

Décimo arte*

FECHA DE RECEPCIÓN: 19 de septiembre.

FECHA DE APROBACIÓN: 24 de octubre.

Pp. 65-94.

*Jennifer Monroy***

Resumen

Hasta la segunda mitad del Siglo XX, el sector cultural y la ciencia económica fueron campos totalmente ajenos y desarticulados. No obstante, la búsqueda de visibilización de las actividades productivas culturales como sector económico y la conducción de productividad del hombre por medio del arte, han confluído en la articulación de economía y cultura. En consonancia, la presente investigación tiene como objetivo analizar los efectos económicos y sociales de las industrias creativas en el desarrollo económico colombiano, durante el periodo 2000-2010 (es de aclarar que el sector cultural tiene efectos en la economía y el desarrollo de Colombia).

Palabras clave

Industrias culturales, industrias creativas, crecimiento económico, desarrollo económico, cohesión social.

* Economista, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

** Las bellas artes poseen diversas clasificaciones, entre otras teorías, unas indican la división de siete y otras de nueve categorías. Tatarkiewicz (2002). Sin embargo, esta investigación considera un Décimo arte: la medición de la cultura, desde la visibilización de las actividades productivas como sector económico.

Tenth Art

Abstract

Until the second half of the twentieth century, culture and economics were totally unrelated fields. However, the search for the identification of cultural production activities as an economic sector and the management of the human productive life through art have resulted in the articulation of "Economy and Culture". Consequently, this research paper shows the analysis of the economic and social effects that the creative industries have created in the Colombian economic development during the years 2000 and 2010. Therefore, the cultural sector has impacted the economy and development of Colombia.

Key words

Cultural Industries, Creative Industries, Economic Growth, Economic Development, Social Cohesion.

Dixième Art

Résumé

Jusqu'à la seconde moitié du XXe siècle, le secteur culturel et les sciences économiques étaient des domaines complètement étrangers l'un à l'autre. Cependant, la quête de visibilité des activités culturelles en tant que secteur économique à part entière et la réalité d'une relation productive de l'homme à travers l'art ont convergé pour former une « Économie Culturelle ». Cette étude présente l'analyse des effets économiques et sociaux générés par les industries de la création culturelle dans le développement économique colombien au cours de la période 2000-2010. Le secteur culturel a incontestablement des effets sur l'économie et le développement de la Colombie.

Mots clés

Industries culturelles, Industries de la création, Croissance économique, Développement économique, Cohésion sociale.

Décima Arte

Resumo

Até a segunda metade do século XX, o setor cultural e a ciência econômica eram campos totalmente distantes e desarticulados. Contudo, o esforço por dar visibilidade às atividades produtivas culturais como setor econômico e a condução de vidas produtivas do homem através da arte, levaram à articulação de "Economia e Cultura". Em consequência, esta pesquisa mostra a análise dos efeitos econômicos e sociais gerados pelas indústrias criativas no desenvolvimento econômico colombiano, no período 2000 – 2010. Portanto, o setor cultural tem efeitos na economia e no desenvolvimento da Colômbia.

Palavras-chave

Indústrias culturais, indústrias criativas, crescimento econômico, desenvolvimento econômico, coesão social.

1. La escena actual

La tecnología, las tendencias de consumo, los mercados y la cultura hacen parte del modo de vida del ser humano. De hecho, la cultura, un campo que fue hasta la segunda mitad del Siglo XX casi ajeno a la ciencia económica, ha sufrido transformaciones en la medida que ha sido incluido como una herramienta fundamental para determinar preferencias, gustos, externalidades, fallos de mercado, óptimos de Pareto y decisiones de administración pública. En otras palabras, el conjunto de las actividades productivas, creativas y culturales, conocidas como industrias creativas y culturales, materializan la intangibilidad de los bienes simbólicos en la ciencia económica, por medio de la industrialización de la producción cultural.

Inevitablemente, la economía es un factor importante para el ser humano, ya que estudia su comportamiento como un agente económico en sus múltiples presentaciones. Es decir, los procesos culturales se examinan por medio de inversiones, mercados, tendencias de consumo y acuerdos internacionales, así como el arte es visto como un modo de producción, anclado a la antropología del hombre y a su máxima libertad de expresión; de esta forma, se establece, entonces, un enlace entre economía y cultura.

La percepción de las bellas artes ha cambiado constantemente en el tiempo, debido a movimientos culturales y a la derivación teórica en su clasificación. Aunque varios autores han realizado aportes al respecto, actualmente existen, entre otras teorías, unas que las dividen en siete categorías y otras, en nueve (Tatarkiewicz, 2002). A partir de esto, la investigación considera un **Décimo arte**: la medición cuantitativa y cualitativa de la cultura (desde la visibilización de las actividades productivas culturales) como sector económico en Colombia.

La importancia de los sectores en la economía, radica en la contribución que estos hacen al crecimiento económico y a la competitividad de un país. Por ejemplo, en Colombia, los sectores económicos considerados, en términos del Producto Interno Bruto (PIB), de mayor crecimiento son: minería (4,9%), agricultura (6,38%) e industria manufacturera (12%) (DANE, 2010). Sin embargo, es importante darle otra mirada al panorama que se está presentado, pues la competitividad en la globalización no se logra con productos primarios, abrir mercados ignorados y crear nuevas expectativas frente a estos; los nuevos productos que tengan valor agregado, son la nueva tarea de la economía colombiana.

Por tal razón, esta investigación propone una alternativa desde el sector cultural por su doble aporte a la sociedad, materializado en el crecimiento y desarrollo económicos. Según Conpes 3162 (2000), “lineamientos para la sostenibilidad del plan nacional de cultura 2001-2010”, el sector cultural aporta cerca del 2% del PIB en países en proceso de desarrollo (Ecuador, Colombia) y más del 6% en países desarrollados (Suecia, EEUU). Además, promueve la cohesión social por medio de la confianza, identidad y multiculturalidad, entre otros aspectos. De lo anterior, se infiere la ventaja competitiva de la cultura en los países que la potencian y hacen de esta un motor de crecimiento y desarrollo económico.

El objetivo entonces de esta investigación, es analizar tanto los efectos económicos y sociales de las industrias creativas en el desarrollo económico colombiano, durante el periodo 2000-2010, a través de las mediciones hechas

por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), como las políticas aplicadas a favor del sector cultural, tanto en Colombia como en otros países.

En la presentación general, se hace un recuento acerca de las industrias de la cultura en el mundo, las contribuciones del sector cultural en algunos países y su evolución en Colombia. Enseguida, se calcula el PIB cultural y la contribución del sector a la economía colombiana, en su conjunto. Después, se observa el aporte de la cultura como mercado al panorama social colombiano, por medio de la creación de un indicador de cohesión social y por último y no menos importante, se presenta una metodología de medición enfocada al empoderamiento político de las industrias creativas y culturales del país.

