

Perfil de la
Economía Creativa
en
Puerto Rico

Por: Javier J. Hernández Acosta



Por: Javier J. Hernández Acosta

www.inversioncultural.com

javihernandez@yahoo.com

Citar como:

Hernández, J. 2013. *Perfil de la economía creativa en Puerto Rico*. Puerto Rico: Inversión Cultural. Disponible en www.inversioncultural.com.

Nota del autor

Este informe no representa un trabajo final. Se trata de una serie de ejercicios de investigación cuya propósito es hacer disponible a los profesionales, investigadores, emprendedores y responsables de política pública, información necesaria para la toma de decisiones. Se trata de un documento dinámico que se irá actualizando y complementando con otros análisis. Sobre la información que aquí se presenta deberán surgir reflexiones, análisis, propuestas y acciones que permitan encaminar una economía creativa solidaria, inclusiva, productiva y sostenible.



PO Box 930552
San Juan, Puerto Rico 00928

Última actualización:
24 de julio de 2013



Autor

Javier J. Hernández Acosta, MBA es candidato a un grado doctoral en Desarrollo Empresarial de la Universidad Interamericana de Puerto Rico. Posee un posgrado en Gestión y Políticas Culturales de la Universidad Autónoma Metropolitana de México, una maestría en Negocios Internacionales y un bachillerato en Mercadeo de la Universidad de Puerto Rico. Se desempeña como conferenciante en Mercadeo en la Universidad del Sagrado Corazón y ofrece cursos en la Maestría de Gestión y Administración Cultural de la Universidad de Puerto Rico. Ofrece apoyo empresarial a proyectos culturales y creativos, entre ellos *Teatro Breve*, *Cambio Clave*, *Abracadabra* y la agencia creativa *Guillermo Domínguez, Inc.* Ha publicado en la *Revista Nacional de Administración*, el *Journal of Arts Management*, *Law and Society* y en el libro sobre empesarismo cultural: *Pioneering Minds Worldwide*. Ha presentado en conferencias sobre economía y administración cultural en países como Holanda, Bélgica, Japón, Estados Unidos, Cuba, Colombia y Puerto Rico. Sus temas de investigación son el empesarismo cultural, economía e industrias culturales y el impacto de la cultura en los negocios internacionales.

Inversión Cultural

Inversión Cultural es un proyecto dirigido a promover el empesarismo cultural y creativo en Puerto Rico. Sus areas de trabajo son la investigación, la educación empresarial y la asesoría a proyectos culturales y creativos. La organización ofrece servicio directo a emprendedores y administradores culturales en temas de finanzas, mercadeo, estudios de viabilidad y gerencia de proyectos. También ofrece seminarios y cursos en línea dirigidos a artistas, emprendedores y administradores culturales.

Resumen Ejecutivo

El tema de la economía creativa se ha convertido en un asunto de gran interés en Puerto Rico. Su potencial de contribución al desarrollo económico de nuestra Isla debe servir de fundamento para establecer una política pública dirigida a este importante sector. Existe la necesidad de generar investigación que tenga como objetivo proveer herramientas que viabilicen el fortalecimiento y crecimiento de los sectores que componen las industrias creativas en Puerto Rico.

Con el propósito de contribuir en la agenda de política pública hacia la economía creativa en Puerto Rico hemos desarrollado el **Perfil de la economía creativa en Puerto Rico** utilizando los datos más recientes del censo económico para Puerto Rico.

Esta investigación utiliza los datos de *Censo Económico 2007* de los Estados Unidos y el *County Business Patterns 2011* sobre el total de negocios y empleos, el volumen de negocios y la nómina anual. Se utiliza como referencia el modelo de industrias creativas que elabora el *Informe de Economía Creativa 2010* de la UNCTAD y el análisis del informe *Creative Industries in the South*, que agrupa las industrias creativas en seis sub-sectores para nueve estados del sur de los Estados Unidos.

Según los datos del Censo y las clasificaciones de la UNCTAD, en Puerto Rico existen 2,355 negocios en las industrias creativas que emplean 18,181 personas. La nómina anual fue equivalente a \$564 millones, para un salario promedio de \$31,011. El volumen de negocios total de las industrias creativas se estima en \$2.37 billones. Esto equivale al 3.61% del PIB, el 1.69% del empleo total, un 3.42% de la nómina total privada y un 5.3% del total de negocios en Puerto Rico. Del total de 2,355 negocios en las industrias creativas, 1,378 (59%) corresponde a la categoría de Creaciones Funcionales, 550 (23%) a Medios, 404 (17%) a las Artes y 23 (1%) en el sector de Patrimonio.

La clasificación por sub-sectores se diferencia de la UNCTAD en que no incluye el sector de ingeniería. De igual forma, las industrias relacionadas con la publicidad se ubican bajo la categoría de Cine y medios. Siguiendo este análisis, en Puerto Rico existen cerca de 1,889 negocios en las industrias creativas que emplean aproximadamente 14,715 personas. La nómina anual es de \$436 millones para un salario promedio de \$26,632. El estimado de la aportación económica de las industrias creativas para el año 2011 fue de aproximadamente \$1.74 billones de dólares.

Del total de 1,889 negocios en las industrias creativas para el 2011, el 38% (726) pertenecen al sector de Cine y medios, 24% (446) pertenece a las Artes visuales y artesanías, 15% (293) en Diseño, 12% (222) en las artes escénicas, 10% (188) en Libros y publicaciones y 1% (14) en Patrimonio y museos. El sector de Cine y medios genera el 47% de los empleos con 6,889, seguido por los Libros y publicaciones con 2,729 para un 19%. A pesar de que las Artes visuales y Escénicas representan el 24% y 12% de las industrias creativas en Puerto Rico, en términos de empleo generan solamente el 14% y 6%, respectivamente. El volumen de negocios sigue el mismo patrón, con el sector de Cine y medios con el 48% del total, equivalente a \$832.8 millones. El sector de Libros y publicaciones tiene un volumen de negocios de \$336 millones, Artes visuales y artesanías \$234 millones, Diseño con \$214 millones y las Artes escénicas y Patrimonio con \$130 millones entre ambos.

Entre el periodo de 2007 a 2011, el volumen de negocios se redujo en aproximadamente 17%, mientras que el empleo se redujo en un 16%. En ambos casos, la reducción es mayor que el de los indicadores a nivel nacional. En términos generales, se observa una reducción menor en los indicadores cuando se utiliza el modelo de los sub-sectores, lo que indica que el sector de la ingeniería representa gran parte de la disminución. Bajo este análisis, la reducción total de negocios fue de 1%, aunque el sector de Libros y publicaciones tuvo una reducción de un 29% y el Diseño de 10%. El sector de Cine y medios tuvo un aumento de un 13%. El total de empleados se redujo en un 11% y la nómina total en un 4%. Nuevamente, el sector de Libros y publicaciones tuvo la reducción más alta con 33% de empleos y 30% de la nómina anual. El sector de las artes escénicas tuvo una reducción de empleos de 29%. El único sector que tuvo un aumento en este renglón fue el de Cine y medios con un 4%.

Cuando se compara la situación de las industrias creativas en Puerto Rico con nueve estados del sur de Estados Unidos, se observa una aportación menor en el panorama local. Esta diferencia es notable aun si se compara con el estado de Mississippi, la jurisdicción con el ingreso per cápita más bajo de los Estados Unidos. En términos de la composición del sector, Puerto Rico sigue una tendencia similar a estos estados. El único sector que tiene una aportación mayor a la economía que lo que representa en los estados es el de Cine y medios.

Este informe presenta un perfil general de la economía creativa en Puerto Rico. Su objetivo es servir de fuente para el análisis de política pública y de los sectores. Los últimos datos económicos disponibles demuestra patrones similares al resto de mundo. Sin embargo, se observa un sector debilitado por la crisis financiera y con poca evidencia de aglomeración. Los resultados y hallazgos obtenidos en este informe ponen en manifiesto la necesidad de iniciar una agenda de investigación amplia y multidisciplinaria que contribuya a establecer las dinámicas y aportaciones del sector creativo en Puerto Rico en múltiples direcciones.

Introducción

La economía creativa se ha convertido en un tema de mucho interés en Puerto Rico a pesar de que no existe suficiente investigación en torno a su condición en la Isla. Se trata de unos sectores con gran potencial de contribuir al desarrollo económico si se promueven las condiciones adecuadas para su crecimiento. Como parte de ese objetivo, es necesario hacer un diagnóstico completo de su condición para determinar cuáles son los mecanismos adecuados para potenciarlo. Ese análisis requiere una agenda de investigación que analice las múltiples dimensiones de la actividad cultural y creativa. Se requiere analizar separadamente las categorías y sectores, reconocer su valor económico y cultural y sus externalidades. Este informe tiene el objetivo de presentar un perfil general del sector cultural y creativo con el fin de contribuir a esa agenda.

El concepto de economía creativa se utiliza por primera vez en Australia en 1994, cuando el primer ministro Paul Keating presenta el informe *Nación Creativa*, el primer esfuerzo amplio del gobierno australiano para desarrollar una política cultural. Más allá de la promesa de inversión económica en la cultura, el informe definía al sector cultural de manera más amplia, incluyendo industrias como la radio y el cine y destacando su potencial de desarrollo económico e impacto en el turismo. Posteriormente, en el año 2001, el *Departamento de Cultura, Medios y Deporte* del Reino Unido

publica un informe definiendo las industrias creativas como, “aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad individual, destrezas y talento, y que tienen el potencial de generar riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”.

Es importante entender que el tema de las industrias creativas tiene su base en las artes y los intentos iniciales para expandir el concepto tenían como objetivo un reconocimiento de la importancia de la creatividad en el desarrollo económico. Por ejemplo, la UNESCO define las industrias culturales como “aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio.” Sin embargo, cuando se habla de industrias creativas se amplía el concepto para incluir otros sectores que ya no necesariamente transmiten contenidos simbólicos sino que tienen una finalidad utilitaria, como por ejemplo la publicidad, los videojuegos, la arquitectura y el diseño.

Existe una gran cantidad de modelos para medir el impacto de la economía cultural y creativa. Por ejemplo, el economista David Throsby recoge algunos de ellos en la siguiente tabla.

Modelos para medir el impacto de las industrias culturales

Modelo DCMS	Modelo de Contenidos Simbólicos	Modelo Círculos Concéntricos
Basado en actividades que requieren creatividad, destrezas y talento, con potencial para la creación de empleo y riqueza mediante la explotación de la propiedad intelectual. <i>Departamento de Cultura, Medio y Deportes, Reino Unido.</i>	Basado en las industrias que producen y diseminan contenidos simbólicos.	Basado en el origen y difusión de ideas creativas en sonido, texto e imagen desde el núcleo de la creación artística.
Publicidad Arquitectura Mercado de arte y Antigüedades Artesanía Diseño Moda Cine y Video Música Artes escénicas Publicaciones Software Televisión y Radio Juegos de video y computadora	<p>Industrias Culturales (Núcleo)</p> Publicidad Cine Internet Música Publicaciones Televisión y Radio Juegos de video y computadora	<p>Artes Creativas (Núcleo)</p> Literatura Música Artes Escénicas Artes Visuales
	<p>Industrias Culturales (Periferia)</p> Artes Creativas	<p>Otras Industrias (Núcleo)</p> Cine Museos, Galerías, Fotografía y Librerías
	<p>Industrias Culturales (Límite)</p> Productos electrónicos de consumo Moda Software Deportes	<p>Industrias Culturales (Amplias)</p> Patrimonio Publicaciones Grabaciones Fonográficas Televisión y Radio Juegos de video y computadora
		<p>Industrias Culturales (Relacionadas)</p> Publicidad Arquitectura Diseño Moda

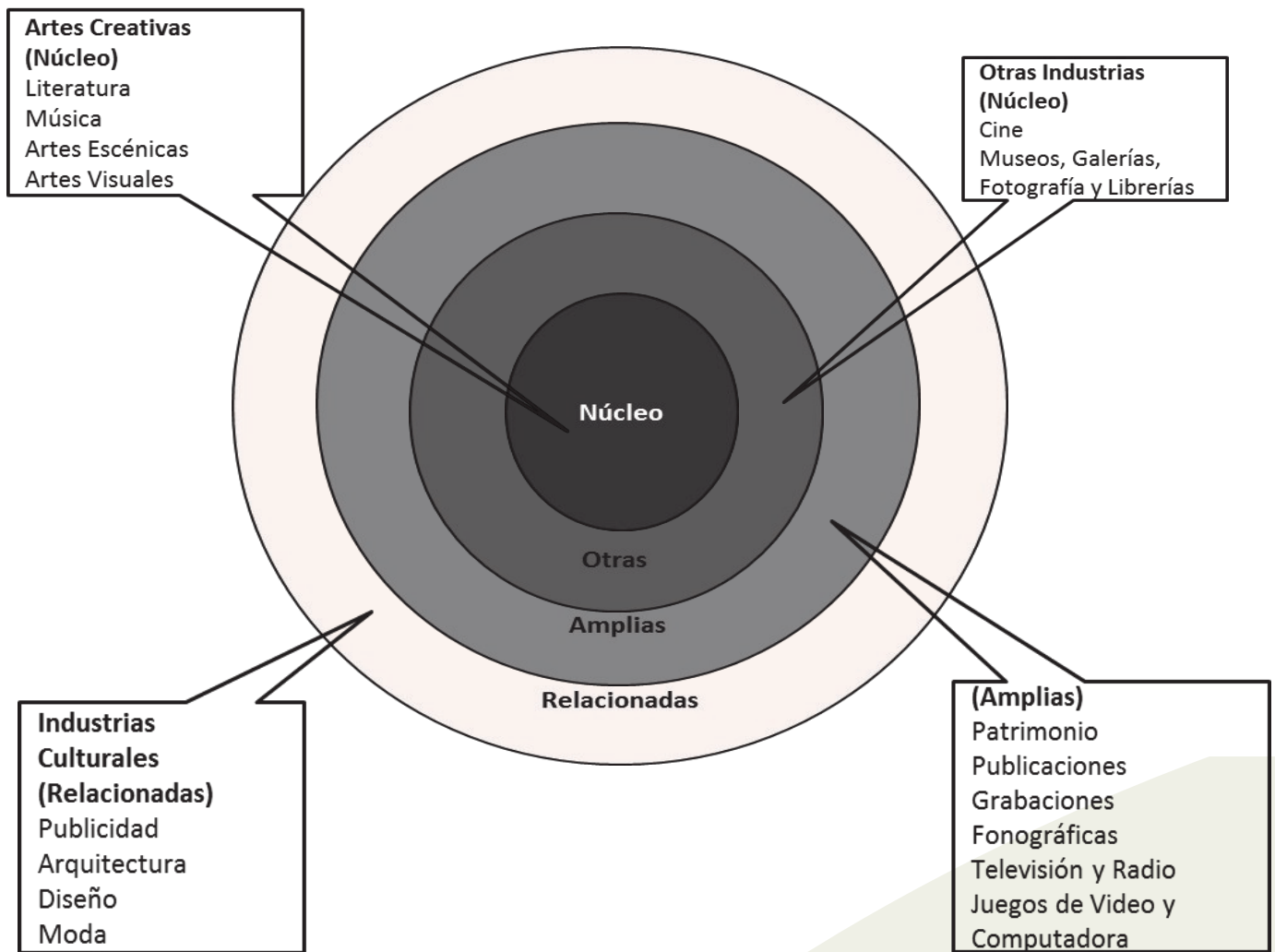
INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO

Modelo OMPI (Derechos de Autor)	Modelo UNESCO	Modelo "Americans for the Arts"
Basado en industrias relacionadas directa o indirectamente en la creación, manufactura, producción, difusión y distribución de trabajos protegidos por el Derecho de Auto. <i>Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI)</i>	Basado en los bienes y servicios culturales disponibles en el comercio internacional. <i>UNESCO</i>	Basado en negocios relacionados a la producción y distribución de las artes. <i>Americans for the Arts</i>
Derechos de Autor (Núcleo) Publicidad Coleccionistas Cine y Video Música Artes Escénicas Publicaciones Software Televisión y Radio Artes Visuales y Gráficas	Núcleo Museos, Galerías y Librerías Artes Escénicas Festivales Artes Visuales y Artesanías Diseño Publicaciones Televisión y Radio Cine y Video Fotografía Medio Interactivos	Publicidad Arquitectura Escuelas de artes y servicios Diseño Cine Museos y Zoológicos Música Artes Escénicas Publicaciones Televisión y Radio Artes Visuales
Derechos de Autor (Interdependientes) Materiales para reproducción de grabaciones Instrumentos musicales Productos electrónicos de consumo Papel Fotocopiadores y equipo fotográfico	Expandidas Instrumentos musicales Equipo de sonido Arquitectura Publicidad Equipo de imprenta Software Equipo audiovisual	
Derechos de Autor (Parciales) Arquitectura Ropa y Zapatos Diseño Moda Muebles para el hogar Juguetes		

*Fuente: David Throsby. 2008. Modeling the Cultural Industries.

Para entender la dinámica de los sectores en la economía creativa podríamos utilizar el modelo de los círculos concéntricos de Throsby. Se observa que las artes suponen el núcleo de la economía creativa, mientras que a medida que se alejan del núcleo tienen menos de creatividad y contenido simbólico y más de utilidad.

Modelo de los círculos concéntricos en las industrias culturales



En años recientes, el principal esfuerzo para estudiar el impacto de la economía creativa proviene de las Naciones Unidas, a través de la *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo* (UNCTAD por sus siglas en inglés). Esta organización ha puesto una gran atención sobre este sector económico, publicando dos importantes informes sobre el alcance internacional de la economía creativa. Según este organismo, el sector creativo se compone de cuatro categorías: **patrimonio**

(arqueología, museos, bibliotecas, festivales, etc.), **artes** (plástica, música, teatro, danza, etc.), **medios** (libros, prensa, cine, televisión, radio, etc.) y **creaciones funcionales** (moda, diseño, artes gráficas, arquitectura, publicidad, etc.). De acuerdo al último informe, se trata de una economía que representa \$592 billones en el comercio internacional. Entre el 2002 y el 2008, el sector creció a un ritmo del 14.4% anual.

Metodología

Esta investigación utiliza los datos de *Censo Económico 2007* del gobierno de los Estados Unidos. Estos datos incluyen información relacionada al número de establecimientos (negocios), el volumen de negocios, la nómina anual y el total de empleados en nómina. Este censo se realiza cada cinco años, por lo que el correspondiente al 2012 todavía está en proceso. Los datos en el *Censo Económico 2007* incluyen la información de los negocios agrupados de acuerdo al código NAICS y está disponible de manera desagregada a cinco dígitos.

El Censo de Estados Unidos también publica anualmente los datos del “*County Business Patterns*”. La última información disponible, correspondiente al año 2011, incluye los datos del código NAICS desagregado a seis dígitos. A diferencia del *Censo Económico 2007*, estos datos anuales no incluyen el volumen de negocios. En este informe se estima el volumen de negocios para el año 2011 asumiendo una productividad por empleado similar al 2007.

Este informe utiliza como referencia el *Informe de Economía Creativa 2010* de la UNCTAD cuyo último informe se realizó con los datos de 2008. También se utiliza como referencia el análisis realizado por *South Arts*, una organización que agrupa las agencias estatales para las artes de los estados de la región sur de Estados Unidos. De esta manera, se utiliza una definición similar de industrias creativas que permita una comparación con algunos estados con ciertas características similares a Puerto Rico. Para la información de 2011 se utilizaron 78 códigos NAICS (6 dígitos), mientras que para el 2007 fueron 36 códigos a 5 dígitos. Aunque muchos países latinoamericanos como Colombia, Ecuador, Argentina y México tienen cuentas satélites que registran en detalle la actividad económica de la economía creativa, los códigos y definición de las cuentas no son similares a Puerto Rico, por lo que la comparación en esta etapa resulta mucho más compleja.

Limitaciones del Informe

Medir el impacto económico de la economía creativa ha sido un tarea compleja en todos los países. Por un lado, existe una falta de uniformidad en las definiciones y los sectores a incluirse. Por ejemplo, existen debates en torno a incluir sectores como la ingeniería y la programación de computadoras. También existe conflicto sobre si incluir los equipos tecnológicos a través de los cuales se consumen muchos bienes culturales. De igual forma, por la naturaleza del trabajo creativo, existe una gran cantidad de actividad económica informal que no se recoge en las estadísticas nacionales.

Finalmente, existe una diferencia entre el trabajo creativo y las industrias creativas. Por ejemplo, existen trabajos de naturaleza creativa en industrias no clasificadas como creativas. De igual forma, existen trabajos administrativos y clericales no creativos en industrias creativas. Dado que este informe se basa en la información del *Censo Económico*, los datos están agrupados por industria y no por profesiones. Finalmente, es importante señalar que en aquellos casos donde existe un número reducido de negocios, el Censo no revela los datos económicos para proteger a los competidores en esa industria.

En el caso de las industrias creativas en Puerto Rico, esto ocurre en la industria de Cine, específicamente en etapas de distribución y exhibición, en las empresas relacionadas a la publicación de directorios y en las relacionadas al desarrollo de programación de computadoras.

El caso de Puerto Rico presenta unas limitaciones adicionales. Algunas investigaciones afirman que la economía informal podría representar una tercera (1/3) parte del Producto Interno Bruto (PIB). Por la naturaleza de la contratación temporera y el pago en efectivo de muchas industrias relacionadas al arte, se estima que esa actividad informal puede ser mayor que en otras industrias. De igual forma, existe mucha investigación que apunta a un alto nivel de autoempleo en las industrias culturales y creativas. Lamentablemente, Puerto Rico no está incluido en el censo a personas que trabajan por cuenta propia (*Nonemployer Statistics*). Por lo tanto, a diferencia de otras jurisdicciones en Estados Unidos, esos datos no se incluyen en este in-

forme. A pesar de que las industrias creativas consisten principalmente en empresas pequeñas, el Censo indica que, en general, este segmento de empresas representan aproximadamente un 10% del total del volumen de negocios. Tomando en consideración la gran cuota de mercado que tienen los grandes conglomerados, esta afirmación podría mantenerse para las industrias creativas, aunque por otro lado, la naturaleza de la propiedad intelectual como fuente de riqueza principal, podría suponer que el impacto económico de las pequeñas empresas es mayor que en el resto de las industrias. Para compensar esa falta de información, se estima el trabajo por cuenta propia al momento de establecer comparaciones con los estados.

Medir el impacto económico de la economía creativa requiere distintos enfoques metodológicos y acceso a datos de distintas fuentes de gobierno y data primaria. Este informe no busca plantear conclusiones sobre dicho impacto sino servir como herramienta para futura investigación.

Análisis de datos

Este informe se basa en un análisis descriptivo de la información del *Censo Económico 2007* y el informe de *County Business Patterns* de 2011. Luego de identificar los sectores que conforman la economía creativa, se analiza su condición en relación a las variables disponibles: total de negocios, volumen de negocios, nómina anual y total de empleados en nómina. También se realiza un análisis por cada 10,000 habitantes y se establece el volumen de negocios promedio y el salario anual promedio. El análisis por cada 10,000 habitantes permite hacer comparaciones con los estados del sur de Estados Unidos.

El contenido se estructura en dos partes. Primero se presenta un análisis utilizando el modelo de industrias creativas de la UNCTAD (patrimonio, artes, medios y creaciones funcionales). Esto incluye los datos de 2007 y 2011 y un análisis comparativo entre ambos. Es importante señalar que el *Informe de Economía Creativa 2010* utiliza los datos correspondientes al 2008, por lo que este análisis permite una comparación cercana a estos datos. El segundo análisis está basado en el informe *Creative Industries in the South*.

Estos datos se presentan utilizando las siguientes categorías: artes visuales y artesanías, artes escénicas, cine y medios, patrimonio y museos, libros y publicaciones y diseño. Al igual que en la sección anterior, se presentan los datos para el 2007 y 2011 y un análisis comparativo entre ambos. En ambos casos, se utilizan los cuatro indicadores disponibles, se identifican las principales 10 industrias para cada indicador y se comparan los indicadores por cada 10,000 habitantes con los nueve estados del sur que recopila *South Arts*. También se comparan los datos del *National Center for Charitable Statistics* para Puerto Rico y los demás estados.

Industrias creativas en Puerto Rico

Análisis según el modelo de la UNCTAD *County Business Patterns 2011*

Esta sección presenta los datos correspondientes al *County Business Patterns 2011* para las industrias creativas según definidas por la UNCTAD. Una diferencia importante del modelo de la UNCTAD es que incluye sectores como la ingeniería, algo que no se incluye en los datos de *South Arts* y por lo general no forma parte de los análisis de industrias creativas en Estados Unidos. De igual forma, según la UNCTAD, los sectores vinculados a la Publicidad aparecen bajo la categoría de Creaciones Funcionales, mientras que en los datos de *South Arts* aparecen bajo el sub-sector de Cine y Medios. Es importante destacar que ambos modelos incluyen la venta de equipos electrónicos utilizados para el consumo de bienes culturales.

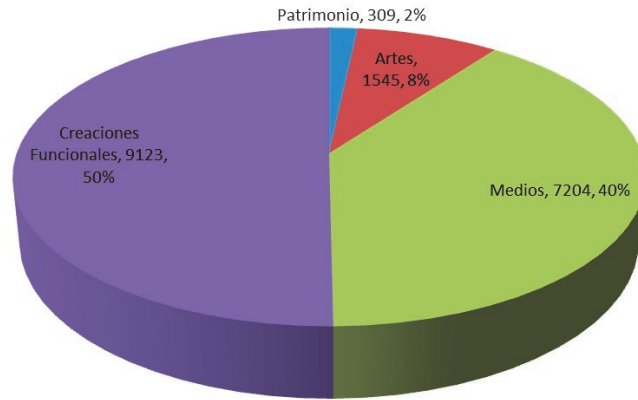
Según los datos que provee el Censo para el año 2011, en Puerto Rico existían 2,355 negocios en las industrias creativas que empleaban 18,181 personas. La nómina anual fue equivalente a \$564 millones, para un salario promedio de \$31,011.

Dado que este informe no provee el volumen de negocios total, se estimó utilizando la productividad por empleado del último dato disponible (2007). Bajo ese análisis, se estima que la aportación económica de las industrias creativas para el año 2011 fue de aproximadamente \$2.37 billones. La aportación económica de las industrias creativas equivale al 3.61% del PIB, el 1.69% del empleo total, un 3.42% de la nómina total privada y un 5.3% del total de negocios en Puerto Rico. Debido a que no se presentan los datos de volumen de negocios para la totalidad de industrias en Puerto Rico, no se puede establecer cuánto representa el volumen de las industrias creativas.

Utilizando las clasificaciones de la UNCTAD, del total de 2,355 negocios en las industrias creativas, 1,378 (59%) corresponde a la categoría de Creaciones Funcionales, 550 (23%) a Medios, 404 (17%) a las Artes y 23 (1%) en el sector Patrimonio.

En términos de empleos, el 50% (9,123) corresponde a Creaciones Funcionales, el 40% (7,204) a Medios, el 8% (1,545) a las Artes y el 2% a Patrimonio (309). La distribución de la nómina anual sigue un patrón similar al empleo en relación con las categorías.

