatividad e innovación, por motivos tanto sociales como económicos. El Consejo Europeo ha reconocido en repetidas ocasiones que la innovación es fundamental para la capacidad de Europa de responder efectivamente a los desafíos y posibilidades de la globalización... Los nuevos productos, servicios y procesos, o las nuevas estrategias y organizaciones, requieren que las personas generen nuevas ideas y asociaciones entre ellas. Por eso, competencias como el pensamiento creativo o la resolución avanzada de problemas son esenciales tanto en el ámbito económico como en el social o el artístico.¹²

Cabe reparar en un aspecto de este pasaje. Los motivos que se esgrimen para incentivar la creatividad y la innovación como política pública no son sólo económicos sino también sociales. ¿Una concesión retórica al debilitado estado del bienestar en plena recesión? Lo sea o no, lo cierto es que la Unión Europea se ve en la necesidad de admitir que la cultura aún desempeña un papel en la construcción de ciudadanía, en la gestación de nuevas instituciones sociales, en la formación y la fruición desinteresada de los sujetos. Aunque se subraya que lo es, la cultura no es sólo un bien económico.

Dando cabida a esas otras definiciones de cultura de las que hablábamos al inicio de este texto, parece que la innovación y la creatividad también juegan un papel en el plano social. La cuestión es cuál. ¿Cómo y para qué se capitaliza la creatividad? ¿Para qué se crea o se innova?

¹² Comisión de las Comunidades Europeas. *Propuesta de decisión del Parlamento Europeo y del Consejo relativa al Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009*, Bruselas, 2008. <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0159:FIN:ES:PDF>>.



En el informe al que este texto hace las veces de introducción, se repara desde un inicio en que la cultura puede desempeñarse tanto como fuente de crecimiento económico como plataforma de desarrollo social. Cuando el Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla solicitó la realización de este estudio a una empresa encabezada por el economista Ernesto Piedras, cabe entender que había un interés por conceptualizar las condiciones en las que se desarrollan las prácticas culturales en esta ciudad desde una perspectiva estadística y económica.

Ese trabajo está realizado y sus resultados detallados pueden consultarse en los capítulos que siguen: en 2003 el sector cultural producía más del 7% del PIB de Puebla y su zona conurbada y empleaba a poco más del 5% de la población económicamente activa. En términos del tipo de actividades desarrolladas, la interpretación musical en vivo, la pintura, el grabado y las artes escénicas copaban más del 50% de las creaciones culturales. Con estos datos y su desglose enfrente, la cuestión es qué procede para las instituciones públicas. ¿Se trata de incentivar los sectores más productivos o que logran más plusvalía mediante donaciones, créditos y préstamos? ¿Se trata de reforzar cadenas productivas completas apuntalando los puntos más débiles –ya sea insumos, creación, distribución o consumo–? Eso sería atender a la cultura desde un marco conceptual exclusivamente financiero sin preguntarse cuáles son las necesidades para el desarrollo social o las estrategias con las que activarlo. El riesgo que se corre al conceptualizar la problemática del complejo concepto ‘cultura’ en un vocabulario económico, es perder de vista esas otras funciones de la cultura o pretender, con el engañoso argumento del *trickle down*, que si crece el sector cultural, automáticamente toda la sociedad se ve beneficiada. Frente a apresuradas generalizaciones burdas, se requiere pausa y planificación.

Desde la década de 1990 se han puesto en marcha diversas estrategias para la creación y mercadotecnia de las denominadas *ciudades creativas globales*. Hoy las hay ya consolidadas, como Barcelona, Lon-

dres o Berlín. El fenómeno ha sido ya estudiado y cuestionado (Sassen¹³, Florida¹⁴, Balibrea¹⁵). Las ciudades de provincia también le han apostado a revalorizarse reclamando la creatividad y la cultura como bandera: desde Bilbao a Lyon, pasando por Liubliana, Bahía o Málaga. Esta última ciudad, enclave de turismo de playa, por ejemplo, se ampara en el fortuito nacimiento de Pablo Picasso en ella, para reclamarse repentina y sorprendentemente picassiana y moderna. No es reprochable recurrir a la historia y las tradiciones locales o a crearlas ex profeso para inscribirse en las redes de la cultura global, aún a riesgo de estar haciendo el más grosero ridículo. La cuestión es que por la premura de inscribirse en ese circuito, amparándose en toda suerte de argumentos de crecimiento económico, se pasa por alto que la creatividad es invocada ahí, sólo con miras a los beneficios financieros. ¿Qué ocurre con los ciudadanos y las políticas públicas? ¿Cómo se ejerce la creatividad para generar ciudadanía?

En el fugaz escenario en el que la economía terciarizada ha inscrito a la cultura, debido a su capacidad de innovarse o perecer a un ritmo competitivo vertiginoso, es fácil pasar por alto que su ejercicio tiene amplias implicaciones, tanto para los individuos como para las instituciones. ¿Qué tipo de sujetos son los que presuponen las nuevas formas culturales? ¿Piden de nosotros que seamos compradores, interlocutores, ciudadanos, avatares? ¿Cuáles son las estructuras institucionales que esas prácticas culturales están haciendo obsoletas? ¿Cómo integrar modos de trabajo dispersos y precarios en una estructura flexible de cooperación ciudadana que los refuerce? ¿Cómo articular nuevas instituciones que se constituyan a partir de la informalidad del trabajo creativo y que no se desmoronen por su desjerarquización? En resumidas cuentas, en las actuales condiciones económicas para la cultura, ¿por qué tipo de individuos y de instituciones deben apostar las políticas públicas? *Gran visión cultural* solicita, quizás como nunca antes, urgencia y pausa para dar respuesta a estas cuestiones.

¹³ Saskia Sassen. *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1991.

¹⁴ Richard Florida. *Cities and the creative class*. New York: Routledge, 2005.

¹⁵ Mari Paz Balibrea. "Barcelona: Del modelo a la marca" en Carrillo, Jesús e Ignacio Estella Noriega (eds.), *Desacuerdos 3. Sobre Arte, Políticas y Esfera Pública en el Estado Español*. Barcelona: Arteleku-MACBA-Universidad Internacional de Andalucía, 2005.

Referencias

- Balibrea, Mari Paz. "Barcelona: Del modelo a la marca" en Jesús Carrillo e Ignacio Estella Noriega (eds.) *Desacuerdos 3. Sobre Arte, Políticas y Esfera Pública en el Estado Español*. Barcelona: Arteleku-MACBA-Universidad Internacional de Andalucía, 2005.
- Bell, Daniel. *The Coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting*. Nueva York: Basic Books, 1973.
- Florida, Richard. *Cities and the creative class*. New York: Routledge, 2005.
- Hardt, Michael y Antonio Negri. *Imperio*. Barcelona: Paidós, 2005.
- López Cuenca, Alberto "Trabajo creativo, propiedad intelectual, acceso a la cultura y desarrollo: un énfasis desigual", *La situación del mundo 2010*. Puebla: UDLAP/Worldwatch Institute/Fundación Televisa, 2010.
- — "¿A quién protege el derecho de autor? Sujeto y ontología de la cultura digital" en *¿Desea guardar los cambios? Propiedad intelectual y tecnologías digitales: hacia un nuevo pacto social*. Córdoba, Argentina: Centro Cultural de España Córdoba, 2009.
- López Cuenca, Alberto y Eduardo Ramírez Pedrajo. "Los derechos de autor en la era del capitalismo cultural", *Propiedad intelectual, nuevas tecnologías y libre acceso a la cultura*. México, D.F.: Centro Cultural de España, 2008.
- Sassen, Saskia. *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1991.
- Schumpeter, Joseph. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Nueva York: Harper Perennial, 1976.
- Williams, Raymond. "Culture" en *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. Nueva York: Oxford University Press, 1985.
- Touraine, Alain. *La société postindustrielle*. París: Denoël, 1969.
- Yúdice, George. *The Expediency of Culture. Uses of Culture in the Global Era*. Durham y Londres: Duke University Press, 2003.

Si les he expuesto todos estos pormenores acerca del asteroide B612, y les he confiado su número, es por las personas mayores. A éstas les gustan los números más que nada. [...] Las personas mayores son así y no hay razón para reprochárselo.

El Principito, Antoine de Saint-Exupéry

INTRODUCCIÓN

La cultura representa a nuestra sociedad e individuos con los elementos estéticos y morales que nos caracterizan; pero más aún, constituye en sí misma un sector de actividad económica que debemos reconocer para otorgarle el tratamiento respetuoso de sector de manera integral, esto es, que constituye una fuente de desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria.

En la actualidad se denomina *economía de la cultura* o *industrias creativas* (IC) a aquellas actividades económicas cuyo insumo esencial es la creatividad. En efecto, ese insumo esencial detona toda una cadena de valor. Un insumo que opera en flujo, es decir, que se genera día a día en contraste con los acervos patrimoniales.

El *sector cultural* comprende un conjunto de unidades productoras de bienes y servicios culturales, incluidas las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, ya sea de capital privado o bien gubernamental, cuyo principal insumo es la creatividad. Dicho sector abarca todas las disciplinas artísticas (música, pintura, danza, teatro, literatura, escultura, fotografía, cine, etc.), el patrimonio cultural (tangibles e intangibles), los museos, las artesanías y el entretenimiento (cine, radio, televisión, espectáculos). Es en este contexto económico que se identifican argumentos suficientes para caracterizar a la cultura como un sector productivo y rentable, con un enorme potencial para contribuir al crecimiento de nuestro país.

En términos económicos, comprende los bienes y servicios de carácter eminentemente simbólico, expresión de las prácticas sociales de cada comunidad.

Este estudio analiza, en el primer capítulo, el valor económico de las industrias creativas dentro de un marco global, para luego integrar y comprender su valor en un contexto focalizado en la ciudad de Puebla y su zona conurbada.

En el segundo capítulo se procede a medir la participación de las IC en el PIB de México con base en el cálculo del *valor agregado bruto*¹ de cada actividad económica seleccionada para los años en que se encuentra disponible la información censal. Se dimensiona ahí su contribución directa e indirecta a la economía poblana en términos de aquellas industrias que se benefician de su derrama económica, efectos multiplicadores y de utilización de bienes y servicios, así como de utilización de insumos de producción. Además de la metodología de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) descrita, se introduce la noción de *economía sombra* para medir el efecto sobre la actividad cultural de la *economía informal* y de la *economía ilegal*, que en México cuentan con una alta participación.

En el mismo capítulo se analiza la contribución de las diversas industrias individuales que conforman las IC: música, industria editorial, artes plásticas, cine, fotografía, patrimonio cultural, artes interpretativas y otras audiovisuales. Finalmente, se revisa la participación de la recaudación de sociedades, asociaciones y cámaras de las industrias culturales del municipio de Puebla de Zaragoza.

Un indicador confiable y utilizado de manera generalizada para el cálculo de la contribución económica que determinada industria puede hacer a la economía local es aquel relacionado con el empleo medido como el número de personas involucradas en los procesos de creación, producción y desarrollo de productos relacionados, así como su contribución en términos de remuneraciones y productividad. De tal forma, la contribución económica aquí es expresada como el número de trabajadores y la proporción dentro del total de la fuerza laboral de la economía local en su conjunto.

También se analiza tanto el comercio interno como el externo de bienes relacionados con las IC: no sólo las cifras compiladas de las importaciones y exportaciones que generan, sino además cómo se encuentran posicionadas respecto a los datos de otras entidades del estado y del país. Finalmente, las conclusiones y las recomendaciones de política sectorial se describen en el último capítulo.

En el anexo metodológico se revisan las diversas metodologías empleadas en algunos países para medir la contribución económica de las industrias culturales, para después explicar la metodología recientemente propuesta por la OMPI, que es la que se emplea en este estudio. Asimismo, son presentadas las fuentes estadísticas utilizadas, que básicamente son los datos oficiales publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en nuestro país.

OBJETIVOS Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es un ejercicio de análisis de economía aplicada a las industrias culturales de la ciudad de Puebla y su zona conurbada. Un punto de partida es identificar a las disciplinas artísticas que se desarrollan en el municipio de Puebla como sectores de actividad económica.

¹ Valor agregado bruto: Es una macromagnitud económica que mide el valor añadido generado por el conjunto de productores de un país, en definitiva recoge los valores que se agregan a los bienes y servicios en las distintas etapas del proceso productivo.

Para esto se plantea la conveniencia de abandonar la conceptualización “bohemia” que rodea a este sector de actividad económica para identificarlo como una ventana de oportunidades de crecimiento económico y de desarrollo integral, formal, estable y dinámico.

Las principales contribuciones de este estudio son:

- Identificación de la participación que tienen las IC en la actividad económica de la ciudad de Puebla y su zona conurbada.
- Determinación de la participación que tienen las IC a la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Puebla.
- Comercio exterior de bienes.
- Estimación de la economía sombra dentro de las IC poblanas.
- Evaluación del papel de la comunicación pública de las obras culturales en todas las actividades de la vida local.

El sector de las IC se ha constituido como un sector muy activo, de ahí surge la necesidad de evaluar, por primera vez en Puebla de Zaragoza, la importancia económica que tienen las diferentes áreas que lo integran. Con lo anterior se busca dimensionar su contribución directa e indirecta a la economía poblana, en términos de aquellas industrias que se benefician de su derrama económica, así como sus efectos multiplicadores y de utilización de bienes y servicios, en términos de *insumos de producción*².

Se identificarán aquí las industrias y actividades culturales comprendidas por los *derechos de autor*³ para medir su contribución económica al desarrollo municipal, el número de personas que emplean y su comercio con el exterior, entre otras variables. Además, se medirá su importancia económica para el país.

Para la ciencia económica, los derechos de autor quedan comprendidos en los *derechos de propiedad*⁴ y constituyen una forma de organización esencial para la asignación y uso de recursos de cualquier economía, que son un importante mecanismo de coordinación económica entre agentes. Por esta razón, su definición y especificación es crucial en toda economía para el intercambio eficiente de bienes y servicios entre sus diferentes integrantes. Como mecanismo, el conjunto de reglas de operación contribuye a resolver los conflictos de interés que frecuentemente surgen entre agentes y que finalmente se constituyen como un importante órgano de cooperación.

² Insumos de producción: Son los bienes y servicios que incorporan al proceso productivo las unidades económicas y que, con el trabajo de los obreros y empleados y el apoyo de las máquinas, son transformados en otros bienes o servicios con un valor agregado mayor.

³ Derechos de autor: Conjunto de normas y principios que regulan los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores (los derechos de autor), por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística, científica o didáctica, esté publicada o inédita.

⁴ Derechos de propiedad: Poder directo e inmediato sobre un objeto o bien, por el que se atribuye a su titular la capacidad de disponer del mismo, sin más limitaciones que las que imponga la ley. Es el derecho real que implica el ejercicio de las facultades jurídicas más amplias que el ordenamiento jurídico concede sobre un bien.

MARCO CONCEPTUAL

Antes de hacer un análisis detallado de las industrias culturales, es necesario definir los conceptos tanto de las industrias creativas como de las industrias relacionadas, que pueden ser confundidas con las primeras: por ejemplo, las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDA).

Las *industrias creativas* fueron definidas originalmente por el gobierno británico en 1998 como aquellas que se basan en la creatividad, la habilidad y el talento. Además, son aquellas que tienen el potencial de generar riqueza y empleo a través del desarrollo de la propiedad intelectual. Este tipo de industrias engloban un universo más amplio, del cual las industrias culturales son un subconjunto. También fueron los británicos los que hicieron el primer esfuerzo para cuantificar y clasificar este tipo de industrias con el fin de evaluar su importancia.

Las *industrias protegidas por el derecho de autor* (IPDA) son aquellas industrias que se encuentran amparadas por el marco jurídico denominado derecho de autor o *copyright* que describe los derechos que tienen los creadores sobre sus obras artísticas o literarias. Gracias a esta protección, los autores pueden reclamar los beneficios económicos generados por sus creaciones. A nivel internacional existe la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, o WIPO por sus siglas en inglés), que es la encargada de “desarrollar un sistema de propiedad intelectual (PI) internacional, que sea equilibrado y accesible, recompense la creatividad, estimule la innovación y contribuya al desarrollo económico, salvaguardando a la vez el interés público”.

Las *industrias culturales* son aquellas que producen, distribuyen y comercializan bienes y servicios culturales “que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener”, según señala la *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales* publicada por la UNESCO en el 2005. Las industrias culturales presentan formas específicas de producción industrial para artefactos culturales en una perspectiva que aproxima a la cultura no sólo como un bien sujeto a una producción, sino como una *forma de vida* significativa por el valor intrínseco que poseen dichas piezas.

Según la definición de la UNESCO, las *industrias culturales* se definen como aquellas que combinan creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza. Estos contenidos están protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bien o servicio. Son industrias intensivas en trabajo y conocimiento, y nutren la creatividad a la vez que incentivan la innovación en los procesos de producción y de comercialización. Las actividades que están bajo protección de los derechos de autor en la mayoría de los países son muy similares a las que se sugieren para México y cuentan con las características mencionadas, entre éstas podemos encontrar:

- **Trabajos literarios:** Considera los libros con todas sus variantes y formas: ficción, poesía, didácticos, etcétera. También incluye revistas, periódicos y otros trabajos que no son precisamente impresos, como las traducciones.

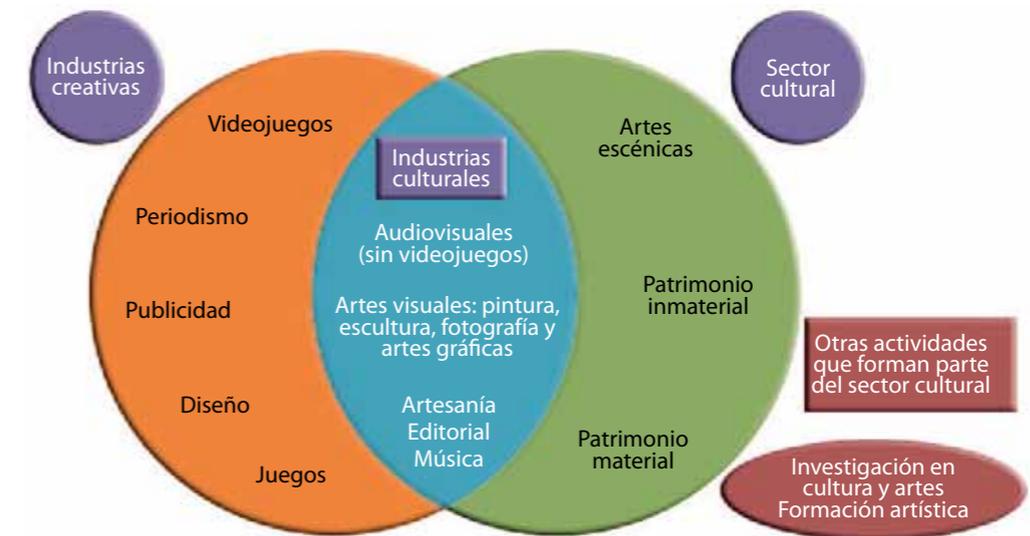
- **Obras musicales:** Canciones, coros, óperas, musicales, etc.
- **Trabajos artísticos:** Incluye obras en dos dimensiones (pinturas, dibujos, litografías, etcétera) y en tres dimensiones (esculturas de diversos materiales).
- **Trabajos fotográficos:** Abarca todo tipo de fotografías que van desde paisajes hasta imágenes para ilustrar periódicos y revistas.

Cuando hablamos de industrias culturales nos referimos a una serie de actividades que se desarrollan con base en creaciones originales literarias y artísticas que son objeto de los derechos de autor.

Migración conceptual hacia industrias creativas

gráfico a

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting con base en el diagrama presentado por el CRECE, Colombia.



Actualmente existe una corriente que busca entender a la cultura de forma integral, incluyendo a la política económica, dada su contribución a la generación de riqueza, no sólo inmaterial, de un país. Esta importancia se ha visto reflejada, desde hace algún tiempo a nivel mundial y más recientemente en América Latina, a través de la creación de secretarías o ministerios dedicados exclusivamente a la cultura y su difusión. En un rango menor a las secretarías pero igual de importantes, están los *observatorios culturales* que han proliferado en distintos países, regiones e incluso ciudades con el fin de recopilar información sobre la actividad cultural, y evaluar las políticas públicas.

EL SECTOR ECONÓMICO DE LA CULTURA

Recientemente, ha avanzado mucho la idea de la cultura como un sector económico capaz de generar *valor agregado*, incluso en mayor proporción que otros sectores. Los sectores económicos productivos son organizaciones compuestas por diferentes unidades productoras (unidades económicas encargadas de la producción de artículos para el consumo final o intermedio, así como de servicios, también llamadas empresas) dentro del sistema económico. Por lo general, se dividen en:

- **Sector primario:** Agrupa a las actividades en las que se producen materias primas como agricultura, silvicultura y pesca.
- **Sector secundario:** Incluye las actividades relacionadas con la transformación de materias primas tales como la construcción, minería, manufactura, electricidad, gas y agua.
- **Sector terciario:** Aquí se encuentran clasificados servicios como el comercio, restaurantes, hoteles, transportes, comunicaciones, servicios financieros y servicios comunales.

Dentro del análisis aplicado, *un sector económico* en general es considerado una *subdivisión*; por ejemplo, es común que a la *subdivisión de la construcción* se le denomine *sector construcción*. En este sentido es válido hablar del *sector económico de la cultura*, ya que su operación económica es equiparable a la de cualquier otro sector, encontrándose dentro de sus insumos, productos de cada uno de los grandes sectores: primario, secundario, terciario y sus respectivas subdivisiones. Según los principios básicos de la economía, sólo debe ser producido aquello que es *rentable* en el mercado; no obstante, el sector cultural presenta una serie de características propias que no permiten una plena implementación de principios válidos para el resto de los sectores, como la especialización.

Si bien en el sector cultural existe un importante número de unidades económicas (UE) directas e indirectas, su distribución por tamaño tiene una forma de pirámide, con una base sumamente ancha; resulta interesante analizar la manera como se distribuyen los beneficios ahí generados. Así, el sector cultural comprende un conjunto de unidades productoras de bienes y servicios que van desde pequeñas empresas hasta grandes consorcios, tanto gubernamentales como privados.

CRECIMIENTO ECONÓMICO Y CULTURA

Para explicar de forma clara el carácter dual de las actividades económicas del sector cultural, es importante diferenciar entre los conceptos *crecimiento* y *desarrollo* económico. El primero consiste en el incremento del nivel de producción de bienes y servicios de un país en un determinado periodo de tiempo. El segundo se refiere al efecto combinado del crecimiento, más la elevación de los niveles de bienestar de la población en general. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Humano señala

que el desarrollo humano tiene que ver con crear un ambiente en el cual la gente puede desarrollar completamente su potencial y conducir sus vidas productivas y creativas de acuerdo a sus necesidades e intereses. Desarrollo se refiere a expandir las opciones que la gente tiene para conducir sus vidas.⁵

La cultura genera de manera directa derrama económica monetaria entendida como *crecimiento económico*, pero esto no significa la existencia de efectos multiplicadores hacia el resto de los sectores y la economía en su conjunto, por lo que es necesaria la materialización de dichos excedentes en *desarrollo económico*.

Es indudable la aportación que tienen las industrias culturales en términos económicos cuantificables a través del PIB, el empleo y la balanza comercial; no obstante, incluso cuando dichos indicadores son reflejo del potencial sectorial de las industrias culturales para el *crecimiento económico*, no es evidente la relación que éstas tienen con el *desarrollo económico*.

Según la teoría, existen dos maneras de impactar en el *crecimiento económico*: a través de la oferta o de la demanda. Las industrias culturales tienen todas las características para impactar de manera paralela en dichos componentes.

El *desarrollo* implica la mejora de factores como educación, salud, ingreso per cápita y su distribución, así como las libertades políticas de expresión y culturales, por nombrar algunos. Por ello, el *crecimiento* en el sector cultural permitiría el *desarrollo* del potencial en términos de eficiencia, productividad y rentabilidad, lo cual incidiría de forma directa en un incremento proporcional en el PIB, como sucede en los sectores de maquila y turismo.

TURISMO CULTURAL

Respecto al turismo cultural, si bien son válidos todos los cuestionamientos acerca de la conveniencia de fomentarlo, debido a los efectos de homogeneización que suelen traer los desarrollos turísticos, también es cierto que el patrimonio histórico puede ser clave para el avance de muchas regiones en México, como sucede con la ciudad de Puebla y su zona conurbada, cuyo principal capital es la cultura. Además, el turismo incluso puede actuar como promotor de la demanda.

Entonces, el sector cultural, en su relación bidireccional con el turismo, representa una oportunidad para el aprovechamiento óptimo de los recursos de la región, por ello, es necesaria una política integral que permita un equilibrio sano y sustentable para ambos sectores. Hace casi medio siglo, el sector turismo logró el reconocimiento como actividad indispensable, al ser un importante generador de valor agregado, empleo, inversión, divisas extranjeras, entre otros. Hoy toca a la cultura buscar ese mismo estatus.

Además, el sector cultural tiene características propias y un significado especial (como la identidad y la diversidad cultural poblana) que justifican un tratamiento económico específico por las limitaciones propias del tratamiento económico, con base en reglas de operación claras, estables y conducentes para su desarrollo como las que a la fecha se ha otorgado a otros sectores de actividad económica.

⁵ United Nations Development Programme, *What is Human Development?*, <http://hdr.undp.org/hd/>

En México, el sector económico del turismo genera 8.5% del PIB y de acuerdo con varias investigaciones al respecto, al menos 20% de ese valor generado corresponde al turismo cultural en cualquiera de sus modalidades; ambos sectores (cultural y turístico) quedan en tercer lugar nacional con 6.7% y con un componente compartido de 1.7% del PIB.

gráfico b Relación cultura y turismo

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Otro posible efecto positivo en el crecimiento del sector cultural de la localidad está relacionado con el hecho de que una parte del patrimonio histórico municipal se localiza en zonas no metropolitanas; por lo tanto, puede ser un factor para reducir la brecha de desarrollo entre las zonas urbanas y las rurales. Tal efecto podría observarse si se crean políticas adecuadas para la conservación de los activos culturales tangibles y se fomenta el patrimonio intangible.

La importancia de las *industrias culturales* va más allá de las aportaciones económico-monetarias, ya que constituyen parte integral de la identidad social y regional del municipio de Puebla.

CONCLUSIONES

Se ha demostrado que el sector económico de la cultura tiene efectos positivos en el empleo, el crecimiento y el desarrollo económico de un país, esto sin contar los efectos multiplicadores del gasto, el bienestar y el capital humano derivados de las *industrias culturales*.

Dado el impacto que tienen estas industrias en la economía nacional, es importante que sean consideradas integralmente en el diseño e implementación de las políticas públicas tanto de los estados, como de cada uno de los municipios y sus zonas conurbadas, como es el caso de la ciudad de Puebla. Más aún, el sector cultural posee el carácter dual de generar simultáneamente *crecimiento* y *desarrollo* económico; es decir, desarrollo económico integral. La actividad derivada de la creatividad no sólo genera empleo y riqueza, sino que además incrementa el bienestar de la población en general, ya que promueve la expresión y participación de los ciudadanos en la vida política, favorece un sentido de identidad y seguridad social y expande la percepción de las personas.

La apuesta es, entonces, aprovechar al máximo este potencial económico de crecimiento y desarrollo derivado de las ventajas comparativas y competitivas de la actividad económico-cultural en la ciudad de Puebla. El reto, lograrlo en plena era de la globalización desbocada, en un marco de respeto de la identidad y la diversidad cultural poblanas.

CAPÍTULO 1

PERFIL DEL CREADOR POBLANO

RESULTADOS DEL ESTUDIO SOBRE EL PERFIL PRODUCTIVO DE LOS CREADORES POBLANOS

Como parte del análisis de la contribución de las actividades culturales y creativas a la economía y el empleo del municipio de Puebla, se realizó un diagnóstico sobre el estado de las actividades culturales en la zona metropolitana de la ciudad, que tomó en cuenta tanto el punto de vista de la aportación económica para los creadores como el del bienestar social.

Con esos propósitos claros en el horizonte, se llevó a cabo un estudio de campo donde, mediante una metodología combinada de campo y análisis sistemático de gabinete, se identificaron los principales elementos dentro de la producción de bienes y servicios correspondientes a las actividades creativas y culturales en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla.