2. Marco conceptual

Inicialmente, se presenta un panorama internacional con los antecedentes y conceptos de las industrias culturales y creativas, para dar a conocer después el caso colombiano en el Siglo XX, llamado caja escénica colombiana, el cual permite mostrar el horizonte nacional respecto del trabajo realizado en el campo cultural. Luego, se encuentra la metodología de investigación, en la que se definen conceptos, supuestos y técnicas utilizadas, para dar paso a los resultados, divididos en: escena I, crecimiento económico por parte del PIB cultural; escena II, cohesión social versus resultado PIB cultural y escena III, propuesta de metodología de medición para un empoderamiento político en el sector cultural. Finalmente, se exponen las conclusiones.

2.1 Industrias culturales y creativas

Existen diferentes puntos de vista respecto del concepto de economía cultural, entre los que se pueden destacar el de los defensores de la cultura como un mercado y el de los que protegen la gestión pública del mundo del arte y la conservación de la cultura como patrimonio de la humanidad. Este término, fue

acogido por la industrialización de la producción cultural, aunque más adelante se desencadenó el concepto de industria creativa, abarcando un mundo más amplio de las bellas artes y comprendiendo la polémica acerca de la cultura como mercado y fuente de desarrollo económico.

De otra parte, inicialmente y como una crítica a la sociedad moderna de los años 40 liderada por Theodor Adorno, Max Horkheimer y Herbert Marcuse, debido a la polémica en contra de las limitaciones de la vida cultural moderna, la escuela de Frankfurt, uno de los centros del pensamiento más influyentes en el Siglo XX adoptó el término de industrias culturales.

Lo anterior, fundamentalmente, porque se afirmaba que la sociedad había abandonado la esencia del arte en la época del auge de las tecnologías y los medios masivos de comunicación, lo que se conoció como cultura de masas, una forma especial de la cultura por la expansión del mercado y la producción cultural.

La escuela de pensamiento marxista define la transformación cultural en la segunda mitad del Siglo XX, como la alianza del capitalismo avanzado entre la cultura y el entretenimiento,

debido al desarrollo de los medios de comunicación y a la globalización. Los precursores de Frankfurt estaban en total desacuerdo con la cultura como una industria, ya que la consideraban como la estética y esencia de un país, razón por la cual no podía convertirse en industria y realizar la dinámica de mercado como un bien o servicio normal, pues perdería la libertad de expresión y consecuentemente, se convertiría en un aspecto más de anegación del hombre y su sistema económico.

El término industrias creativas, varía entre países. En 1994, surgió por primera vez en Australia con el lanzamiento del informe *Creative Nation*, que dio origen a la utilización y aplicación de este concepto más allá de las artes, con un amplio potencial comercial. A partir de esto, el Reino Unido, en 1997, estableció el modelo *Department of Culture, Media and Sport* (DCMS), el cual coloca a la economía británica como una economía impulsada por la creatividad y la innovación, definiendo *Creative Industries* como: “Aquellas que requieren creatividad, habilidad y talento, con potencial de creación de riqueza y empleo a través de la explotación de propiedad intelectual”

(División Internacional de Comercio – DITC- y Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNTAD-, 2008).

Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación entiende por industrias creativas, aquellas protegidas por derechos de autor con potencialidad de producción y distribución de bienes y servicios en materia de economía creativa y naturaleza cultural, que combinan creación, producción y comercialización de contenidos tangibles e intangibles, por medio de innovación y tecnología.

Las industrias culturales comparten, en cierto sentido, el universo de las creativas, ya que incluyen todas las actividades de contenido simbólico (a excepción de actividades tecnológicas: desarrollo de *Software* y video juegos), las actividades protegidas por derechos de autor y las actividades de preservación y gestión del patrimonio cultural, las cuales, a pesar de que no se consideran como industria creativa, sí se reconocen como actividad cultural. Cabe aclarar, que esta investigación tiene en cuenta los dos tipos de industria: la cultural y la creativa.

2.2 Programas de incentivo cultural

En vista de la importancia de la cultura en los países y la poca exploración del sector en Latinoamérica, el Mercado Común del Sur (Mercosur), dio origen al Sistema de información Cultural del Mercosur (SIC-SUR) como un tablero control de la situación de los países miembros (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela) en cuanto a indicadores de la cultura, para dar cuenta de las actividades económico productivas en materia de multiculturalidad, identidad y cohesión social, entre otros. Este sistema ha sido fundamental para la generación de políticas en los estados en beneficio, y como incentivo del sector cultural.

Otros estudios importantes, han sido los acuerdos de cooperación entre países, por medio de programas como: Fondo de Ayuda para las Artes Escénicas Iberoamericanas (Iberescena) o Ibermuseos para el fomento y articulación de políticas públicas en el área de museos y museología; Consejo de Cultura, Ciencia, Tecnología e Innovación (COSECCTI), Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC) y Alba Cultural (Culturas de nuestra América), además del apoyo para el desarrollo cultural por parte de

SIC- SUR, Unesco y la cooperación española, donde se promueve la cultura y se hacen comparaciones en materia de comercio exterior, medición de actividades culturales, bienestar de la población y gasto público, con el ánimo de preservar la cultura y el patrimonio y aumentar la cohesión social y la inclusión.

En cuanto a las mediciones de las industrias culturales y creativas en el mundo, Brasil y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) presentaron una metodología para el año 2003, basada en un proceso llevado por Estados Unidos. Sin embargo, algunos países realizaron su propia medición, con metodologías diferentes y modelos de selección de actividades culturales y creativas, acordes con las políticas de cada uno. Colombia, por medio del Convenio Andrés Bello (CAB), adoptó la metodología de la cuenta satélite de la cultura (Sistema de información acondicionado para la medición de las actividades culturales en Colombia, p 13); otras metodologías tuvieron lugar en Venezuela (Guzmán *et al*, 2004), Perú (CAB, 2003) y Chile (Consejo Nacional de la Cultura y las artes de Chile, *et al*, 2003).

Algunos estudios previos de las industrias culturales en el mundo, arrojaron los resultados que se presentan a continuación (Tabla 1).

Tabla 1. Participación del sector cultural al PIB de la economía nacional de cada país

PAÍS	AÑO DE MEDICIÓN	PARTICIPACIÓN % PIB
Canadá	2001	3,77
España	2005	2,80
Perú	2000 – 2001 – 2004	0,4 – 0,6 - 1.03
Venezuela	2001 – 2002	1,4 – 1,7
Chile	2000 – 2001 – 2004	2 – 1,7 – 1,8
Colombia	2000 – 2001 – 2007	1,6 – 1,6 - 1.8
Estados Unidos	2000 – 2001	7 – 8
Argentina	2000 – 2001 – 2004	2,3 – 2,4 – 2,8
México	2000 – 2008	5,7 – 7,3

Fuente. DANE, Coalición regional de servicios CRS, Unidad de Inteligencia Competitiva, Convenio Andrés Bello (CAB), Ministerio de Cultura de España, UNESCO.