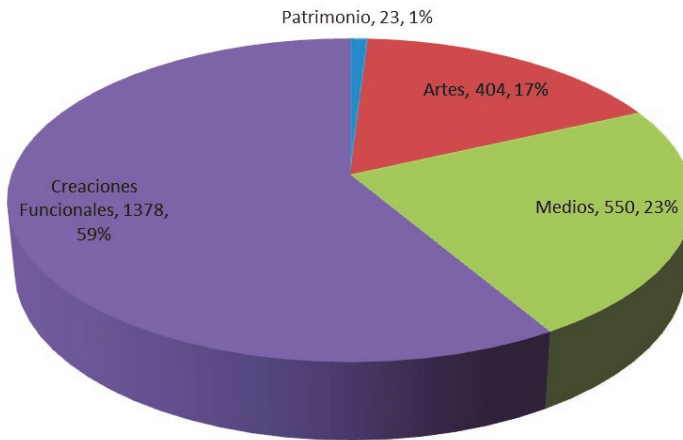
Total de empleados en las industrias creativas (UNCTAD)



Total de empleados: 18,181

Fuente: Country Business Patterns 2011

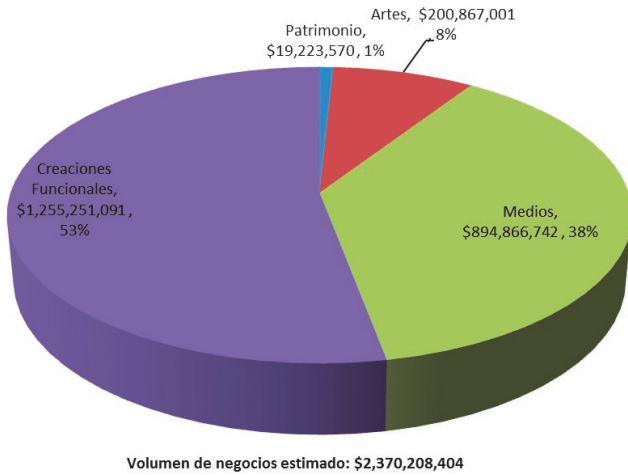
Total de negocios en las industrias creativas (UNCTAD)



Total de negocios: 2,355

Fuente: Country Business Patterns 2011

Estimado de volumen de negocios en las industrias creativas (UNCTAD)

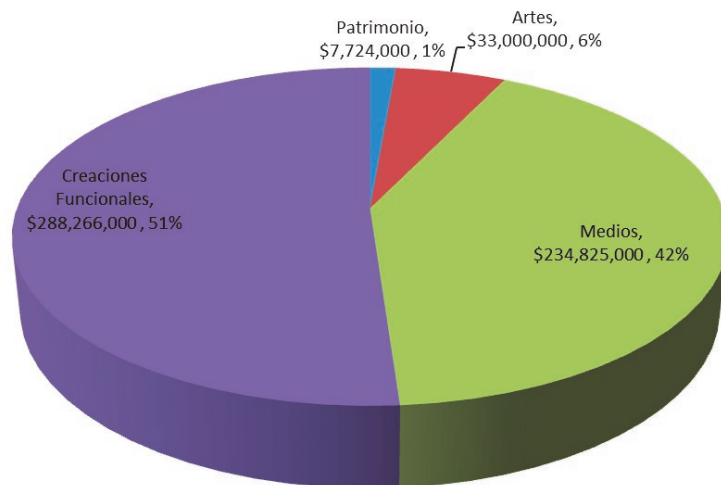


Volumen de negocios estimado: \$2,370,208,404

Fuente: Estimado del autor sobre los datos del Country Business Patterns 2011

Utilizando el estimado de volumen de negocios para 2011, se establece que la categoría de Creaciones Funcionales pudo haber generado aproximadamente \$1.25 billones para un 53%. Le sigue el sector de Medios con aproximadamente \$894 millones (38%), las Artes con \$200 millones (8%) y la categoría de Patrimonio con \$19 millones, lo que representa el 1% del total.

Total de nómina anual en las industrias creativas (UNCTAD)



Total de nómina anual: \$563,815,000

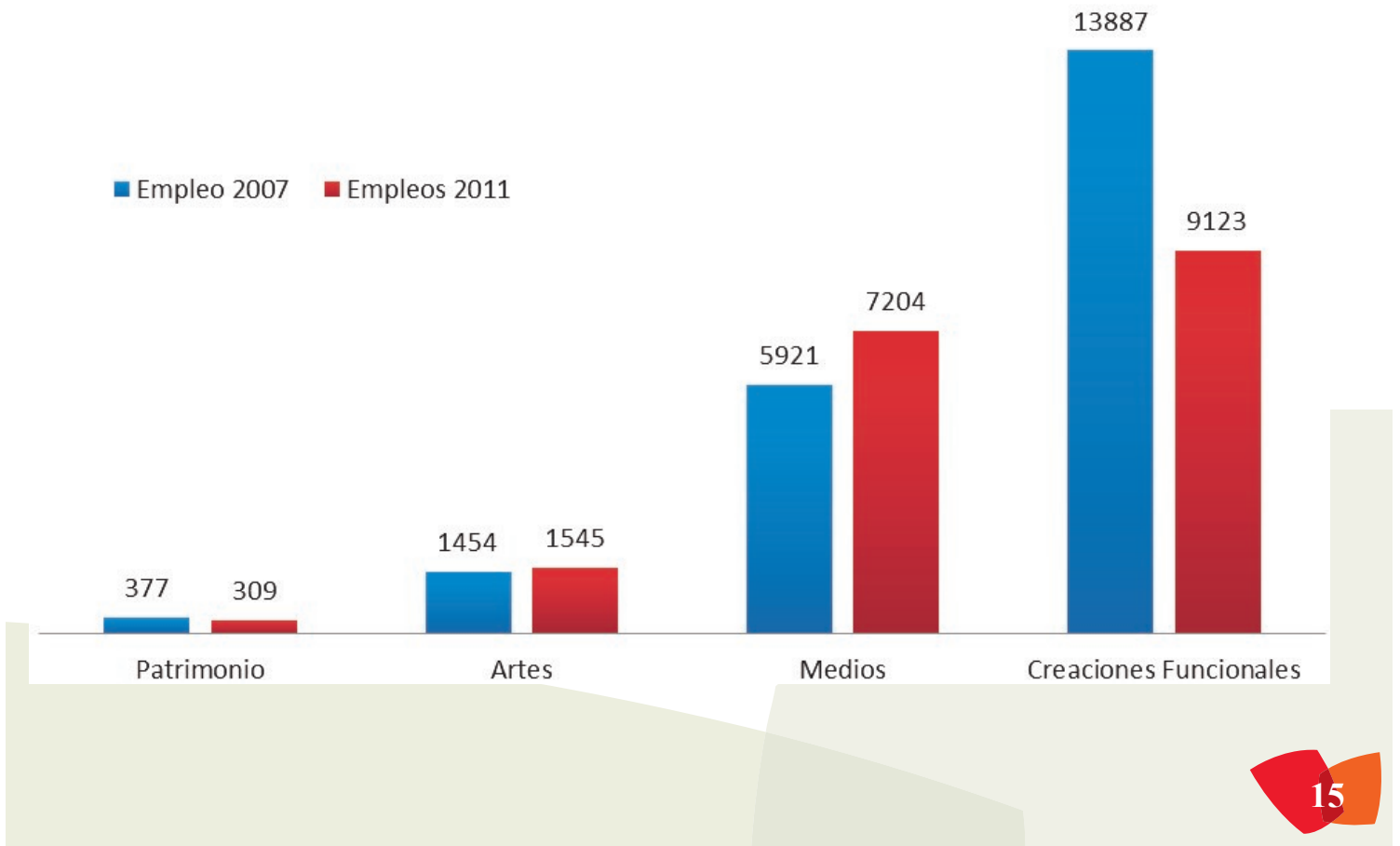
Fuente: Country Business Patterns 2011

Análisis comparativo 2007-2011

Considerando que gran parte del análisis se llevará a cabo con los datos del *Censo Económico 2007*, es necesario poner en perspectiva los cambios que ocurrieron en este periodo y su relación con los cambios en la economía de Puerto Rico. De acuerdo a la información disponible, entre el 2007 y el 2011 se registró una reducción de un 34% en el total de empleo en la categoría de Creaciones Funcionales, lo que representa un total de 4,764 empleos. La categoría de Medios tuvo un aumento de un 22%, equivalente a 1,283 empleos adicionales. La cantidad de negocios presenta un patrón similar, se observa una reducción de un 22% en Creaciones Funcionales (384 negocios menos). En las Artes y los Medios el aumento fue de un 50% y un 44%, respectivamente. Utilizando el volumen de negocios

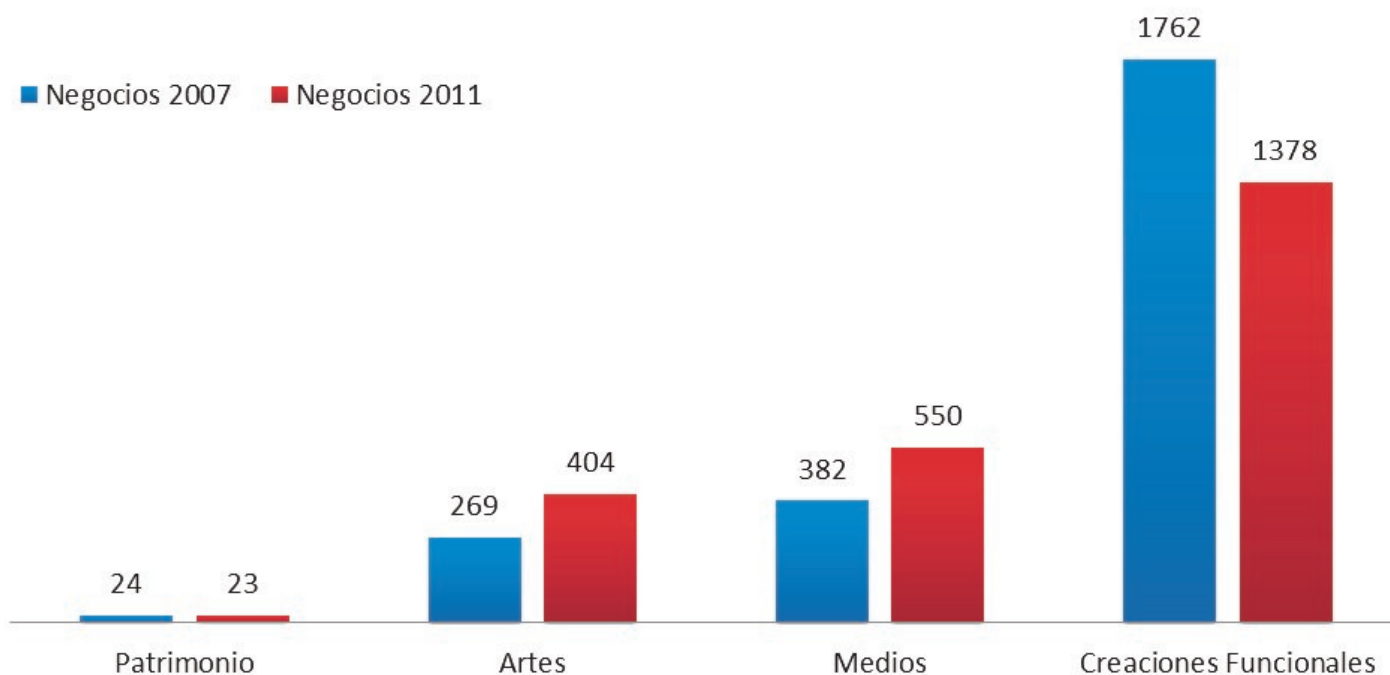
estimado, la reducción total en las industrias creativas fue de un 17%, mientras que la reducción en el PIB para ese mismo periodo fue de 11%. El empleo total en las industrias creativas se redujo en un 16%, mientras la reducción en el empleo total de Puerto Rico fue de un 13% para el mismo periodo. El salario promedio aumentó en un 5%, siendo el sector de las Artes el de mayor aumento con un 15%. El sector de Medios experimentó una reducción de un 8% en el salario promedio. Sin embargo, el pago de nómina total se redujo en un 12%.

Análisis comparativo de empleos en las industrias creativas 2007-2011



Análisis comparativo de negocios en las industrias creativas

2007-2011



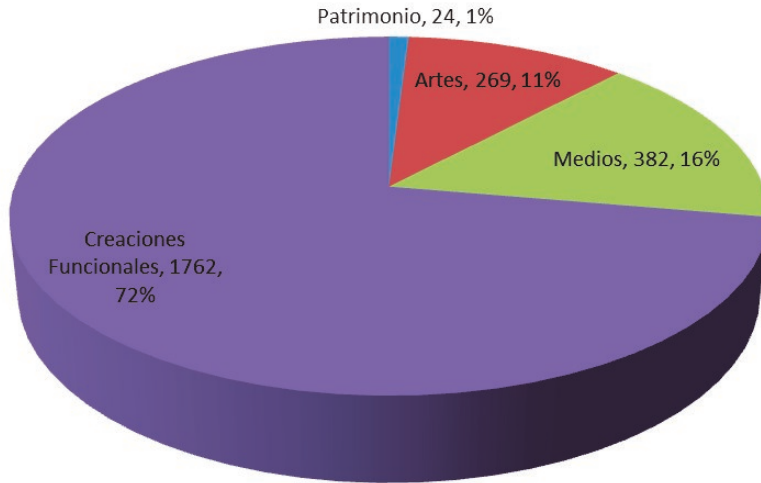
Censo económico 2007

Esta sección presenta los datos correspondientes al *Censo Económico 2007* para las industrias creativas según definidas por la UNCTAD. La importancia del análisis del *Censo Económico 2007* radica en que se trata de una información más completa que el informe de *County Business Patterns* que se publica anualmente. De igual forma, los informes de *Creative Industries in the South* y el *Informe de Economía Creativa* de la UNCTAD utilizan datos de 2007 y 2008, respectivamente, antes de la crisis financiera. Esto permite hacer comparaciones más premisas con los datos disponibles a nivel internacional.

principalmente por los sectores de ingeniería, publicidad y diseño. Le sigue el sector de Medios con un 16% (382) y las Artes con un 11% (269). En gran parte de los indicadores, la categoría Patrimonio representa el 1% del total en las industrias creativas. En relación al volumen de negocios, el porcentaje que representa la categoría de Creaciones Funcionales se reduce a 67% y las Artes a 6%, mientras que la categoría de Medios aumenta de 16% a 26%.