Los resultados del estudio son diversos, tanto en su materia como en sus implicaciones, pues ubican con bastante claridad lo que produce mayoritariamente en su conjunto la cultura local, así como sus principales retos y necesidades.

PERFIL PRODUCTIVO

En esta sección se presentan los resultados del estudio de campo relativos al *perfil productivo*¹ de los creadores. La primera fase del diagnóstico consistió en identificar las principales actividades en las cuales se desempeñan los creadores de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla.

La investigación de campo permitió ubicar más de 25 disciplinas artístico-culturales. Para facilitar el análisis como *cadenas de producción cultural*², las disciplinas fueron aglutinadas en áreas relacionadas, quedando finalmente 14 grandes áreas:

¹ Perfil productivo: Análisis sobre la relación que existe entre los resultados y el tiempo que usan los creadores poblanos para obtenerlos.

² Cadenas de producción cultural: Conjunto de actividades estrechamente interrelacionadas, verticalmente vinculadas por su pertenencia a un mismo producto (o productos similares) y cuya finalidad es satisfacer al consumidor.

- Restauración y antigüedades
- Textiles: diseño y producción
- Diseño arquitectónico y restauración de inmuebles
- Literatura y poesía
- Arte objeto y escultura
- Cine, video, fotografía y cortometraje
- Canto
- Música y composición
- Artesanía
- Gastronomía
- Montaje e instalación
- Danza, baile y teatro
- Pintura, grabado y diseño
- Performance, circo e interpretación musical

El gráfico 1 presenta el porcentaje de creadores poblanos ya ubicados en la rama que corresponde a su disciplina, dentro de la *cadena de producción cultural*, en relación con el global de las actividades detectadas en la capital poblana:



gráfico 1
¿Qué produce usted?
Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

Es preciso señalar que la rama que presenta el mayor número de personas dedicadas a la cultura en la zona metropolitana Puebla es la de *performance, circo e interpretación musical*, esto se debe esencialmente al gran número de intérpretes de música que trabajan en la capital del estado.

Al respecto, también es preciso decir que esta rama completa es la que menos componentes propios creativos requiere, o dicho de otra forma, la que menos invierte en la actividad de crear, componer o desarrollar guiones, partituras, o arreglos. Es, además, la más cercana a la *cultura del entretenimiento*³, ya que muchos creadores de esta categoría se presentan en festivales, actuaciones especiales bajo contrato o fiestas públicas o privadas.

Sin embargo, lo anterior tampoco significa que la primera rama sea la de mayor peso económico dentro de la ciudad de Puebla, ni que las últimas se ubiquen en el *ranking* a la par de su generación y aportación económica, como podrá verse con mayor detalle en el apartado específico de análisis que al respecto se presenta.⁴

La creación cultural es una actividad que se desarrolla en solitario. Al preguntar a los encuestados si necesitaban del apoyo de otros individuos para realizar su trabajo, 58% contestó que trabajan solos; entre aquellos que desarrollan su actividad de manera conjunta, lo hacen con familiares, con miembros de su taller o con amigos, tal y como se muestra en el gráfico 2.

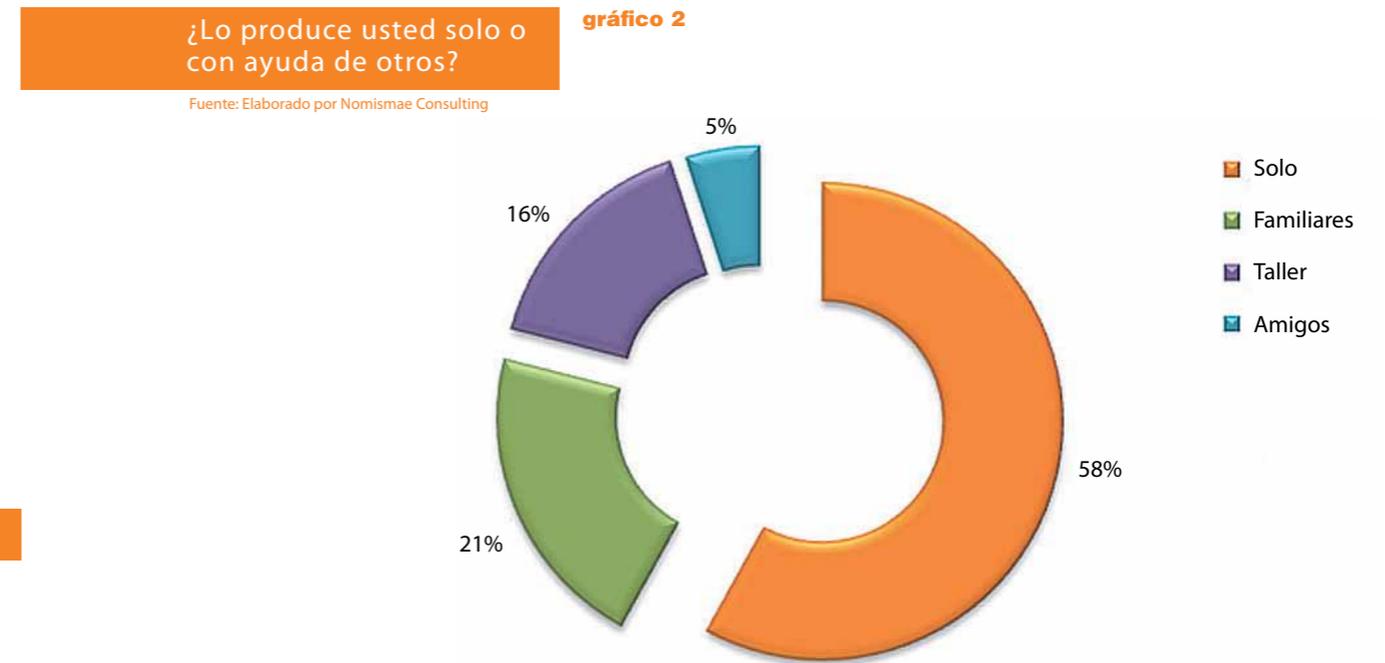


gráfico 2
¿Lo produce usted solo o con ayuda de otros?
Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

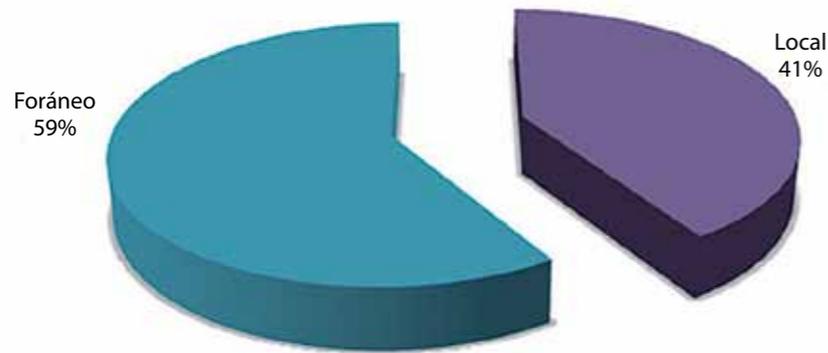
³ Cultura del entretenimiento: El acto placentero de rendir nuestra mente ante un mundo fantástico y nuevo es incontestable.
⁴ Ver gráfico 9

Lo anterior confirma que si bien el creador de la capital poblana resulta mayoritariamente "solitario" en su trabajo, también existe una amplia proporción (42% en suma) que requiere de muchas más manos e ideas para el desarrollo de sus creaciones.

Otro de los aspectos notables sobre cómo producen los creadores poblanos, es el relativo a la materia que emplean (insumos) para el desarrollo de su actividad. La mayoría (más del 50%), obtiene sus insumos en el ámbito foráneo, mientras que el resto los consigue en el mercado local. Esta información se derivó de la pregunta sobre qué tipo de insumos locales ocupa el creador poblano para realizar su labor y dónde los adquiere.

gráfico 3 ¿Usted adquiere sus insumos a nivel local o foráneo?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



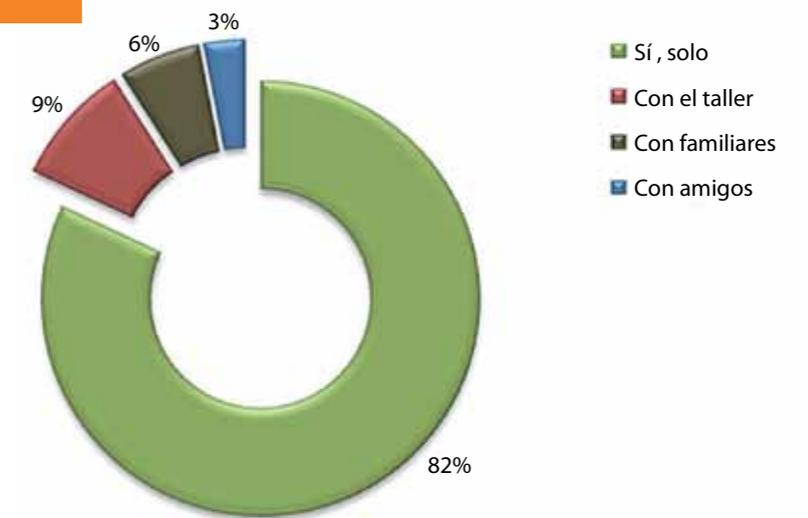
Esto indica que una importante proporción de la derrama inicial (inversión) hecha por los creadores poblanos, no se queda en el ámbito de la ciudad de Puebla. No está por demás señalar que esa inversión que se hace de manera foránea se refiere principalmente a equipos electrónicos, materiales importados e insumos derivados de la industria química que no pueden ser conseguidos en la capital poblana.

En lo que toca al diseño creativo, se encontró que la actividad solitaria inicial es mucho mayor; es decir, si bien el desarrollo o ejecución de las *ideas* resulta compartido y equilibrado en un poco más del 40%, no pasa lo mismo con la concepción de las mismas, ya que 82% realiza sus bocetos solo.

¿Usted diseña sus creaciones?

gráfico 4

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

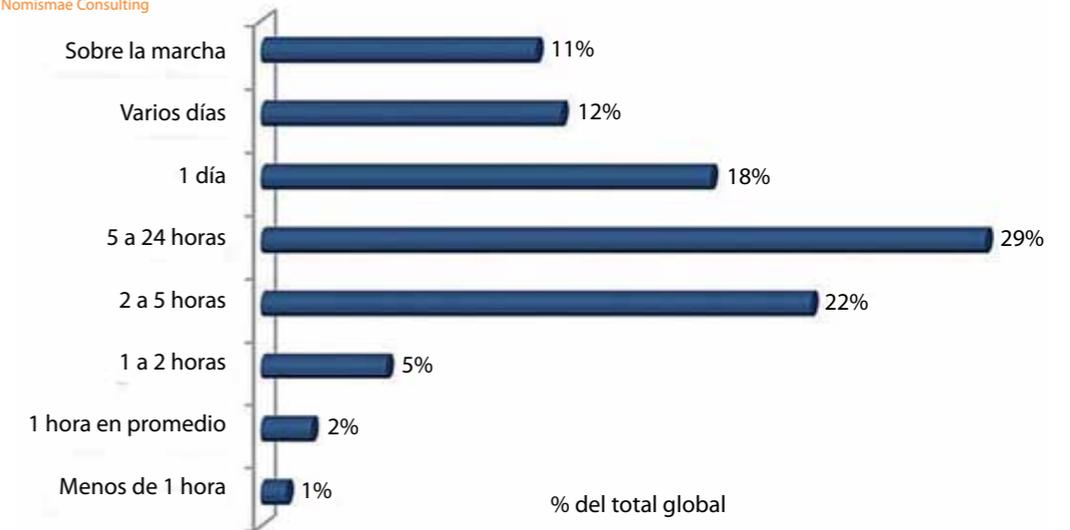


Una vez concebida y organizada la idea, a una importante proporción de los creadores poblanos (47%) les toma entre cinco horas y un día desarrollar el diseño (o boceto). Es decir que, en promedio, al creador de la capital poblana le toma de 1 a 1.5 *jornadas laborales*⁵ decantar sus ideas creativas y desarrollar el diseño de lo que será su obra, haciéndolo la mayoría, como ya se mencionó, en forma solitaria.

¿Cuánto tiempo le toma realizar un diseño?

gráfico 5

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

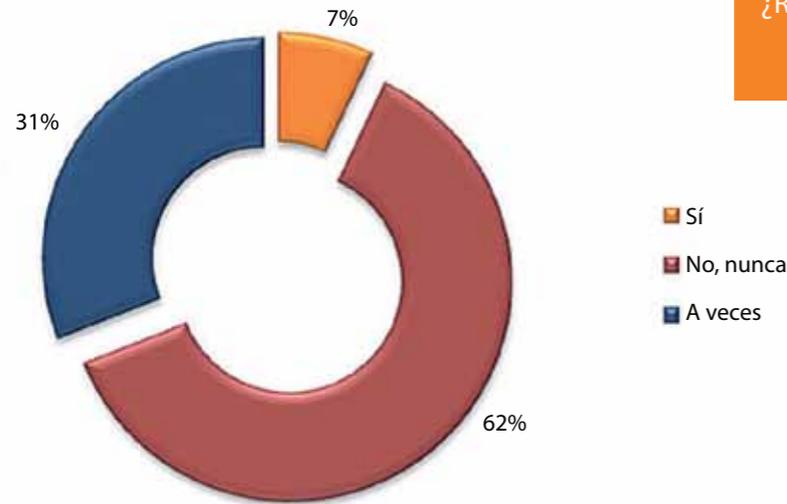


⁵ Jornada laboral: Es el tiempo que cada trabajador dedica a la ejecución del trabajo por el cual ha sido contratado. Se contabiliza por el número de horas que el empleado ha de desempeñar para desarrollar su actividad laboral dentro del período de que se trate: días, semanas o años.

Fue revelador conocer que tan sólo 7% de los creadores registra siempre ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) la propiedad intelectual de sus obras, un tercio de los entrevistados dijo hacerlo sólo en ocasiones y dos tercios nunca lo hacen.

gráfico 6 ¿Registra usted en INDAUTOR los diseños de sus obras, piezas o creaciones?

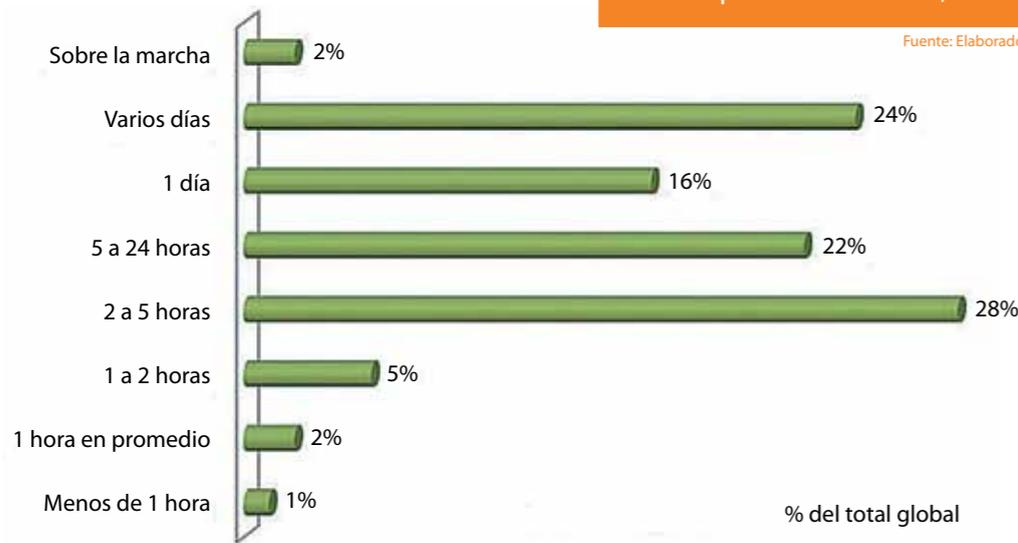
Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



De acuerdo al tiempo que invierte en el desarrollo o ejecución de su obra, el creador de la capital poblana se divide en tres grandes grupos: al que le toma menos de media jornada (36%); al que le toma entre media jornada y un día (38%), y el que destina varios días al proceso (24%).

gráfico 7 ¿Cuánto tiempo le toma realizar una obra, pieza o creación, una vez diseñada?

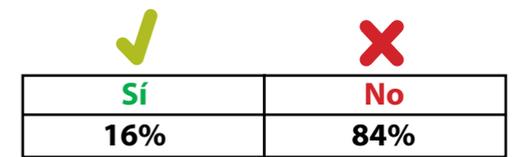
Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Así, en cuanto a la cantidad de personas que requiere durante el proceso de concepción y diseño de la obra⁶, el creador de la capital poblana afirma que no necesita más manos y cabezas para su ejecución o desarrollo. Sólo 16% de los entrevistados dijeron necesitar de otras personas.

gráfico 8 ¿Requiere de más personas para realizar una obra, pieza o creación, una vez diseñada?

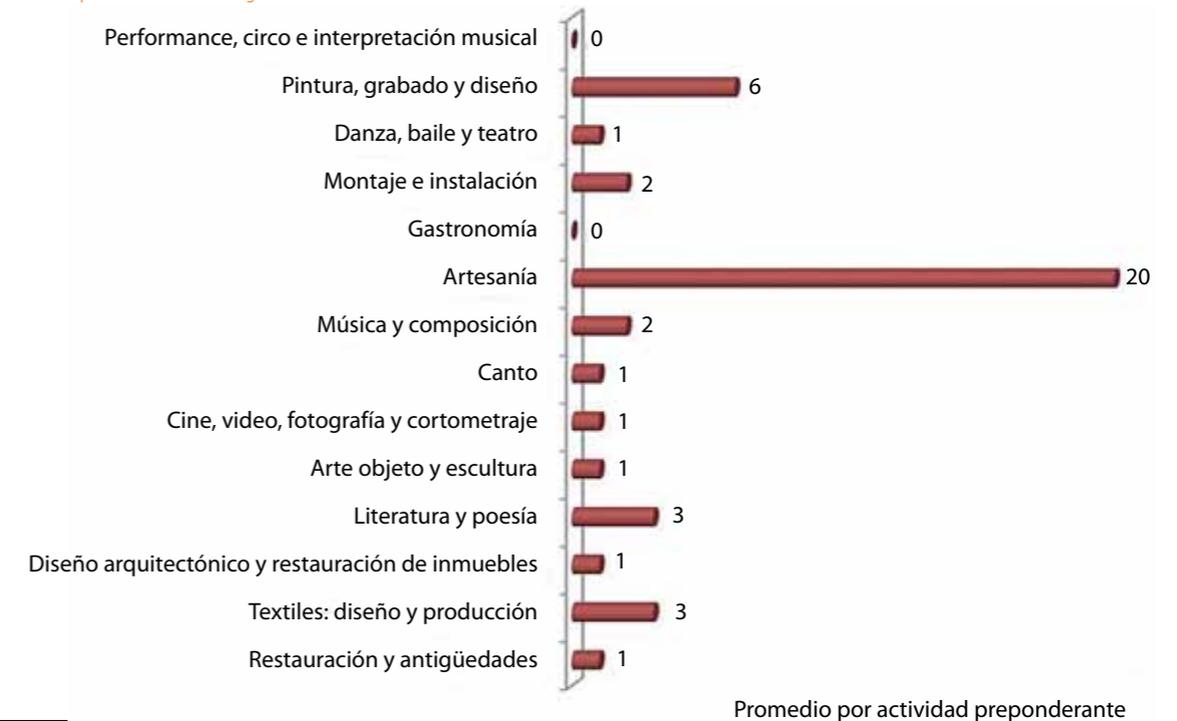
Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Otro de los datos relevantes respecto a la creación cultural y artística en la capital poblana es la *productividad*⁷. Por ramo, la actividad más productiva es la elaboración de artesanías (que incluye la talavera), seguida del ramo de pintura, grabado y diseño; entre ambas, se produce una cuarta parte del total de obra de la capital poblana.

gráfico 9 ¿Aproximadamente cuántas obras, piezas o creaciones realiza usted en un mes?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



⁶ Ver gráfico 4

⁷ Productividad: Es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema.

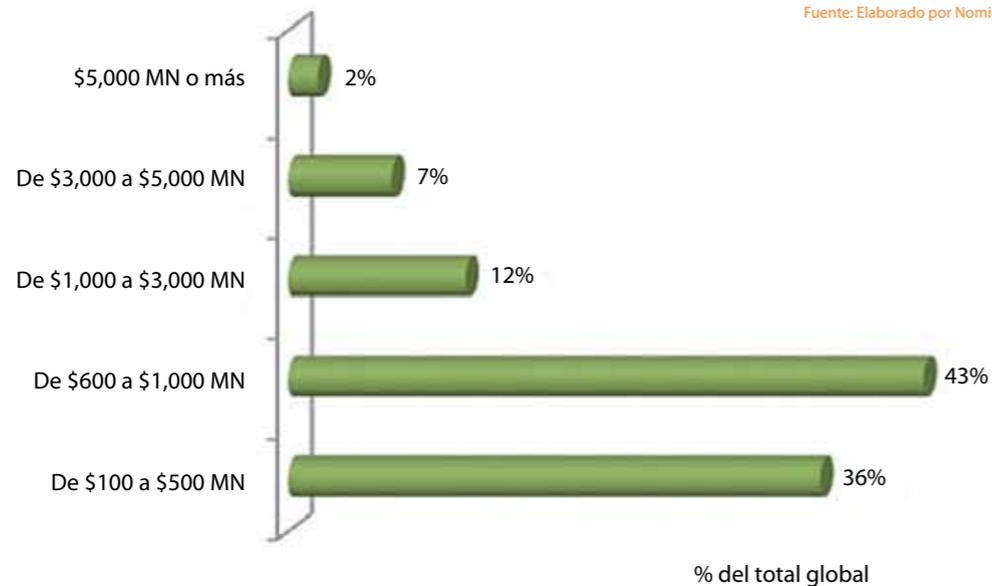
Por su parte, las ramas menos productivas son gastronomía (esencialmente porque no se generan cada mes nuevos platillos, si acaso, uno al semestre o al año), y performance, circo e interpretación musical (pues realizan entre tres y cuatro arreglos o montajes al año). El promedio de obra entre todas las ramas (14) es de tres creaciones al mes.

En lo que toca a la inversión en materiales e insumos para sus creaciones, el creador de la capital poblana se divide en tres grandes grupos: el que invierte menos de 500 pesos mensuales en insumos y materiales (poco más de la tercera parte); el que invierte hasta 1,000 pesos al mes (menos del 50% de los creadores); el que invierte más de 1,000 pesos mensualmente (21%), quedando en este subgrupo el de mayor inversión inicial: un 2% de creadores que invierte en promedio mensual más de 5,000 pesos al mes, pero cuyo *retorno rentable*⁸ también es el mayor entre la población de creadores de la capital poblana.

gráfico 10

¿Aproximadamente cuánto dinero en materiales invierte usted por obra, pieza o creación?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



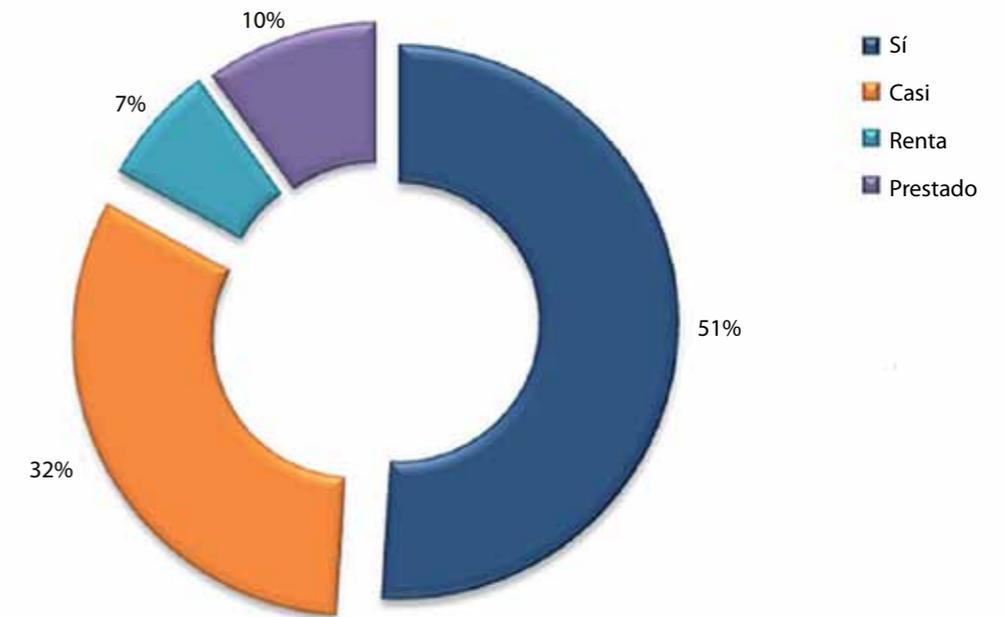
Finalmente, en lo que toca a este primer apartado formal de la investigación (perfil productivo), se encontró que tan sólo 7% de los creadores renta insumos y maquinaria, y que 10% los pide prestados para la realización de su obra y el desarrollo de su actividad.

⁸ Retorno rentable: Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto –expresada por la TIR– supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

¿Cuenta usted con todas las máquinas y herramientas necesarias para realizar sus diseños y producir sus obras, piezas o creaciones?

gráfico 11

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Como se puede observar, poco más de la mitad de los creadores cuenta con todo para crear y producir su obra, y un tercio cubre sus requerimientos casi por completo.

PERFIL DE TRANSACCIONES Y BALANCES

¿Dónde, cómo y por qué se comercializan las obras y creaciones en Puebla? El *perfil de transacciones y balances* de la actividad de los creadores dejó ver que alrededor de dos terceras partes vende o exporta sus creaciones y obras, mientras que el resto prefiere no hacerlo.