Según estudios realizados por la Unesco, las industrias culturales en el mundo, en 1996, tuvieron una producción de US\$315 mil millones; hoy en día, las comunicaciones en su conjunto, arrojan resultados de US\$1,6 billones, lo que da lugar a ventas anuales del 12% de la producción mundial. Unesco indica que estas industrias tuvieron un crecimiento entre 1980 y 1998, del 300% que corresponde a la producción de algunas industrias culturales como prensa, libros, televisión, radio y cine. Cabe aclarar, que el 53% de su producción y consumo se concentra en cinco países: EEUU (segundo sector exportador), Inglaterra, México, China y Alemania.

Con base en lo anterior, Ernesto Piedras muestra un panorama estadístico, respecto de una contribución aproximada del PIB a la economía, en algunos países de desarrollo intermedio, como México, Brasil y Argentina, del 7,3%, 6% y 4%, respectivamente; además de los efectos sociales, Piedras manifiesta:

Puede afirmarse entonces que estos países son una potencia económico-cultural. Es decir que su cultura constituye en sí misma, además de su valor intrínseco en términos sociales y estéticos, un motor de crecimiento y desarrollo económicos, como lo reflejan su elevada participación

en el PIB, la alta productividad de sus numerosos trabajadores y, finalmente, las ventajas competitivas de su interacción comercial con el resto del mundo. (...) Las actividades económicas culturales desempeñan un papel mucho más importante en el desarrollo económico, cuando este no se refiere únicamente al aumento del Producto Interno Bruto Per cápita, sino al hecho de “crear un ambiente en el cual la gente pueda desarrollar completamente su potencial y conducir sus vidas productivas y creativas de acuerdo con sus necesidades e intereses (....) Desarrollo es acerca de expandir las opciones que la gente tiene para conducir sus vidas”. (Piedras, 2006, p 62).

2.3 Caja escénica colombiana

Colombia, durante el Siglo XX, contó con grandes y pequeñas industrias culturales de los sectores audiovisual, editorial y fonográfico, entre otros, dedicadas a mostrar identidades, procesos y diversidad cultural del país. En efecto, se vio la necesidad de diagnosticar la contribución de estas industrias al PIB de la economía nacional y diseñar políticas públicas que promovieran e incentivaran las diversas expresiones culturales.

No obstante, se demostró la existencia de algunas microempresas culturales rentables y autosostenibles que generaban empleo y a partir de esto, se comenzó a formalizar el sector cultural con asesoramiento de abogados, economistas y administradores. En consecuencia, estas microempresas podrían ser estables y dinamizar la economía y sus sectores. En este sentido, y con el objeto de fortalecer el sector creativo y cultural, se crea Incubadora de Industrias Culturales y Creativas (Prana), por medio del Convenio Andrés Bello y el *British Council* (Consejo Británico), con el respaldo del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

2.4 Elementos para el desarrollo

El recurso más poderoso que un país tiene para su desarrollo, es la mente humana. El capital humano es un factor de producción que depende de la calidad y del nivel de formación que posea un individuo; es decir, no es una máquina que sirve de insumo al proceso productivo, sino un ser capaz de crear nuevas ideas y materializarlas en la complejidad de su mente. Kliksberg (2006), habla del capital social y de su importancia para el bienestar de la población, junto con la incidencia de las ciencias del desarrollo sobre este.

Desde otro punto de vista, Escobar, (2007), se refiere al origen del término desarrollo, como producto de la preocupación de los países industrializados por perder su dominio en el mundo, debido a los países no industrializados, a los que veían como una amenaza para sus economías y regímenes políticos. Entonces, se estableció el concepto de países desarrollados y países en vía de desarrollo. Por su parte, Amartya, (2000) se refiere al desarrollo como un tema de libertades y acceso a oportunidades que las personas poseen en su estilo de vida, mientras que Stiglitz (1998),

se refiere a las confusiones de los gobiernos en cuanto a los conceptos de fines y medios del desarrollo.

Por tanto, en esta investigación se entenderá como desarrollo económico, el proceso de evolución de la población a partir de su bienestar, calidad de vida, cohesión social, participación, aumento de las libertades y oportunidades. De igual forma, el concepto de crecimiento económico, como el aporte y la contribución de la producción de bienes y servicios finales, al PIB de la economía nacional.

3. Metodología

La cultura hace parte de la antropología del hombre y este ha querido explicarla de muchas maneras. De hecho, teóricos como Alfred Kroeber y Clyde K. Klukhohn, compilaron casi 300 formas de definirla, con el fin de buscar un paradigma que precisara su complejidad.

En un sentido amplio, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (Unesco) la define como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales

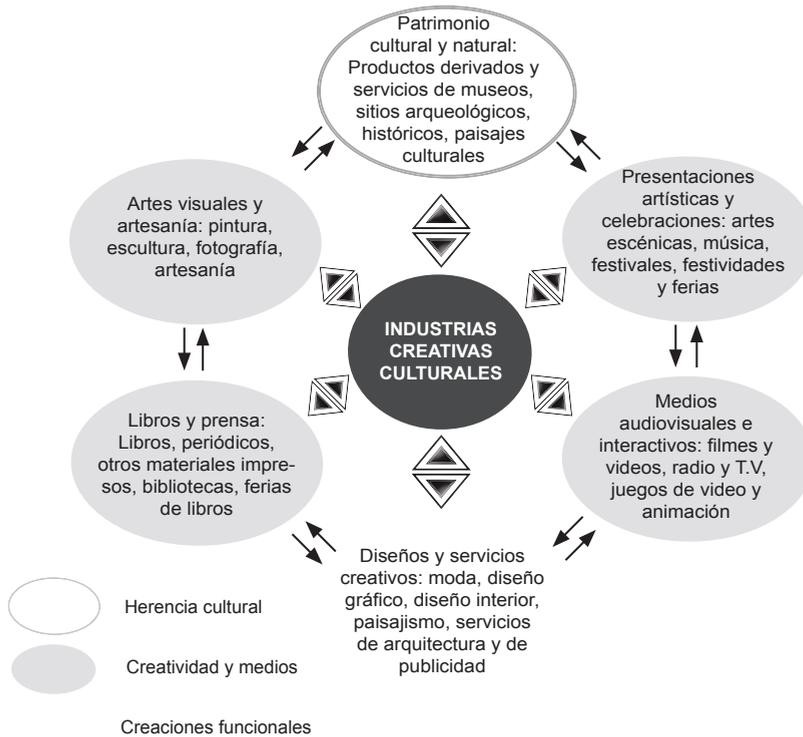
y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (Conpes 3162, 2002. p 3).

De este modo, se originaron tanto el concepto de campo cultural, definido por el Convenio Andrés Bello (CAB, 2009), como “un conjunto de actividades humanas y productos cuya

razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos”, como el de industrias culturales y creativas, temas de la presente investigación.