Siguiendo la clasificación de la UNCTAD y los datos del Censo Económico, en Puerto Rico existían 2,437 negocios con un volumen de negocios total de \$2.9 billones de dólares, una nómina total de \$639 millones y un total de 21,639 empleados. En términos del total de negocios, el 72% se encuentra en la categoría de Creaciones Funcionales con 1,762, liderado

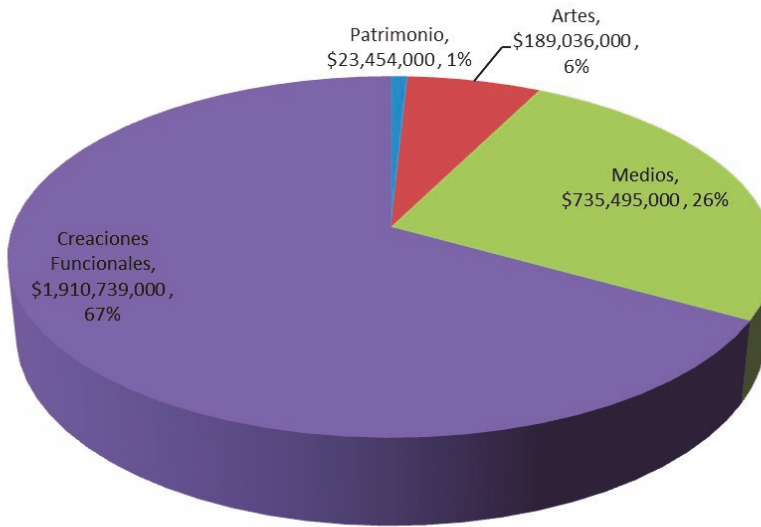
Total de negocios en las industrias creativas (UNCTAD)



Total de negocios: 2,437

Fuente: Censo Económico 2007

Volumen de negocios en las industrias creativas (UNCTAD)



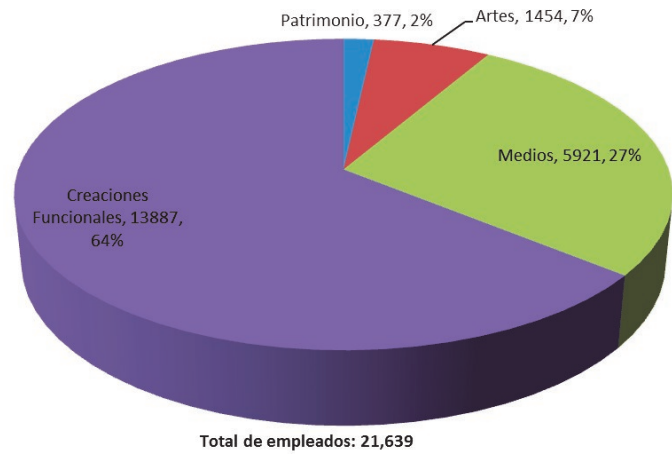
Total de volumen de negocios: \$2,858,724,000

Fuente: Censo Económico 2007

INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO

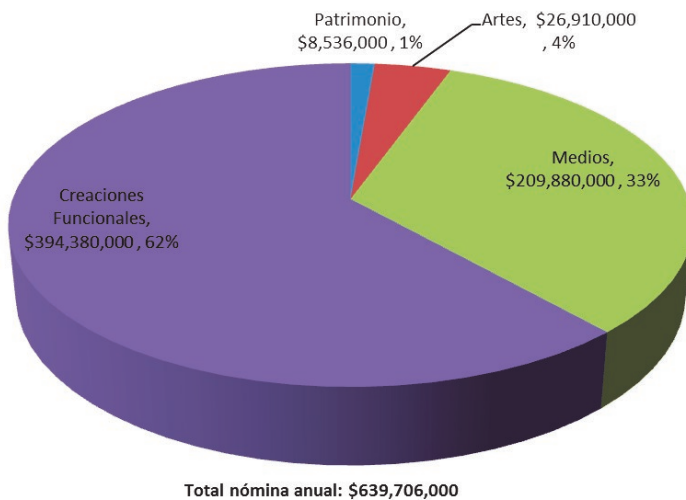
En el caso de los empleados y la nómina, las categorías de Creaciones Funcionales y Artes reducen su participación a 64% y 7%, respectivamente, mientras que la categoría de Medios aumenta a 27% y el Patrimonio a 2%. Esto tiende a indicar que estos sectores son más intensivos en mano de obra. Lo mismo ocurre con la nómina total, donde el sector de Medios aporta el 33% de los salarios pagados.

Total de empleados en las industrias creativas (UNCTAD)



Fuente: Censo Económico 2007

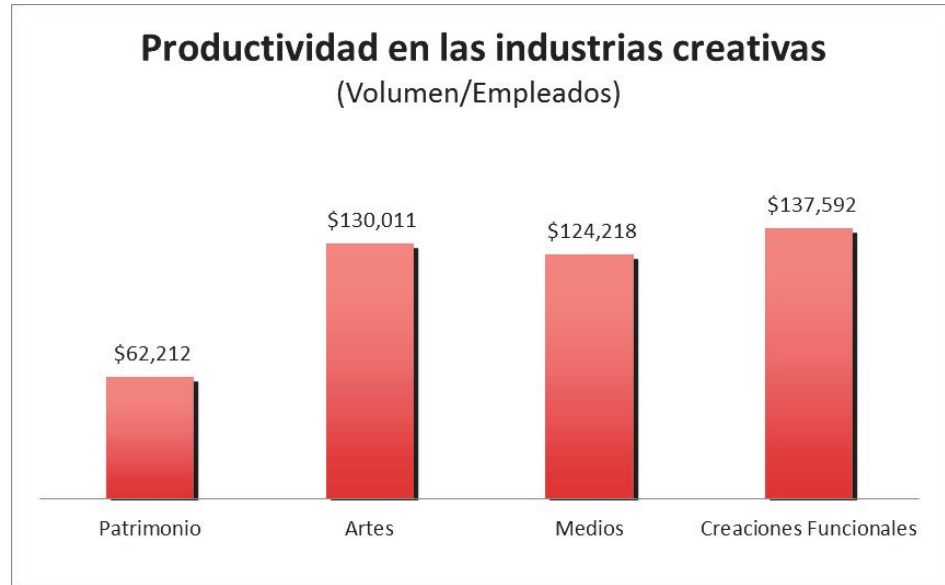
Nómina anual en las industrias creativas (UNCTAD)



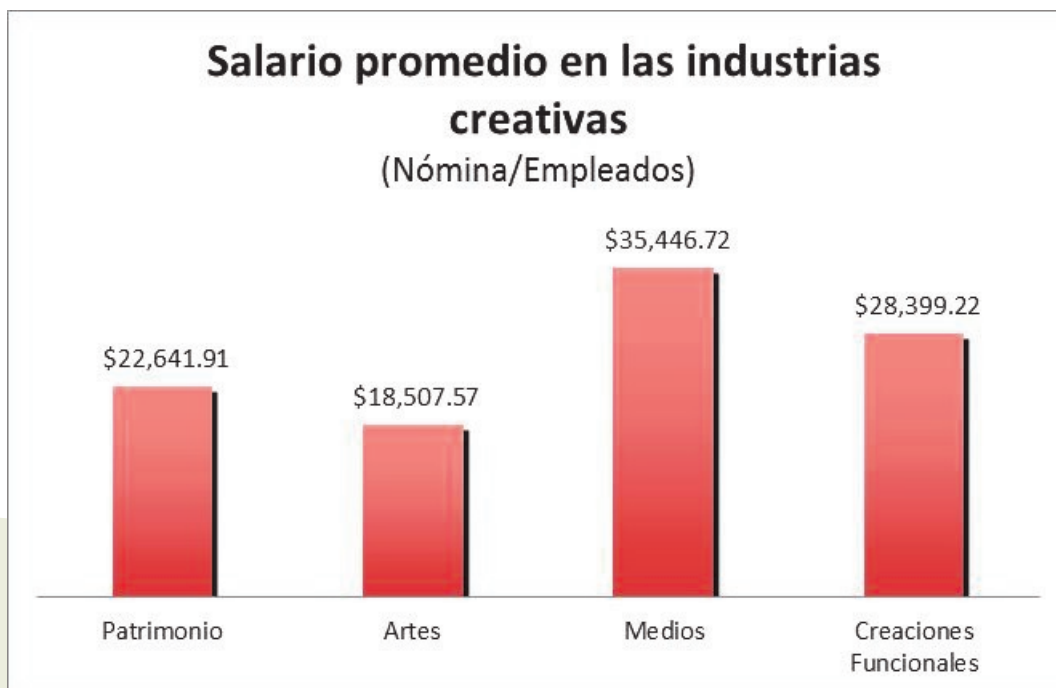
Fuente: Censo Económico 2007

INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO

Se realizó un análisis de productividad utilizando el volumen de negocios promedio por empleado en las cuatro categorías de las industrias creativas. El análisis refleja que el sector de mayor productividad es el de Creaciones Funcionales, seguido por el sector de Artes.



Utilizando los datos de nómina anual y el total de empleados, se presenta un análisis del salario promedio en las distintas categorías de las industrias creativas. Se observa que la categoría de Medios tiene el salario más alto con \$35,446, seguido por el segmento de Creaciones Funcionales con \$28,399. Las categorías con el salario promedio más bajo son las Artes con \$18,507.



Industrias creativas en Puerto Rico

Análisis según sub-sectores *South Arts* County Business Patterns 2011

Según los datos del Censo para el año 2011, en Puerto Rico existía un total 1,889 negocios en las industrias creativas que empleaban 14,715 personas. La nómina anual fue \$436 millones para un salario promedio de \$26,632. El estimado de la aportación económica de las industrias creativas para el año 2011 fue de aproximadamente \$1.74 billones de dólares. Se debe recordar que la reducción con respecto a los datos según la UNCTAD se debe a que este último sistema incluye la industria de la ingeniería. Por otro lado, de acuerdo a la clasificación de *South Arts*, la Publicidad e industrias relacionadas se encuentran en el sector de Cine y medios, al igual que los equipos electrónicos.

Para propósitos de este informe, las industrias creativas se agrupan en seis subsectores: Patrimonio y Museos, Artes escénicas, Artes visuales y Artesanías, Libros y Publicaciones, Cine y Medios y Diseño. La siguiente tabla presenta las principales industrias incluidas en cada sector.

Industrias por sectores

Diseño

Arquitectura
Arquitectura paisajista
Diseño industrial
Diseño gráfico
Servicios fotográficos
Programas de computadoras

Cine y medios

Cine (exhibición, distribución, producción y postproducción)
Radio
Televisión
Cable y programación por suscripción
Publicidad e industrias rela- cionadas
Equipos electrónicos

Libros y publicaciones

Librerías
Periódicos
Editoriales
Librerías
Internet
Directorios

Artes escénicas

Tiendas de discos
Instrumentos musicales
Compañías de arte
Agentes y promotores
Artistas individuales

Artes visuales y artesanías

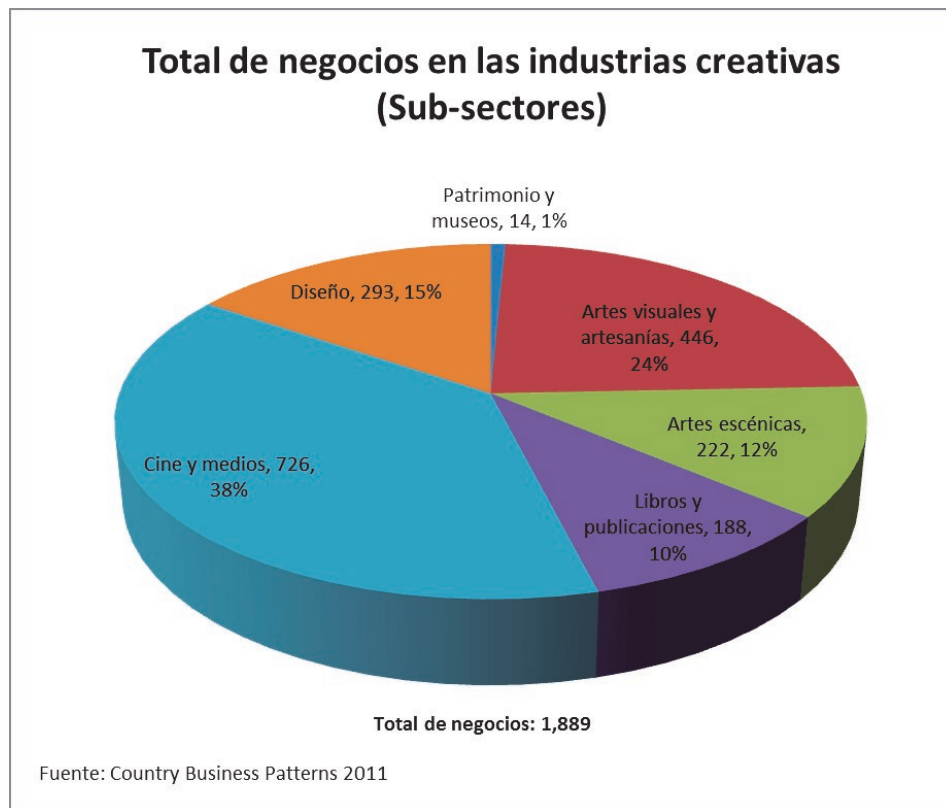
Escuelas de arte
Galerías de arte
Joyerías
Floristerías
Artistas individuales

Patrimonio y museos

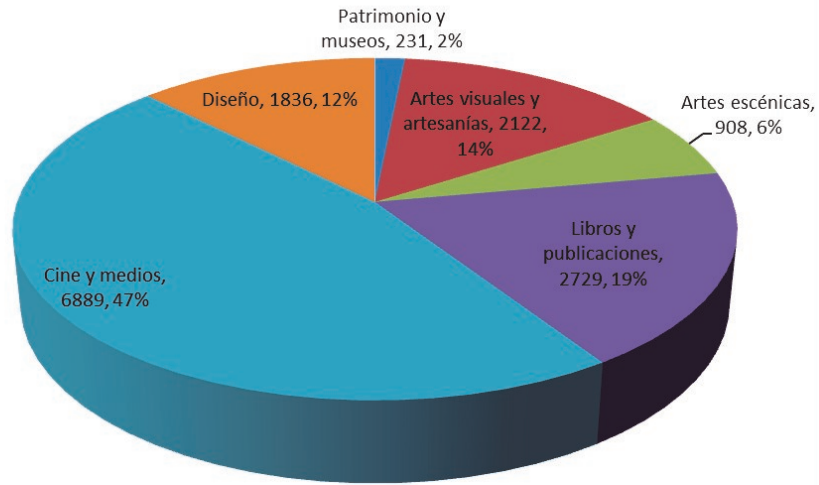
Museos
Sitios históricos
Otras instituciones

Del total de 1,889 negocios en las industrias creativas para el 2011, el 38% (726) pertenecen al sector de Cine y medios, 24% (446) pertenece a las Artes visuales y artesanías, 15% (293) en Diseño, 12% (222) en las artes escénicas, 10% (188) en Libros y publicaciones y 1% (14) en Patrimonio y museos. El sector de Cine y medios genera el 47% de los empleos con 6,889, seguido por los Libros y publicaciones con 2,729 para un 19%. A pesar de que las Artes visuales y Escénicas representan el 24% y 12% de las industrias creativas en Puerto Rico, en términos de empleo generan solamente el 14% y 6%, respectivamente.