Los creadores que sí comercializan sus obras expusieron las siguientes razones del porqué lo hacen: en primer lugar, debido a que atienden pedidos de obra, y en segundo lugar, por necesidad, es decir, para contar con ingresos y cubrir la estructura de costos que su actividad implica. En menor proporción, otras razones referidas fueron: dar empleo a familiares (12%) y fomentar la difusión de su obra o creación (6%).

gráfico 12

¿Vende o exporta usted sus creaciones?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

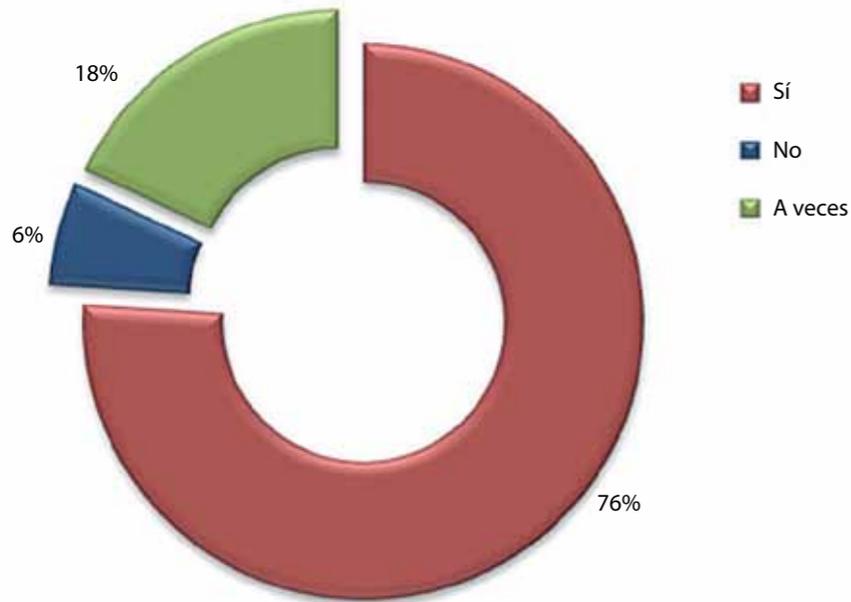
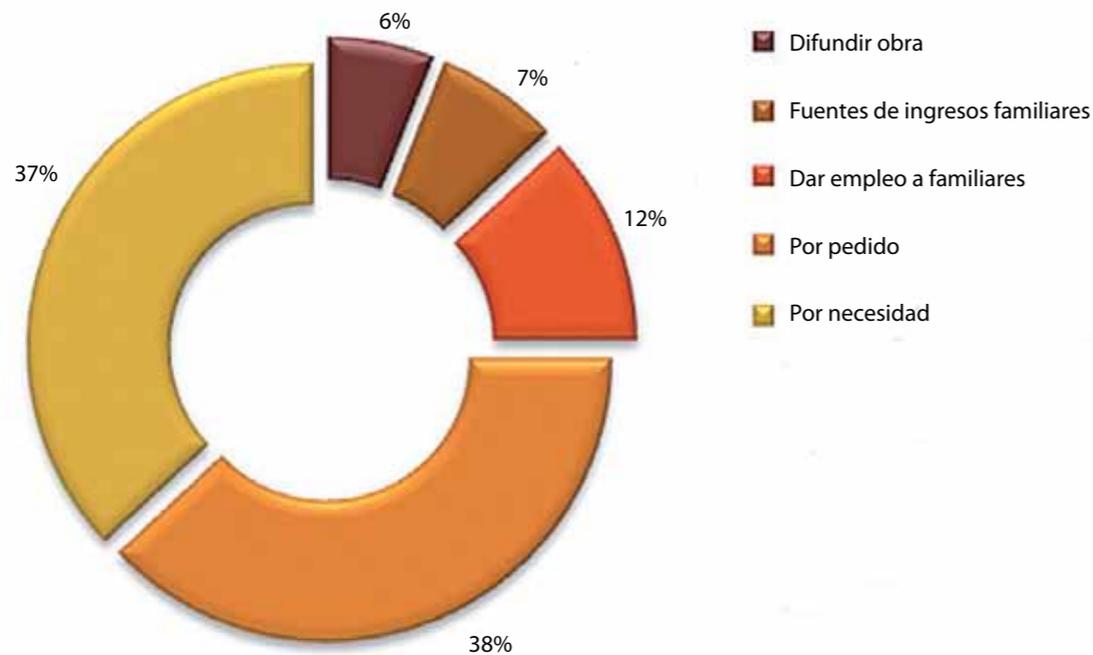


gráfico 13

Sí, ¿por qué razón?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

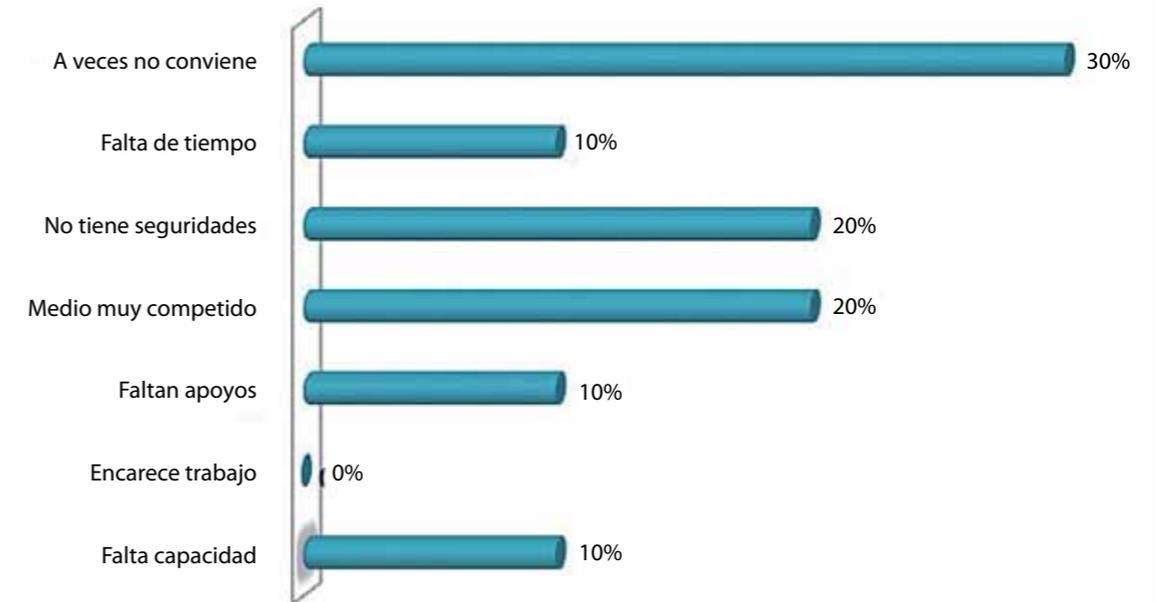


Los que señalaron que no siempre comercializaban su obra (18%), justificaron su respuesta al indicar que muchas veces no les convenía porque la venta no cubría ni la estructura de costos ni los materiales requeridos para su realización o ejecución (30%); sin embargo, también señalaron como respuesta: falta de apoyos, falta de capacidad para las ventas y falta de tiempo (10% para cada una de estas opciones); otras razones fueron: la carencia de seguridad en las transacciones comerciales (29%) y la fuerte competitividad que existe en el medio (20%).

¿Por qué razones "a veces" vende / exporta usted sus creaciones?

gráfico 14

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



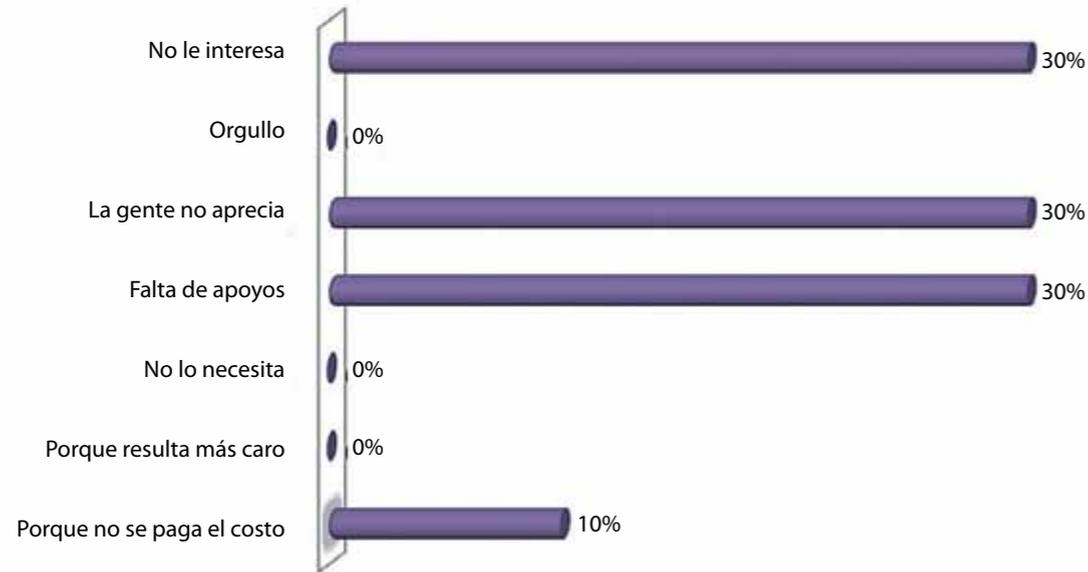
% del total (18%) correspondiente a la respuesta "a veces"

Aquellos que indicaron que no comercializaban su obra o creación (6%), dividieron sus razones en tres argumentos: a) no les interesa, b) la gente no lo aprecia y c) faltan apoyos para la comercialización, cada uno de ellos obtuvo un 30%; el otro 10% afirmó que era porque no se pagaba el costo de la obra o creación.

gráfico 15

¿Por qué razones "no" vende / exporta usted sus creaciones?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

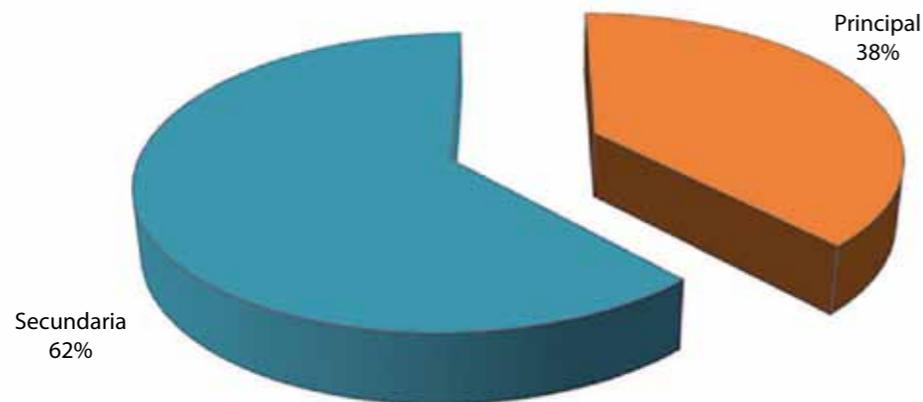


Vale la pena destacar que para la mayoría de los entrevistados (62%) la actividad creativa o cultural que desarrollan ocupa un plano secundario, en términos económicos, ya que deben compensar con otras actividades el ingreso personal o familiar requerido.

gráfico 16

Esta actividad creativa, ¿representa su principal fuente de ingresos o es secundaria?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

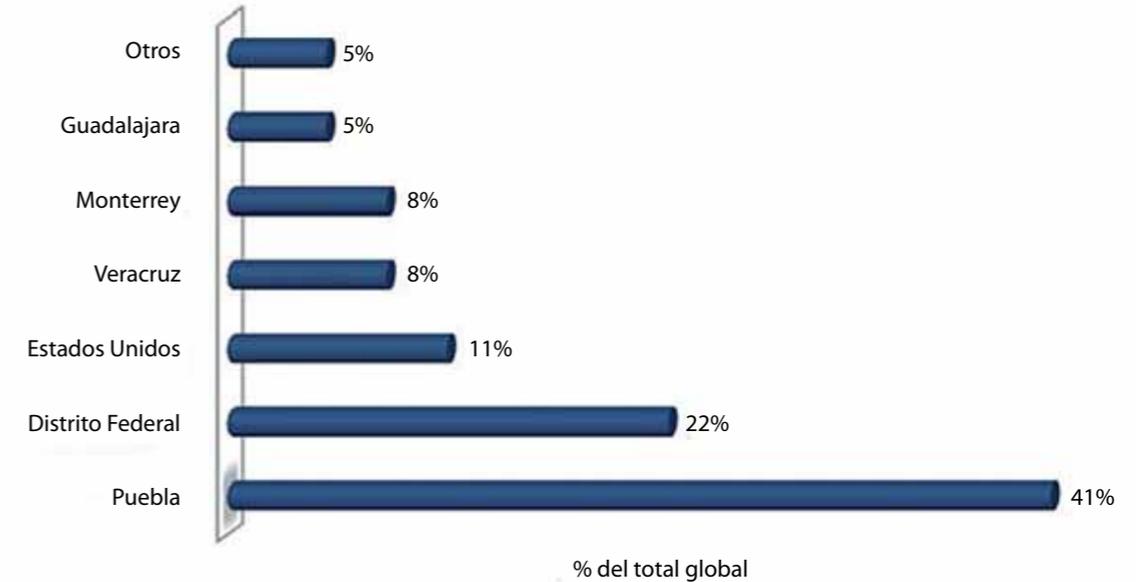


En cuanto al lugar donde comercializan su obra, la mayoría (41%) indicó que realiza sus ventas principalmente en Puebla, le siguen el Distrito Federal con un 22% y los Estados Unidos con un 11%. Veracruz, Monterrey y Guadalajara son otros destinos comerciales de la obra creativa cultural de la capital poblana.

¿Cuáles son las principales localidades, ciudades, estados o regiones en donde usted vende sus obras, piezas o creaciones?

gráfico 17

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Aunque resultó difícil conocer el promedio de *ingreso mensual líquido*⁹ para cada actividad y ramo, el estudio sí fue capaz de ubicar la proporción que éste representa en el *ingreso bruto mensual*¹⁰ del creador y de su familia. El ingreso manifestado por los creadores de la capital poblana, derivado de su actividad creativa-cultural, representa, en promedio, entre el 50 y el 60% del total de sus ingresos personales o familiares mensuales. Cuando se le preguntó al creador poblano si participaría en un fondo regional que facilitara la venta o comercialización de su obra, en México y el extranjero, la mayoría se inclinó por la respuesta afirmativa; sin embargo, casi una cuarta parte dijo que no participaría.

⁹ Ingreso mensual líquido: Cantidad final que resulta después de haber restado al salario bruto las aportaciones a la Seguridad Social y las retenciones del IRPF.

¹⁰ Ingreso bruto mensual: Se define como la cantidad de una compañía o de los ingresos de una persona antes de tomar las deducciones e impuestos.

gráfico 18

¿De existir un fondo regional para vender / exportar sus obras, piezas o creaciones, acudiría a él?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

✓ Sí	✗ No
78%	22%

En cuanto al registro de la obra y los derechos de autor, la gran mayoría de los entrevistados (92%) señaló que si existiera una oficina registral ubicada en la ciudad de Puebla, o al menos en el estado, acudiría a ella para proteger sus derechos intelectuales y de autoría. Solamente 8% dijo no estar dispuesto a aprovechar esa facilidad.

gráfico 19

¿De existir un centro de registro local o estatal para proteger sus derechos de autor y las características de originalidad de sus obras, piezas o creaciones, acudiría a él?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

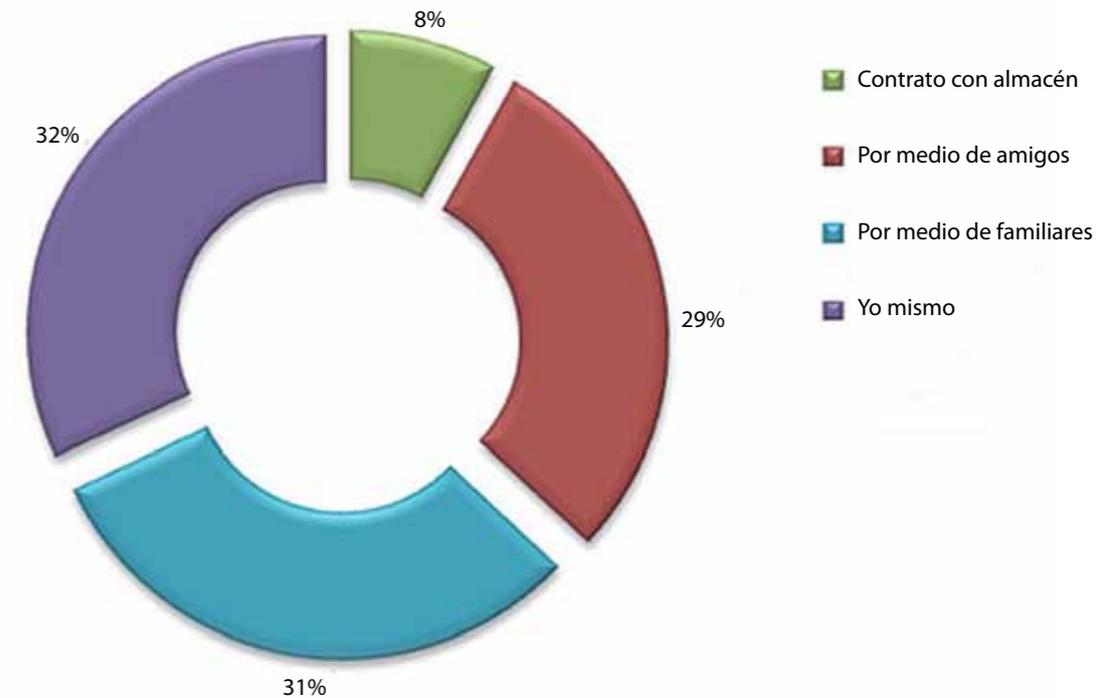
✓ Sí	✗ No
92%	8%

“Desconfianza en las instituciones gubernamentales” es la razón que esgrimieron aquellas personas que se mostraron renuentes a participar en el hipotético fondo regional o a acudir al posible centro de registro local o estatal (gráficos 18 y 19).

Redondeando los aspectos del perfil comercial, solamente 8% de los creadores culturales de la capital poblana manifestaron contar con un contrato comercial con almacenes o galerías para la comercialización y venta de sus obras. El resto se dividió en tercios al declarar que eran ellos mismos quienes se encargaban de comercializar sus productos, o bien, que lo hacían con la ayuda de familiares o amigos.

¿Cómo comercializa sus obras, piezas o creaciones?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



La labor de comercialización también tiene implicaciones de costo para el creador poblano; poco más de la mitad dijo que vender sus productos implicaba una inversión económica de su parte, mientras que el 45% restante afirmó no incurrir en gastos de comercialización o venta a través de terceros, ya que para hacerlo recurría a sus familiares y amigos, principalmente.

¿Tiene algún costo para usted la venta o comercialización de sus obras, piezas o creaciones?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

gráfico 21

✓ Sí	✗ No
55%	45%

gráfico 22

En caso afirmativo, ¿qué porcentaje paga de la venta o comercialización?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



De los que sí pagan por poner su trabajo en el mercado, el 70% debe invertir en este proceso 10% del valor comercial de su creación; el otro 30% llega a pagar hasta 15% del valor de la obra como costo de comercialización.

PERFIL DE PERSPECTIVA

En lo que se refiere al *perfil de perspectiva* de la actividad de los creadores culturales de la capital poblana, poco más de dos terceras partes dijo tener planes para incrementar o mejorar su actividad en el diseño y producción de sus obras y creaciones; una tercera parte adicional se manifestó conforme con la dotación para la creación o producción que tiene actualmente, o al menos dijo no tener planes de expansión o crecimiento a corto y mediano plazo.

gráfico 23

¿Tiene planes para incrementar o mejorar su actividad en el diseño y producción de sus obras, piezas o creaciones?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

✓ Sí	✗ No
68%	32%

Los rubros de inversión propuestos resultaron ser tan variados y dispersos que será más fácil apreciarlos en el análisis correspondiente a las cadenas creativas y de producción cultural, y van desde adquirir un teclado o fuente de poder, hasta la transformación de un taller artesanal o la adquisición e instalación de un trapecio y demás aparatos para artes circenses.

Siguiendo con la perspectiva de crecimiento, más de dos terceras partes de los creadores de la capital poblana manifestaron, en la misma proporción mostrada en el gráfico 23, que contratarían en promedio de dos a tres personas más para el desarrollo o ampliación de su actividad, desde talleristas hasta personal administrativo de apoyo.

¿Contrataría a más personas para el desarrollo de esa actividad?

gráfico 24

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

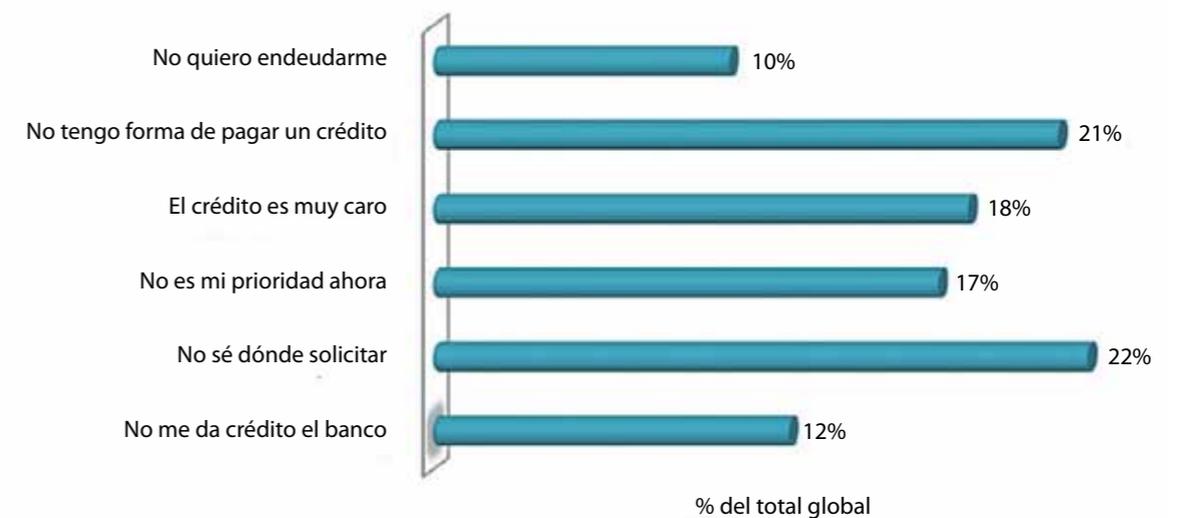
✓ Sí	✗ No
64%	36%

Al indagar por qué no se había realizado hasta el momento esa inversión, las razones fueron variadas: algunos no sabían dónde solicitar apoyo, otros no eran sujetos de un crédito formal, o si estaba disponible el crédito, éste resultaba muy caro o era impagable en los términos ofertados a los creadores.

¿Por qué no ha hecho esa inversión?

gráfico 25

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Por último, y con el ánimo de determinar qué tan bien conoce su mercado el creador cultural de la capital poblana, se le cuestionó en forma directa si estaba al tanto del sexo, la edad, el ingreso, el nivel educativo promedio, la proveniencia, los intereses y gustos de sus clientes, es decir, del perfil de su consumidor final.

gráfico 26

¿Conoce usted el perfil de quien le compra?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

✓	✗
Sí	No
28%	72%

El resultado es significativo: sólo una tercera parte de los encuestados dijo conocer el perfil de su consumidor. El resto dejó en claro que ése era uno de los aspectos más desconocidos, y que por su "variedad", no formaba parte de su estrategia de venta, sino solamente el interés sobre su obra o creación.

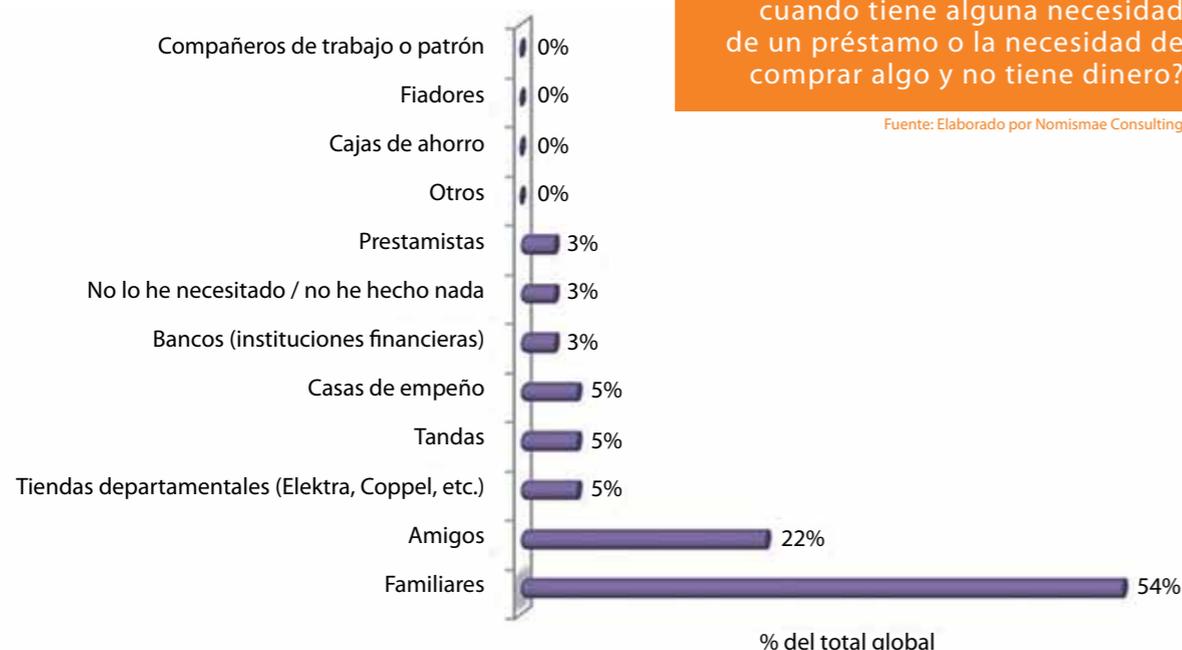
PERFIL FINANCIERO Y ECONÓMICO COMPLEMENTARIO

Para esbozar el *perfil financiero y económico complementario* de la actividad de los creadores culturales de la capital poblana fue necesario ubicar fuentes complementarias de ingreso, inversión y financiamiento destinadas, ya sea al ingreso del creador y su familia, o a la actividad creativa cultural que desarrolla.

gráfico 27

¿A quién recurre generalmente cuando tiene alguna necesidad de un préstamo o la necesidad de comprar algo y no tiene dinero?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



La vía informal de apoyo a la inversión y financiamiento quedó documentada, pues 54% de los creadores afirmó que recurre en primera instancia a familiares, y 22% dijo acudir a sus amigos cuando se veía en la necesidad de contar con recursos extras. En conjunto, suman más de tres cuartas partes de la población encuestada. Este dato resulta consistente con las respuestas obtenidas en otras áreas, ya que muchos de ellos no son sujetos de crédito bancario, o consideran dichos créditos como algo sumamente arriesgado y oneroso, por eso optan por recurrir a familiares y amigos para obtener el financiamiento requerido.

También resultó coherente con otras respuestas relativas a la comercialización de la obra o a la adquisición de algunas herramientas y materiales para su realización, que tan sólo 34% de los creadores efectuara cambios de divisas en forma constante o tuviera ahorros en moneda extranjera.

¿Realiza usted cambios o ahorros en moneda extranjera?

gráfico 28

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

✓	✗
Sí	No
34%	66%

Por otro lado, aunque muchos manifestaron no tener dependientes económicos (además de ellos), otros llegaban a tener hasta cinco o seis dependientes directos. No obstante esa disparidad de circunstancias, la media general de dependientes económicos fue de dos: por lo general su cónyuge y un hijo o padre (adulto mayor).

En lo que respecta a posibles ayudas complementarias que pudieran percibir (becas, jubilaciones, apoyos al empleo y economía familiar), tres cuartas partes de los entrevistados dijeron no contar con ningún apoyo adicional, ya sea de un programa asistencial federal o estatal, o de la seguridad social (pensión o jubilación).

¿Recibe usted o su familia ayuda de algún programa de asistencia estatal o federal?

gráfico 29

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

✓	✗
Sí	No
26%	74%

gráfico 30

¿Están usted o su familia inscritos en algún padrón para ayuda económica, educativa o laboral?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

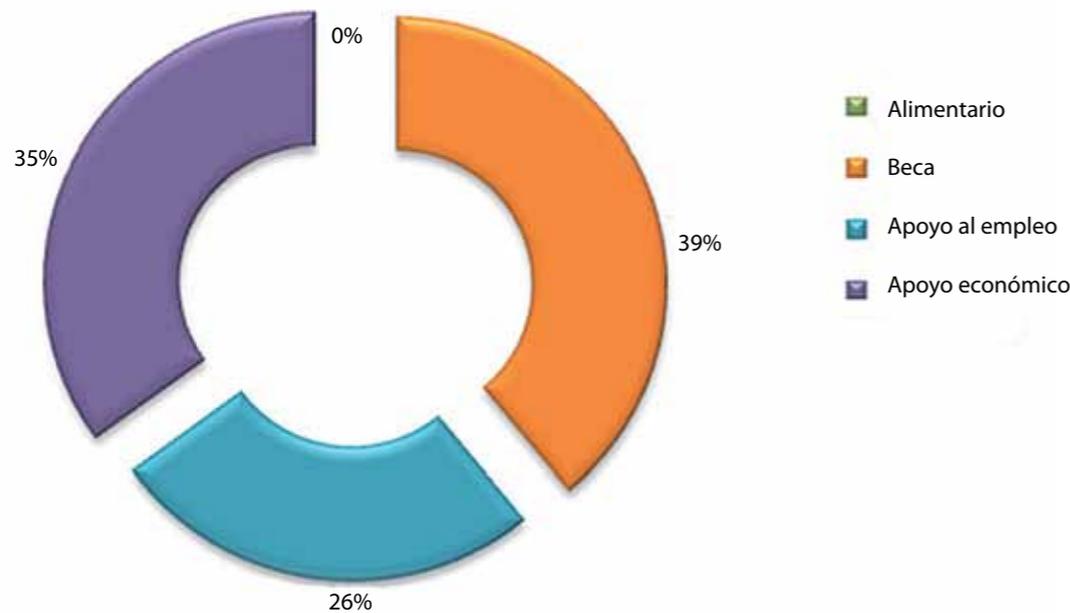
✓	✗
Sí	No
29%	71%

Entre los creadores de la capital poblana que sí perciben algún tipo de apoyo, una cuarta parte, ninguno recibe apoyo alimentario (que se da sólo en casos de pobreza extrema), 35% recibe apoyo económico, 26% apoyo al empleo y 39% cuenta con algún tipo de beca.

gráfico 31

Tipo de programa de los que sí reciben apoyo

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



En otro orden de ideas, el estudio permitió también documentar aspectos de responsabilidad social y participación fiscal por parte de los creadores culturales de Puebla capital. Poco menos de un tercio de creadores manifestó pagar impuestos (algunos mensualmente y otros en forma anual), y poco más de la décima parte se negó a contestar en un sentido afirmativo o negativo sobre el tema. Por una u otra razón: exencio-

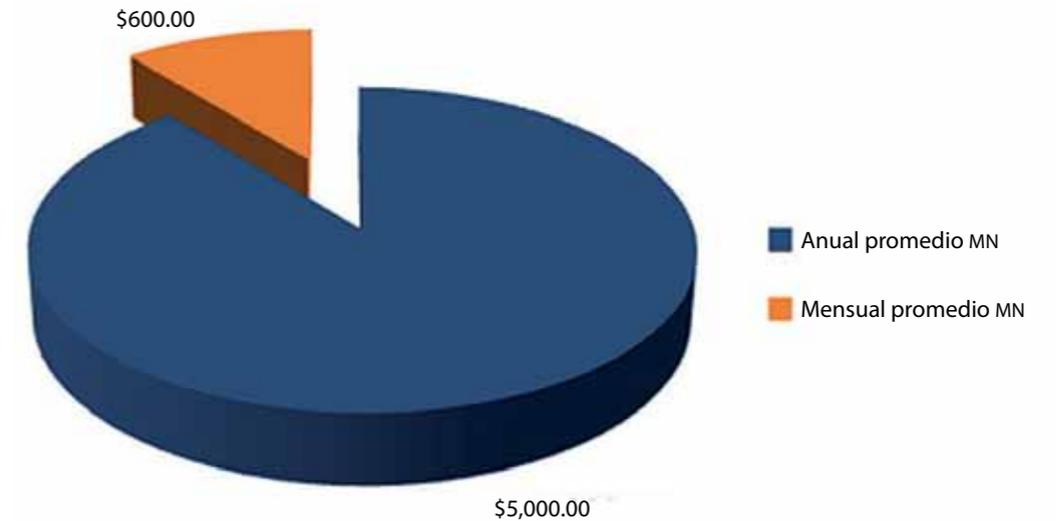
nes, adeudos fiscales, etcétera, 62% de los entrevistados dijo no pagar impuestos. Vale la pena resaltar que al momento de abordar el tema se procuró hacer hincapié en el término impuestos tanto federales como locales.