Para su medición se tuvo en cuenta la metodología del SIC-SUR (Figura 1) y el modelo del Department for Culture, Media and Sport – DCMS-

Figura 1. Clasificación de las industrias culturales y creativas.



Fuente. Zurita (2012).

En este sentido, para contabilizar las actividades económicas y culturales del país, es necesario revisar las mediciones correspondientes a todas las actividades económicas, las cuales se encuentran en el Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas y se identifican en el Marco central de las Cuentas Nacionales, constituido por una serie de cálculos, cuentas y balances macroeconómicos que hacen parte de la cuantificación de los sectores y están aceptados en la contabilidad internacional. El objetivo del marco central es describir el sistema económico en su totalidad dividido en agregados económicos, cuentas de bienes y servicios y cuentas de sectores institucionales. De hecho, en este espacio se encuentran las cuentas anuales, trimestrales, semestrales, etc.

Así mismo, se encuentran las Cuentas Satélite que se constituyen como una estrategia muy acogedora en la veracidad y confiabilidad de los datos que aborda, ya que estas no permiten que se distorsione la medición económica del marco central del Sistema de Cuentas Nacionales de las actividades económicas y permiten complementar la información en variables, cuadros y ediciones para la obtención de mayor información. Colombia posee la metodología de cuenta satélite para: cultura, medio ambiente, turismo, salud y seguridad social.

El DANE (2012), por su parte, define la cuenta satélite de la cultura como: “Sistema de información estadística focalizado sobre las actividades y productos culturales. Su objetivo es reunir las cuentas de producción, los Balance Oferta Utilización (BOU), el cuadro de empleo y el cuadro del gasto y la financiación del gasto, la información más completa y consistente sobre el sector cultural del país”.

De otro lado, la investigación hace referencia al concepto Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), nomenclatura estándar manejada por los países para determinar los productos y hablar en un mismo lenguaje, en efectos de comparabilidad. De esta clasificación se desprende la correlativa, y se define como la codificación de actividades económicas que permite la continuidad de las series estadísticas para su respectiva clasificación.

Con base en los anteriores elementos, los resultados obtenidos por la investigación están divididos en tres escenas: la primera, corresponde al cálculo del PIB Cultural y su contribución al PIB Nacional; la segunda, tiene en cuenta el aporte del sector cultural al bienestar de la población, por medio de la creación del Índice de Cohesión Social (con base en la propuesta metodológica de la Cepal); y la tercera,

es una metodología de medición con vistas a un empoderamiento político de las industrias creativas y culturales en Colombia.

En efecto, se tienen en cuenta tres supuestos fundamentales: el primero, parte de la contribución del sector cultural al PIB de la economía nacional, en el que se estima que existe un porcentaje significativo que evidencia el crecimiento de la economía nacional, gracias al sector cultural. El segundo, comprende tres grandes variables: brecha, institucionalidad y

sentido de pertenencia, conformando un indicador de cohesión social como determinante para el desarrollo económico del país, en el cual las industrias creativas juegan un papel protagónico en su evolución; y el tercero, considera la potencialidad del capital social con base en el mejoramiento de la cuantificación y medición del sector cultural, por medio de una metodología de medición con miras a un empoderamiento político de las industrias creativas y culturales para el fortalecimiento de políticas en Colombia.

4. Resultados

4.1. Escena I (PIB cultural)

El PIB cultural, es un indicador de bienes y servicios (creativo-culturales) finales de la economía. En este caso, para su cálculo no se incluyó la medición de la cuenta satélite de la cultura realizada por el Departamento Nacional de Estadística (DANE), debido a las diferencias metodológicas en la cuantificación y su división en

dos series: 2000-2007; 2005-2010. Por tal motivo, se tomaron, de la nomenclatura Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU)¹, todas las actividades económicas, con denominación industria creativo-cultural (Anexo 1).

De esta forma, se pasó a la Matriz Oferta, a precios constantes y a la Matriz Utilización² a precios corrientes

¹ En esta clasificación, se encuentran las ramas de las actividades económicas creativo-culturales en cada uno de los códigos pertenecientes a las cuentas nacionales. tivas como sector económico.

² La Matriz Utilización en las filas, presenta la información de equilibrio entre oferta y demanda de los productos y en las columnas, las ramas de actividad, las cuales se encuentran agrupadas por la afinidad de los productos contemplados en cada una.

(a seis dígitos, lo que garantiza la desagregación de las actividades productivas culturales); se sacaron los valores correspondientes a la producción total (P) y consumo intermedio (CI) a precios básicos, para determinar el valor agregado (VA), de cada rama de actividad ($VA=P-CI$); se determinó para cada producto creativo-cultural, un coeficiente técnico con el fin de establecer el valor agregado de cada uno y finalmente, se realizó la suma de estos valores agregados, con la cual se obtuvo el resultado del PIB cultural.

Es preciso aclarar que algunas actividades pertenecientes a las industrias creativo-culturales (según el modelo seguido por esta investigación), no se tuvieron en cuenta, debido a que la falta de información y la no desagregación de dichos productos en las nomenclaturas CIIU y CPC, dificultan la medición (Anexos 1 y 2).

Los datos obtenidos en esta investigación, serie (2000-2010), no se encuentran determinados actualmente en Colombia para toda la actividad cultural; es decir, es una serie definida únicamente en esta indagación (ver tablas 2 y 3).

Tabla 2. PIB cultural versus el PIB Nacional y sus tasas de crecimiento a precios corrientes

Año base=2005 Miles de millones de pesos (COP)

AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
PIB CULTURAL	9062.9	10128.3	10665.6	12311.8	13905.5	15428.6	17448.1	19298.4	20472.6	21831.3	24172.2
PIB NACIONAL	208531.0	225851.0	245323.0	272345.0	307762.0	340156.0	383898.0	431072.0	480087.0	504647.0	543747.0
TASA DE C. PIB CULTURAL		11.8	5.3	15.4	12.9	11.0	13.1	10.6	6.1	6.6	10.7
TASA DE C. PIB NACIONAL		8.3	8.6	11.0	13.0	10.5	12.9	12.3	11.4	5.1	7.7
PART. DE LA CUL. AL PIB %	4.3	4.5	4.3	4.5	4.5	4.5	4.9	4.5	4.3	4.3	4.4

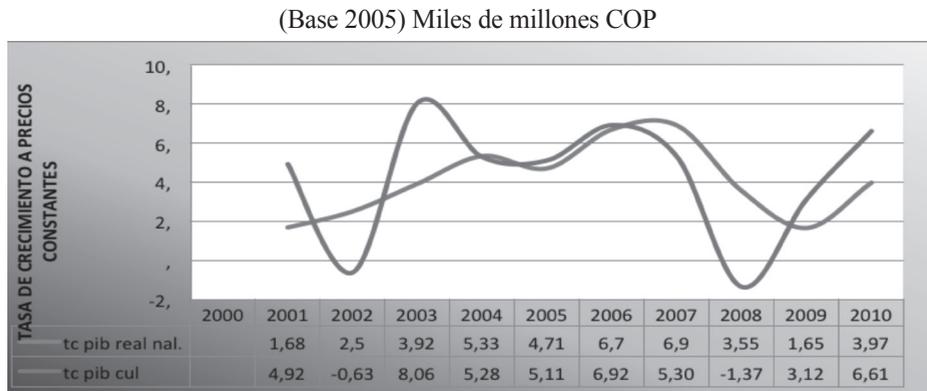
Fuente. Información del DANE y cálculos propios

Tabla 3. Tasa de crecimiento del PIB cultural vs PIB nacional a precios constantes.