El volumen de negocios sigue el mismo patrón, con el sector de Cine y medios con el 48% del total, equivalente al \$832.8 millones. El sector de Libros y publicaciones tiene un volumen de negocios de \$336 millones, Artes visuales y artesanías \$234 millones, Diseño con \$214 millones y las Artes escénicas y Patrimonio con \$130 millones entre ambos.



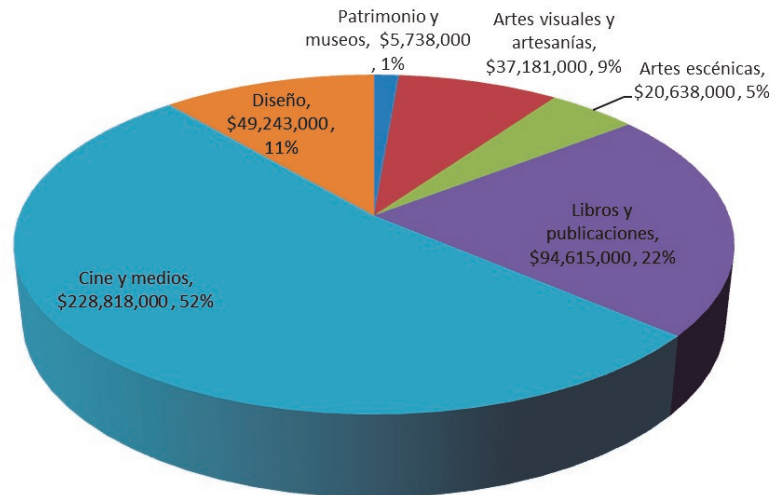
Total de empleados en las industrias creativas (Sub-sectores)



Total de empleados: 14,715

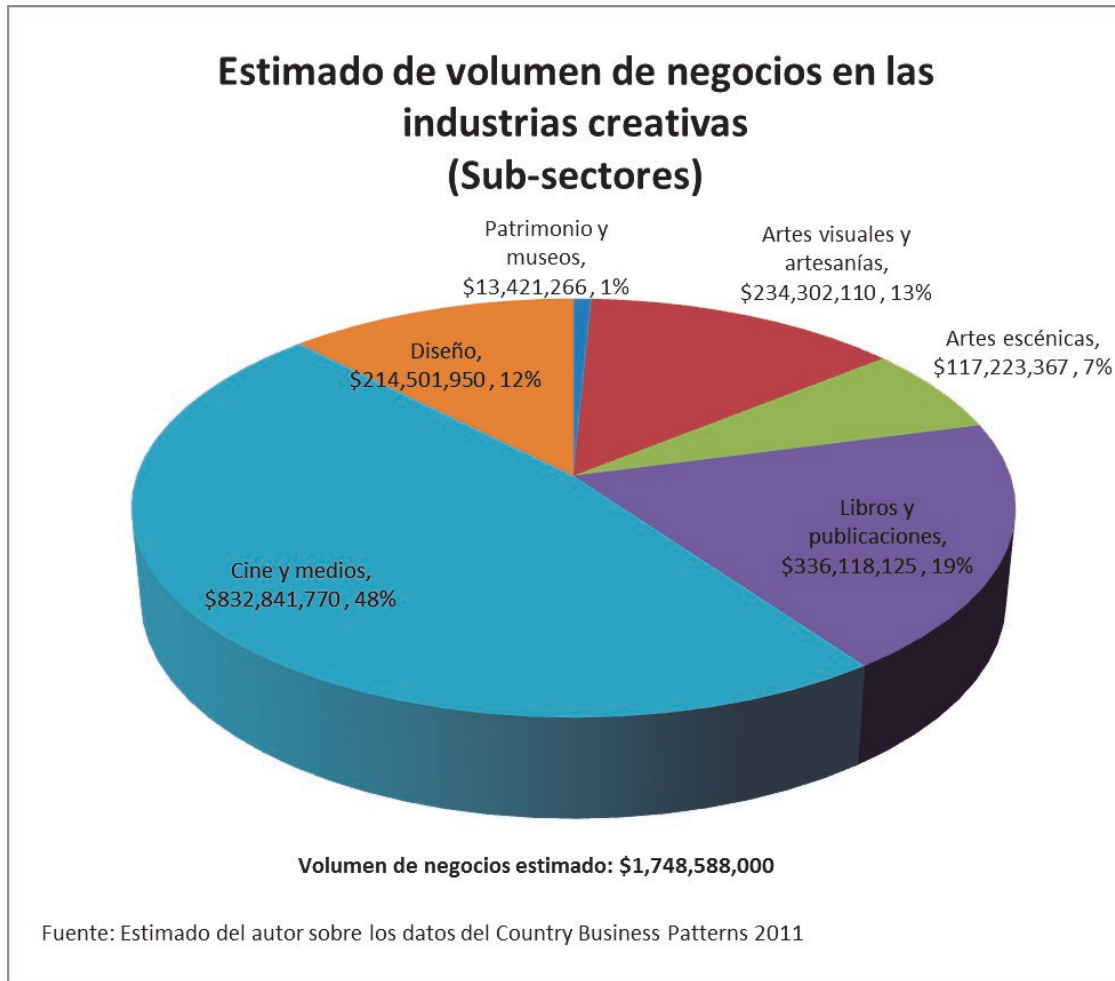
Fuente: Country Business Patterns 2011

Total de nómina anual en las industrias creativas (Sub-sectores)



Total de nómina anual: \$436,233,000

Fuente: Country Business Patterns 2011



Perfil del sector sin fines de lucro - 501(c)(3)

Según la información del *National Center for Charitable Statistics*, para el año 2010 en Puerto Rico existían 30 fundaciones vinculadas a las artes que radicaron la forma 990. Estas fundaciones recibieron \$33,482,134 en contribuciones privadas y fondos de gobierno. El total de ingresos ascendió a \$46,046,045 y el total de gastos fue de \$49,269,858. El total de activos para ese mismo periodo fue de \$103,683,793. La información disponible incluye un cálculo por cada 10,000 habitantes que permite una comparación entre estados. Esto demuestra una cantidad muy reducida

de fundaciones en las artes en comparación con los estados del sur de Estados Unidos. Utilizando como ejemplo el estado de Mississippi, mientras en Puerto Rico existen 0.08 fundaciones por cada 10,000 habitantes, en Mississippi es 0.67, equivalente a 197 organizaciones. La diferencia se mantiene entre un 40% y 50% en las contribuciones privadas, ingresos y activos, aunque en los gastos representa el 81% de los gastos de las organizaciones en Mississippi. Esto supone una proporción de gastos mayor en el caso de Puerto Rico.

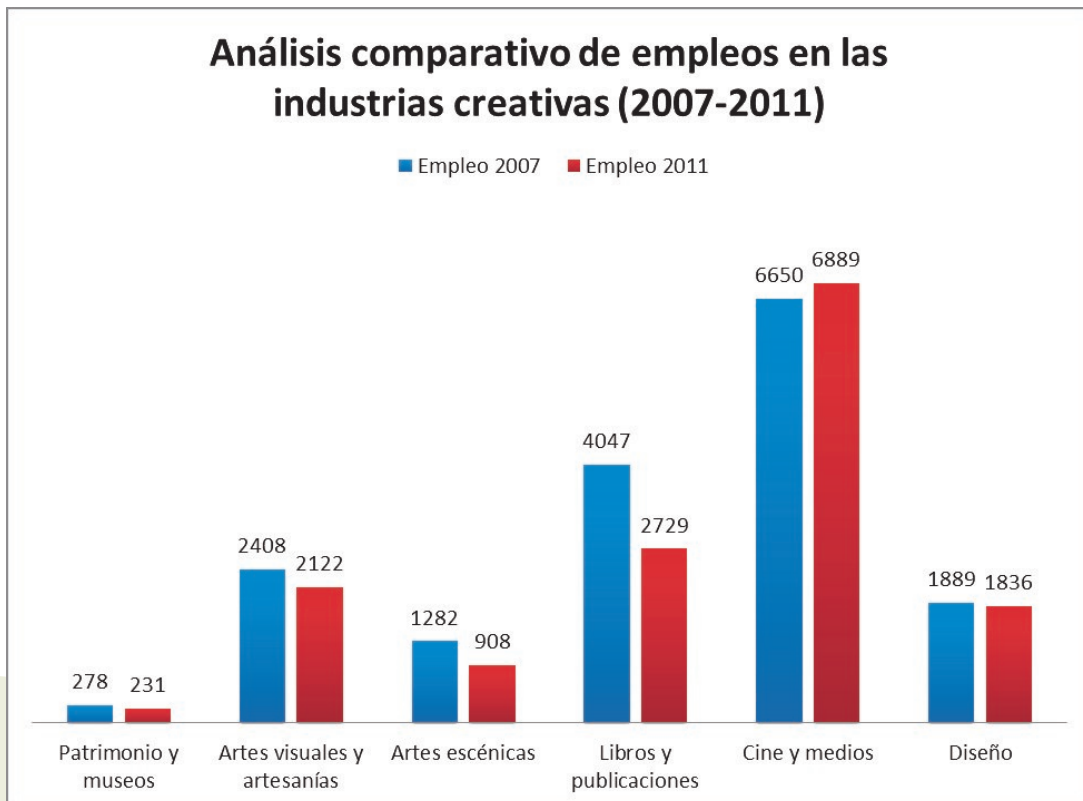
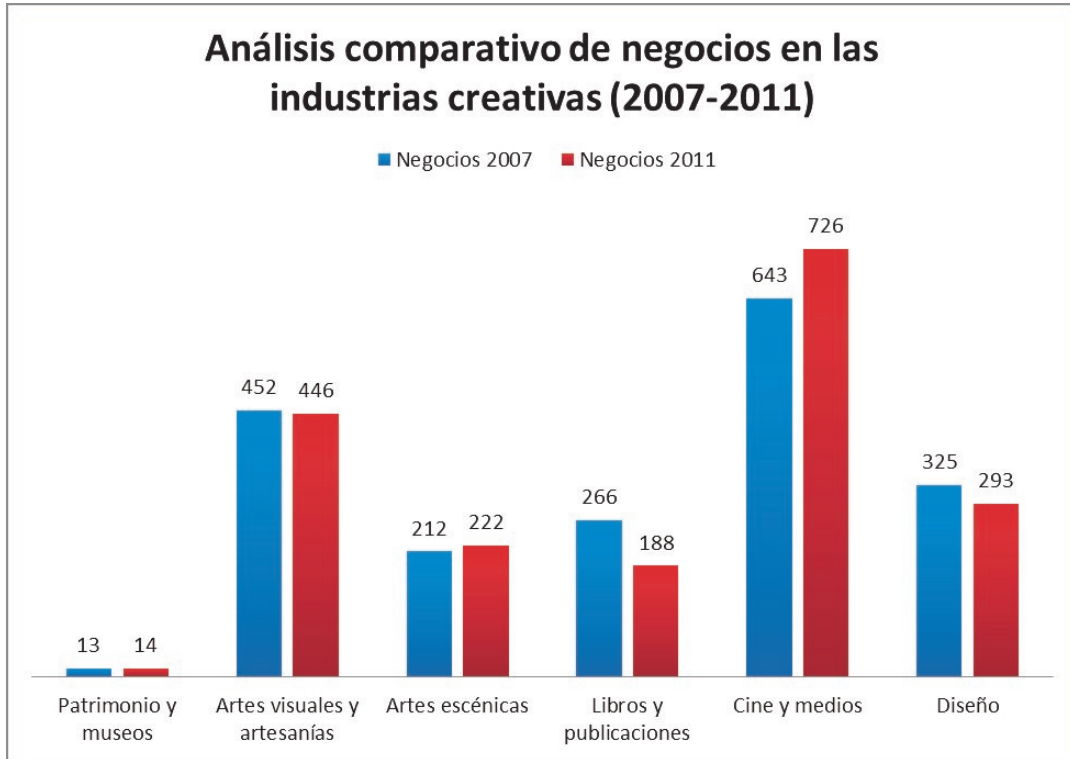
Análisis comparativo de fundaciones en las artes (Form 990)					
Jurisdicción	Cantidad de organizaciones (por cada 10,000)	Contribuciones privadas y fondos de gobierno (\$ per cápita)	Total de ingresos (\$ per cápita)	Total de gastos (\$ per cápita)	Totas de activos (\$ per cápita)
Puerto Rico	0.08	8.00	12.00	13.00	26.00
Alabama	No disp.	No disp.	No disp.	No disp.	No disp.
Florida	0.85	31.00	56.00	50.00	154.00
Georgia	0.83	22.00	44.00	42.00	158.00
Kentucky	0.89	26.00	47.00	47.00	168.00
Louisiana	0.94	29.00	50.00	47.00	133.00
Mississippi	0.67	17.00	23.00	16.00	65.00
North Carolina	1.09	28.00	49.00	47.00	151.00
South Carolina	0.89	20.00	36.00	34.00	98.00
Tennessee	0.89	26.00	53.00	55.00	157.00
<i>Comparación con el estado de Mississippi</i>	12%	47%	52%	81%	40%