Dentro de ese 26% que sí paga impuestos de diversa índole, la media general reportó montos de 600 pesos para aquellos que manifestaron hacerlo mensualmente, y de 5,000 pesos para quienes dijeron que lo hacían de forma anualizada.

gráfico 32

¿Cuánto paga usted de impuestos federales o estatales al mes o año? (de los que "sí pagan")

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

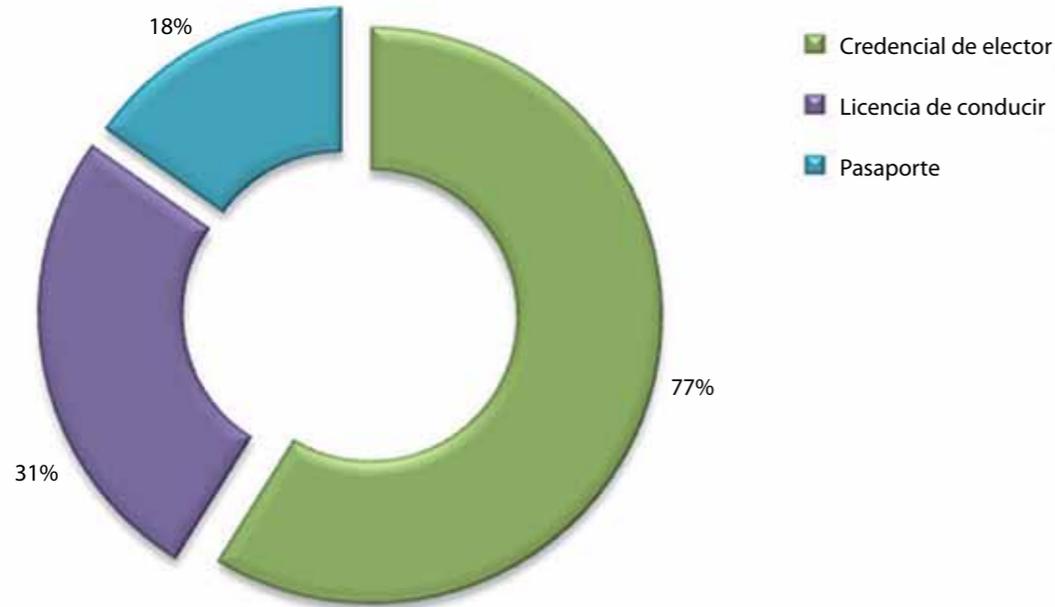


Para conocer aspectos de formalidad, civismo y responsabilidad social de los creadores, se les preguntó si contaban con algún documento oficial de identificación: 77% contaba con credencial de elector y 18% con pasaporte; entre los que manifestaron tener auto, sólo 31% dijo tener licencia de conducir. En el gráfico 33 se muestran estos porcentajes (algunos creadores mencionaron más de un documento de identificación).

gráfico 33

¿Cuenta usted con...?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



A fin de ubicar cuestiones relacionadas con las posibilidades personales de crecimiento, se les preguntó a los encuestados si hablaban otro idioma, además del español, y cuáles eran sus hábitos de consumo cultural.

gráfico 34

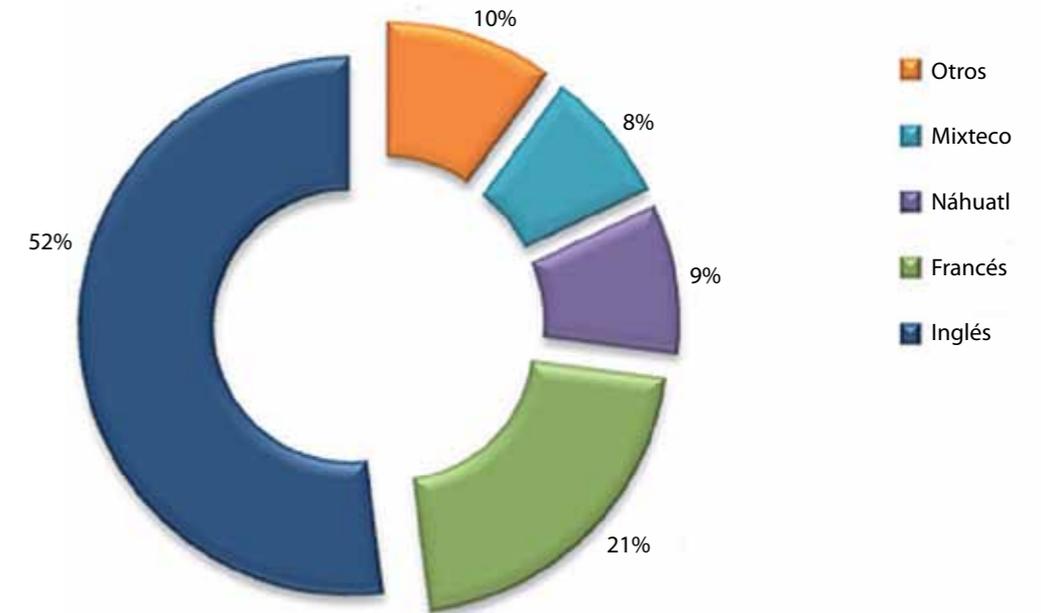
¿Además del español / castellano, habla usted alguna otra lengua / idioma?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

✓ Sí	✗ No
89%	11%

En caso afirmativo ¿cuál o cuáles?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



El estudio muestra que 89% de los creadores habla al menos otra lengua además del castellano, y que los idiomas alternativos al español predominantes entre los creadores son el inglés y el francés; aunque también figuran el náhuatl y el mixteco como otras lenguas preponderantes.

Respecto a sus hábitos relacionados con la cultura, se inquirió a los creadores si consumían regularmente libros y revistas, y de qué tipo o género, en caso de hacerlo. Contra lo que hubiera podido suponerse, sólo 48% (poco menos de la mitad) adquiere libros o revistas de manera regular.

gráfico 36

¿Compra regularmente libros o revistas?

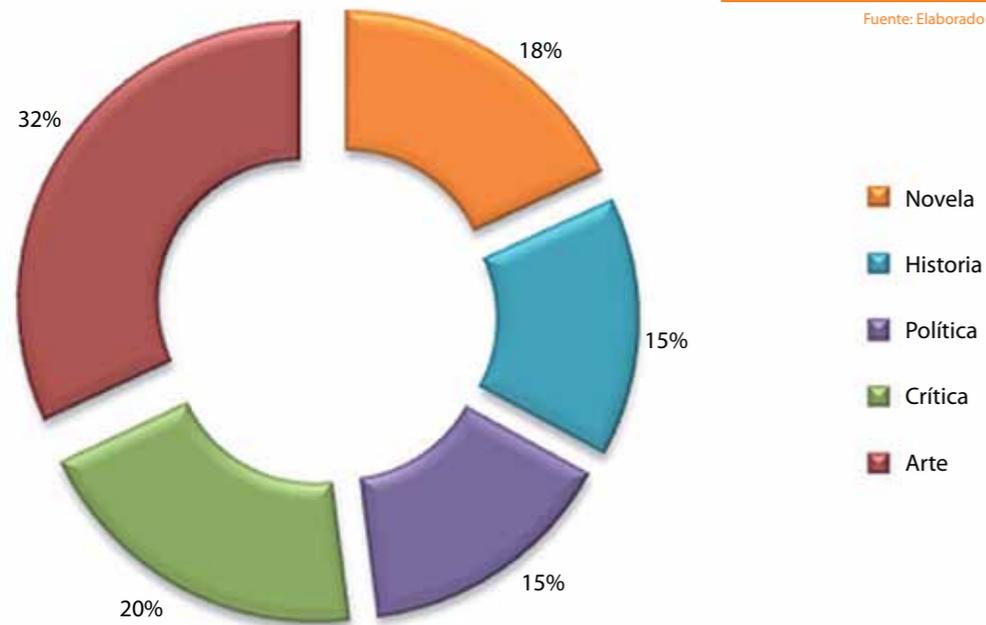
Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

✓ Sí	✗ No
48%	52%

gráfico 37

En caso afirmativo, ¿qué tipo de revistas o libros adquiere?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Las publicaciones que tratan temas de arte resultan preponderantes (32%), seguidas de las de crítica (20%) y novela (18%); los temas de política e historia se quedan con un 15% cada uno.

Por otra parte, se les preguntó también si tenían costumbre y gusto por adquirir obras de arte (ya sean de su propia disciplina o de otras). El resultado fue que 48% dijo estar acostumbrado a invertir en arte, porcentaje que coincide con el de creadores que compran libros de manera regular.

gráfico 38

¿Acostumbra comprar o ha comprado eventualmente obras de arte?

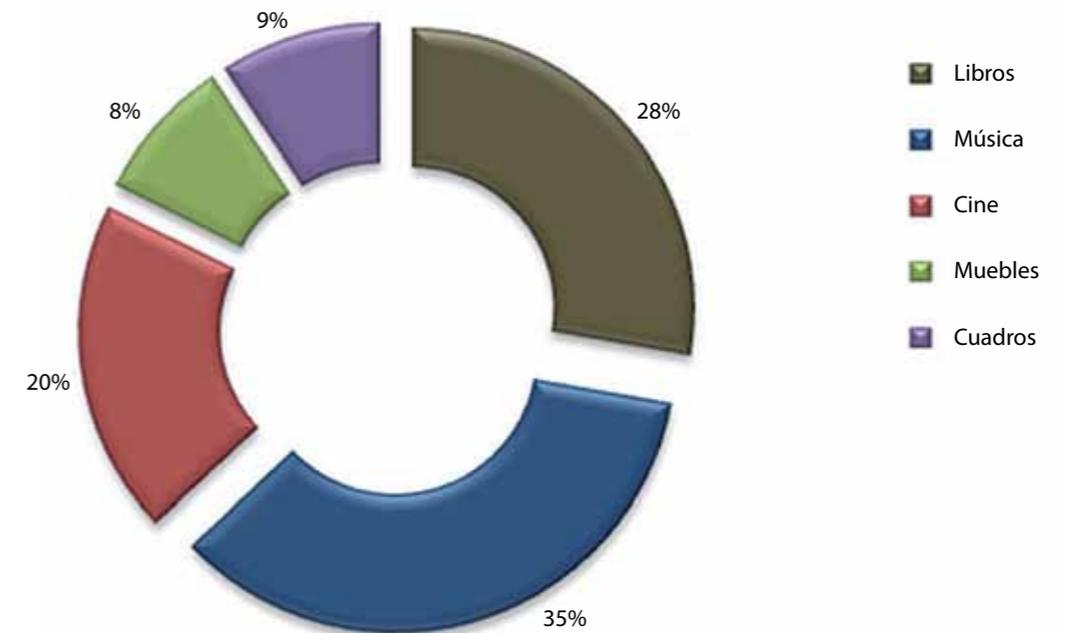
Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

✓ Sí	✗ No
48%	52%

gráfico 39

En caso afirmativo, ¿de qué tipo o cuáles?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Las disciplinas en las que más invirtieron los creadores fueron: música (35%), literatura (28%) y cine (20%).

Hasta aquí el perfil general productivo, de balance comercial y de producto-ingresos del conjunto de actividades y disciplinas artístico culturales evaluadas en la capital poblana.

DESEMPEÑO DE LA POLÍTICA CULTURAL

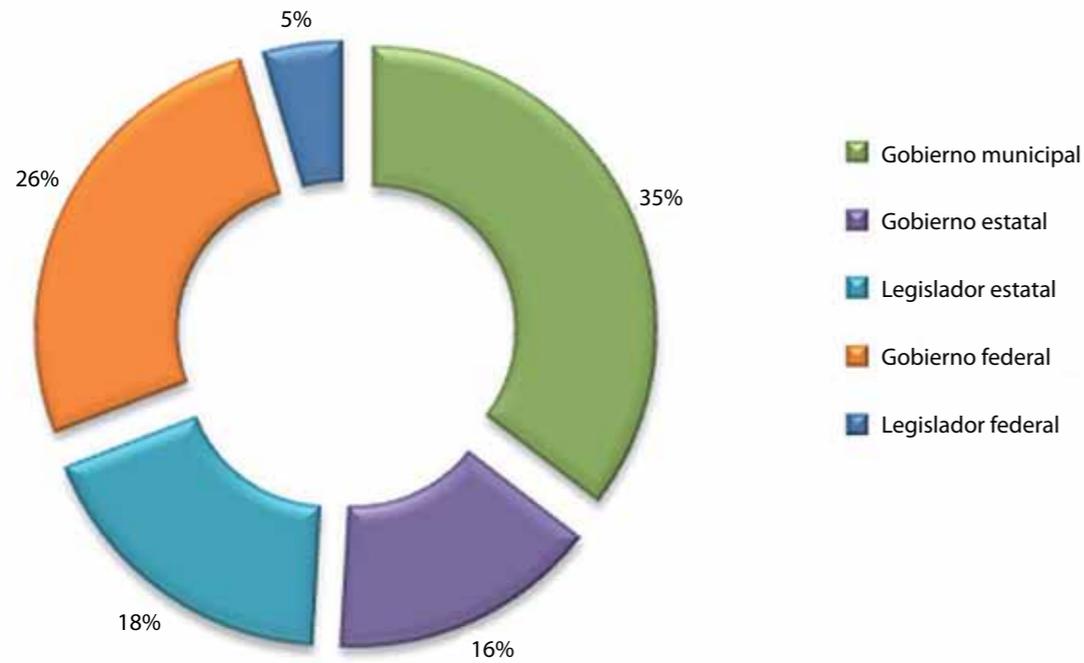
Además del *perfil productivo*, se generó una evaluación, a partir de una valoración abierta, sobre las consideraciones de desempeño de la política cultural que atañe a los creadores poblanos. De tal forma que los entrevistados respondieron preguntas de valoración sobre el desempeño (desde su punto de vista) de las políticas culturales y artísticas a nivel federal, estatal y municipal, así como sobre los principales retos y recomendaciones para el sector en el municipio de Puebla.

En ese sentido, el desempeño de las políticas empleadas, así como el de las autoridades de los tres órdenes de gobierno, fue calificado de la siguiente manera:

gráfico 40

¿A cuál de todos calificaría con mejor desempeño en el ramo cultural?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



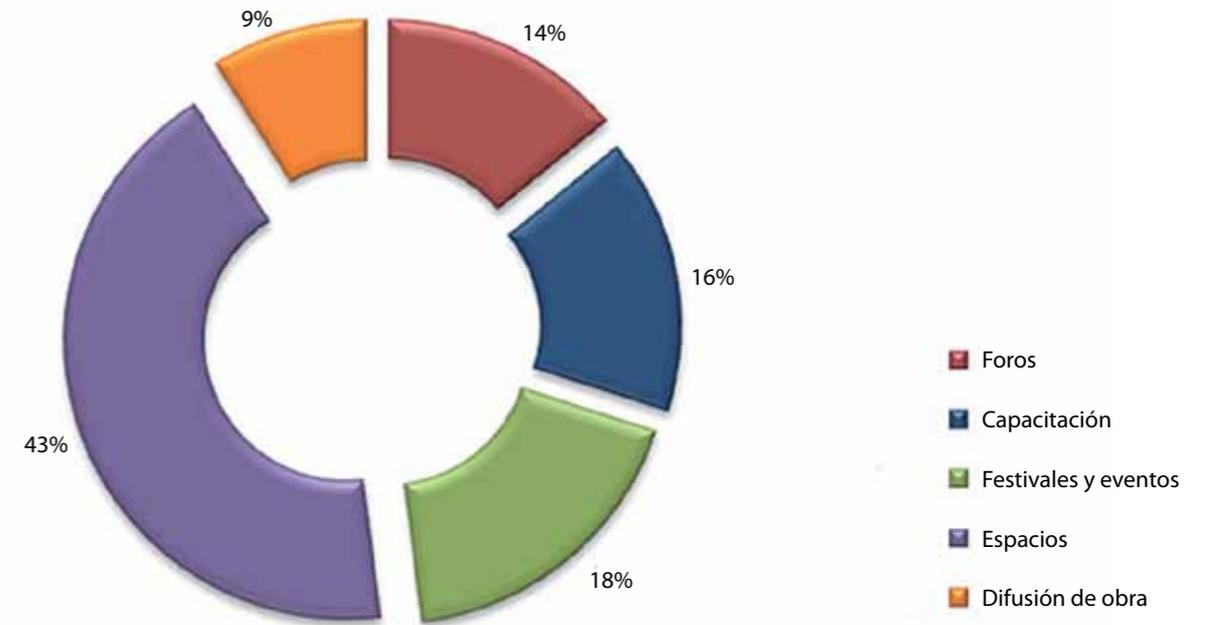
Treinta y cinco por ciento de los encuestados afirmaron que el gobierno municipal es el que ha tenido un mejor desempeño en el ámbito cultural. Este porcentaje lo ubica como el mejor evaluado de la lista.

Vale la pena mencionar que las preguntas que se presentan a continuación fueron formuladas de manera *abierta* para que el creador poblano consiguiera desplegar opiniones, recomendaciones y críticas o reclamos específicos, para que al analizar el conjunto, se pudieran detectar puntos de vista coincidentes en los temas de mayor relevancia para el grupo de encuestados.

gráfico 41

¿Cuáles son las principales necesidades o áreas de apoyo que desearía encontrar por parte del instituto, consejo o secretaría de cultura y arte?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



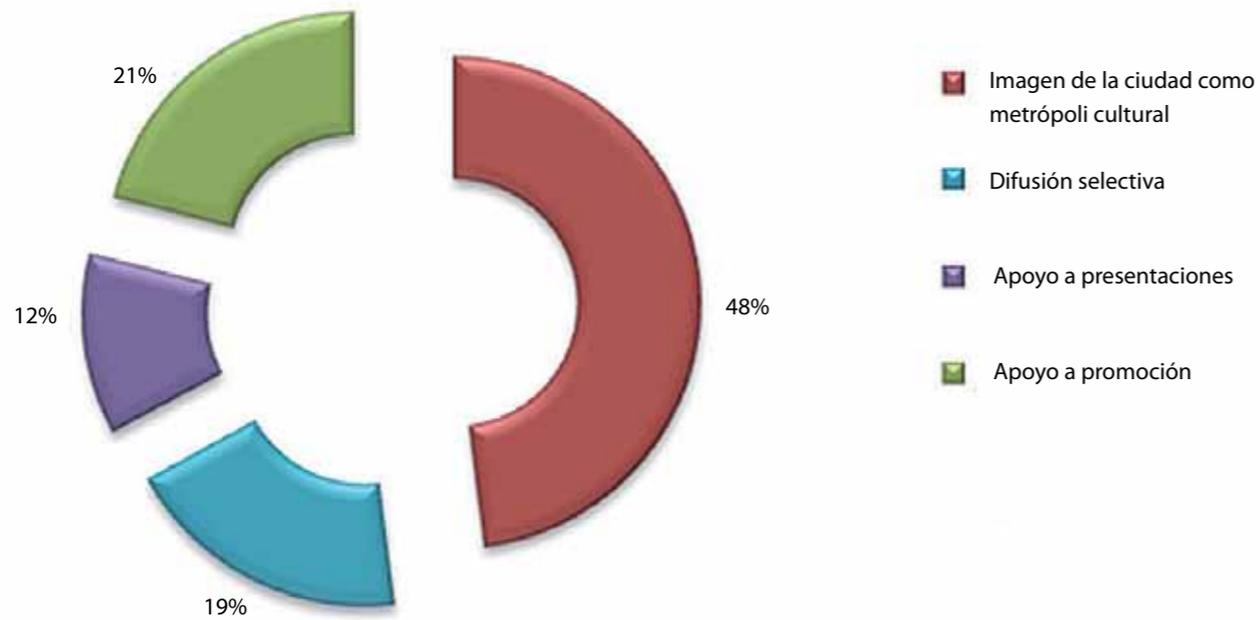
Las principales cinco necesidades ubicadas, en términos de lo que piden y requieren los creadores, son: espacios para difusión y presentación; más festivales o eventos en donde puedan mostrar sus obras y creaciones; capacitación para la gestión cultural en términos generales; más foros de análisis y reflexión sobre temas culturales y entre creadores, y difusión de la obra.

Impulsar y mantener la imagen de la ciudad como metrópoli cultural (con poco menos del 50%); brindar apoyo a presentaciones de valores reconocidos (21%); realizar una difusión selectiva o bien focalizada de los eventos (19%), y apoyar a presentaciones musicales, teatrales, cinematográficas, dancísticas, etc. (12%), son los principales aciertos en la política cultural municipal, de acuerdo al punto de vista del creador de la capital poblana.

gráfico 42

En su caso particular, ¿cuáles considera que son los principales aciertos (actuales) de la política cultural municipal?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

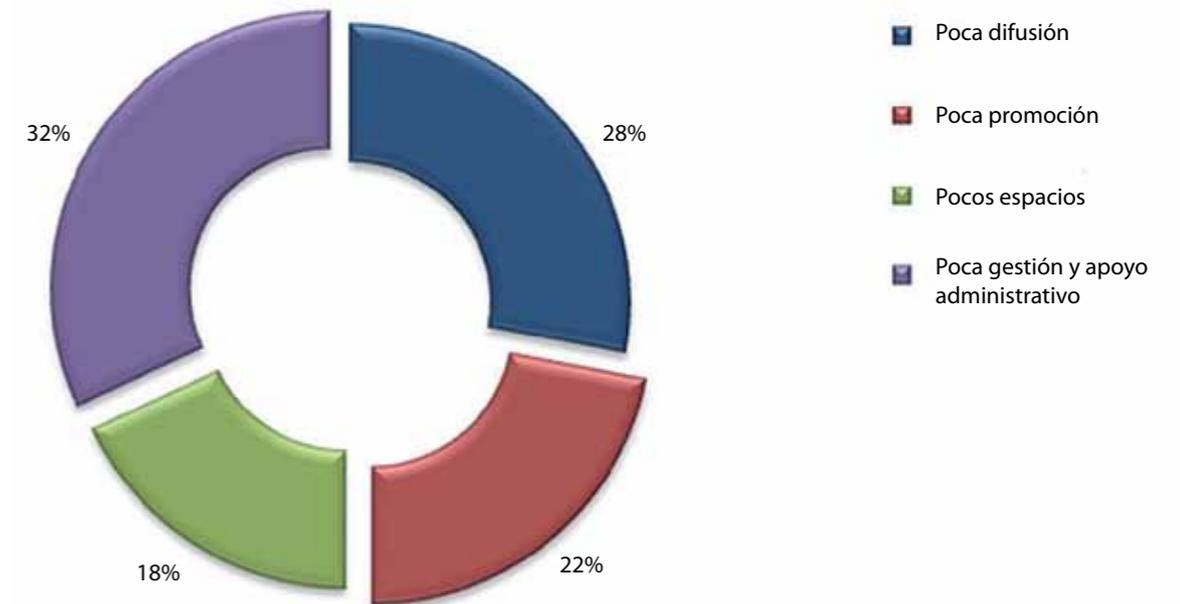


Respecto a los principales desaciertos de la política cultural municipal, el creador consideró en forma promedio los siguientes cinco primordiales: poca gestión cultural y apoyo administrativo (32%); poca difusión genérica (28%); poca promoción a nuevos valores (22%), y pocos espacios para presentar y difundir obras y creaciones (18%).

gráfico 43

En su caso particular, ¿cuáles considera que son los principales desaciertos (actuales) de la política cultural del municipio de Puebla?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

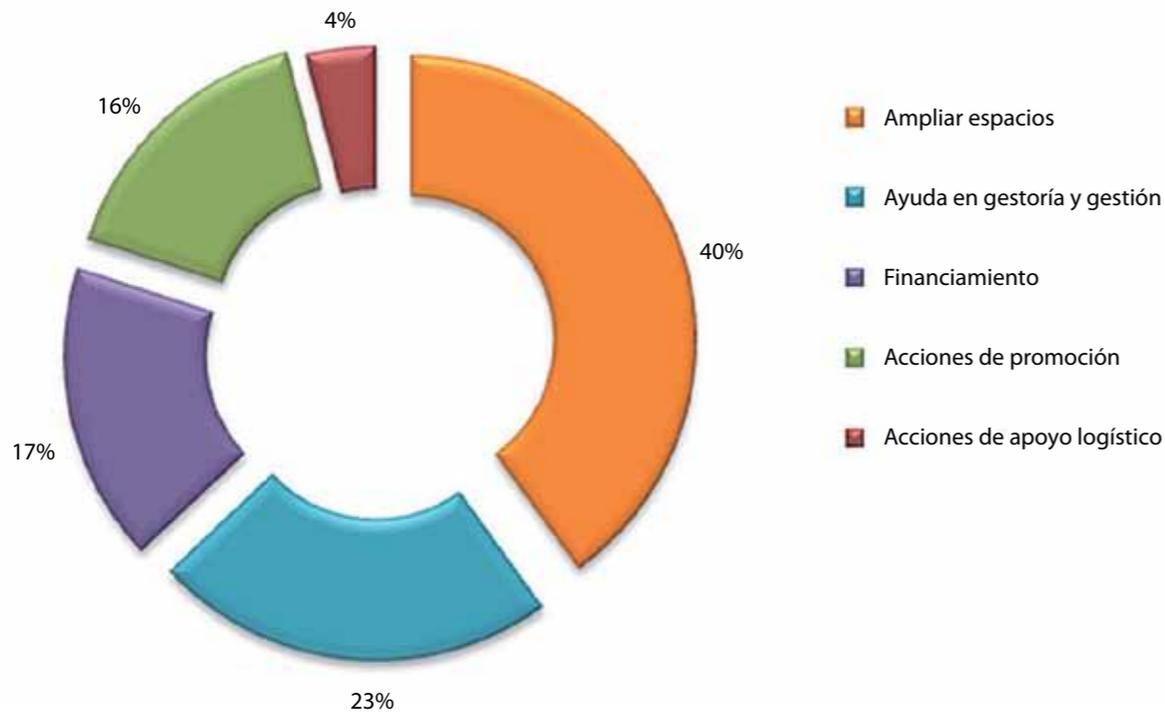


Cuando se le pidió al creador señalar tres acciones inmediatas que propondría para mejorar la política cultural municipal, contestó en forma tan diversa, que se decidió agrupar las respuestas más frecuentes en cinco categorías.

gráfico 44

Indique tres acciones inmediatas que usted propondría, como prioritarias, para mejorar sustancialmente la política cultural en el municipio de Puebla

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



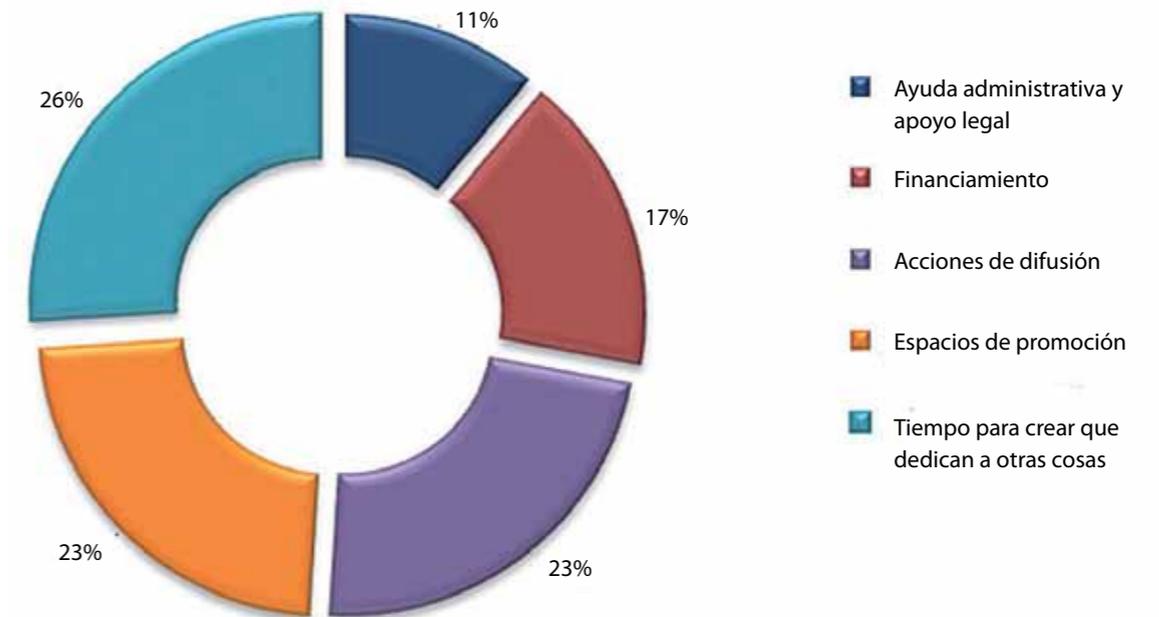
Así, ampliar espacios de presentación y realización de obra (40%); generar o crear áreas que ayuden, orienten y apoyen en gestión cultural (23%), y desarrollar instrumentos que permitan un mayor flujo financiero hacia las actividades culturales (17%), son las tres propuestas más mencionadas. Sin embargo, por haber alcanzado niveles consistentes de mención entre los creadores, también se reconocieron como rubros relevantes (con un 20% en suma): contar con mejores mecanismos de promoción, y ofrecer apoyo logístico para el desarrollo de sus actividades y la presentación o comercialización de su obra.