Año base= 2005 Miles de millones de pesos (COP)

AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
PIB Real Nacional		1.68	2.50	3.92	5.33	4.71	6.70	6.90	3.55	1.65	3.97
PIB Real Cultural		4.92	-0.63	8.06	5.28	5.11	6.92	5.30	-1.37	3.12	6.61

Fuente. Información del DANE y cálculos propios.

Figura 2. Tasa de crecimiento del PIB nacional vs el PIB cultural, a precios constantes.

Fuente. Información del DANE y cálculos propios.

Se observa que el sector cultural es demasiado elástico y de esta forma fluctúa constantemente (Figura 2). Se puede inferir que este sector fácilmente se desestabiliza o equilibra, ya que algunas tasas de crecimiento a precios constante indican crecimientos negativos como los del año 2002 con -0,63% y el año 2008 con -1,37. Sin embargo, la serie presenta tasas de crecimiento mayores que el PIB

nacional, como ocurrió en los años 2001, 4,92% respecto del PIB nacional con 1,68%; 2003, 8,06% respecto de 3,92% del PIB Nacional; año 2005, 5,11% respecto de 4,71; año 2006 con 6,92% respecto de 6,7% y año 2009, 3,12%, respecto del PIB nacional con 1,65%.

De lo anterior, se deduce que son más los años durante los cuales el sector

cultural incide positivamente en la economía, que los años con contribuciones negativas; por tanto, se infiere que el PIB cultural crece a un ritmo mayor que el PIB de la economía nacional.

Seguramente, durante el año 2002, la tasa de crecimiento fue de -0,63%, debido a que Colombia tuvo una disminución y pérdida de ingresos en las publicaciones y aumento en los precios de los productos editoriales, lo cual incrementaba el costo del consumo intermedio para los fabricantes y consecuentemente no producían. Caso contrario, en el año 2006 se registró un aumento del 63%, sobre las ventas totales y entre los años 2001 y 2005, en América Latina se tuvo un registro de ISBN de 61.957 a 83.905 títulos, crecimiento del 35%, evidenciado principalmente en el año 2003. Sin embargo, la crisis mundial de 2008, afectó también el sector cultural y lo llevó a recesión durante todo el año, recuperándose en el 2009 con tasa positiva y superando el PIB de la economía nacional, en el 2010.

4.2 Escena II – Cohesión social versus resultado PIB cultural

El desarrollo económico tiene en cuenta la calidad de vida para los habitantes de un país y se traduce como bienestar, inclusión social y oportunidad, entendidas como cohesión social, aspecto que, a partir del segundo supuesto de investigación, es el indicador central de desarrollo económico, pues reúne las condiciones óptimas para el acceso a oportunidades de vida, a través de las industrias creativas.

La Cepal, se encargó de realizar un estudio (aún no aplicado) de cohesión social basado en un método propuesto en Europa con los indicadores LAEKEN (comprenden tres variables: brecha, pertenencia e institucionalidad), con el fin de dar a conocer la situación social del país. El objetivo de trabajar con estas variables, es realizar una correlación entre ellas, de tal forma que se logre conformar un único indicador de cohesión social. A partir de esto, se pretende establecer vínculos, relaciones y cambios respecto del PIB nacional y cultural, respectivamente. De esta forma, se presentan y contrastan las estadísticas encontradas en el DANE y en la Cepal (Figura 3).

Figura 3. Distribución de las variables.

Distancia	Instituciones	Pertenencia
- Desigualdad de ingresos (0,066)	- Funcionamiento de la democracia (0,0825)	- Multiculturalismo
- Pobreza e indigencia (0,0825)	- Instituciones del estado (0,165)	- Confianza (0,0825)
- Empleo (0,066)	- Instituciones del mercado (0,0825)	- Participación (0,0825)
- Educación (0,033)	- Familia	- Expectativas de movilidad
- Salud (0,085)		- Solidaridad social (0,165)
- Vivienda		
- Pensiones		
- Brecha digital		

Fuente. CEPAL.

Indicador de cohesión social = 1

Las variables subrayadas en amarillo son aquellas que se tomaron para formar el indicador de Cohesión Social para Colombia; sobre las que no están subrayadas, no fue posible encontrar información correspondiente a la serie de tiempo establecida.

Distancia= 0,33
Instituciones= 0,33
Pertenencia=0,33

Esta investigación, analiza el campo de cohesión social, con base en estadísticas del período 1990- 2010, para realizar un estudio con mayor

contenido y lograr un mejor grado de comparación respecto del PIB Cultural. Para establecer esta comparación, fue necesario medir el PIB Cultural del periodo 1990 – 1999, ya que no se encontró información sobre estos años.

Esta serie se calculó a precios constantes, por medio de la Matriz Oferta y a precios corrientes con la Matriz Utilización, pero con una metodología de medición diferente y con año base, 1994 (DANE), lo cual llevó a interpolar la serie con los datos del PIB Cultural calculados de 2000 – 2010, respectivamente.

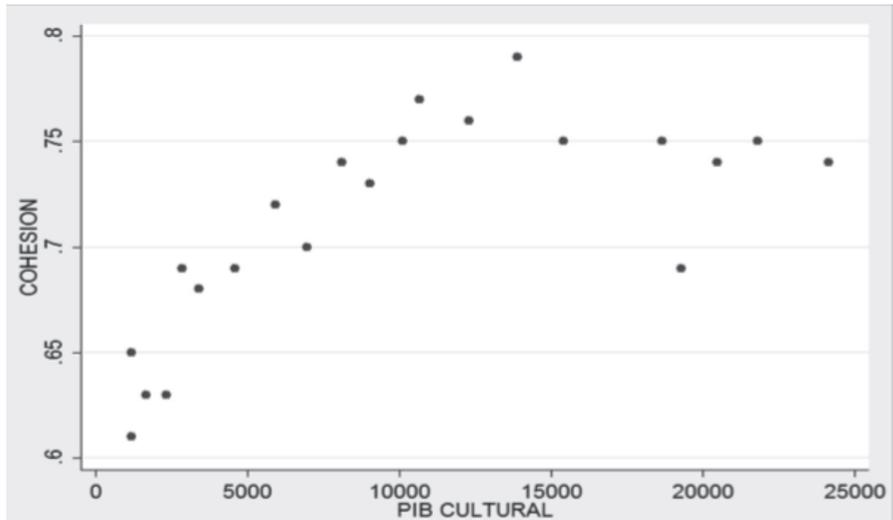
Para optimizar dicho análisis, se utilizaron dos programas estadísticos: *Eviews* y *Stata* (ver figuras 4 y 5).