Fuente: National Center for Charitable Statistics 2010

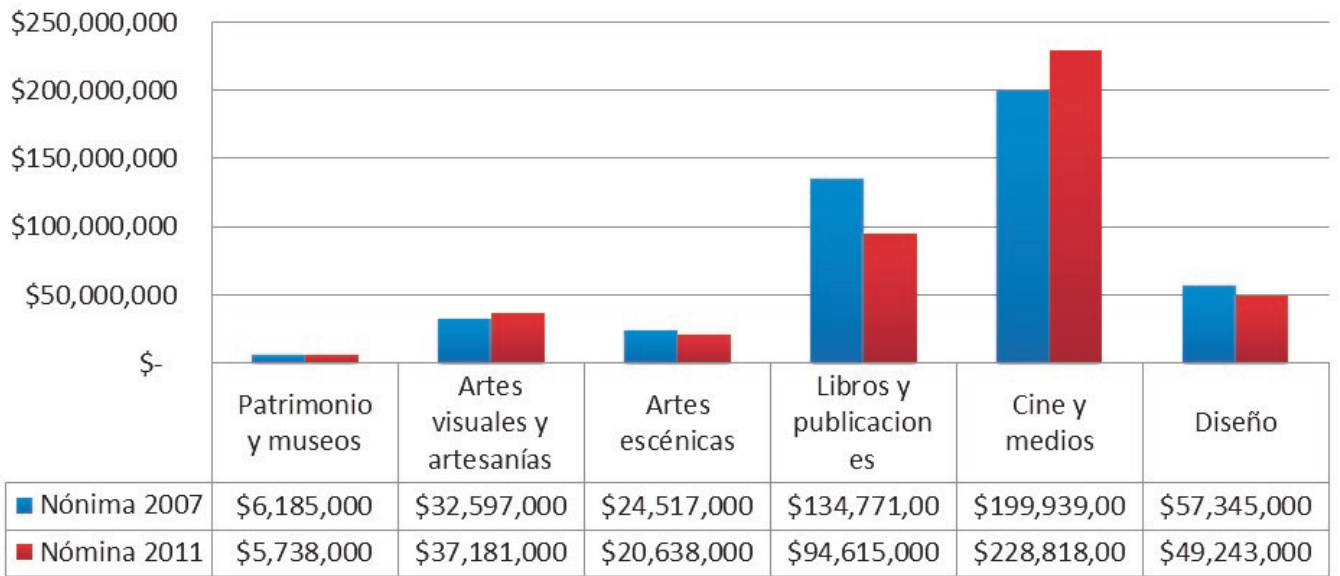
Perfil comparativo de sub-sectores (2007-2011)

En términos generales, se observa una reducción menor en los indicadores cuando se utiliza el modelo de los sub-sectores, lo que indica que el sector de la ingeniería representa gran parte de la disminución durante el periodo. Bajo este análisis, la reducción total de negocios fue de 1%, aunque el sector de Libros y publicaciones tuvo una reducción del 29% y el Diseño de 10%. El sector de Cine y medios tuvo un aumento de un 13%. El total de empleados se redujo en un 11% y la nómina total en un 4%.

Nuevamente, el sector de Libros y publicaciones tuvo la reducción más alta con 33% de empleos y 30% de la nómina anual. El sector de las Artes escénicas tuvo una reducción de empleos de 29%. El único sector que tuvo un aumento en este renglón fue el de Cine y medios con un 4%.



Análisis comparativo de nómina anual en las industrias creativas (2007-2011)



Las principales 10 industrias creativas 2011

La principal industria creativa es la venta de equipamientos electrónicos, seguido por la prensa, las joyerías, la publicidad y la televisión. Sin embargo, en términos de la nómina anual, las principales industrias son la prensa, la publicidad y la televisión. Esto se debe a que los salarios en las ventas al detal suelen ser más bajos que en este tipo de servicios. En cuanto a la cantidad de negocios, las principales industrias son las joyerías y equipamientos electrónicos, seguidos por la publicidad y la arquitectura.

Las principales 10 industrias creativas por total de empleos	
Equipos de radio, televisión y otros bienes electrónicos	2,394
Prensa	1,612
Joyerías	1,531
Publicidad	1,454
Televisión	1,148
Arquitectura	623
Librerías	491
Estaciones de radio	463
Programación de computadoras	407
Libros, revistas y periódicos	392

Fuente: County Business Patterns 2011

Las principales 10 industrias creativas por nómina anual

Prensa	\$ 67,998,000
Publicidad	\$ 63,683,000
Televisión	\$ 58,455,000
Equipos de radio, televisión y otros bienes electrónicos	\$ 44,891,000
Arquitectura	\$ 25,891,000
Joyerías	\$ 24,198,000
Programación de computadoras	\$ 18,386,000
Estaciones de radio	\$ 10,957,000
Libros, revistas y periódicos	\$ 10,682,000
Otros servicios de información	\$ 8,877,000

Las principales 10 industrias creativas por cantidad de negocios

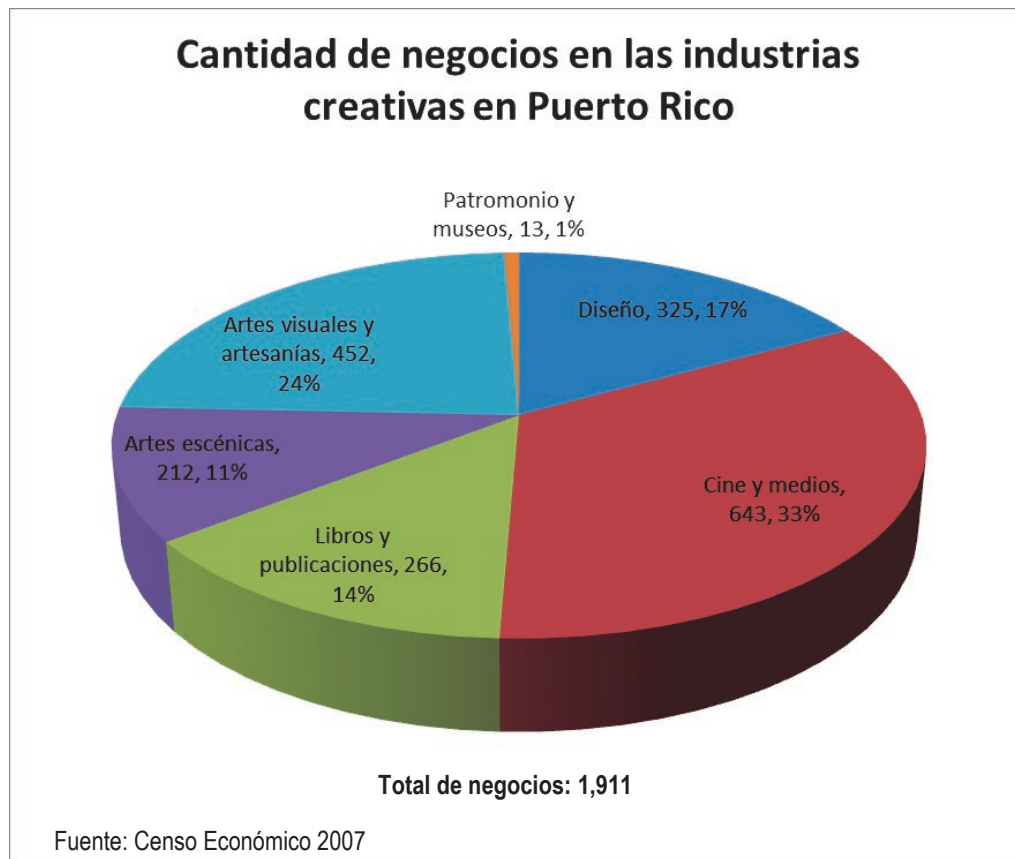
Joyerías	277
Equipos de radio televisión y otros bienes electrónicos	239
Publicidad	155
Arquitectura	115
Librerías	67
Floristerías	55
Promotores en las artes y otros eventos similares	51
Prensa	49
Tiendas de discos	49
Relaciones públicas	44

Censo económico 2007

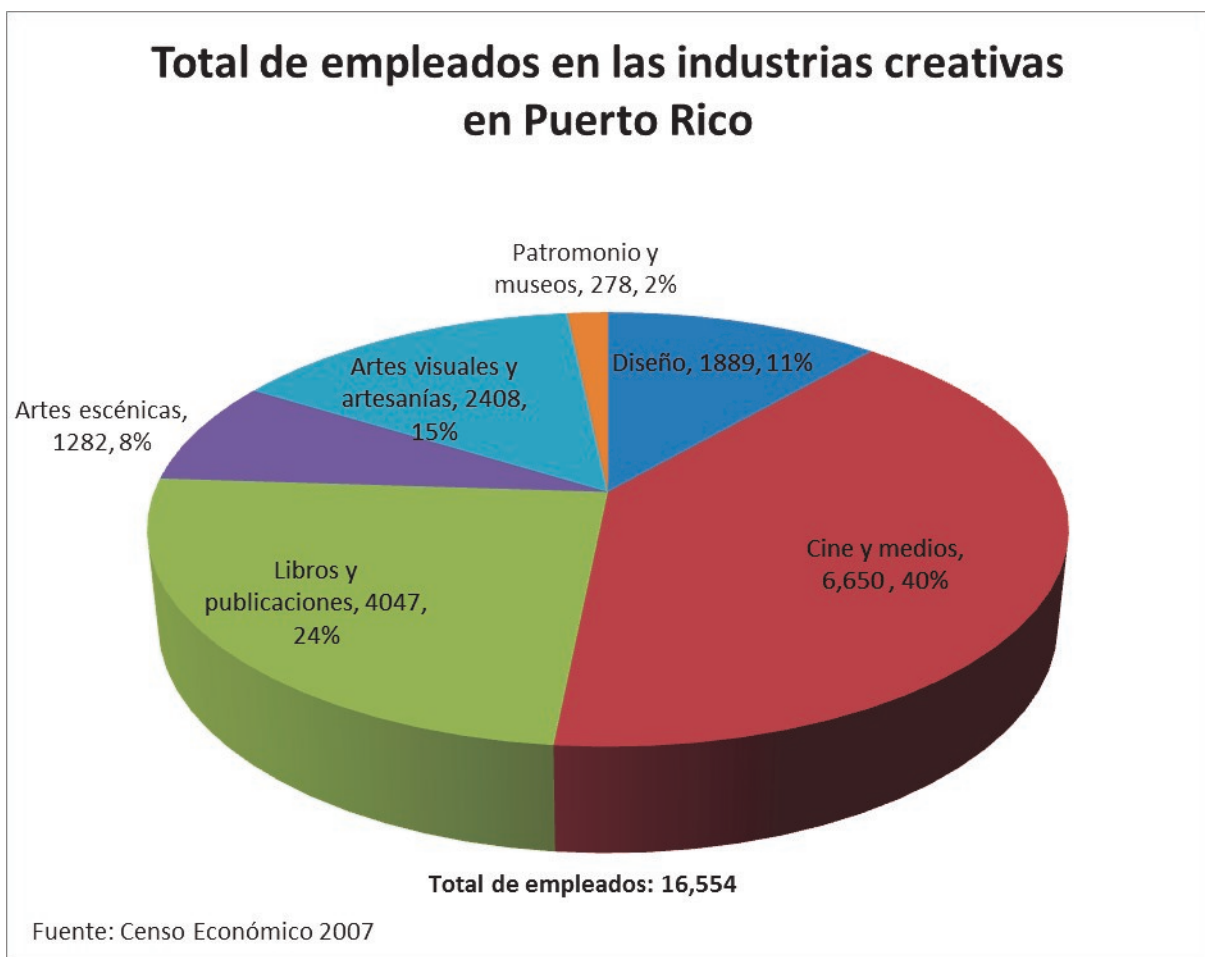
De acuerdo a la información disponible en el *Censo Económico 2007*, en Puerto Rico existían 1,911 negocios en las industrias creativas. Estos negocios empleaban 16,554 personas con una nómina anual de \$455 millones. El volumen de negocios total asciende a unos \$1.9 billones anuales. Esto representa el 4.04% de los negocios en Puerto Rico, un 3.31% del PIB, un 2.70% de la nómina anual total y un 1.31% del empleo total.

(266) en Libros y publicaciones, 11% (212) en las Artes escénicas, y 1% (13) en Patrimonio y museos. Es importante destacar que en el caso del Cine y medios existen datos que el Censo no revela en las áreas de distribución y exhibición de películas. En el caso de las Artes visuales y artesanías, el alto porcentaje puede atribuirse al sector de joyerías, un segmento cuya inclusión también ha generado discusión.

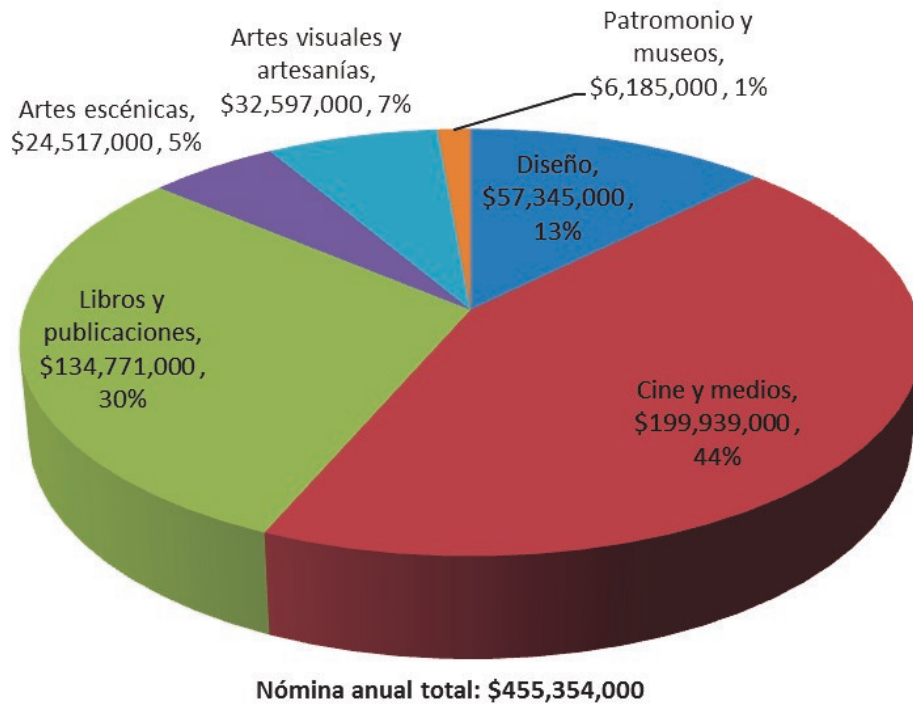
Del total de 1,911 negocios el 33% (643) pertenece al sector de Cine y medios, 24% (452) en Artes visuales y artesanías, 17% (325) en el sector de Diseño, 14%



De los 16,554 empleos que generan las industrias creativas, 6,650 (40%) se generan en el sub-sector del Cine y medios. El segundo sector que más empleos genera es el de Libros y publicaciones con 4,047 (24%). El sector de las Artes visuales y artesanías generó 2,408 empleos, mientras que el Diseño otros 1,889. Los negocios en las Artes escénicas y el patrimonio generaron 1,560 empleos.