Finalmente, se cuestionó a los creadores sobre sus retos personales en el sentido de cuáles son los principales problemas que de manera directa enfrentan como creadores en el desarrollo de su actividad artístico-cultural. Este segmento también sirvió para que esta sección fuera más objetiva en cuanto a retos y problemas, aciertos y desaciertos de la política cultural, según el punto de vista de los creadores de la capital poblana.

gráfico 45

¿Cuáles son los principales problemas u obstáculos que usted encuentra en lo cotidiano para realizar su labor creativa o artística?

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting



Destacan entre las dificultades que los creadores poblanos perciben, cinco grandes rubros: la falta de tiempo para trabajar en sus creaciones y obras por dedicárselo a otras labores, ya sean de gestión o para percibir ingresos adicionales a través de otra actividad (26%); tanto los creadores que cuentan con trayectoria como los jóvenes sin experiencia o currículum coincidieron en señalar la necesidad de contar con más y mejores espacios donde puedan presentar y promocionar sus obras y creaciones (23%); también resultan insuficientes los medios para desarrollar estrategias de difusión o para dar a conocer mejor al público sus obras y creaciones (23%); otro problema al que se enfrentan los creadores es la falta de financiamiento para hacer crecer o mejorar su actividad creativa (17%); por último, la falta de apoyos en las áreas contables, legales y de administración se podría subsanar mediante asesorías, orientación y ayuda para la correcta y más eficiente administración y comercialización de su actividad o productos creativos, lo que les permitiría tener un desempeño más exitoso en el retorno de ganancias por su actividad (11%).

Hasta aquí el estudio de campo que presenta, de manera directa, los resultados obtenidos a partir de los instrumentos de medición preparados ex profeso; sin embargo, existen muchas otras implicaciones derivadas del cruce de toda esta información con

entrevistas *in extenso* obtenidas en el periodo que comprendió el estudio, con algunos grupos funcionales (*clusters*¹¹), así como con estudios sobre cultura y turismo desarrollados en años previos.

CONCLUSIONES

El estudio de campo realizado para diagnosticar a las actividades culturales en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla revela aspectos interesantes entre los cuales destacan:

El 98% de las obras o creaciones en la capital poblana se aglutinan en 14 grandes ramas, la más grande de ellas, performance, circo e interpretación musical, que agrupa al 24.3% de los creadores, se encuentra estrechamente ligada a lo que se ha llamado *cultura del entretenimiento*.

El 91% de los creadores invierte entre 100 y 3,000 pesos en la realización de sus obras, y obtienen, en contrapartida, ingresos mensuales que van de 4,000 a 10,000 pesos por concepto de ventas.

Aunque prácticamente la totalidad de los creadores de la capital poblana están conscientes de que la actividad que desarrollan es una buena fuente de ingresos (o tiene el potencial para serlo), más del 60% no conoce puntualmente su estructura de costos, y casi el 70% no sabe a dónde acudir para recibir orientación y apoyo para mejorar sus proyectos.

Al 60% de los creadores que venden su obra les cuesta entre 10% y 15% del precio de venta comercializarlas.

Sólo el 51% de los creadores cuenta con todos los herramientas para la realización de sus obras y creaciones; en cuanto a insumos, 59% necesita adquirirlos de manera foránea y 41% los halla en la capital poblana.

Las cadenas productivas y comerciales de la cultura en Puebla se encuentran disociadas en el balance insumo-producto; es decir, se pudo detectar que el 72% de la producción cultural no obedece a la demanda. Asimismo, en el segmento producto-venta, una proporción similar de unidades creativas (70%) se encuentra con grandes *opacidades de mercado*.¹²

En lo que respecta a la política pública de la cultura, si bien el municipio de Puebla se encuentra mejor calificado por los creadores locales que otros niveles de gobierno, fue posible detectar que precisa de mayores niveles de focalización y tiene poca oferta de espacios para el despliegue de obra. Además, es necesario generar nuevos instrumentos institucionales financieros, de servicios –ya mencionados–, y regulatorios, que faciliten la participación activa de los creadores, no sólo en la construcción día a día de la cultura en la capital poblana, sino en la generación de sinergias con otros sectores: desarrollo urbano, turismo, desarrollo social y comercio.

¹¹ Clusters: Concentración de empresas, instituciones y demás agentes, relacionados entre sí por un mercado o producto, en una zona geográfica relativamente definida, de modo de que conforma en sí misma un polo de conocimiento especializado con ventajas competitivas.

¹² Opacidad de mercado: Cuando, debido a la existencia de información imperfecta entre los agentes hay más de una situación de equilibrio.

CAPÍTULO 2

EL VALOR DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE PUEBLA

RESULTADOS DEL ESTUDIO SOBRE EL VALOR DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUEBLA

Para calcular la contribución económica de las industrias creativas al producto interno bruto de la capital poblana, se emplea la noción de *valor agregado*. Éste se define como la expresión monetaria del valor que se agrega a los insumos en la producción de bienes y servicios; se obtiene al restar a la producción bruta total el importe de los insumos totales. Esta medida es utilizada por las instituciones nacionales de estadística de cada país en el proceso de compilación y elaboración de información económica dentro de sus cuentas nacionales.¹

La suma de los valores agregados del conjunto total de las actividades económicas de México, o de cualquier otro país, da como resultado el producto interno bruto (PIB) nacional. De la misma forma, la suma del valor agregado de todas las actividades identificadas como culturales y creativas resulta en el PIB del sector cultural, a partir del cual, al dividirlo entre el PIB total, se obtiene la participación de las industrias culturales en el PIB de México.

Vale la pena mencionar –como se especifica en el apartado metodológico–, que los censos económicos usados para el presente análisis corresponden solamente a los años 1998 y 2003. No fue posible incorporar los censos económicos de 2008 debido a su periodicidad quinquenal y a que éstos aún se encuentran en una fase preliminar.²

En el caso de la zona metropolitana de Puebla se encontró que el valor agregado del total de las industrias creativas representó el 5.12% del PIB de la región para el año 2003 que, al incluir el componente de *economía sombra* (actividades no capturadas por los procesos estadísticos oficiales), asciende a 7.26%.

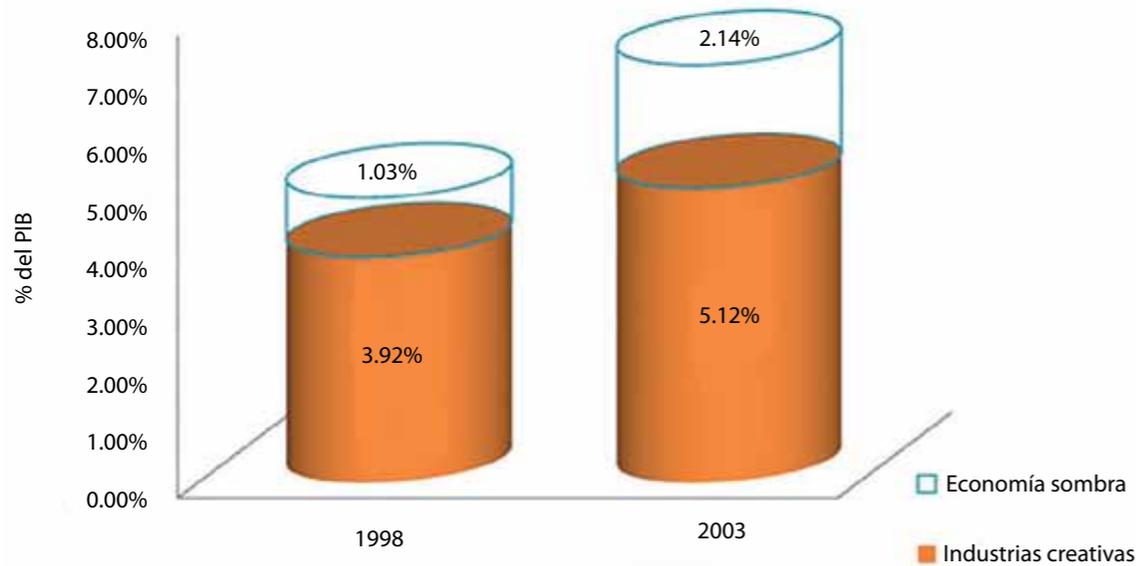
¹ Instituto Nacional de Geografía e Informática, Base de Datos en Cd-Rom "SAIC 5.0", (México 2005).

² http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/res_oportunos/RO-09_Res_definitivos.pdf

gráfico 46

Industrias creativas en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 1998 y 2003 del INEGI



Por lo tanto, aproximadamente siete de cada cien pesos generados en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla son resultado de actividades culturales. De 1998 a 2003 hubo un aumento en las ganancias producidas por la cultura de dos pesos por cada cien.

Estas proporciones muestran que el sector cultural, además de contribuir fuertemente a la producción de las ciudades, ha tenido un intenso desarrollo en los últimos años. De 1998 al 2003 se observó un incremento de la aportación de las actividades basadas en la creatividad y la cultura de 1.2 puntos porcentuales en el PIB. Si se toma en consideración a la economía sombra, el incremento de la aportación al PIB del sector cultural entre 1998 y 2003 sería de 2.31 puntos porcentuales.

DIVISIÓN POR CATEGORÍAS

Como se describe en el anexo metodológico, el análisis de las actividades económicas basadas en la cultura y la creatividad se clasifica en cuatro categorías, de acuerdo a su grado de incorporación a las industrias creativas (IC): **a)** base, **b)** interdependientes, **c)** parcialmente relacionadas y **d)** no dedicadas. Existe una quinta categoría que merece mención aparte, la *economía sombra*.

Cada una de las industrias ubicadas en dichas categorías tiene una aportación distinta al PIB cultural, de acuerdo a la importancia de su actividad para las industrias culturales y creativas; así, las industrias base e interdependientes aportan más al PIB que las parcialmente relacionadas y las no dedicadas.

gráfico 47

Valor Agregado (2003)		
	% del PIB	Millones de pesos
Base	2.74%	4,101
Interdependientes	1.67%	2,483
Parcialmente relacionadas	0.57%	842
No dedicadas	0.15%	220
Economía sombra	2.14%	3,195
Total	7.26%	10,841

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI

En el año 2003, las *industrias base*³ tuvieron una aportación de 2.74% del PIB para la zona metropolitana de la ciudad de Puebla, equivalente a 4,101 millones de pesos. Las industrias clasificadas como *interdependientes*⁴, contribuyeron con 2,483 millones de pesos, 1.67% del PIB metropolitano. Por su parte, las industrias *parcialmente relacionadas*⁵ aportaron 0.57% del PIB, es decir, 842 millones de pesos; mientras que las *no dedicadas*⁶ generaron 220 millones de pesos, 0.15%.

Las actividades que pertenecen a la *economía sombra* representan el 2.14% del PIB de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla y equivalen a 3,195 millones de pesos. Es importante destacar que dichas aportaciones, además de no generar los mismos beneficios que el resto de las categorías por encontrarse en la informalidad, constituyen una tercera parte de las aportaciones a las actividades culturales, y casi igualan a las industrias base, las cuales, como su nombre lo indica, son el elemento principal de las industrias creativas.

³ Industrias base: Aquellas actividades que se dedican enteramente a la creación, producción, fabricación, difusión, comunicación, exposición y distribución de material relacionado con la cultura y la creatividad.

⁴ Industrias interdependientes: Su labor es facilitar la creación, la producción y el uso de material cultural y creativo.

⁵ Industrias parcialmente relacionadas: En estas industrias, algunas de sus actividades se relacionan con los trabajos protegidos por los derechos de autor y pueden implicar la creación, la producción, la fabricación, el funcionamiento, la difusión, la comunicación y la exposición, la distribución y las ventas.

⁶ Son aquellas en las cuales una porción de sus actividades se relaciona con facilitar la difusión, la distribución o las ventas de los trabajos protegidos por los derechos de autor.

gráfico 48

Industrias creativas divididas por subsectores

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI

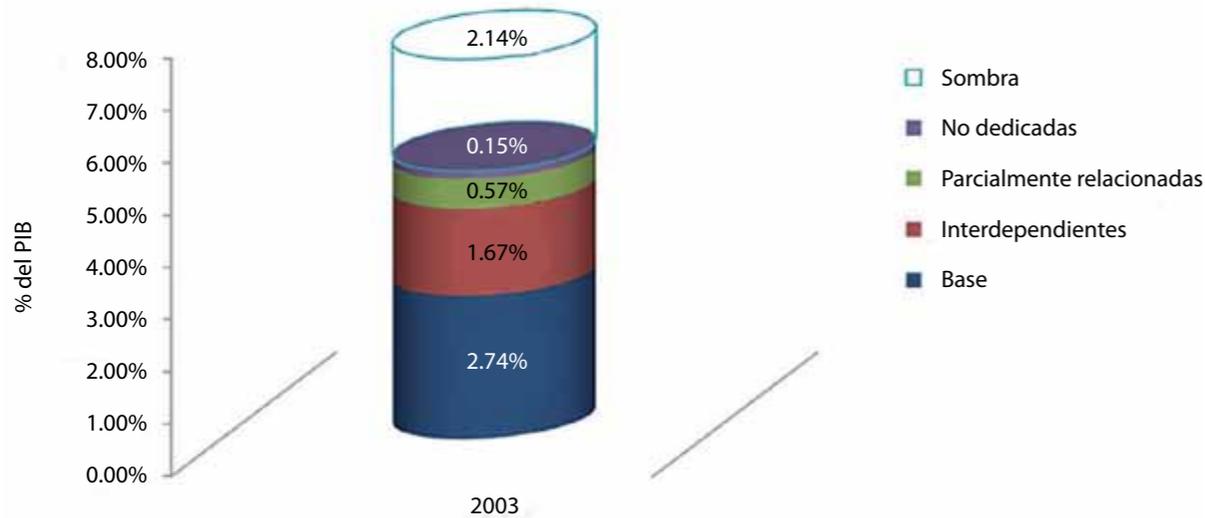
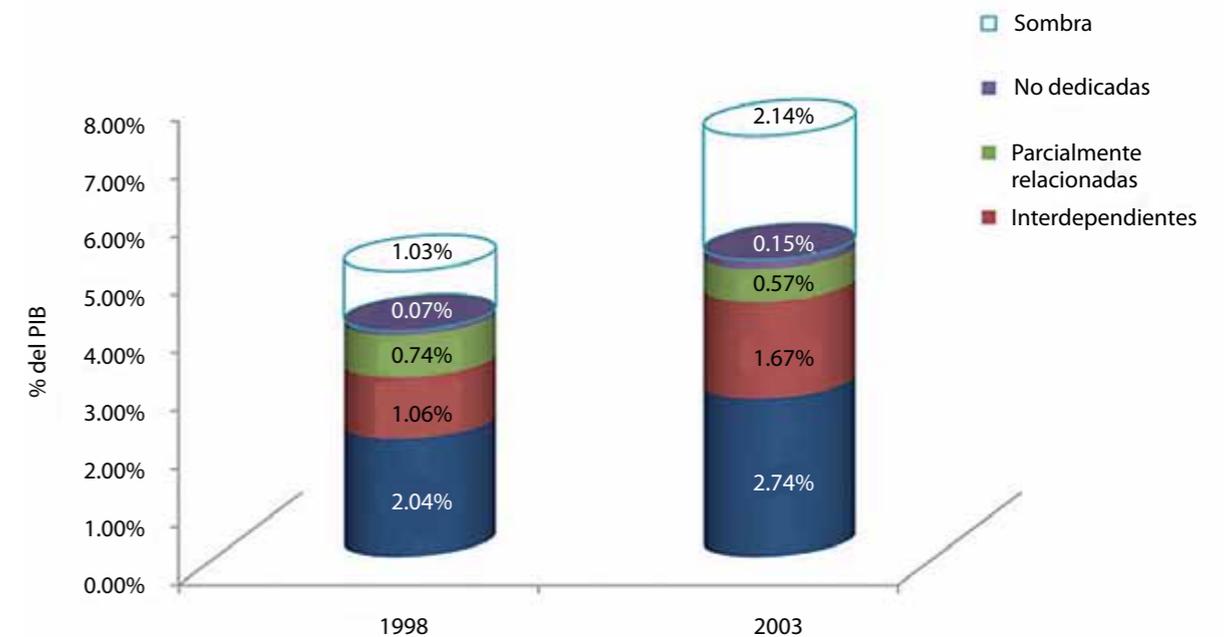


gráfico 49

Comparación del crecimiento de las industrias creativas divididas por subsectores

Fuente: Elaborado con base en el Censo Económico de 2003 del INEGI



Para la actividad cultural, las industrias base tienen una importancia crucial. Representan más de la tercera parte del total de las actividades culturales, y su contribución al PIB metropolitano (2.74%) es equiparable al porcentaje que aportan en su totalidad sectores como el de la construcción (3.70%).⁷

Al hacer un análisis dinámico de las aportaciones de cada una de las categorías, podemos observar que no todas han tenido una evolución similar a través del tiempo. El mayor cambio en la contribución al PIB para el año 2003 se concentra en la economía sombra, la cual aumentó 1.11 puntos porcentuales. Esta categoría mostró el crecimiento más significativo, ya que duplicó sus aportaciones entre 1998 y 2003.

La segunda variación importante se encuentra en las industrias base, las cuales tuvieron un aumento significativo de 0.7 puntos porcentuales, pasando de 2.04% en 1998 a 2.74% en el 2003. Conviene volver a destacar que las industrias base concentran la esencia de las actividades basadas en la cultura y la creatividad, razón por la cual un mayor crecimiento de éstas representa beneficios mayores y más directos para el sector en su conjunto.

⁷ Ver gráfico 50.

Las actividades culturales y creativas en su conjunto aportan al PIB más que otros sectores de la economía, como el de la construcción, que se mencionó anteriormente, y la suma de los sectores agropecuario, silvicultura y pesca.⁸

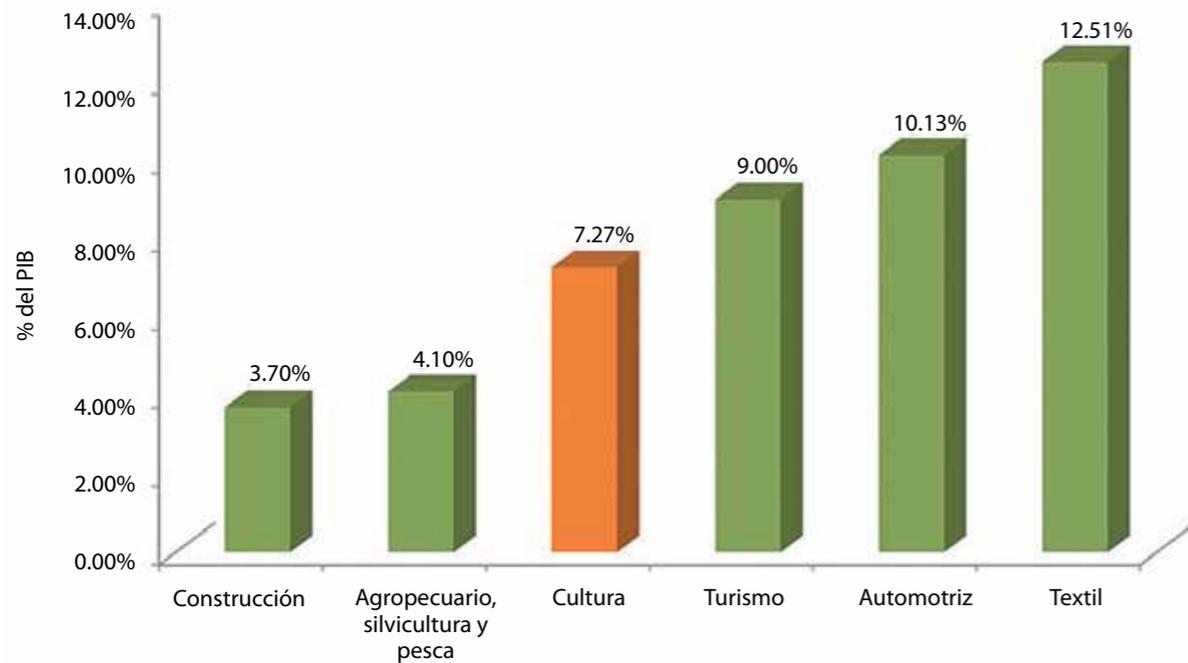
Si la aportación económica de las actividades culturales y creativas se compara con otras industrias desarrolladas en el estado de Puebla, se puede ver que el sector cultural ocupa el cuarto lugar de importancia como actividad económica en la entidad.

⁸ Ver gráfico 50.

gráfico 50

Aportación al PIB por sectores en el año 2003

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI y datos específicos de cada sector



El sector cultural se encuentra por debajo de la industria textil, de la automotriz y del turismo, que son considerados ejes para el desarrollo del estado de Puebla. Sin embargo, es importante recordar que tanto la industria textil como el sector turismo, comparten beneficios directos con el sector cultural lo cual otorga un nuevo balance a la aportación del sector al PIB.

UNA ESTIMACIÓN DEL EFECTO DE LA ECONOMÍA SOMBRA EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE PUEBLA

Como se describe en el anexo metodológico, dentro de la *economía sombra* se consideran aquellas actividades pertenecientes a las economías informal e ilegal que escapan a la detección de las estimaciones oficiales.⁹ Como ya se ha mencionado, es importante tener clara la diferencia entre estos dos conceptos:

El subsector informal puede describirse como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes y servicios con la finalidad primordial de generar empleo e ingreso para las personas implicadas. Estas unidades se caracterizan por funcionar con un bajo nivel de organización, con poca o ninguna división entre el trabajo y el capital, en cuanto a factores de producción, y a pequeña escala. Las relaciones laborales, cuando existen, se basan gene-

⁹ Philip Smith. "Assessing the Size of the Underground Economy: The Canadian Statistical Perspectives", *Canadian Economic Observer*. Catalogue No. 11-010, Canadá, 1994, p. 18.

ralmente en el empleo ocasional, en el parentesco o en las relaciones personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales.¹⁰

Respecto al subsector de las industrias ilegales, éste abarca las actividades penadas por la ley tales como "la producción nacional, industrialización y distribución de energéticos y estupefacientes, la producción pirata de software, música y videos, la usura, la reventa de taquilla, las intervenciones quirúrgicas desautorizadas, el comercio y transporte de mercancías de contrabando, entre otras".¹¹

De acuerdo con los fines y alcances de este análisis, solamente se hace una estimación de la economía sombra para aquellas actividades informales, ilegales y otras no capturadas por el proceso de generación estadística oficial, que conciernen a la economía basada en la cultura y la creatividad, por ejemplo:

- Producción y venta de obras de arte sin registro
- Producción y comercialización ilegal de discos, videos y libros
- Impresión y comercialización ilegal de pósters, imágenes y fotografías
- Difusión pública no registrada de música.

Los estudios que identifican y clasifican a México como uno de los países con elevados índices de economía sombra son diversos, sobre todo por el componente de la piratería.

Entre los análisis más recientes que evidencian el alto nivel de economía sombra que existe en nuestro país se encuentra la reciente encuesta publicada por *American Chamber Mexico (AMCHAM)*, la cual ilustra y cuantifica ese fenómeno. Destaca entre sus resultados que la industria establecida pierde alrededor de 964,688 millones de pesos al año solamente por piratería, mientras que el gobierno deja de recaudar 125,795 millones de pesos por concepto del impuesto al valor agregado (IVA), y 327,994 millones de pesos por el impuesto sobre la renta (ISR).¹²

Dado que debilita las industrias locales, se relaciona con el crimen organizado, fomenta la delincuencia y favorece la evasión de impuestos, entre otros efectos negativos señalados en las conclusiones de la encuesta, la piratería resulta nociva para la economía nacional.

Adicionalmente, otros estudios han hecho notar la gravedad de este problema y los efectos económicos que tiene. En el ámbito internacional, la organización *Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy*¹³ (BASCAP, por sus siglas en inglés), por iniciativa de la Cámara Internacional del Comercio (ICC, por sus siglas en inglés), publicó un reporte sobre el impacto de la falsificación en los gobiernos y los consumidores, que analiza las repercusiones de la piratería en la economía. En este estudio se encontró que en México la falsificación le cuesta al gobierno aproximadamente 2,744 millones de pe-

¹⁰ INEGI. "Cuentas por Sectores Institucionales, Cuenta Satélite del Subsector Informal de los Hogares, Metodología". México, 2002, p. 8.

¹¹ Ídem., pp. 10-11.

¹² American Chamber Mexico, *3ª Encuesta de Hábitos de Consumo de Productos Pirata y Falsificados en México*, noviembre, 2009.

¹³ En español: Acciones de Negocios para detener la Falsificación y la Piratería.

tos al año.¹⁴ Según estimaciones conservadoras realizadas en el estudio, solamente la falsificación representa un 8% del PIB de México, y el impacto total en ingresos para el gobierno se encuentra en el orden del 1% de sus ingresos fiscales. Esto es equivalente al 30% de lo que México gasta en educación preescolar y al 10% del gasto destinado a la educación secundaria.