Figura 4. Modelo en Stata de la cohesión social respecto del PIB cultural

current memory allocation					
settable	current value	description	memory usage (1M = 1024k)		
set maxvar	5000	max. variables allowed	1.909M		
set memory	500M	max. data space	500.000M		
set matsize	400	max. RHS vars in model	1.254M		
			503.163M		
. use MEDICION					
. reg COHESION pibcultural					
source	SS	df	MS		
Model	.023690872	1	.023690872	Number of obs = 21	
Residual	.026890085	19	.001415268	F (1, 19) = 16.74	
				Prob > F = 0.0006	
				R - squared = 0.4684	
				Adj R - squared = 0.4404	
				Root MSE = .03762	
<hr/>					
COHESION	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
pibcultural	4.65e-06	1.14e-06	4.09	0.001	2.27e-06 7.02e-06
_cons	.6649674	.0142017	46.82	0.000	.6352428 .694692

Fuente. STATA y elaboración propia.

Figuras 5 . Cohesión social respecto del PIB cultural.



Fuente. STATA y elaboración propia.

El estudio por medio de estos programas estadísticos, se basó en la observación de 21 variables de la Cohesión Social y del PIB cultural, con un intervalo del 95%.

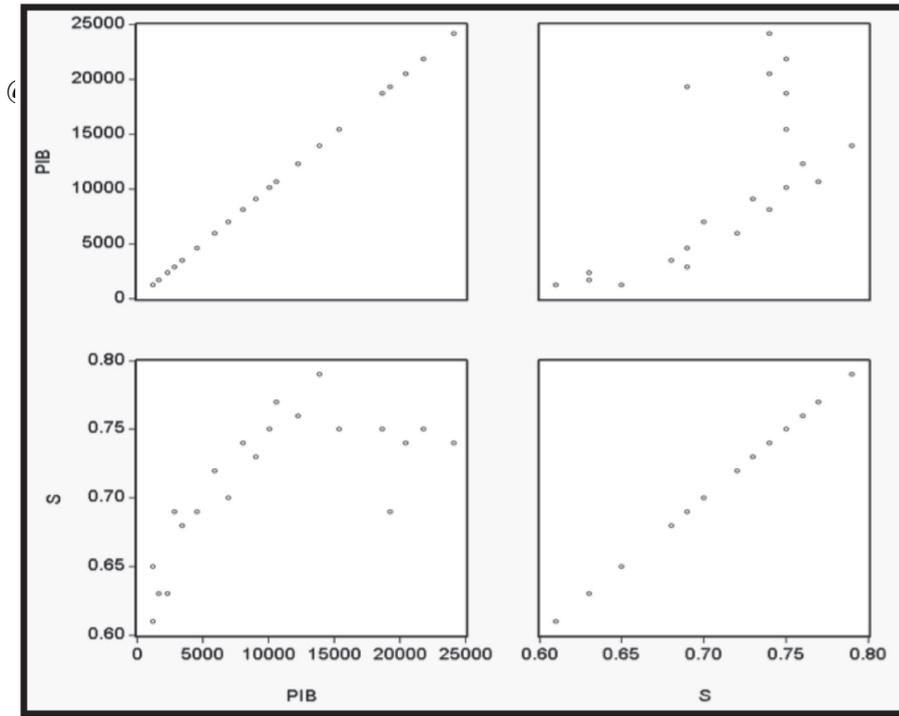
Se presenta una distribución lineal, ya que a medida que aumenta el PIB cultural, también aumenta la cohesión social, de 0 a 15.000; se presenta, así mismo, un comportamiento constante en 0,75 por el mismo incremento del PIB, lo cual puede suceder por cambios en preferencias de consumo, disminución de ingreso, aumento del desempleo o situación política del país. Igualmente, la probabilidad es de 0,1%; es decir, que existe multicolinealidad (relación lineal entre variables explicativas). En el modelo se evidencia que la variable PIB cultural sí explica la variable cohesión social; de esta forma, se infiere que sí existen incentivos de producción cultural sobre la calidad de vida y el bienestar de las personas de forma ascendente.

El R cuadrado (coeficiente que determina qué tanto cambia una variable respecto de otra o en cuánto porcentaje la variable exógena explica a la variable endógena) presenta un porcentaje del 46%, el cual indica que la variable exógena (PIB cultural) explica en un 46% la variable endógena (cohesión

social); se deduce, entonces, que no es significativa para el modelo. Sin embargo, debido a este resultado, los comportamientos del PIB cultural y de la Cohesión Social pueden ser explicados en un tipo de conducta lineal, en la que se determinan efectos individuales de la variable explicativa (PIB Cultural) a la variable endógena (Cohesión Social), ya que no guardan relación exacta entre ellas (Figura 6).

Como se puede observar en la figura, el modelo está planteado desde el programa estadístico *Eviews*; en este se logró determinar el comportamiento individual de cada variable (cohesión social-PIB cultural) y así mismo, evidenciar una tendencia creciente en los cuatro cuadrantes: al aumentar el PIB, aumentó la Cohesión Social de 0 a 15000, para después mantener una relación lineal constante en el intervalo de 0,74 y 0,75 el mismo resultado que arrojó el programa estadístico *Stata*.

Con lo anterior, se concluye que a medida que aumenta el PIB cultural aumenta la Cohesión Social; es decir, que si se potencia la industria creativa (como objeto de medición para el cálculo del PIB Cultural), se pueden llegar a mejorar situaciones sociales que obstaculizan la proyección positiva del país, como pobreza, desempleo, inhibición, exclusión, intolerancia, etc.

Figura 6. PIB cultural y cohesión social (1990-2010).

Fuente. *Eviews* y cálculos propios.

4.3 Escena III - Metodología de medición para un empoderamiento político en el sector cultural

A partir de la investigación, se evidenció la importancia social y económica de las industrias creativas y culturales del país, en las cuales los objetos políticos juegan un papel fundamental para la promoción del sector. Por tal razón, esta propuesta metodológica es una alternativa funcional para la actividad cultural hacia la obtención de un insumo cuantitativo en un sistema de información confiable y

toma de decisiones políticas eficientes en el sector.

Diferentes organizaciones (Unesco, DANE, CAB, Ministerio de Cultura, etc.), han sumado esfuerzos para mejorar la medición cultural y la formulación de políticas públicas eficientes, con el fin de contribuir al desarrollo social y económico del país; ejemplos de ello son la cuenta satélite de la cultura, la Ley de Cine 814 de 2003, el Plan Nacional de Cultura 2000 – 2010 y los programas de incentivo cultural, por nombrar algunos. Sin embargo, estos esfuerzos se vuelven

nulos cuando no existe un tablero control que lleve “inventario” de antecedentes, resultados y efectividad de las políticas, mediciones, leyes, programas y demás.