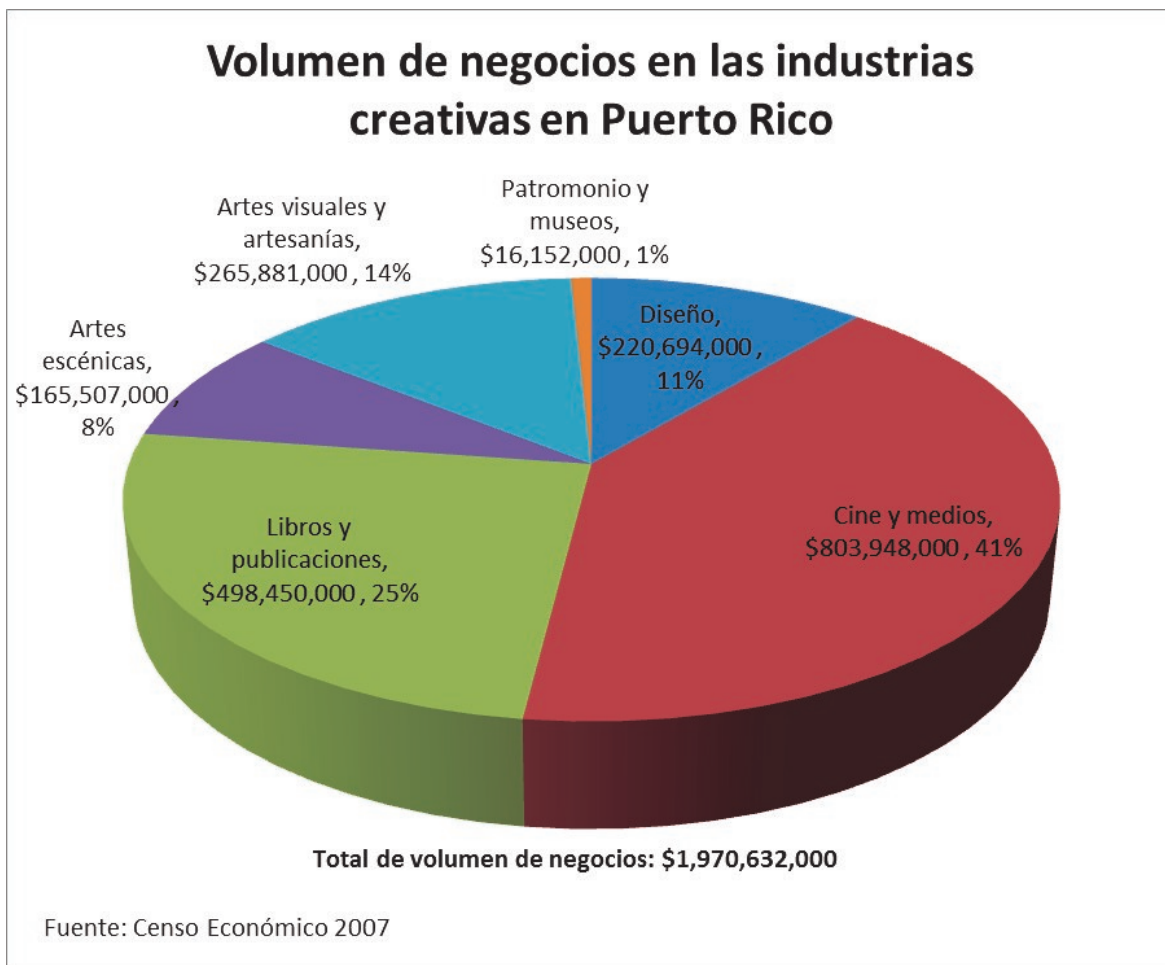
Nómina anual total en las industrias creativas en Puerto rico



Fuente: Censo Económico 2007

El 44% del total de salarios pagados pertenecen a los sectores relacionados al Cine y los medios. Este total es equivalente a \$200 millones. Le sigue el sector de Libros y publicaciones con \$134.7 millones, el Diseño con \$57.3 millones, las Artes visuales y artesanías con \$32.6 millones y las Artes escénicas con \$24.5 millones en salarios. El sector de patrimonio y museos tiene una nómina anual de \$6.2 millones, lo que representa el 1% del total de salarios anuales. Es importante notar que en el caso de las Artes visuales y artesanías, a pesar de que el volumen de negocios representa el 14% de toda la actividad económica de las industrias creativas, en términos de salarios sólo representa el 7%.

En términos del volumen de negocios, el sector principal es el de Cine y medios con un 41%, equivalente a \$804 millones de dólares. Le sigue el sector Libros y publicaciones con un volumen de \$498 millones (25%) y las Artes visuales y artesanías con \$266 millones (14%). El sector de Diseño genera aproximadamente \$220 millones (11%), mientras que el de las Artes escénicas y el Patrimonio representa otros \$181.7 millones (9%).



Las principales 10 industrias creativas 2007

La principal industria creativa de acuerdo a la cantidad de negocios son las tiendas de joyería con 323, seguido por la arquitectura y la publicidad con 175 y 130 negocios, respectivamente. Otros sectores que lideran en cantidad de negocios son las librerías, floristerías, tiendas de discos, radio y prensa, entre otros. El sector de la prensa es la industria creativa que más empleos genera con 2,427, seguido por las joyerías, la publicidad, televisión y arquitectura, todos con más de mil empleados.

La prensa también es la industria creativa que más aporta a la economía en términos de volumen de negocios con \$327 millones y en nómina anual con \$99.6 millones. En estos últimos dos renglones la publicidad, arquitectura, joyería y televisión son las de mayor impacto.

Principales 10 industrias creativas por cantidad de negocios

Industria	Cantidad de negocios
Joyerías	323
Radios, televisores y otros bienes electrónicos	203
Arquitectura	175
Publicidad	130
Librerías y tiendas de revistas	85
Floristerías	72
Tiendas de discos	70
Radio	59
Prensa	53
Servicios fotográficos	51

Principales 10 industrias creativas por volumen de negocios

Industria	Volumen de negocios
Prensa	\$ 327,350,000
Publicidad	\$ 224,559,000
Joyerías	\$ 221,050,000
Radios, televisores y otros bienes electrónicos	\$ 214,943,000
Televisión	\$ 165,943,000
Arquitectura	\$ 155,568,000
Radio	\$ 70,345,000
Librerías y tiendas de revistas	\$ 64,474,000
Promotores en las artes y eventos similares	\$ 47,960,000
Tiendas de discos	\$ 46,458,000

Principales 10 industrias creativas por nómina anual

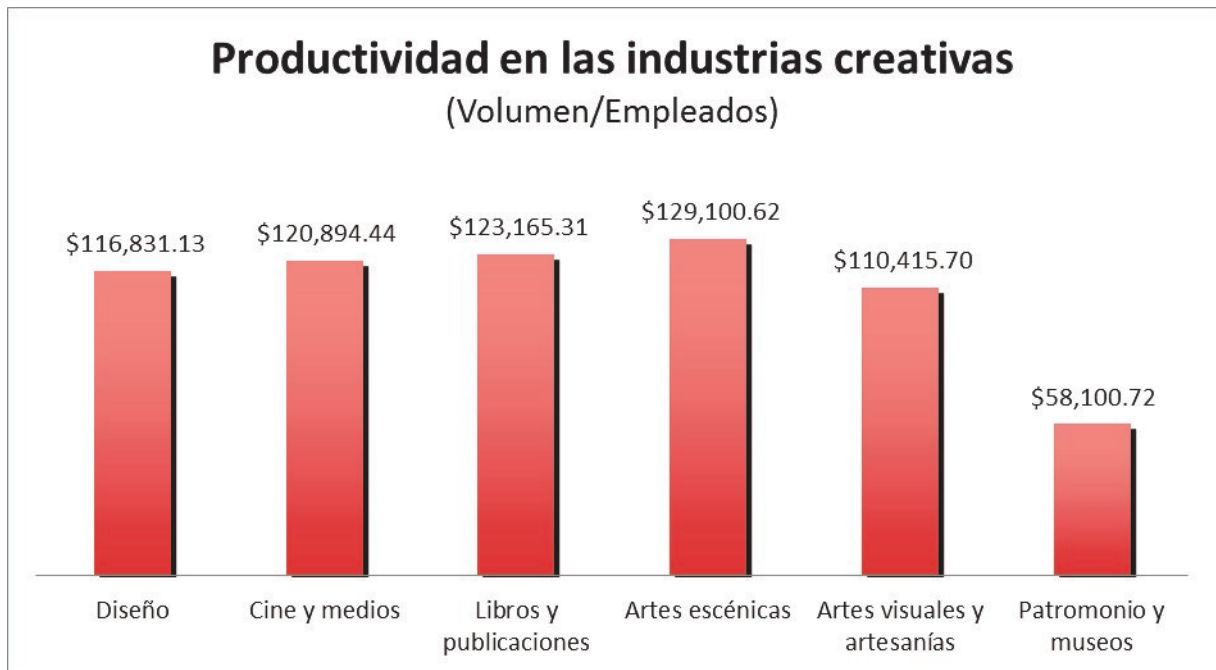
Industria	Nómina anual
Prensa	\$ 99,605,000
Publicidad	\$ 68,761,000
Televisión	\$ 55,206,000
Arquitectura	\$ 42,883,000
Joyerías	\$ 28,186,000
Radios, televisores y otros bienes electrónicos	\$ 27,408,000
Estaciones de radio	\$ 23,887,000
Otros servicios de información	\$ 10,913,000
Promotores en las artes y eventos similares	\$ 7,386,000
Cine y producción de video	\$ 7,349,000

Principales 10 industrias creativas por total de empleados

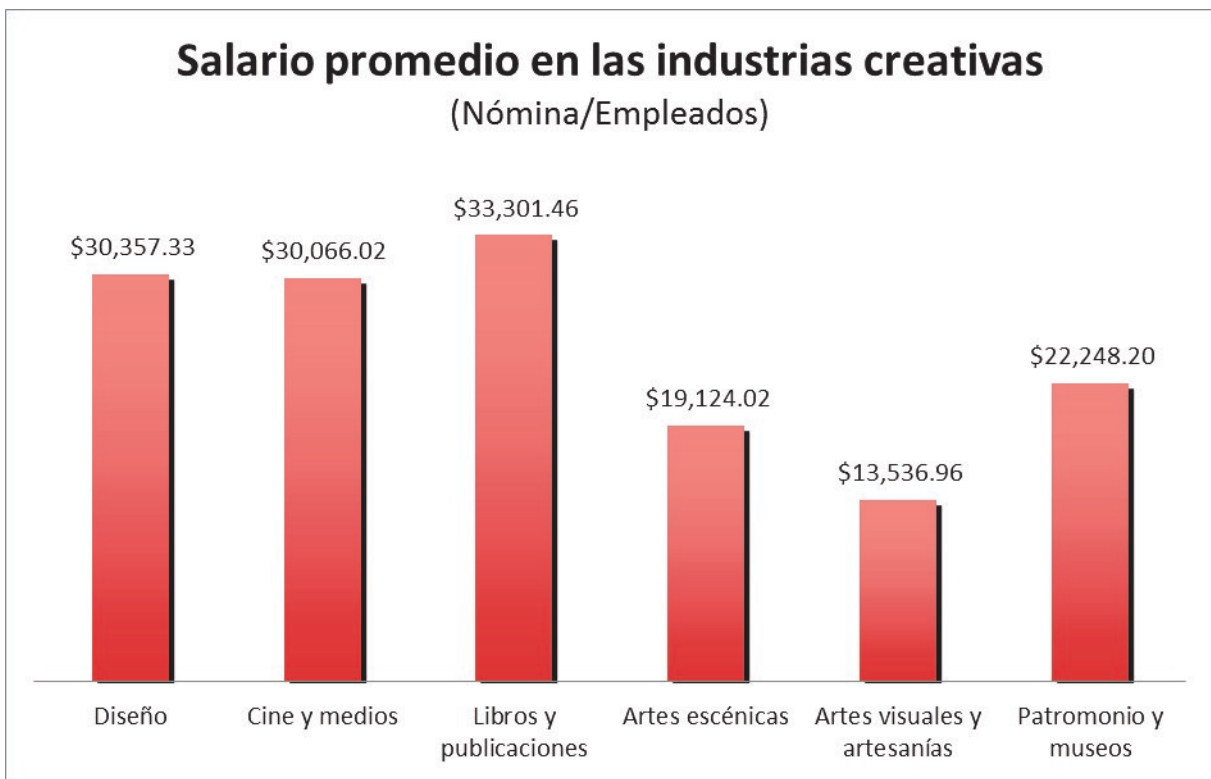
Industria	Total de empleados
Prensa	2,427
Joyerías	2,070
Publicidad	1,940
Radios, televisores y otros bienes electrónicos	1,737
Televisión	1,110
Arquitectura	1,091
Estaciones de radio	965
Librerías y tiendas de revistas	597
Promotores de arte y eventos similares	490
Otros servicios de información	415

Análisis de productividad por sub-sectores creativos

Al igual que con las categorías de la UNCTAD, se realizó un análisis de productividad utilizando los sub-sectores siguiendo la clasificación de *South Arts*. En este caso, el sector de las Artes escénicas es el que más produce por empleado, seguido por el sector Libros y publicaciones, Cine y medios y Diseño.



En términos del salario promedio, el sector más alto es el de Libros y publicaciones con \$33,301, seguido por Cine y medios con \$30,066.02. Los sectores con los salarios anuales promedio más bajos son Artes Visuales y Artesanías con \$13,536 y Artes escénicas con \$19,124.



Análisis comparativo con nueve estados del sur

Uno de los análisis que realiza el informe de *South Arts* es utilizar el impacto per cápita para ajustar los indicadores de acuerdo a la población. Para esto se establece la condición de los indicadores por cada 10,000 habitantes. Las siguientes tablas presentan los datos de los sectores para cada una de las variables. Estos datos se pueden utilizar para hacer comparaciones con los informes individuales de los sectores en los estados del sur de los Estados Unidos.