Además, el gobierno mexicano también pierde por concepto de pago de impuestos de las empresas multinacionales que dejan de invertir en la economía mexicana, debido a que no existe una aplicación más estricta de las leyes antipiratería o de propiedad intelectual.¹⁵

Por las razones mencionadas con anterioridad, se estima que la economía sombra representó 2.14% del PIB de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla en el año 2003; cantidad equivalente a 3,202 millones de pesos para ese año. Dicho monto es generado desde la informalidad, mermando los beneficios potenciales para la sociedad en general y el crecimiento del sector cultural.

Al aplicar estas estimaciones –que representan la aproximación más modesta, con el fin de evitar una sobrevaluación de la contribución de la economía sombra– el valor de las actividades culturales y creativas como porcentaje del PIB de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla se eleva a 7.26%.

gráfico 51

Actividades culturales y creativas por subsectores, 2003		Zona metropolitana de Puebla
Impacto primario	Base	2.74%
	Interdependientes	1.67%
Impacto secundario	Parcialmente relacionadas	0.57%
	No dedicadas	0.15%
Economía sombra	Economía sombra	2.14%
Total		7.26%

Fuente: Elaborado con base en el Censo Económico del 2003 del INEGI

¹⁴ International Chamber of Commerce (ICC), Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy (BASCAP), *The Impact of Counterfeiting on Governments and Consumers*, Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy, Mayo 2009

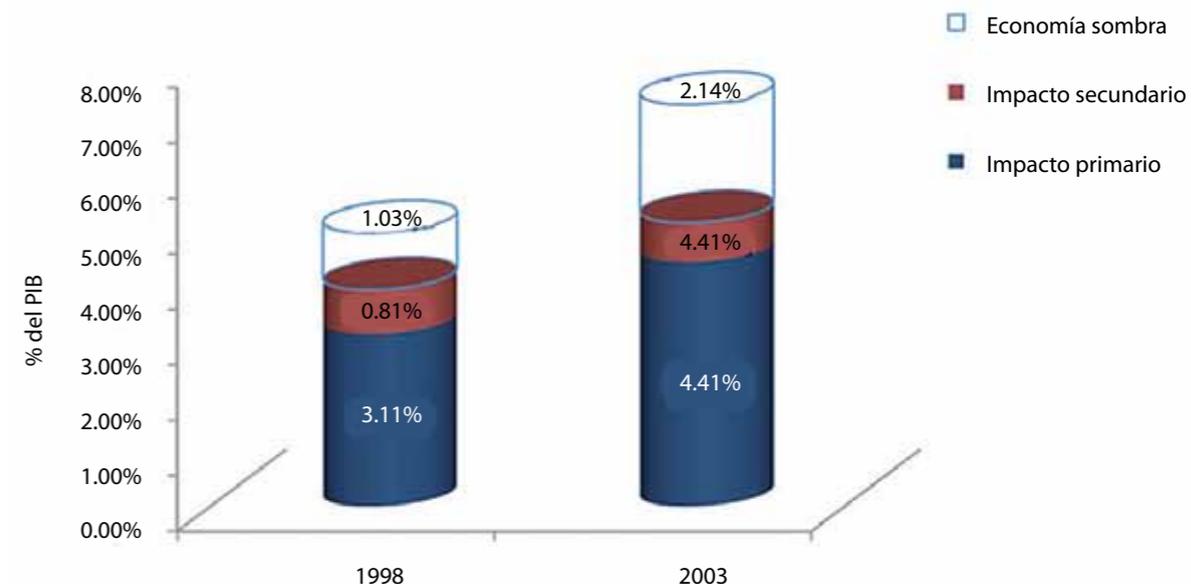
¹⁵ Ídem.

Así, tenemos que para el año 2003, el valor agregado por la economía sombra supera al impacto secundario y representa tres cuartas partes del impacto primario de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla.

Impactos primario-secundario-sombra de actividades culturales y creativas en la ZMP

gráfico 52

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 1998 y 2003 del INEGI



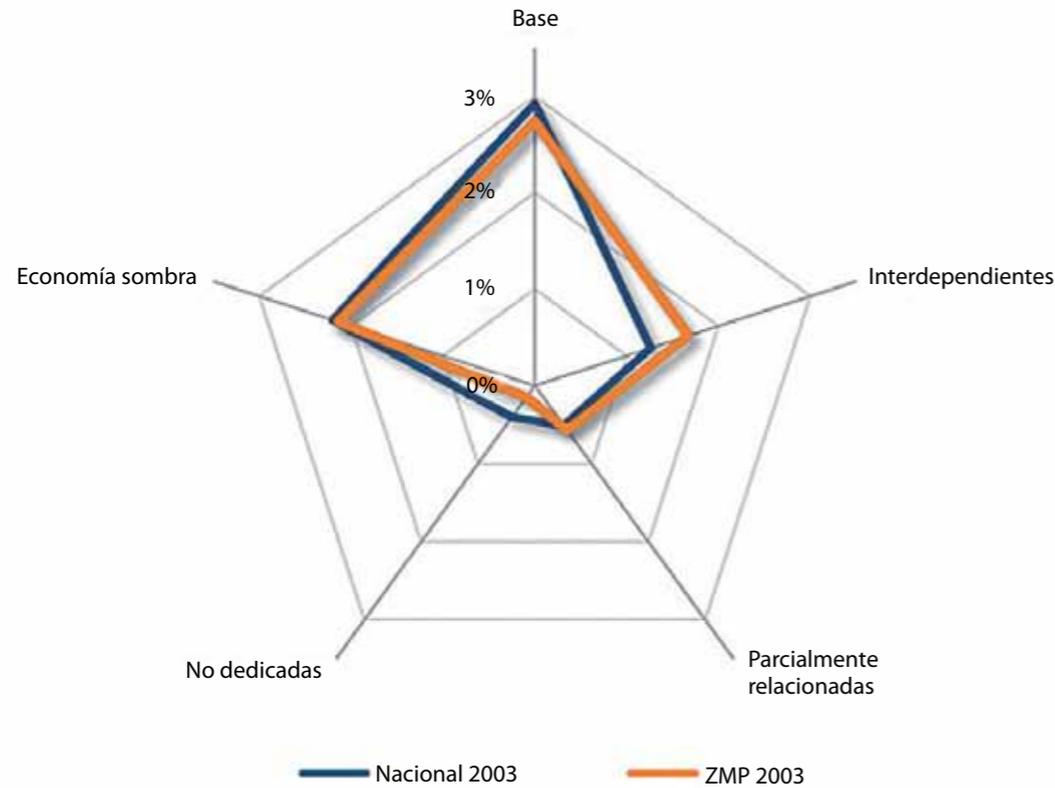
Tanto el impacto primario como la economía sombra tuvieron un crecimiento de más de un punto porcentual entre 1998 y 2003.

Es importante reiterar que si bien el valor generado por la economía sombra produce algunos efectos positivos, si se ubicara en el espacio de la economía formal, el impacto potencial sería mucho mayor y generaría mayores beneficios para la sociedad en general y, en específico, para el sector cultural.

gráfico 53

Comparativo de la contribución económica en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla (ZMP) contra la nacional

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI



La contribución económica de la cultura se distribuye de la misma forma en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla que a nivel nacional, lo que implica que las aportaciones culturales en Puebla siguen la tendencia del país.

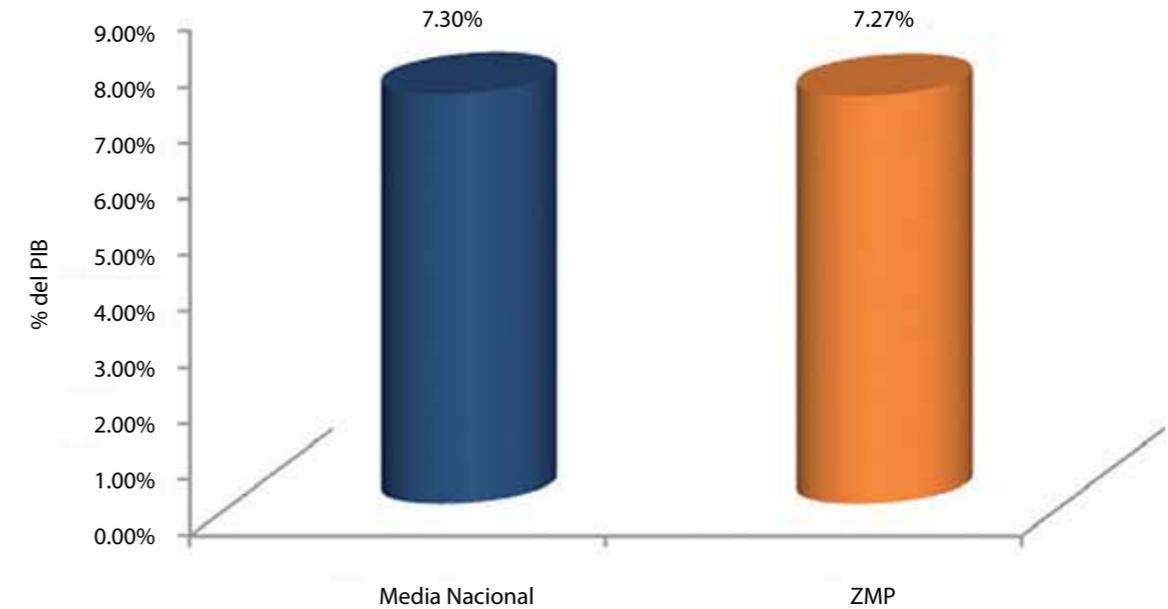
Las contribuciones económicas más importantes provienen de la industria base, la economía sombra y las industrias interdependientes.

Al comparar la contribución de las actividades culturales al PIB de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla, contra el valor generado por las mismas actividades a nivel nacional, se puede observar que en general ambas presentan un comportamiento similar, sin embargo, Puebla cuenta con una menor proporción de actividades no dedicadas, situación que se explica por la naturaleza cultural de la ciudad.

gráfico 54

Comparativo entre los totales de la contribución económica en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla (ZMP) y la nacional

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI



La contribución económica de las actividades culturales y creativas en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla es prácticamente igual a la contribución generada a nivel nacional.

Por otro lado, en el ámbito poblano se da una mayor proporción de actividades interdependientes, las cuales son intensivas, esta situación se suma al elevado componente cultural de la ciudad, en la producción, fabricación y venta de equipo especializado que sirve de soporte para las actividades culturales.

Es pertinente recalcar que el estado y la ciudad de Puebla cuentan con un componente cultural más alto que el promedio nacional, razón por la cual es natural que tengan una mayor proporción de actividades de impacto primario.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la información básica utilizada para los cálculos de producción proviene de los Censos Económicos del INEGI, que son generados cada cinco años y publicados en su totalidad dos años después. Aunque es una práctica común a nivel internacional que los cálculos siempre vayan atrasados un periodo de tiempo específico, para este análisis se quiso hacer una estimación más reciente usando algunos resultados parciales de los Censos Económicos 2009. De esta manera, se propone una estimación de la participación en el producto interno bruto de las industrias creativas en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla al año 2008.

gráfico 55

Valor agregado de las industrias creativas y culturales en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla, 2008^e

Fuente: Proyecciones elaboradas por Nomismae Consulting con base en los resultados preliminares de los Censos Económicos 2009 del INEGI

Valor agregado proyectado	
	2008 ^e
Base	2.74%
Interdependientes	1.67%
Parcialmente relacionadas	0.57%
No dedicadas	0.15%
Sombra	2.14%
Total	7.31%

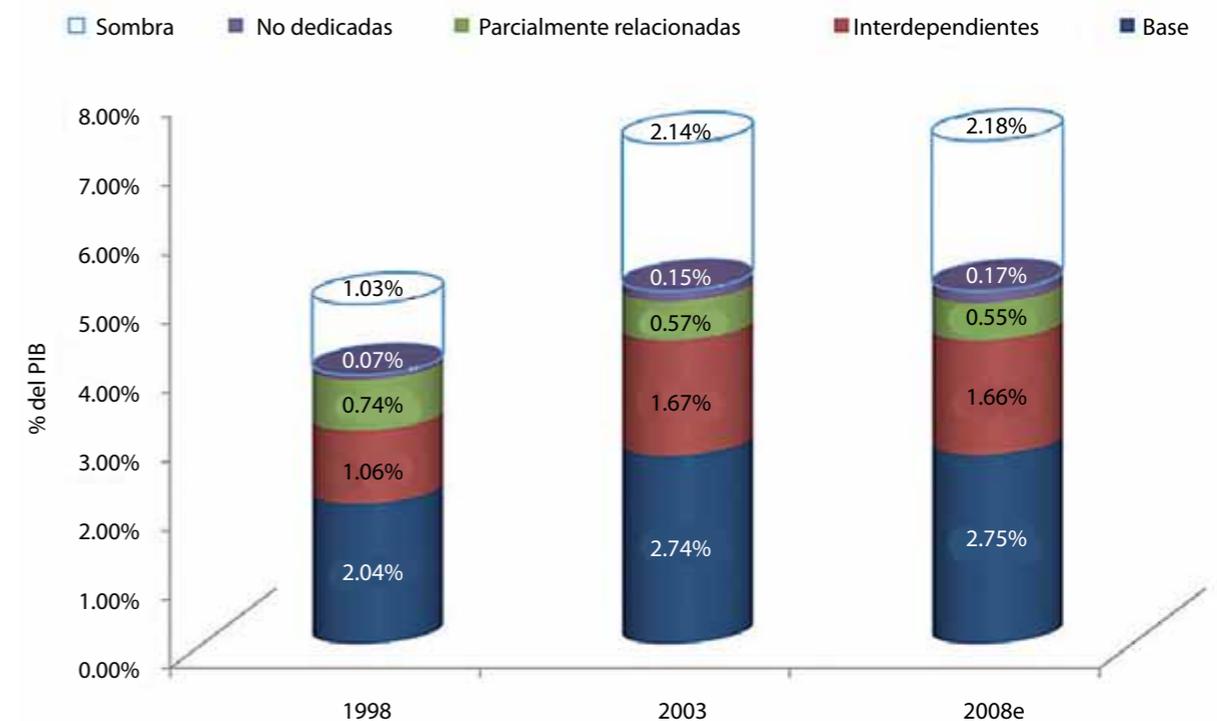
Se calcula que no hubo un gran crecimiento en la participación total de las industrias culturales en la economía poblana en 2008, llegando éstas a representar el 7.31% del PIB de la región. A pesar de que en el agregado no existe un crecimiento significativo, al dividir las actividades por cada una de sus categorías nos encontramos con un dinamismo diferente.

La categoría que observa un mayor cambio es la economía sombra, en línea con los resultados obtenidos a nivel nacional. La participación de la economía sombra pasa de 2.14 a 2.18% en cinco años. Como se ha dicho con anterioridad en el documento, el crecimiento de la economía sombra se atribuye principalmente al aumento de la piratería a nivel nacional, así como a la masificación de tecnologías que muchas veces no registran el flujo de contenidos culturales y creativos en las estadísticas oficiales.

gráfico 56

Comparativo de la contribución económica en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla por subsectores 1998-2008

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 1998 y 2003 del INEGI y proyecciones de Nomismae Consulting



El resto de las categorías se mantiene prácticamente sin cambios. Las industrias base representarían en 2008 el 2.75% del PIB, registrando un crecimiento del 0.01% resultado del rebalanceo de la economía sombra y las actividades interdependientes.

EMPLEO GENERADO POR LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE PUEBLA

Como componente fundamental de la sociedad y de la economía en su conjunto, el empleo es uno de los motores más importantes para generar bienestar económico, que puede ser expandido a toda la sociedad. Es, por tanto, necesario buscar sectores clave que impulsen el empleo para que se pueda obtener mayor bienestar para la sociedad; el sector cultural es uno de ellos.

De la misma forma que se midió el impacto de las actividades económicas basadas en la cultura y creatividad en el PIB, también se cuantificó el impacto que dichas actividades tienen sobre el empleo. Para el año 2003, el porcentaje de personas que trabajaron en actividades relacionadas con la creatividad y la cultura representó el 5.17% de la población económicamente activa (PEA) de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla.

Al cruzar los datos se observa que el 7.26% que aportan las actividades culturales y creativas al PIB, es generado por el 5.17% de la PEA, lo que se traduce en una alta productividad por parte de los empleos culturales en la zona.

Por categoría, la PEA que trabaja en el sector cultural y creativo se divide de la siguiente manera: 3.51% desarrolla actividades base, 0.49% actividades interdependientes, 1.13% actividades parcialmente dedicadas, y sólo 0.04% actividades no dedicadas. Es decir, 26,226 trabajadores están empleados en actividades base, 3,636 en independientes, 8,485 en parcialmente dedicadas y 316 en no dedicadas.

gráfico 57

Impacto al empleo por subsectores, 2003	
Zona metropolitana de Puebla	
Base	3.51%
Interdependientes	0.49%
Parcialmente relacionadas	1.13%
No dedicadas	0.04%
Total	5.17%

Fuente: Elaborado con base en el Censo Económico del 2003 del INEGI

Es importante mencionar que las actividades interdependientes, en proporción, participan menos del empleo que las actividades parcialmente relacionadas. Como se mencionó con anterioridad, las actividades interdependientes son aquellas actividades económicas centradas en la producción, fabricación y venta de equipo, cuya labor es facilitar la creación, la producción y el uso de material cultural y creativo.¹⁶ En el caso de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla, el número de personas dedicadas a tales actividades es muy bajo, pues en general se registra la venta de equipo, más no su fabricación.

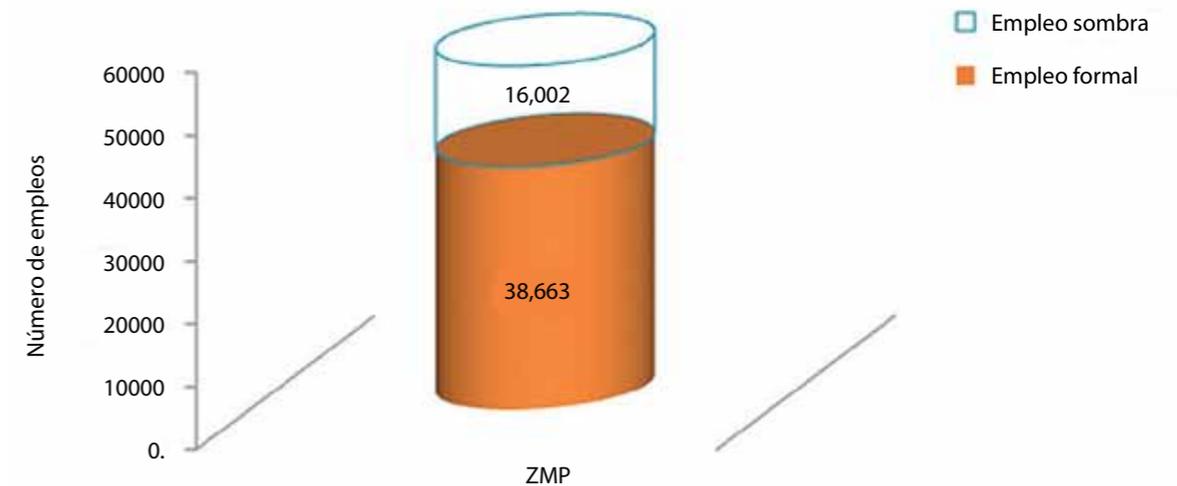
A pesar de que las actividades culturales tienen un fuerte impacto sobre la población económicamente activa de Puebla, éste sólo se pudo medir a partir de aquellas actividades que se encuentran en los llamados segmentos formales de la actividad económica cultural en los que se crean empleos formales y se pagan impuestos.

¹⁶ International Chamber of Commerce (ICC), Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy (BASCAP), *op. cit.*

Empleo de actividades culturales y creativas en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla, 2003

gráfico 58

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI



Las actividades culturales y creativas en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla generan más de 50 mil empleos, cantidad que triplica el número de empleos generados por Volkswagen en México.

A partir de los datos anteriores, se calcula que la economía sombra sumó 16,002 empleos adicionales a los generados por los segmentos formales en 2003.

Si se consigue instrumentar reglas claras, estables y conducentes que permitan al sector cultural ofrecer los incentivos necesarios para que estos empleos sean llevados hacia la legalidad, el sector cultural se verá beneficiado por la derrama económica que éstos generarían, así como por los beneficios materiales que se obtienen mediante la recaudación de impuestos.

De manera análoga al caso de la aportación de las actividades culturales y creativas al PIB de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla, la falta de información primaria al momento de realizar este análisis hace necesario estimar el empleo que se relaciona con las actividades económicas basadas en la creatividad. Las proyecciones de empleo para el año 2008 mantienen proporciones similares a las que se obtuvieron para el valor agregado que se aportó al PIB.¹⁷

¹⁷ Ver gráfico 56.

gráfico 59

Proyección de impacto al empleo por subsectores, 2008 ^e	
Zona metropolitana de Puebla	
Base	3.56%
Interdependientes	0.47%
Parcialmente relacionadas	1.11%
No dedicadas	0.06%
Total	5.20%

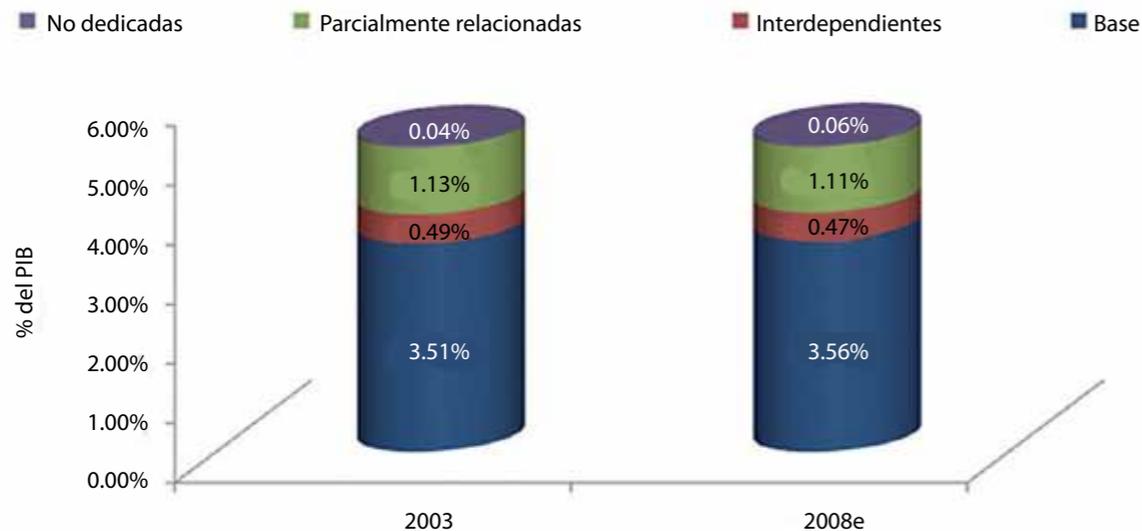
Fuente: Proyecciones elaboradas por Nomismae Consulting con base en el Censo Económico del 2003 del INEGI

Si bien la diferencia entre los resultados de 2003 y el estimado para 2008 no alcanzan siquiera un punto porcentual, resalta por su el crecimiento la proporción de PEA empleada en industrias base que paso de 3.51 a 3.56% del total en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla; la PEA ocupada en las industrias interdependientes bajó de 0.49 a 0.47%; un decremento similar tuvieron las industrias parcialmente relacionadas que de 1.13 descendieron a 1.11%, mientras en las no dedicadas se registró un aumento de 0.02% al pasar de 0.04 a 0.06%.

gráfico 60

Empleo de actividades culturales y creativas como porcentaje de la PEA en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla

Fuente: Elaborado con base en los Censos Económicos 2003 del INEGI y las proyecciones elaboradas por Nomismae Consulting



Es importante recordar que tanto el cálculo de las aportaciones económicas al PIB, como el del empleo generado por las actividades creativas y culturales en 2008, son estimaciones hechas a partir de los resultados preliminares de los Censos Económicos 2009, los cuales son quinquenales y quedarán sujetos a revisión una vez que sean liberados los resultados desagregados y finales.

CONCLUSIONES

En este apartado se cuantificó la aportación económica de las industrias creativas al producto interno bruto (PIB) de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla, que fue de 7.26% para el año 2003. Al analizar dichos resultados de manera dinámica, se encontró que si en 1998 las industrias creativas tuvieron una aportación al PIB del 4.95%, crecieron 2.31 puntos porcentuales en tan sólo cinco años.

Al hacer el análisis de forma desagregada, se halló que las industrias base tuvieron un aumento significativo, pues pasaron de 2.04% en 1998 a 2.74% en el 2003, sin embargo, el segmento que tuvo un mayor crecimiento fue la economía sombra, pues pasó de 1.05% del PIB de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla en 1998 a 2.14% en 2003.

Respecto al empleo, las actividades culturales representan el 5.17% de la población económicamente activa de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla; por otro lado, cada uno de estos empleos resulta altamente productivo pues con tan sólo el 5.17% de la PEA se genera 7.26% del PIB.

A pesar de que las industrias creativas generan 38,663 empleos formales, la economía sombra da cabida a 16,002 trabajadores informales que, bajo reglas claras, estables y conducentes, podrían ser incluidos en la formalidad.

Si se comparan los datos de 1998 con los de 2003, se verá que las actividades consideradas como *sombra* aumentaron drásticamente y casi igualan en proporción a las industrias base. Es importante generar las condiciones necesarias para que la aportación de las actividades sombra se reduzca, pues a pesar de que generan beneficios para el sector cultural, tendrían un impacto mucho mayor de encontrarse dentro de la formalidad.

CAPÍTULO 3

CONCLUSIONES GENERALES

Distintos estudios han demostrado que el sector cultural tiene efectos positivos en el empleo, el crecimiento y el desarrollo económico de un país. Esto sin contar los efectos multiplicadores del gasto, el bienestar y el capital humano derivados de las industrias culturales.

El análisis emprendido en este estudio representa un ejercicio pionero en México y en la región, ya que cuantifica la actividad económica basada en la cultura desde una perspectiva que va más allá de las industrias culturales, y lleva el nivel de cuantificación a un ámbito más específico como el de la ciudad de Puebla y su zona metropolitana.

Dado el impacto que tienen las industrias culturales en la economía nacional, es importante que sean integralmente consideradas en el diseño e implementación de las políticas públicas, tanto de los estados como de cada uno de los municipios y sus zonas conurbadas, como es el caso de la ciudad de Puebla. Más aún, el sector cultural posee el carácter dual de generar simultáneamente *crecimiento* y *desarrollo* económicos, es decir, desarrollo económico integral. La actividad derivada de la creatividad no sólo genera empleo y riqueza, sino que además incrementa el bienestar de la población en general ya que promueve la expresión y participación de los ciudadanos en la vida política, favorece un sentido de identidad y seguridad social, y expande la percepción de las personas.

Para el presente análisis se usó una metodología desarrollada a partir de la propuesta de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la cual ha sido utilizada en diversos estudios internacionales. Dicha metodología permitió evaluar la aportación de las actividades económicas basadas en la cultura y la creatividad para la ciudad de Puebla y su zona metropolitana.

Se detallaron las características de las actividades relacionadas con la cultura, tanto las generales como las específicas para Puebla y su zona metropolitana, las cuales fueron tomadas en cuenta para la medición y se utilizaron para establecer las categorías y definir los grupos en los que fueron clasificadas, de acuerdo a su grado de vinculación con la cultura.

Entre los principales hallazgos del estudio se encontró que la aportación económica de las industrias creativas al producto interno bruto de la zona metropolitana de Puebla fue de 7.26% para el año 2003. Al analizar los resultados de manera dinámica, se halló que en 1998 las industrias creativas tuvieron una aportación de 4.95%, es decir, crecieron 2.31 puntos porcentuales en tan sólo cinco años.

Los resultados de manera desagregada también son reveladores pues demuestran que las industrias base tuvieron un aumento significativo, al pasar de 2.04% en 1998 a 2.74% en el 2003, sin embargo, el segmento que tuvo un mayor crecimiento fue la economía informal, que pasó de 1.05% del PIB de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla en 1998 a 2.14% en el 2003.

Por el lado del empleo, las actividades culturales representan el 5.17% de la población económicamente activa (PEA) de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla; cabe señalar que cada uno de estos empleos es de alta productividad, dado que con tan sólo 5.17% de la PEA se genera 7.26% del PIB.

Sin embargo, a pesar de que las industrias creativas generan 38,663 empleos formales, la economía sombra genera 16,002 informales, mismos que bajo reglas claras, estables y conducentes, podrían ser incluidos en la formalidad.