Con base en lo anterior, se plantea para Colombia, el desarrollo de un indicador, para el que se propone el nombre Índice de Acceso, Aprovechamiento y Práctica Cultural (IAPC), que originalmente viene de una metodología propuesta por el economista Ernesto Piedras (2011), quien lleva a cabo la idea del índice Icape (índice de capacidades y aprovechamiento cultural de los Estados) para México. Este índice permite tener un tablero control de los escenarios culturales, respecto de la demanda, oferta e infraestructura.

El método Índice de Capacidades y Aprovechamiento Cultural de los Estados (Icape), propuesto por Ernesto Piedras para México, se basa en la siguiente metodología:

4.3.1 Subíndices de los icace

- ♦ Subíndice de demanda= Consumo cultural
- ♦ Subíndice de oferta: considera la producción con el valor agregado *per cápita* de las industrias culturales, población económicamente activa del sector *per cápita*, presupuesto cultural y unidades económicas de las industrias base *per cápita*.
- ♦ Subíndice de infraestructura: abarca toda clase de escenarios culturales y patrimonio de la humanidad.

El objetivo del Sistema de Información Estadística de la Cultura, es generar la construcción de fuentes primarias y analíticas con sistemas de mediciones que logren percibir la cultura como parte del desarrollo social y económico.

Se resume la recomendación de política para el sector cultural (Tabla 4).

Tabla 4. Recomendación de política para el sector cultural.

Nombre	Política para la conformación de un sistema de información estadístico cultural, en línea con los objetivos del desarrollo en Colombia.
Objetivo general	Construir un sistema de información estadístico de la cultura, eficiente y guiado por los objetivos del desarrollo en Colombia.
Objetivos específicos	Fortalecer y articular los sistemas de indicadores existentes, que generen mayor información respecto de la demanda, oferta e infraestructura cultural.
	Mejorar la formulación, evaluación y análisis de políticas públicas para el sector cultural en Colombia.
	Visibilizar los productos culturales como mercados emergentes y sólidos para el desarrollo económico del país.
Problema central	Falta de información estadística que se aproxime a los antecedentes y situación actual del sector cultural en Colombia.
Estrategias específicas	Creación del Índice de Acceso, Aprovechamiento y Práctica Cultural (IAPC).
	Encuestas que permitan determinar el empleo generado por el sector cultural.
	Censos que compilen mayor información de consumo, oferta e infraestructura cultural.
	Censos que compilen información de organizaciones culturales formales e informales.
	Seguimiento de los programas propuestos para la generación de capital social en Colombia.
Tiempo	De 15 a 20 años.

Fuente. Elaboración propia.

5. Conclusiones

¿Qué impacto generaron las industrias creativas en el desarrollo económico colombiano, en el periodo 2000-2010?

A partir de la pregunta problema, inicialmente planteada en la investigación, se deriva una serie de conclusiones con diferentes puntos de vista. En el desarrollo de los supuestos planteados previamente, se presentaron algunas complicaciones en la búsqueda de estadísticas, así como dificultades metodológicas, ya que la información para Colombia en cuanto a estos datos, es casi nula e insuficiente.

La visibilización de las actividades productivas culturales como sector económico y la conducción de la vida productiva del hombre por medio del arte, forman un enlace entre economía y cultura, como parte de un reconocimiento merecedor para esta última, puesto que el campo abismal de las bellas artes y sus diferentes categorías, pertenece a cada uno de los ciclos de la economía. En consecuencia, la denominación Décimo arte, para efectos de esta investigación.

La cultura como mercado no pretende afectar negativamente la expresión y la libertad creativa del ser humano; más

bien, busca fortalecer la identidad, generar conciencia, reflexión, participación, inclusión y, a partir de esto, un sentido creativo que mejore procesos productivos, con el fin de contribuir al desarrollo y a la apertura de nuevos mercados. Por tanto, el mercado podrá intervenir para facilitar (en incentivo vocacional, monetario, legislativo, etc.) la actividad cultural.

A pesar de que diferentes organizaciones mundiales (Unesco, Cepal, CERLALC, DANE, UNCTAD, etc.), conocen los beneficios sociales de la cultura, estas no poseen algún tipo de acercamiento cuantitativo que refleje los efectos de las industrias creativas culturales en la cohesión social y en el bienestar de la población en Colombia. Por tal razón, esta investigación quiso dar cuenta de estos efectos, buscando una metodología confiable y eficiente que proporcionara información sobre la relación existente entre la producción cultural y el bienestar social, con ayuda de la ciencia económica.

Para el periodo comprendido entre 2000 y 2010, las industrias creativas y culturales contribuyeron en promedio al 4% del PIB nacional, lo que significa que su medición ha sido subestimada, puesto que según estadísticas del DANE y de la Unesco, se

creo que constituyen solamente el 2%. Así mismo, se logró determinar, que la producción de bienes y servicios culturales finales para la economía son bienes bastante elásticos, lo cual hace de este sector un motivo de alta sensibilidad, inestabilidad y gran fluctuación, como se muestra en la Escena I de la investigación.

De igual forma, las industrias culturales y creativas tienen efectos directos e indirectos en beneficio de la población, como se pudo observar en la Escena II, en la que se determinaron los comportamientos de las variables por medio de dos programas estadísticos (*Eviews* y *Stata*), en los cuales se evidenció que el PIB cultural explica la variable de cohesión social en una

distribución lineal, con un intervalo del 95%. (Ver estimación del modelo en la escena II).

En cuanto a la metodología de medición, con vistas a un empoderamiento político de las industrias creativas y culturales en Colombia, el índice Índice de Acceso, Aprovechamiento y Práctica Cultural (IAPC) permite tener un tablero control sobre la situación del sector cultural, en relación con la demanda, oferta e infraestructura, que sirve de insumo a un sistema de información eficaz para la toma de decisiones en los sectores público y privado. Así mismo, facilita el discernimiento de la inclusión de la población a las actividades creativo-culturales y con esto la efectividad de las políticas culturales.