Es importante señalar que las actividades consideradas como *sombra* aumentaron drásticamente, en comparación al año 1998, y casi igualan en proporción a las industrias consideradas *base*. Deben generarse las condiciones necesarias para que la aportación de las actividades sombra se reduzca, pues a pesar de que generan beneficios para el sector cultural, el impacto potencial sería mucho mayor, si fueran formales.

Como parte del análisis, se realizó un estudio de campo para diagnosticar las actividades culturales en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla que revela algunos aspectos interesantes. Por ejemplo, que prácticamente la totalidad de los creadores culturales de la capital poblana están conscientes de que la actividad que desarrollan es una buena fuente de ingresos (o tiene el potencial para serlo); que más del 60% no conoce puntualmente su estructura de costos, y que casi el 70% no sabe dónde acudir para recibir orientación y apoyo para mejorar sus proyectos.

El 98% de las obras o creaciones en la capital poblana se aglutinan en 14 grandes ramas; la más grande de ellas, performance, circo e interpretación musical, agrupa al 24.3% de los creadores y se encuentra estrechamente ligada a lo que se ha llamado *cultura del entretenimiento*.

Es necesario generar nuevos instrumentos institucionales (financieros, de servicios y regulatorios) que faciliten la participación activa de los creadores, no sólo en la construcción día a día de la cultura en la capital poblana, sino también en la generación de sinergias con otros sectores: desarrollo urbano, turismo, desarrollo social y comercio.

Aunado a lo anterior, se recomiendan distintas acciones, tanto de corte fiscal como de actividad sectorial, que permitirían generar un mayor número de beneficios para las actividades culturales y creativas, e impulsarían su incorporación a la actividad formal.

Entre las acciones que se sugieren para lograr lo anterior, están:

■ *Capacitación del personal involucrado en las industrias culturales*

Durante la realización del presente análisis se encontró que un factor frecuente en las actividades creativas y culturales es la falta de instrucción de los artistas, razón por la cual es imperativo que reciban capacitación formal para tener un mejor orden y un mayor control sobre las actividades que realizan. Esta capacitación no debe ser únicamente para mejorar sus habilidades creativas, sino que también debe contribuir a sus habilidades administrativas y organizacionales con el fin de hacer más eficiente su actividad.

■ *Analizar y mejorar el eslabonamiento de las cadenas productivas involucradas*

Eliminar o complementar, según sea el caso, el proceso de producción al interior de las actividades basadas en la cultura y la creatividad para hacer más eficientes los procesos y maximizar los ingresos derivados de ellas; además, se debe promover la interacción de los creadores, o industrias base, con el resto de la cadena productiva para lograr un mejor entendimiento de los procesos.

■ *Exenciones tributarias a ciertos eslabones de las cadenas productivas*

Exentar del pago de impuestos a aquellas actividades que encuentren una mayor dificultad para su desarrollo o a aquellas que sea necesario impulsar por sus beneficios permeables hacia otras actividades o a la sociedad.

■ *Deducciones fiscales*

Ofrecer deducciones fiscales a las actividades culturales y creativas a fin de fomentarlas y favorecer su expansión.

■ *Financiamientos de orientación productiva*

Brindar apoyos orientados a mejorar las cadenas productivas relacionadas con las actividades culturales y creativas, así como capital semilla para proyectos viables que requieren financiamiento.

■ *Fortalecimiento de la formación de audiencias*

Incentivar, con inversión en publicidad, la asistencia y consumo de bienes culturales y creativos entre la población local, regional e incluso internacional.

■ *Apoyo para la importación de materia prima y otro tipo de equipamientos indispensables para la generación de bienes culturales*

Apoyar a aquellas empresas que provean insumos básicos para las actividades culturales y creativas, mediante la deducción fiscal parcial.

■ *Expansión de espacios para la divulgación*

Trabajo conjunto entre el estado y la iniciativa privada para el establecimiento de más y mejores lugares de expresión y exposición de obra.

También es recomendable que este primer estudio (pionero en la región), no se vea como un esfuerzo aislado, sino que, junto con los principios de replicabilidad y robustez, genere el interés necesario para abrir ventanas de investigación que inciten a profundizar en el tema y a hacerlo repetible en el tiempo.

La apuesta es entonces aprovechar al máximo este potencial económico de crecimiento y desarrollo, derivado de las ventajas comparativas y competitivas de la actividad económico-cultural en la ciudad de Puebla. El reto: lograrlo en plena era de la globalización desbocada, en un marco de respeto de la identidad y diversidad cultural local, regional y nacional.

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

Alarcón González, Sandra. *Economía Informal y Cultura*. México: PNUD, 2009.

American Chamber México. *3ª Encuesta de hábitos de consumo de productos pirata y falsificados en México*. México: Amcham, 2009.

ArtsMarket Inc. *The House that Art Built: Economic Impact of the Arts in Louisiana*. Baton Rouge: Louisiana Division of the Arts, 2001.

Bonet, Lluís. *Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana*. Barcelona: Banco Interamericano de Desarrollo, 2001.

Coatsworth, John. *Los Orígenes del Atraso*. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes. *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales*, México: CONACULTA, 2004.

Department for Culture, Media and Sport. *Creative Industries*. s.f.
http://www.culture.gov.uk/about_us/creative_industries/default.aspx

Du Gay, Paul. *Production of Culture/Cultures of Production*. Glasgow: The Open University, 2003.

Gantchev, Dimitar. *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based*. Ginebra: WIPO, 2004.

García Canclini, Néstor y Ernesto Piedras Fera. *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI, 2005.

Grupo Financiero Banamex ACCIVAL. *México social 1996-1998: estadísticas seleccionadas*. México: División de estudios económicos y sociales, 1999.

Haber, Stephen (editor). *How Latin America Fell Behind: Essays on the Economic Histories of Brazil and Mexico, 1800-1914*. Stanford: Stanford University, 1997.

Hesmondhalgh, David. *The Cultural Industries*. Londres: SAGE, 2003.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. *Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares 1989*. México: INEGI, 1989.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. *Cuentas por sectores institucionales, cuenta satélite del subsector informal de los hogares, metodología*. México: INEGI, 2002.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. *Sistema de clasificación de América del Norte*. México: INEGI, 2002.
www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/clasificadores/scian/menu.asp?c=4966

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. *Base de Datos en Cd-Rom "SAIC 5.0"*. México: INEGI, 2005.

International Chamber of Commerce (ICC), Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy (BASCAP). *The Impact of Counterfeiting on Governments and Consumers, Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy*. Londres: Frontier Economics Ltd, mayo, 2009.

KEA. *The Economy of Culture in Europe*. Bruselas, 2006.
www.keanet.eu/ecoculturepage.html

Observatorio de Industrias Creativas, *La economía creativa de la ciudad de Buenos Aires: delimitación y primeras estimaciones 2003-2007*, Informe, Buenos Aires, 2008.
http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/info_eco_crea.pdf

Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires (OIC), *Industrias Culturales en Argentina*, Documento de Trabajo No.1. Buenos Aires: OIC, 2004

Olvera, María Fernanda (coordinadora). *Sonidos urbanos*. México, 2007.

Organización de Estados Americanos (OEA). "Culture as an Engine for Economic Growth, Employment and Development", en *Second Inter-American Meeting of Ministers of Culture and Highest Appropriate Authorities*, Washington, 2004.

Organización de las Naciones Unidas (ONU). *Diagnóstico sobre la situación de los derechos humanos en México: Derechos culturales*. México: Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, 2003.

Pajera-Eastaway, Montserrat. "¿Factores 'soft' o 'hard'? Determinantes para la localización de empresas creativas y del conocimiento en la Región Metropolitana de Barcelona", en Félix Manito (editor), *Ciudades Creativas Volumen 1: Cultura, Territorio, Economía y Ciudad*. Barcelona: Fundación Kreanta, 2009.

Piedras Feria, Ernesto. *Guatemala: Un análisis de la contribución económica de la cultura*. Guatemala: Ministerio de Cultura y Deporte, Banco Interamericano de Desarrollo, The Competitive Intelligence Unit, 2007.

Piedras Feria, Ernesto. *Desarrollo humano y cultura en la Ciudad de México*, Distrito Federal: PNUD, 2008.

Piedras Feria, Ernesto. *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*. México: CONACULTA, CANIEM, SOGEM y SACAM, 2004.

Prieto, Jesús Pedro. "Cultura, Economía y Derecho, tres conceptos implicados". *Pensar Iberoamérica*, No. 1, junio-septiembre de 2002. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), 2002.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. *El fomento de la capacidad: empoderamiento de las personas y las instituciones. Informe anual 2008*. Nueva York: PNUD, 2008.

Rizzo, Ilde, "Regulation", en Ruth Towse, *A Handbook of Cultural Economics*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing 2003.

Russell, Paul. "Los mercados culturales y el desarrollo de la nueva economía". *Debates Culturales*. Instituto de Cultura, Universitat Oberta de Catalunya, 2002.

Scott, Allen. *The Cultural Economy of Cities*. Oxford: Blackwell Publishers, 1996.

Sen, Amartya. *Commodities and Capabilities*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

Sen, Amartya. "Culture & Development", *Second Annual Global Development Conference*. Tokyo, 10-13 de diciembre, 2000.

Sen, Amartya. *Desarrollo y libertad*, Barcelona: Planeta, 2000.

Smith, Philip. "Assessing the Size of the Underground Economy: The Canadian Statistical Perspectives", *Canadian Economic Observer*, Catalogue No. 11-010, Canadá, 1994.

The Economist. *Guide To Economic Indicators*. Londres, 1997.

Throsby, David. "Cultural Capital", en Ruth Towse, *A Handbook of Cultural Economics*, pp. 166-169. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 2003.

Throsby, David. "The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics". *Journal of Economic Literature*. Vol. xxxii, pp. 1-29.

Throsby, David. *Economics and Culture*. Cambridge University Press, 2001.

UNCTAD. *Creative Economy Report*. Ginebra, 2008.

UNESCO. *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. México, 1982.

UNESCO. "Declaración Universal de la UNESCO sobre diversidad cultural", *31 Sesión de Conferencia General de la UNESCO*. París, noviembre, 2000.

United Kingdom Government, Ministerial Creative Industries Strategy Group. *Creative Industries Mapping Document*. Londres, 2001.

United Nations Development Programme. *What is Human Development?*
<http://hdr.undp.org/hd> . s.f.

United Nations Organization/ UNDP / UNCTAD. "The Challenge of Assessing The Creative Economy: Towards Informed Policy-Marking", *Creative Economy Report 2008*. Ginebra, 2008.

Work Foundation. "Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries". 2007
<http://www.theworkfoundation.com/research/publications/publicationdetail.aspx?oItemId=176>

Yzaguirre García, Fernando de. "La corona metropolitana de Madrid", en Félix Manito (editor), *Ciudades Creativas Volumen: 1 Cultura, Territorio, Economía y Ciudad*. Barcelona: Fundación Kreanta, 2009.

ANEXO METODOLÓGICO

Más allá de la relación conceptual entre la cultura y la economía, es en tiempos recientes que se viene desarrollando un nuevo enfoque orientado hacia el análisis de lo que podría ser denominado el sector económico de la cultura y la creatividad, inicialmente con la medición de su contribución o generación de valor en términos del producto interno bruto o producción, inversión, empleo, comercio y generación de divisas, entre otros.¹

Este enfoque parte de la dimensión económica imbuida en la cultura y la creatividad, y la identifica como un sector de actividad económica con sus propias características, pero comparable con los demás sectores y actividades, como el agrícola, el industrial o el de servicios.

Lo anterior, permite reconocer que la creatividad es un insumo productivo utilizado para la elaboración de bienes y la provisión de servicios de manera similar a la maquila, el petróleo, la industria automotriz, entre otros, por lo que requiere del mismo trato que el resto de los sectores.

En una fase aún más novedosa, se han comenzado a explorar y a desarrollar algunas otras implicaciones de la cultura como sector económico: la generación o identificación de indicadores cuantitativos y estadísticos, el diseño y ejecución de una política económico-cultural, el planteamiento de estrategias de eslabonamiento del sector económico cultural con otros sectores económicos, etcétera, lo que permite ir esbozando aquellos aspectos que llevan al reconocimiento integral de la cultura como un motor de crecimiento y desarrollo económico.²

METODOLOGÍA EMPLEADA

Se han denominado actividades basadas en la cultura y la creatividad a todas aquellas que tienen como recurso esencial la creatividad de carácter simbólico e identitario. Es decir, toda producción proveniente de este tipo de actividades deriva inicialmente de alguna idea o algún concepto simbólico que después es plasmado en un bien o servicio que puede ser consumido y que es asociable a la identidad o personalidad de los individuos, grupos y otros colectivos que integran una comunidad, por ejemplo, los habitantes de una ciudad o zona metropolitana.

Respecto a la metodología, en el año 2003, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) desarrolló una metodología estándar a partir de la cual los países pudieran cuantificar el valor económico de las actividades vinculadas a la propiedad intelectual.³ Esta metodología fue originalmente diseñada para medir la aportación de las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDA).

La medición se enfoca a tres componentes económicos principales: el valor agregado

o producción, el número de empleos, y los ingresos generados por las exportaciones e importaciones con mercados de otras naciones. Estas tres variables son complementarias entre sí y proporcionan un panorama completo de las actividades basadas en la creatividad, brindando las herramientas necesarias para dimensionar dichas actividades y cuantificar su grado de contribución a la economía.

Su posterior adaptación y complementación con actividades que en su conjunto integran al sector de la cultura y la creatividad, ha permitido que sean aplicadas de manera integral para estudios en diversos países como México y Guatemala⁴, Estados Unidos de América, Canadá, Singapur y Holanda, entre otros. Como se apuntó, en América Latina, únicamente México y Guatemala la han utilizado, y en cada caso fue adaptada para reflejar las características socioeconómicas y de identidad cultural específica de cada país.

Un componente importante, que ha expandido las capacidades de representación cuantitativa del fenómeno socioeconómico integral de la cultura y la creatividad, ha sido la introducción de la noción de la *economía sombra*, actividades informales e ilegales, según su denominación oficial, que sin duda requieren con urgencia análisis más dedicados, porque de ciudad a ciudad y de país a país su definición legal puede variar. De igual forma, el acelerado cambio tecnológico, que se ilustra claramente por la intensa actividad que se registra en internet, deja a un creciente volumen de la producción creativa y cultural en un limbo legal en cuanto a su formalidad-informalidad.

El concepto de economía sombra refleja y permite cuantificar aquellas actividades creativas y culturales que escapan a las cifras oficiales por encontrarse en la informalidad; su incorporación resulta útil para el análisis de la aportación económica de las industrias culturales en la región, la cual cuenta con altos índices de informalidad, estimada por autoridades económicas que la ubican entre el 17% y más del 50%, en algunos países de la región.

Como se ha mencionado anteriormente, la aplicación de esta metodología se ha enfocado a estudios a nivel nacional, que han despertado el interés de desarrollarlos en ámbitos cada vez más acotados, como son los estados y las ciudades.

Es importante mencionar que a pesar de que la metodología original se enfoca en tres componentes principales, realizar el estudio a un nivel más desagregado, como un estado o una ciudad, reduce las variables de análisis solamente al valor agregado y al empleo, debido a que las estadísticas de comercio al interior del país son prácticamente inexistentes o nulas.

El fenómeno mencionado en el párrafo anterior no es exclusivo de México, distintos países que han hecho estudios a un nivel más específico tienen que dejar de lado la parte de comercio exterior, debido a la falta de estadísticas en cuanto al comercio entre estados.

Prácticamente todos los análisis realizados hasta el momento se hicieron a nivel nacional, muy pocos se han logrado realizar a nivel estatal o local. La mayoría de estos análisis se remontan a Europa, Reino Unido, Australia y, en el caso de América Latina, solamente a Buenos Aires, Argentina.

¹ Ernesto Piedras, *Desarrollo humano y cultura en la Ciudad de México*, elaborado para PNUD, Puebla, 2008.

² Ibid

³ Dimitar Gantchev, *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*, Ginebra: World Intellectual Property Organisation, 2003.

⁴ Véanse por ejemplo las aplicaciones del autor en *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, CONACULTA/SOGEM/SACM/CANIEM, (México, 2004) y *Guatemala: Un análisis de la contribución económica de la cultura*, Guatemala: Ministerio de Cultura y Deporte, Banco Interamericano de Desarrollo, The Competitive Intelligence Unit, 2007.

Para que este tipo de estudio pueda ser desarrollado a un nivel tan desagregado, como lo es un estado o una ciudad, es necesario que se consideren algunas variables adicionales, las cuales convencionalmente no son contempladas por las metodologías a nivel nacional. Vale la pena recordar que estos análisis se encuentran anclados a variables económicas, razón por la cual en un principio se buscó homogeneizar la metodología mediante la selección de actividades culturales que fueran realizadas por igual en todos los países, es decir, se tomaron en cuenta las actividades descritas al inicio del estudio: teatro, cine, música, editorial, etc., las cuales se encuentran en menor o mayor proporción en todos los países.

Sin embargo, al hacer la valuación de la contribución económica de las actividades basadas en la cultura y la creatividad a un nivel más detallado para la ciudad de Puebla, la metodología ha sido adaptada para tomar en cuenta actividades culturales propias y específicas de la región, que están vinculadas directamente con tradiciones y creencias.

En el caso del presente estudio, que puede ser calificado como pionero en México, el análisis se realizó a nivel regional y de ciudad conjuntamente, tomando en cuenta los siete municipios que conforman la zona metropolitana de la ciudad de Puebla.

Con base en lo anterior, para cada uno de estos municipios fueron tomadas en cuenta tanto las actividades sugeridas en la metodología original, que se realizan por igual en todo el país, como aquellas actividades basadas en la cultura y la creatividad específicas de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla.

gráfico 61

Municipios de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla incluidos en el estudio
Amozoc
Coronango
Cuatlaningo
Juan C. Bonilla
Papalotla de Xicotencatl
San Andrés Cholula
San Miguel Xoxtla
San Pedro Cholula
Santa Catarina Ayometla
Tenancingo
Xicohtzinco
Zacatelco

Fuente: Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla para Nomismae Consulting

Las actividades específicas, y sobre todo su ponderación, fueron determinadas con base en entrevistas a profundidad, tanto con creadores como con audiencias y consumidores de bienes y servicios culturales, considerando aquellas actividades que tienen como insumo fundamental la creatividad de las personas, así como las expresiones de la cultura popular características de la ciudad.

A continuación, se hace un listado de las actividades generales, así como de aquellas específicas de la región:

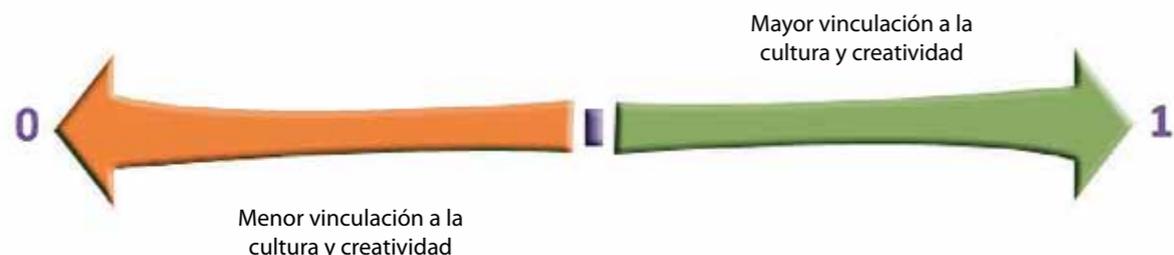
gráfico 62

Actividades generales	Actividades específicas
<p>Cine</p> <ul style="list-style-type: none"> · Escritores, directores, actores, autores y compositores · Producción y distribución de películas y video · Exhibición de películas · Ventas y rentas de video · Servicios conexos <p>Editorial y prensa</p> <ul style="list-style-type: none"> · Autores, escritores, traductores · Periódicos · Agencias de noticias similares · Revistas · Publicación de libros · Tarjetas y mapas · Directorios y otros materiales publicados · Impresión de libros, revistas, periódicos y publicidad · Venta al por mayor y al por menor de prensa y literatura y librerías <p>Música</p> <ul style="list-style-type: none"> · Compositores, arreglistas, coreógrafos, directores, artistas y personal · Impresión y publicación de la música · Producción y manufactura de música grabada · Venta al por mayor y al por menor de música grabada (venta y alquiler) · Creación de obras artísticas y literarias · Interpretación de obras artísticas y literarias · Funcionamiento de agencias de reservación de boletos · Servicios conexos <p>Servicios turísticos</p> <p>Museos</p> <p>Publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> · Agencias de publicidad <p>Artes gráficas y visuales</p> <ul style="list-style-type: none"> · Artistas · Galerías de arte · Enmarcado de cuadros · Diseño gráfico <p>Fotografía</p> <ul style="list-style-type: none"> · Estudios y fotografía comercial · Agencias de fotografía <p>Radio y televisión</p> <ul style="list-style-type: none"> · Compañías de difusión nacionales de radio y televisión · Otras compañías de difusión · Productores independientes · Televisión por cable (sistemas y canales) · Televisión vía satélite · Servicios conexos 	<p>Artes interpretativas en espacios públicos</p> <ul style="list-style-type: none"> · Concretos · Obras de teatro · Danza <p>Espectáculos artísticos</p> <p>Tradiciones y creencias</p> <p>Arte urbano</p> <ul style="list-style-type: none"> · Grafiti <p>Expresiones populares</p> <ul style="list-style-type: none"> · Organillero · Pajarero · Globero · Heladero <p>Gastronomía y arte culinario</p> <ul style="list-style-type: none"> · Restaurantes · Comida callejera (tamales, elotes, camotes) · Dulces tradicionales (merengues, algodón de azúcar, muéganos)

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting con base a la información del INEGI y la OMPI

Una vez seleccionadas las actividades económicas basadas en la cultura y la creatividad, se asignó a cada una de ellas un ponderador definido entre 0 y 1. Cuando el ponderador es igual o se aproxima a 1, significa que las actividades se encuentran estrechamente relacionadas con la cultura y la creatividad, mientras que si su valor se aproxima a 0, denota poca o nula relación. Lo anterior permitirá identificar su aportación directa al producto interno bruto de Puebla, al empleo, así como a otras variables de relevancia para el análisis del valor económico de la cultura.

gráfico 63



Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

El ponderador fue asignado en función de la relación que guarda cada actividad con la cultura y la creatividad, para luego poder agruparlas de acuerdo a su categoría (base, interdependiente, parcialmente relacionada o no dedicada), conforme a la metodología de la OMPI, a las experiencias internacionales y a las entrevistas a profundidad antes mencionadas.⁵

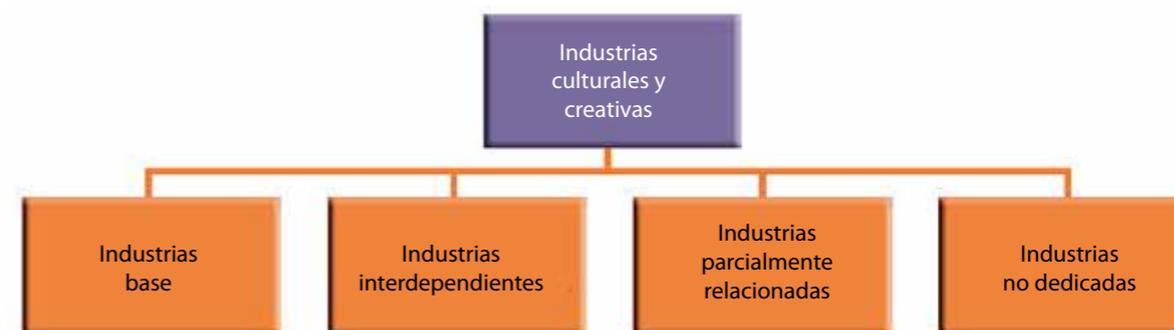
Vale la pena mencionar que la metodología descrita en este apartado busca eludir cualquier sobreestimación, razón por la cual los resultados generados a partir de los cálculos deben de ser considerados como pisos y no como las cantidades máximas a las cuales las actividades culturales deben aspirar.

CLASIFICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

De acuerdo a los lineamientos desarrollados en la metodología de la OMPI y con base en los estudios internacionales mejor realizados, las industrias derivadas de la actividad cultural se clasifican en cuatro grupos:

⁵ Para mayor detalle sobre las ponderaciones referirse a: Ernesto Piedras, *¿Cuánto Vale la Cultura? Contribución Económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México*, CONACULTA, México, 2004.

gráfico 64



Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

Estas cuatro clasificaciones agrupan todas las actividades vinculadas a la cultura y adquieren su categorización de acuerdo a su grado de participación en ella. De esta manera, las actividades que se dedican enteramente a la cultura se agrupan en los dos primeros grupos, mientras que aquellas cuyas actividades se relacionan sólo en parte con la cultura, se clasifican en las últimas dos.

A continuación se describe con mayor detalle cada uno de los grupos o categorías integrantes de la medición:

■ Base

Aquellas actividades que se dedican enteramente a la creación, producción, fabricación, difusión, comunicación, exposición y distribución de material relacionado con las industrias culturales.⁶ En otras palabras, las actividades principales no podrían existir o serían perceptiblemente diferentes sin las industrias creativas y culturales. Por lo tanto, las actividades incluidas en esta categoría aportan cien por ciento de su valor agregado a la economía nacional.

■ Interdependientes

Son las actividades económicas centradas en la producción, fabricación y venta de equipo, cuya labor es facilitar la creación, la producción y el uso de material cultural y creativo.⁷ Estas actividades parcialmente relacionadas apoyan a las industrias culturales de manera elemental y son intrínsecamente dependientes en la disponibilidad de los trabajos que protegen.

■ Parcialmente relacionadas

Algunas de las actividades se relacionan con las actividades culturales y creativas y pueden implicar la creación, la producción, la fabricación, el funcionamiento, la difusión, la comunicación y la exposición, la distribución o las ventas.

⁶ Dimitar Gantchev, *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*, Ginebra: World Intellectual Property Organisation, 2003).

⁷ Ídem.

■ No dedicadas

Son aquellas que dedican sólo una porción de sus actividades a cuestiones relacionadas con facilitar la difusión, la distribución o las ventas de los materiales culturales y creativos.

Estas categorías fueron desarrolladas de manera general con el fin de que la metodología fuera ampliamente aplicable y homogénea entre distintos países.

Debido a la naturaleza económica de nuestro país y a que se busca que la metodología sea representativa de su realidad, se agregó una quinta categoría, la de *economía sombra*, la cual busca incorporar el componente ilegal e informal de nuestra economía.

■ Economía sombra

Se consideran aquellas actividades pertenecientes a la economía informal e ilegal (informal, ilegal y no capturada por procesos estadísticos establecidos).

gráfico 65



Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

Es importante tener clara la diferencia que existe entre la economía informal y la ilegal. Por un lado, el "subsector informal puede describirse como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes y servicios con la finalidad primordial de generar empleo e ingreso para las personas implicadas. Estas unidades se caracterizan por funcionar con un bajo nivel de organización, con poca o ninguna división entre el trabajo y el capital en cuanto a factores de producción y a pequeña escala. Las relaciones laborales, cuando existen, se basan generalmente en el empleo ocasional, en el parentesco o en las relaciones personales y sociales y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales."⁸ Por otro lado, el subsector de las actividades ilegales, abarca aquellas que están penadas por la ley tales como "la producción nacional, industrialización y distribución de enervantes y estupefacientes, la producción pirata de software, música y videos, la usura, la reventa de taquilla, las intervenciones quirúrgicas desautorizadas, el comercio y transporte de mercancías de contrabando, entre otras".⁹

⁸ INEGI, "Cuentas por Sectores Institucionales, Cuenta Satélite del Subsector Informal de los Hogares, Metodología", México, 2002, p. 8.

⁹ INEGI, *op. cit.*, pp. 10-11.

Puesto que no existe información oficial sobre la magnitud de los sectores informal e ilegal de la economía, se utilizaron para su cálculo las metodologías aplicadas por el Banco Mundial, que se basan en tres métodos: el de insumos físicos (*the physical input*, basado en el uso de electricidad); el de demanda de medios de pago (*the currency demand*) y el método MIMIC (*Dynamic Multiple Indicators Multiple Causes*)¹⁰. Los resultados obtenidos permiten hacer una estimación de la contribución conjunta de los sectores informal e ilegal al producto nacional, que alcanzan niveles de 40%, 33% y 27.1% del PIB, respectivamente.