6. Referencias bibliográficas

- Benjamin, W. y Tiedemann, R. (2007). *Obras*. Madrid: Abada Editores.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Cifuentes J., Gallego A. y Ríos A. (2010). *Industrias Culturales de Santiago de Cali caracterización y cuentas económicas*. Colombia. Alcaldía de Santiago de Cali.
- Conpes, (2000). *Lineamientos para la sostenibilidad del plan nacional de cultura 2001-2010*. Colombia: DANE.
- Departamento Nacional de Estadística (DANE). (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU*. Colombia.
- Escobar, A. (1998). *La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*. 1. ed.; Santafé de Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Kliksberg, B. (2000). *Capital social y cultura*. Buenos Aires, República Argentina: Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Integración y Programas Regionales.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura. (2011). *Batería de Indicadores en Cultura para el desarrollo en Colombia* UNESCO.
- Ottoe, E. y Sojo, A. (2007). *Cohesión Social*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Piedras E., Rojón G, y Vallejo V. (2004). *Cuánto vale la cultura?* Mexico: Sociedad de Autores y Compositores de Música.
- Piedras E., (2010). *Cultura y Economía, vínculo para el desarrollo*. México: Secretaria de la Cultura.
- Piedras E. (2011). *Índice de capacidades y aprovechamiento Cultural de los Estados ICACE*. México: Nomismae.
- Pinot De Libreros, M. (2009). *Cuenta Satélite de Cultura*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Sen, A., Rabasco, E., y Toharia, L. (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona: Planeta.

Stolovich, L. (2002). *La cultura es capital: entre la creación y el negocio: economía y cultura en el Uruguay*. Montevideo, Uruguay: Editorial Fin de Siglo.

Séruzier, M. (2003). *Medir la economía de los países según el sistema de cuentas nacionales*. Colombia: Ed. Alfaomega.

Tatarkiewicz, W. (2002). *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos.

Tatarkiewicz, W., Kurzka, D., Mariño Sánchez Elvira, R. y García Romero, F. (2000). *Historia de la estética*. Tres Cantos (Madrid): akal.

Wu, C. (2007). *Privatizar la cultura : la intervención empresarial en el mundo del arte desde la década de 1980*. Madrid: Akal.

Zurita, M. (2012). *Estados de la cultura. Un estudio sobre la institucionalidad cultural pública de los países del SICSUR*. Venezuela. Fundación Imprenta de la cultura.

Anexo 1

Las actividades objeto de medición para determinar el PIB Cultura.

CODIGO CIIU	PRODUCTO
260100	Libros, folletos impresos; mapas impresos y partituras.
260201	Diarios, revistas y publicaciones periódicas.
260299	Otros materiales impresos.
260300	Tipos de imprenta, planchas o cilindros, preparados para las artes gráficas y otros elementos de impresión.
260400	Servicios editoriales y de imprenta a comisión o por contrato.
300102	Artículos de cerámica no estructurales.
300203	Piedra tallada o aserrada para construcción u otros usos (mármol, losas, adoquines, placas, monumentos, etc.); otros productos minerales no metálicos n.c.p.
330302	Aparatos transmisores de televisión, radio, telefonía y telegrafía.
330303	Radiorreceptores y receptores de televisión; aparatos de grabación o reproducción del sonido o de televisión; micrófonos, amplificadores, etc.
330304	Partes y piezas para equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones.
330305	Cintas y discos audiovisuales (disquetes, dvd, cd, lp, casetes, etc.).
330403	Instrumentos de óptica y aparatos y equipos fotográficos y sus partes, piezas y accesorios.
360100	Joyas y artículos conexos.
360201	Instrumentos musicales.
360202	Artículos de deporte.
360203	Juegos y juguetes; tiovivos, columpios y demás atracciones de feria; otros artículos manufacturados n.c.p..
500201	Servicios telefónicos (local, larga distancia, móvil, trunking), de redes de datos y transmisión electrónica de mensajes y de información (internet, telégrafo, telex) y otros servicios de telecomunicaciones (beepers, comunicación instantánea, radiobúsqueda, teleconferencias y otros).
500203	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión.
500204	Servicios de radio y televisión por suscripción, tarifas o por contrato.
530102	Servicios de informática y servicios conexos.
530103	Servicios de investigación y desarrollo.
530201	Servicios de publicidad.
530205	Servicios fotográficos.
570000	Servicios sociales y de salud de mercado.
590002	Servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de video.

590003	Servicios de proyección de películas cinematográficas.
590004	Servicios de radio y televisión (producción).
590005	Servicios artísticos y de promoción y organización de espectáculos.
590006	Servicios de agencias de noticias.
590007	Servicios de bibliotecas y archivos y otros servicios culturales.
590008	Juegos de azar.
590009	Servicios deportivos.
590010	Otros servicios de entretenimiento y esparcimiento de mercado (circos, parques de atracciones, ferias, puertos deportivos).
600001	Servicios de asociaciones y esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios de no mercado prestados por instituciones financiadas por el gobierno general.
600002	Servicios de asociaciones y esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios de no mercado prestados por instituciones financiadas por los hogares.

Fuente. DANE.

Anexo 2

Actividades no incluidas³

CODIGO CIIU	PRODUCTO
1810	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.
1820	Preparado y teñido de pieles; fabricación de artículos de piel.
1921	Fabricación de calzado de cuero y piel, con cualquier tipo de suela, excepto el calzado deportivo.
1931	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano, artículos similares, elaborados en cuero; fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería.
1921	Fabricación de calzado de cuero y piel, con cualquier tipo de suela, excepto el calzado deportivo.
1923	Fabricación de calzado de caucho, excepto el calzado deportivo.
1924	Fabricación de calzado de plástico, excepto el calzado deportivo.
1925	Fabricación de calzado deportivo, incluso el moldeado.
1929	Fabricación de calzado ncp.
2240	Reproducción de materiales grabados.
2691	Fabricación de productos de cerámica no refractaria, para uso no estructural.
2692	Fabricación de productos de cerámica refractaria.
2693	Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractarias, para uso estructural.
2696	Corte, tallado y acabado de la piedra.
2699	Fabricación de otros productos minerales no metálicos ncp.
3120	Fabricación de aparatos de distribución y control de la energía eléctrica.
3611	Fabricación de muebles para el hogar.
2220	Actividades de impresión.
5132	Comercio al por mayor de prendas de vestir, accesorios de prendas de vestir y artículos elaborados en piel.
5133	Comercio al por mayor de calzado.
5137	Comercio al por mayor de papel y cartón; productos de papel y cartón.
5139	Comercio al por mayor de otros productos de consumo ncp.

³ Cada una de las actividades no incluidas en la medición de esta investigación, tienen procesos que combinan creación, producción y comercialización de contenidos tangibles e intangibles con potencialidad de producción y distribución de bienes y servicios en materia de economía creativo-cultural. Sin embargo, la información disponible para Colombia en las nomenclaturas (CIIU) asociadas a estos productos, no se encuentran desagregadas de sus ramas de actividad, lo cual impide la inclusión y el cálculo en la medición de esta investigación.

5233	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel), en establecimientos especializados.
5236	Comercio al por menor de muebles para el hogar, en establecimientos especializados-
5237	Comercio al por menor de equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar, en establecimientos especializados.
5239	Comercio al por menor de productos nuevos de consumo doméstico ncp, en establecimientos especializados.
5243	Comercio al por menor de muebles para oficina, maquinaria y equipo de oficina, computadores y programas de computador, en establecimientos especializados.
5245	Comercio al por menor de equipo fotográfico, en establecimientos especializados.

Fuente. DANE.