A pesar de que es ampliamente conocida la ilegalidad y la informalidad en la que operan los mercados culturales y creativos en México y, con la finalidad de no sobreestimar el efecto de la economía sombra en los resultados, para su cálculo se utilizó la estimación más conservadora.

FUENTES DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

En México, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) tiene la responsabilidad de coordinar los Sistemas Nacionales Estadísticos y de Información Geográfica.¹¹

Para poder vincular las actividades relacionadas con la cultura con variables macroeconómicas fue necesario emplear los *Censos Económicos*, elaborados cada cinco años por el INEGI, los cuales compilan información estadística básica y actualizada sobre bienes y servicios para generar indicadores económicos de México a un nivel sectorial y geográfico con un alto grado de detalle.

Los Censos Económicos usados para el presente análisis corresponden solamente a los años 1998 y 2003. No fue posible incorporar los censos económicos del 2008 debido a que, por su periodicidad quinquenal, éstos aún se encuentran en una fase preliminar.¹²

A partir de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), entre Canadá, Estados Unidos y México, se vio la conveniencia de elaborar una clasificación que sincronizara estadísticamente los tres países, de forma que se pudieran hacer comparaciones económicas de manera directa. Es así que el INEGI junto con las oficinas de estadística de cada uno de los países¹³, crearon el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN).¹⁴

¹⁰ Schneider, 2000.

¹¹ El INEGI fue creado por decreto presidencial el 25 de enero de 1983 e integró en su estructura a las direcciones generales de Estadística (instituida en 1882), y de Geografía (fundada en 1968), lo que la convierte en una Institución con gran tradición en captar, procesar y difundir información estadística y geográfica de México. <http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol/acerca/inegi320.asp?c=320>

¹² http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/res_oportunos/RO-09_Res_definitivos.pdf

¹³ Statistics Canada y The Office of Management and Budget de Estados Unidos.

¹⁴ Sistema de Clasificación de América del Norte o North American Industry Classification System (NAICS) en inglés <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/clasificadores/scian/menu.asp?c=4966>

El SCIAN cuenta con un nivel de disociación de las actividades económicas que abarca desde sectores, subsectores, ramas, subramas y clases, las cuales nos permiten la identificación y clasificación de las actividades vinculadas a la cultura, proporcionando las herramientas necesarias para hacer un estudio de manera más desagregada y precisa.

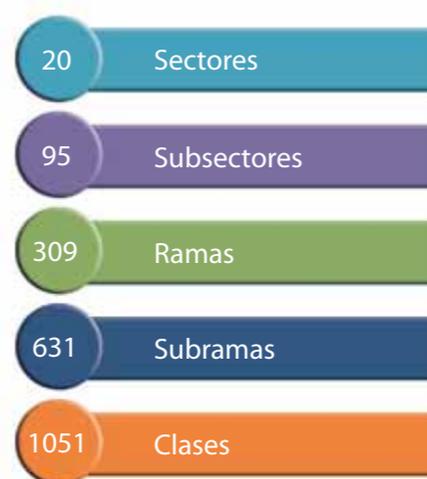


gráfico 66

Fuente: Elaborado por Nomismae Consulting

El SCIAN ha sido utilizado en distintas recopilaciones de información a nivel nacional como los censos económicos de 1999, 2003 y 2008, el Censo General de Población y Vivienda 2000 y la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). El resto de los proyectos encargados de la generación de estadística económica, como las encuestas y el Sistema de Cuentas Nacionales de México, están en proceso de cambiar al SCIAN.

Adicionalmente, el SCIAN es un sistema estadístico que ya es utilizado por otras instituciones como el Sistema de Administración Tributaria de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, así como por algunas cámaras industriales, para el registro de sus agremiados.¹⁵ En tal sentido, la elaboración del presente análisis bajo este sistema posibilita la desagregación de la información a nivel municipal que, junto con fuentes de información locales, permite cuantificar la aportación de las actividades basadas en la cultura y la creatividad a la economía de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla.

Vale la pena reiterar que en el análisis se emplearon las metodologías de cálculo y estimación más conservadoras, para evitar cualquier efecto de sobrevaluación.

¹⁵ Organización de las Naciones Unidas, División de Estadísticas, <http://unstats.un.org/unsd/cr/ctryreg/ctrydetail.asp?id=295>

CONCLUSIONES

En esta sección se estableció la metodología para evaluar la aportación de las actividades económicas basadas en la cultura y la creatividad para el caso de Puebla y su zona metropolitana, la cual se fundamenta en las mejores prácticas internacionales.

Se detallaron las actividades relacionadas con la cultura que fueron tomadas en cuenta para la medición –tanto las generales como las específicas para Puebla y su zona metropolitana–, así como su clasificación y la definición de los grupos en los cuales fueron ubicadas de acuerdo a su grado de vinculación con la cultura.

Tanto la metodología como las fuentes de información estadística responden rigurosamente a las exigencias de investigación de los mejores estudios realizados en el ámbito internacional que buscan medir el valor de las actividades culturales en relación con el PIB de un estado o ciudad.

ANEXOS

ANEXO 1: SELECCIÓN DE ACTIVIDADES EMPLEADAS

A continuación se enlistan las actividades *basadas en la cultura y la creatividad* que fueron tomadas en cuenta para la realización del estudio.

Selección de actividades económicas basadas en la cultura y la creatividad

Actividad	Codigo SCIAN
Elaboración de productos de chocolate a partir de chocolate	311330
Elaboración de dulces, chicles y productos de confitería que no sean de chocolate	311340
Elaboración de helados y paletas	311520
Panificación tradicional	311812
Elaboración de tortillas de maíz y molienda de nixtamal	311830
Elaboración de botanas	311910
Elaboración de bebidas destiladas de agave	312142
Tejido y confección de alfombras y tapetes	314110
Tejido de ropa interior de punto	315191
Tejido de ropa exterior de punto	315192
Fabricación de calzado con corte de piel y cuero	316211
Fabricación de calzado con corte de tela	316212
Fabricación de huaraches y calzado de otro tipo de materiales	316219
Fabricación de bolsos de mano, maletas y similares	316991
Fabricación de artículos de talabartería	316992
Fabricación de otros productos de madera	321999
Fabricación de papel a partir de celulosa	322122
Impresión de libros, periódicos y revistas	323111
Industrias conexas a la impresión	323120
Fabricación de tintas para la impresión	325910
Fabricación de películas, placas y papel fotosensible para fotografía	325992
Fabricación de artículos de alfarería, porcelana y loza	327111
Fabricación de otros productos de vidrio	327219
Fabricación de maquinaria y equipo para la industria textil	333292
Fabricación de maquinaria y equipo para la impresión	333293
Fabricación de aparatos fotográficos	333311
Fabricación de máquinas fotocopadoras	333312
Fabricación de computadoras y equipo periférico	334110
Fabricación de equipo de transmisión y recepción de radio, tv y cable	334220
Fabricación de otros equipos de comunicación	334290
Fabricación de equipo de audio y video	334310
Fabricación y reproducción de medios magnéticos y ópticos	334610
Fabricación de muebles, excepto cocinas y muebles de oficina	337120
Acuñaación e impresión de monedas	339911
Orfebrería y joyería de metales y piedras preciosas	339912

Actividad	Codigo SCIAN
Joyería de metales y piedras no preciosas y de otros materiales	339913
Metalistería de metales no preciosos	339914
Fabricación de juguetes	339930
Fabricación de artículos y accesorios para escritura, pintura, dibujo y actividades de oficina	339940
Fabricación de anuncios	339950
Fabricación y ensamblaje de instrumentos musicales	339991
Comercio al por mayor de dulces y materias primas para repostería	431180
Comercio al por mayor de pan y pasteles	431191
Comercio al por mayor de botanas y frituras	431192
Comercio al por mayor de conservas alimenticias	431193
Comercio al por mayor de calzado	432130
Comercio al por mayor de artículos de joyería y otros accesorios de vestir	433220
Comercio al por mayor de discos y casetes	433311
Comercio al por mayor de libros	433420
Comercio al por mayor de revistas y periódicos	433430
Comercio al por mayor de equipo de telecomunicaciones fotografía y cinematografía	435311
Comercio al por mayor de artículos y accesorios para diseño y pintura artística	435312
Comercio al por mayor de equipo y accesorios de cómputo	435411
Comercio al por menor de dulces y materias primas para repostería	461170
Comercio al por menor de vinos y licores	461211
Comercio al por menor de calzado	463310
Comercio al por menor de artículos de joyería y relojes	465112
Comercio al por menor de discos y casetes	465211
Comercio al por menor de juguetes y bicicletas	465212
Comercio al por menor de equipo y material fotográfico	465213
Comercio al por menor de instrumentos musicales	465215
Comercio al por menor de libros	465312
Comercio al por menor de periódicos y revistas	465313
Comercio al por menor de artesanías	465914
Comercio al por menor de muebles para el hogar	466111
Comercio al por menor de cristalería, loza y utensilios de cocina	466113
Comercio al por menor de computadoras y sus accesorios	466211
Comercio al por menor de alfombras, cortinas, tapices y similares	466311
Comercio al por menor de antigüedades y obras de arte	466313
Comercio al por menor de otros artículos para decoración de interiores	466319
Transporte aéreo regular en aeronaves con matrícula nacional	481111
Transporte aéreo regular en aeronaves con matrícula extranjera	481112
Transporte aéreo no regular	481210
Transporte por ferrocarril	482110
Transporte marítimo de altura	483111
Transporte marítimo de cabotaje	483112

Actividad	Codigo SCIAN
Transporte por aguas internacionales	483210
Otro autotransporte local de carga general	484119
Otro autotransporte foráneo de carga general	484129
Otro autotransporte local de carga especializada	484229
Otro autotransporte foráneo de carga especializada	484239
Edición de periódicos no integrada con la impresión	511111
Edición de periódicos integrada con la impresión	511112
Edición de revistas no integrada con la impresión	511121
Edición de revistas integrada con la impresión	511122
Edición de libros no integrada con la impresión	511131
Edición de libros integrada con la impresión	511132
Edición de directorios y bases de datos no integrados con la impresión	511141
Edición de directorios y bases de datos integrados con la impresión	511142
Edición de otros impresos no integrada con la impresión	511191
Edición de otros impresos integrada con la impresión	511192
Edición de software	511210
Producción de películas cinematográficas y de video	512111
Producción de programas para la televisión	512112
Producción de videoclips, comerciales y otros materiales audiovisuales	512113
Distribución de películas cinematográficas y de video	512120
Cines y autocinemas	512130
Servicios de postproducción y otros servicios cinematográficos	512190
Productoras discográficas	512210
Compañías discográficas integradas	512220
Editoras de música	512230
Estudios de grabación	512240
Otros servicios de grabación del sonido	512290
Transmisión de programas de radio, excepto a través de internet	515110
Transmisión de programas de televisión, excepto a través de internet	515120
Producción de programación de canales para sistemas de televisión por cable o satelitales	515210
Creación y difusión de contenido exclusivamente a través de internet	516110
Distribución por suscripción de programas de televisión, excepto a través de internet	517510
Telefonía tradicional	517111
Telegrafía y otras telecomunicaciones alámbricas	517119
Telefonía celular	517211
Otras telecomunicaciones inalámbricas, excepto los servicios de satélites	517219
Otros servicios de telecomunicaciones	517910
Proveedores de acceso a internet y servicios de búsqueda en la red	518110
Procesamiento electrónico de información, hospedaje de páginas web y otros servicios relacionados	518210
Agencias noticiosas	519110
Alquiler sin intermediación de teatros, estadios, auditorios y similares	531115

Actividad	Codigo SCIAN
Alquiler de ropa	532220
Alquiler de videocasetes y discos	532230
Alquiler de instrumentos musicales	532292
Alquiler de equipo de cómputo y de otras máquinas y mobiliario de oficina	532420
Servicios de consultoría y diseño en arquitectura	541310
Servicios de consultoría y diseño en arquitectura del paisaje y urbanismo	541320
Servicios de dibujo	541340
Servicios de elaboración de mapas	541370
Diseño y decoración de interiores	541410
Diseño gráfico	541430
Diseño de modas y otros diseños especializados	541490
Agencias de publicidad	541810
Agencias de reventa de tiempo y espacios publicitarios	541830
Agencias de representación de medios	541840
Agencias de anuncios publicitarios	541850
Agencias de publicidad que operan por correo directo	541860
Distribución de material publicitario	541870
Otros servicios de publicidad	541890
Servicios de fotografía	541920
Servicios de traducción e interpretación	541930
Servicios de fotocopiado, fax y afines	561430
Agencias de viajes	561510
Organización de excursiones y paquetes turísticos para agencias de viajes	561520
Escuelas de arte pertenecientes al sector privado	611611
Compañías de teatro del sector privado	711111
Compañías de danza del sector privado	711121
Cantantes y grupos musicales del sector privado	711131
Otras compañías y grupos de espectáculos artísticos del sector privado	711191
Promotores del sector privado con instalaciones para la presentación de espectáculos artísticos, deportivos y similares	711311
Promotores de espectáculos artísticos, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos	711320
Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares	711410
Artistas y técnicos independientes	711510
Museos del sector privado	712111
Sitios históricos	712120
Restaurantes-bar con servicio de meseros	722111
Restaurantes sin bar y con servicio de meseros	722112
Servicios de preparación de alimentos para ocasiones especiales	722320
Centros nocturnos, discotecas y similares	722411
Pulquerías	722414
Reparación y mantenimiento de otro equipo electrónico y de equipo de precisión	811219

Actividad	Codigo SCIAN
Servicios de revelado de fotografías	812910
Asociaciones, organizaciones y cámaras de productores, comerciantes y prestadores de servicios	813110
Asociaciones y organizaciones laborales y sindicales	813120
Asociaciones y organizaciones de profesionistas	813130
Federaciones y otras asociaciones regulatorias de actividades recreativas	813140

ANEXO 2: METODOLOGÍA Y ENCUESTAS PARA EL ESTUDIO DE CAMPO

Además del trabajo señalado anteriormente, se realizaron dos encuestas para obtener los resultados del valor de las industrias creativas en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla, contenidas en el estudio.

Utilizando una metodología combinada de campo y análisis sistemático de gabinete, se identificaron los principales elementos dentro de la producción de bienes y servicios correspondientes a las actividades creativas y culturales en el área metropolitana de Puebla. El levantamiento se efectuó entre el 3 de noviembre de 2009 y el 22 de enero de 2010.

El cuestionario fue aplicado por cita a una población abierta desconocida que se seleccionó a partir de dos directorios existentes y de las listas de creadores en universidades y otros centros de estudio de la zona de interés.

Se pudieron llevar a cabo 851 entrevistas, de las cuales se validaron 792, y 295 más quedaron pendientes, pues el creador se negó a brindar la cita o bien dejó la entrevista incompleta; a 228 creadores más, no se les pudo localizar.

Con ese número de entrevistas válidas (792), es posible argumentar un 98% estadístico de validez (confianza) y un 2% de incertidumbre, desviación o error, aunque el estudio preveía inicialmente un 95% de confianza y un $\pm 5\%$ de error.

Se abarcó exitosamente la mayor parte de la zona metropolitana de la ciudad de Puebla (que comprende 22 municipios, según datos de SEDESOL e INEGI). Fue posible cubrir los 12 municipios que tienen mayor relación y redes de intercomunicación urbana con el de Puebla, de acuerdo a los requerimientos establecidos por el Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla (IMACP): San Andrés Cholula, San Pedro Cholula, Cuautlancingo, San Miguel Xoxtla, Papalotla de Xicotencatl, Zacatelco, Amozoc, Coronango, Tenancingo, Xicohtzinco, Juan C. Bonilla y Santa Catarina Ayometla.

Se anexa a continuación un ejemplo de la encuesta utilizada.

CUESTIONARIO DE PROFUNDIDAD SOBRE INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

Masculino: Femenino Edad Aproximada: _____ años

Dirección: _____

Calle: _____ No. Ext. _____ No. Int. _____

Colonia: _____

C.P.: _____ Municipio o Delegación _____

Ciudad: _____ Entidad: _____

B.- ¿Cual es el último grado de estudios?

No estudio nada	()	Preparatoria incompleta	()
Primaria completa	()	Preparatoria completa	()
Primaria incompleta	()	Licenciatura incompleta	()
Secundaria completa	()	Licenciatura completa	()
Secundaria incompleta	()	Maestría/ diplomado	()
Carrera comercial	()	Doctorado / más	()
Carrera técnica	()		

C.- Su vivienda es: Propia |__| Rentada |__| De familiares |__|

D.- ¿Cuántas habitaciones (cuartos) sin contar baños tiene su vivienda? |__| |__|

E.- ¿Con cuántos baños con regadera cuenta dentro de su vivienda? |__| |__|

F.- ¿Con cuántos focos cuenta dentro de su vivienda? (Aproximadamente) |__| |__|

G.- ¿De qué material es la mayor parte de los pisos de esta vivienda?

Tierra |__| Cemento |__| Madera |__| Madera sobre Cemento |__|

Mosaicos |__| Alfombra sobre Cemento |__|

H.- ¿De qué material es la mayor parte de los techos de esta vivienda?

Lámina de Asbesto |__| Cemento |__| Madera |__| Palma |__|

Lámina Metálica |__| Teja |__|

i.- ¿Cuentan en su casa con los siguientes aparatos en funcionamiento?

	Sí	No		Sí	No
1.-Calentador de agua o boiler	()	()	6.-Vídeo casetera/DVD	()	()
2.-Tostador de pan/ horno tostador	()	()	7.-Computadora personal	()	()
3.-Aspiradora	()	()	8.- Automóvil(es) propio(s) excluyendo taxis	()	()
4.-Lavadora de ropa	()	()	9.- Teléfono fijo (no celular)	()	()
5.-Horno de microondas	()	()	10.- Estéreo/ Modular	()	()

J.- ¿Cuál es su principal actividad económica actual? _____

K.- Actualmente ¿percibe Usted algún ingreso extra al de su empleo? Si () No ()

Si contestó afirmativamente, ¿cuál es la fuente de ese ingreso? (Indique giro y rubro)

Sección II.- PRODUCCIÓN.

1.- ¿Qué Produce Usted?

2. ¿Lo produce Usted solo o con ayuda de otros?

Solo |___| Con Familiares |___| Con Amigos |___| Tengo Taller |___|
Anotar No. Empleados |___|

3. ¿Qué insumos locales ocupa para realizar su labor y cuáles tiene que comprar fuera de su localidad? (L = las obtiene localmente; F = las obtiene fuera de la localidad).

Pinturas	()	Metales	()	Lienzos y Telas	()	Máquinas/ Instrumentos	()
Pinceles / Brochas	()	Herramientas	()	Hilos/Colorantes Textiles	()	Maderas	()
Barro/ Arcilla	()	Cantera /Piedra	()	Oro/Plata/Piedras Semipreciosas	()	Espicias Platillos	()
Bastidores/ Telares	()	Marcos /Piezas Metal	()	Tornos/ Cautines	()	Otros	()

4. ¿Usted diseña sus creaciones?

Sí, Solo |___| Con Familiares |___| Con Amigos |___| El Taller |___|

5. ¿Cuánto tiempo le toma realizar un diseño?

Menos de 1 hr	()	1 hora	()	De 1 a 2 horas	()	De 2 a 5 horas	()
De 5 a 24 hrs	()	Más de 1 día	()	Varios Días	()	Sobre la Marcha	()

6. ¿Registra Usted en INDAUTOR los diseños de sus obras, piezas, o creaciones?

Si () No, nunca () A veces ()

7. ¿Cuánto tiempo le toma realizar una obra, pieza o creación, una vez diseñada?

Menos de 1 hr	()	1 hora	()	De 1 a 2 horas	()	De 2 a 5 horas	()
De 5 a 24 hrs	()	Más de 1 día	()	Varios Días	()	Sobre la Marcha	()

8. ¿Requiere de más personas para realizar una obra, pieza o creación, una vez diseñada?

Si () ¿De cuantas? |___| No ()

9. ¿Aproximadamente cuántas obras, piezas, o creaciones realiza usted en un mes?

10. ¿Aproximadamente cuánto dinero en materiales invierte Usted por obra, pieza, o creación?

11. ¿Cuenta Usted con todas las máquinas y herramientas necesarias para realizar sus diseños y producir sus obras, piezas, o creaciones?

Si () Casi con todo () Lo rento () Me lo Prestan ()

Sección III.- TRANSACCIONES Y BALANCES.

12. ¿Vende / Exporta Usted sus creaciones?

Si () No, nunca () A veces ()

13. ¿Por qué razón esencialmente?

- | | |
|-----------------------------|---|
| () POR NECESIDAD ECONÓMICA | () POR FALTA DE COMPRADORES |
| () POR PEDIDO DE SUS OBRAS | () POR QUE ES MÁS CARO |
| () EMPLEO DE LOS HIJOS | () POR QUE NO SE PAGAN LOS INSUMOS/TRANSPORTE CARO |
| () EMPLEO FAMILIAR | () POR QUE NO LO NECESITA |
| () POR DIFUNDIR SU CULTURA | () POR FALTA DE APOYOS |
| () POR TRADICIÓN | () POR QUE LA GENTE NO LO APRECIA |
| () POR ORGULLO | () POR TRADICIÓN /RELIGIÓN |
| () POR MEJORAR SITUACIÓN | () POR QUE NO LE INTERESA |

14. Esta actividad creativa ¿representa su principal fuente de ingresos o es secundaria?

Es la Principal () Secundaria ()

15. ¿Cuáles son las principales localidades, ciudades, estados o regiones a donde vende sus obras, piezas o creaciones?

LOCALIDAD/ESTADO	PRINCIPALES OBRAS, PIEZAS O CREACIONES
A _____	_____
B _____	_____

C _____
 D _____
 E _____

16. ¿Aproximadamente cuánto es (o llega a ser) su ingreso mensual por la venta o exportación de sus creaciones?

17. ¿De existir un Fondo regional para Vender / Exportar sus obras, piezas, o creaciones, acudiría a él?

Si () No ()

18. ¿De existir un Centro de Registro local o estatal para proteger sus derechos de autor y las características de originalidad de sus obras, piezas, o creaciones, acudiría a él?

Si () No ()

19. ¿De existir un proyecto turístico o cultural-de negocios en su región, considera Usted que vendería más o con mayor facilidad sus obras, piezas, o creaciones?

Si () No ()

20. ¿Cómo comercializa sus obras, piezas, o creaciones?

() YO MISMO VOY A VENDERLAS () POR MEDIO DE AMIGOS
 () ME AYUDAN FAMILIARES () TENGO CONTRATO CON ALMACEN

21. ¿Tiene algún costo para usted la venta o comercialización de sus obras, piezas, o creaciones?

Si () ¿Aprox. cuánto? |____| No ()

Sección IV.- PERSPECTIVA.

22. ¿Tiene planes para incrementar o mejorar su actividad en el diseño y producción de sus obras, piezas, o creaciones?

Si () ¿Qué inversión requeriría? |_____| No ()

23. ¿En qué rubros o áreas de producción o comercialización invertiría?

CANTIDAD	ACTIVIDAD/MATERIAL
A _____	_____
B _____	_____
C _____	_____
D _____	_____
E _____	_____

24. ¿Contrataría a más personas para el desarrollo de esa actividad?

Si () ¿Cuántos? |_____| No ()

25. ¿Por qué no ha hecho esa inversión?

() NO ME DA CRÉDITO EL BANCO () EL CRÉDITO ES MUY CARO
 () NO SÉ DONDE SOLICITAR () NO TENGO FORMA DE PAGAR UN CRÉDITO
 () NO ES MI PRIORIDAD AHORA () NO QUIERO ENDEUDARME

26. ¿Conoce Usted el perfil de quien le compra? (hombres, mujeres, edades, nivel socioeconómico, nacionales de otros lugares, extranjeros, etc.)

Sección V.- COMPLEMENTO ACTIVIDAD ECONÓMICA.

27.- ¿A quién recurre generalmente cuando tiene alguna necesidad de un préstamo o cuando tiene la necesidad de comprar algo y no tiene dinero?

Casa de empeño () Compañeros de trabajo/patrón ()
 Prestamistas () Nunca la ha tenido/No he hecho nada ()
 Tandas () Bancos (Instituciones Financieras) ()
 Familiares () Otro ¿a quién? _____
 Tiendas departamentales (Electra, Coppel, etc.). ()
 Fiadores ()
 Caja de Ahorro ()
 Amigos ()

28.- ¿Realiza usted cambios o ahorros en moneda extranjera? Si () No ()

29.- ¿Cuántos dependientes económicos tiene?: _____

30.- ¿Recibe usted o su familia ayuda de algún programa de asistencia estatal o federal?

Si () No ()

31.- ¿Está usted o su familia inscrita en algún padrón para ayuda económica, educativa o laboral?

Si () No ()

¿De qué tipo?

ALIMENTARIA () BECA ESTUDIANTIL () APOYO DE EMPLEO () APOYO ECONÓMICO ()

32.- ¿Cuánto paga Usted de impuestos federales o estatales al mes o año?

\$ _____ .00 () ANUAL () MENSUAL

33.- ¿Cuenta Usted con?

PASAPORTE () LICENCIA DE CONDUCIR () CREDENCIAL DE ELECTOR ()

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

34.- ¿Además del Español/Castellano, habla Usted alguna otra lengua/idioma?

Si () No () ¿Cuál o cuáles? | _____

35.- ¿Compra regularmente libros o revistas?

Si () No ()

¿CUALES? _____

36.- ¿Acostumbra comprar o ha comprado eventualmente Obras de Arte?

Si () No () ¿De qué tipo? | _____

FOLIO _____

CUESTIONARIO ABIERTO (SEGUNDA PARTE DE LA ENTREVISTA)

- 1.- En su caso particular, ¿cuáles son las principales necesidades o áreas de apoyo que desearía encontrar por parte del instituto, consejo o secretaría de cultura y arte?
- 2.- En su caso particular, ¿cuáles considera que son los principales aciertos (actuales) de la política cultural en el municipio de Puebla?
- 3.- En su caso particular, ¿cuáles considera que son los principales desaciertos (actuales) de la política cultural en el municipio de Puebla?
- 4.- Indique tres acciones inmediatas que usted propondría, como prioritarias, para mejorar sustancialmente la política cultural en el municipio de Puebla.
- 5.- ¿Cuáles son los principales problemas u obstáculos que usted encuentra en lo cotidiano para realizar su labor creativa o artística?

El equipo de Nomismae Consulting S.C. agradece en primer lugar, a todos los artistas y creativos culturales de la ciudad de Puebla y de su zona metropolitana que compartieron con nosotros su valiosa información para la realización de este documento. A todas las universidades, centros de estudio, asociaciones y agrupaciones artísticas, que permitieron al equipo de investigación en campo el acceso a sus profesores, alumnos e instalaciones.

A los estudiantes de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y de la Universidad de las Américas Puebla que nos ayudaron como voluntarios para la ejecución del estudio de campo; entre los que destacan: Natalia Herrero, Mariem y Denisse Jalil, Nadia Castro, Daniela Rivera, Andrea Coyotzi, Jaqueline Bahena, Uriel Tuxpan, Amalia Gordillo y José Antonio García.

Finalmente, y no por ello menos importante, al H. Ayuntamiento de Puebla 2008-2011 a través del equipo del Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla y a su Director General el Lic. Pedro Ocejo Tarno, por su visión, iniciativa y apoyo; a María Teresa Cordeiro, Coordinadora de Proyectos Especiales por su inestimable e incomparable apoyo y a Nelly Castro por su disposición y amabilidad.

Este estudio fue posible gracias la colaboración del equipo de Nomismae Consulting S.C., integrado por:

Ernesto Piedras Feria, Director General (epiedras@nomismae.net),
Ernesto Ramirez Fraga, Director de Proyectos (ernesto.ramirez@nomismae.net),
Gonzalo Rojon González, Director (gonzalo.rojon@nomismae.net),
Diego Gamboa Sorensen (diego.gamboa@nomismae.net)
Alvaro Carrillo Incháustegui (alvaro.carrillo@nomismae.net).

El libro

GRAN VISIÓN CULTURAL

se terminó de imprimir en octubre de 2010 en los
talleres El Errante, — Privada Emiliano Zapata 5947,
Sab Baltasar Lindavista, Puebla, Puebla,—
Se tiraron 1000 ejemplares, más
sobrantes para reposición.