Negocios en las industrias creativas por cada 10,000 habitantes	Total de negocios	Negocios por cada 10,000 habitantes
Diseño	325	0.82
Cine y medios	642	1.63
Libros y publicaciones	266	0.67
Artes escénicas	212	0.54
Artes visuales y artesanías	452	1.15
Patrimonio y museos	13	0.03
Total de industrias creativas en Puerto Rico	1,911	4.85

Total de empleados en las industrias creativas por cada 10,000 habitantes	Total de empleados	Empleo por cada 10,000 habitantes
Diseño	1,889	4.79
Cine y medios	6,650	16.87
Libros y publicaciones	4,047	10.27
Artes escénicas	1,282	3.25
Artes visuales y artesanías	2,408	6.11
Patrimonio y museos	278	0.71
Total de industrias creativas en Puerto Rico	16,554	42.00

INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO

Nómina anual en las industrias creativas por cada 10,000 habitantes	Nómina anual	Nómina anual por cada 10,000 habitantes
Diseño	\$ 57,345,000	\$ 145,509
Cine y medios	\$ 199,939,000	\$ 507,331
Libros y publicaciones	\$ 134,771,000	\$ 341,972
Artes escénicas	\$ 24,517,000	\$ 62,210
Artes visuales y artesanías	\$ 32,597,000	\$ 82,713
Patrimonio y museos	\$ 6,185,000	\$ 15,694
Total de industrias creativas en Puerto Rico	\$ 455,354,000	\$ 1,155,427

Volumen de negocios en las industrias creativas por cada 10,000 habitantes	Volumen de negocios	Volumen de negocios por cada 10,000 habitantes
Diseño	\$ 220,694,000	\$ 559,995
Cine y medios	\$ 803,948,000	\$ 2,039,959
Libros y publicaciones	\$ 498,450,000	\$ 1,264,781
Artes escénicas	\$ 165,507,000	\$ 419,962
Artes visuales y artesanías	\$ 265,881,000	\$ 674,654
Patrimonio y museos	\$ 16,152,000	\$ 40,985
Total de industrias creativas en Puerto Rico	\$ 1,970,632,000	\$ 5,000,335

Las siguientes tablas presentan los datos de los estados por cada 10,000 habitantes. Se observa que Florida, Georgia y Tennessee son las jurisdicciones del sur con un mayor volumen de negocios en las industrias creativas. Es importante destacar nuevamente que a diferencia de los estados, los datos del censo para Puerto Rico no incluyen la información del trabajo por cuenta propia. Utilizando las tendencias de las otras jurisdicciones, se estimó el trabajo por cuenta propia para las industrias creativas en Puerto Rico, lo que se presenta en la segunda tabla. Aun si se compara con el estado de Mississippi, la proporción en todos los renglones es más baja en Puerto Rico.

Es importante destacar que existen varios factores que pueden afectar estos datos. Primero, existe una serie de negocios de nivel 33 y 44 (manufactura y ventas al por mayor) cuyos datos no están desagregados a 6 dígitos por el código NAICS. Por esta razón no se incluyeron. De todas formas, el tipo de negocios corresponde a tiendas de productos electrónicos y computadoras, un segmento en discusión sobre su inclusión en las industrias creativas. Otra de las razones puede ser que el porcentaje de respuestas y datos oficiales que ofrecen las empresas puertorriqueñas a la agencia federal sea menor que el promedio, quizá por eso la discrepancia entre el número de negocios y los datos económicos. Por otro lado, la contratación por servicios profesionales, aun en condiciones similares al empleo asalariado, es muy común en las industrias creativas. Finalmente, por razones económicas y culturales, el nivel de la economía informal podría ser mayor que en los estados de Estados Unidos. Por esta razón es importante utilizar varias fuentes de información para corroborar estos datos.

INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO

Análisis comparativo de las industrias creativas (por cada 10,000 habitantes)					
Jurisdicción	Negocios	Total de empleados	Nómina anual	Volumen de negocios	Ingreso per cápita
Puerto Rico	4.9	42.0	\$ 1,055,427	\$ 5,000,335	\$ 15,688
Alabama	10.3	153.6	\$ 4,410,797	\$ 18,790,936	\$ 32,404
Florida	16.3	201.1	\$ 7,828,546	\$ 27,226,338	\$ 38,444
Georgia	13.4	209.5	\$ 8,553,240	\$ 30,220,394	\$ 33,457
Kentucky	10.5	167.7	\$ 4,931,083	\$ 17,011,478	\$ 31,111
Louisiana	9.9	140.6	\$ 3,739,564	\$ 12,869,044	\$ 34,756
Mississippi	8.5	104.1	\$ 2,327,126	\$ 7,170,385	\$ 28,845
North Carolina	12.7	181.3	\$ 6,084,861	\$ 19,509,511	\$ 33,636
South Carolina	11.1	155.2	\$ 4,801,814	\$ 13,455,174	\$ 31,013
Tennessee	12.9	218.5	\$ 7,977,811	\$ 27,530,277	\$ 33,280

Análisis comparativo de las industrias creativas (por cada 10,000 habitantes) Estimando el empleo por cuenta propia

Jurisdicción	Negocios	Total de empleados	Nómina anual	Volumen de negocios	Ingreso per cápita
Puerto Rico	6.6	43.7	\$ 1,502,055	\$ 5,350,358	\$ 15,688
Alabama	10.3	153.6	\$ 4,410,797	\$ 18,790,936	\$ 32,404
Florida	16.3	201.1	\$ 7,828,546	\$ 27,226,338	\$ 38,444
Georgia	13.4	209.5	\$ 8,553,240	\$ 30,220,394	\$ 33,457
Kentucky	10.5	167.7	\$ 4,931,083	\$ 17,011,478	\$ 31,111
Louisiana	9.9	140.6	\$ 3,739,564	\$ 12,869,044	\$ 34,756
Mississippi	8.5	104.1	\$ 2,327,126	\$ 7,170,385	\$ 28,845
North Carolina	12.7	181.3	\$ 6,084,861	\$ 19,509,511	\$ 33,636
South Carolina	11.1	155.2	\$ 4,801,814	\$ 13,455,174	\$ 31,013
Tennessee	12.9	218.5	\$ 7,977,811	\$ 27,530,277	\$ 33,280
Comparación con el estado de Mississippi	77%	42%	65%	75%	54%

Composición del sector

Existen algunas diferencias entre la composición de las industrias creativas en Puerto Rico y la tendencia en los estados del sur de Estados Unidos. Por ejemplo, el sector de Diseño representa un 7% menos del total de negocios en el caso de Puerto Rico, lo que equivale a un 26% de diferencia en comparación con los estados del sur. Por su parte, el sector de las Artes escénicas representa un 22% más en la composición de las industrias creativas (11% vs 9%). El volumen de negocios refleja una composición bastante similar, sobre todo en los sectores de Diseño y Cine y medios. La diferencia principal radica en que el sector de Libros y publicaciones representa un 11% menos, mientras que las Artes escénicas un 14% más de la composición. Las Artes visuales y artesanías suponen un 8% más del volumen de negocios en Puerto Rico versus los estados del sur y 14% más de la composición de acuerdo al total de negocios.

En relación al total de empleos, en la composición de las industrias creativas en Puerto Rico, el Diseño representa un 21% menos, mientras que el Cine y medios representan un 21% más en la composición. La composición también refleja que la aportación de las Artes visuales y artesanías al empleo creativo es un 15% mayor a lo que aportan en los estados del sur. A pesar de que las artes escénicas representan 22% más en el total de negocios y un 14% más en el volumen, su aportación en el empleo es un 27% menos de lo que representa en los estados del sur y un 38% menos de la contribución a la nómina total en las industrias creativas. De igual forma, la nómina total en las Artes visuales y artesanías representa un 30% menos de su aportación en los estados.

Este análisis refleja que los sectores en Cine y medios representan una aportación mayor a la economía creativa en Puerto Rico que en los nueve estados del sur que forman parte del análisis. De igual forma, industrias como las Artes escénicas representan una proporción mayor en el total de negocios y volumen, pero su aportación al empleo y nómina es desproporcionalmente menor que en los estados. Esto puede ser representativo de difíciles condiciones de trabajo para este sector. El sector de Diseño hace una aportación menor que en los estados en todos los renglones excepto en la aportación al volumen de negocios de las industrias creativas. El sector de Libros y publicaciones representa menos para la economía creativa que en los estados del sur, aunque su aportación a la nómina es un 20% mayor. En el caso del sector de Museos y patrimonio, su aportación al 1% de la economía creativa es similar a la tendencia en los estados del sur.

“Uno de los grandes retos del discurso de economía creativa es atemperarlo a las realidades socioeconómicas y culturales de los países.”

Análisis comparativo en la composición de las industrias creativas (Puerto Rico-Estados del Sur)

Sector	Negocios			Volumen de negocios		
	Puerto Rico	Estados del sur (USA)	% Cambio	Puerto Rico	Estados del sur (USA)	% Cambio
Diseño	17%	23%	-26%	11%	11%	0%
Cine y medios	34%	31%	10%	41%	41%	0%
Libros y publicaciones	14%	15%	-7%	25%	28%	-11%
Artes escénicas	11%	9%	22%	8%	7%	14%
Artes visuales y artesanías	24%	21%	14%	13%	12%	8%
Patrimonio y museos	1%	1%	0%	1%	1%	0%
TOTAL	100%	100%		100%	100%	

Sector	Total de empleos			Nómina anual		
	Puerto Rico	Estados del sur (USA)	% Cambio	Puerto Rico	Estados del sur (USA)	% Cambio
Diseño	11%	14%	-21%	13%	16%	-19%
Cine y medios	40%	33%	21%	44%	40%	10%
Libros y publicaciones	24%	27%	-11%	30%	25%	20%
Artes escénicas	8%	11%	-27%	5%	8%	-38%
Artes visuales y artesanías	15%	13%	15%	7%	10%	-30%
Patrimonio y museos	2%	2%	0%	1%	1%	0%
TOTAL	100%	100%		100%	100%	

Algunos hallazgos

- ⇒ Al comparar los dos modelos de análisis (UNCTAD y South Arts) se observa que sectores como la ingeniería, joyerías y venta de equipos electrónicos distorsionan el perfil de los sub-sectores en las industrias creativas.
- ⇒ Se observan diferencias sustanciales en los perfiles de las categorías en las industrias creativas. Existen muchas más empresas en el sector de las Creaciones Funcionales y de mayor volumen de negocios, pero de menor tamaño y contribución al empleo. Por otro lado, el sector de Medios tiene menos empresas pero con mayor aportación al empleo creativo. El sector de las Artes también está compuesto mayormente por empresas pequeñas en relación a las demás categorías.
- ⇒ El sector de Creaciones Funcionales tuvo la mayor reducción durante el periodo 2007-2011. A pesar de que gran parte se debe a la inclusión de la ingeniería, también se identifica una reducción en el sector de Diseño. Cuando se analizan los sub-sectores, se observa una reducción sustancial en el sector de Libros y publicaciones.
- ⇒ La productividad más alta está en las Artes escénicas, sin embargo, los salarios promedio más altos están en los segmentos de Libros y publicaciones, Cine y medios y Diseño.
- ⇒ La situación de las industrias creativas en Puerto Rico parece ser muy débil en comparación con estados del sur de Estados Unidos. Aun cuando se analizan estados como Alabama y Mississippi, la condición del sector es desproporcionalmente menor.
- ⇒ Aunque en muchos casos la composición del sector es similar a la tendencia en los estados, existen algunas discrepancias. Se observan muchos menos negocios en el área de Diseño pero una cantidad mayor en las Artes escénicas. Sin embargo, en términos de empleos, estos dos sectores presentan un panorama más débil que los estados. Cabe destacar que el único sector que presenta un panorama de mayor aportación económica relativa en todos los indicadores es el sector de Cine y medios.

Comentarios finales

Por la naturaleza del concepto de economía creativa siempre ha existido un gran debate en torno a su definición. Existen dos vertientes importantes que se deben considerar. Por un lado, es necesario ser consistentes con los modelos reconocidos a nivel internacional. De esta forma, se podrán realizar análisis comparativos con los demás países. Sin embargo, esto no necesariamente implica que en términos de política pública se deban dirigir esfuerzos hacia determinados sectores. Cada una de las categorías agrupa una diversidad de industrias con características y dinámicas particulares. Por tal razón, es necesario atender individualmente a cada sector, no tan solo en las categorías sino dentro de ellas. Ciertamente, la inclusión de industrias como la ingeniería, los equipos electrónicos, las joyerías y las industrias relacionadas a la publicidad puede distorsionar el panorama económico del sector. En el contexto real de Puerto Rico, estas industrias no requieren la misma atención y enfoque que los demás sectores.

El concepto de industrias creativas se ha convertido en un gran atractivo para los gobiernos que enfrentan el reto de promover el desarrollo económico. Sin embargo, desatender las diferencias puede provocar un efecto negativo mayor a los beneficios. Uno de los grandes retos del discurso de economía creativa es atemperarlo a las realidades socioeconómicas y culturales de los países. En el caso de Puerto Rico, es necesaria una reflexión para evitar esfuerzos superficiales que redunden en intentos fallidos de aglomerar determinadas industrias y promover la competitividad. Resulta necesario revisar la experiencia en las últimas décadas en relación a la manufactura, la industria del petróleo y más recientemente la biotecnología. Es importante entender las dinámicas de la producción y comercio internacional en estas industrias y encontrar un espacio de acción en el contexto inmediato de la región caribeña. Más allá de la competitividad internacional, el primer paso está en insertarse en la economía regional inmediata. Esta región hace algunos años comenzó su radiografía del sector cultural y creativo para desarrollar una estrategia de crecimiento que poco a poco está funcionando.

Se debe elaborar una agenda de investigación que permita una política pública adecuada para el sector cultural y creativo. Es importante continuar con el análisis de los datos presentados en este informe para profundizar sobre la condición de los sub-sectores. Hay que complementar los datos analizados con fuentes de información de las agencias estatales. Finalmente, resulta necesario recopilar datos primarios de las empresas y organizaciones en las industrias creativas para tener una radiografía completa del sector. De igual forma, el análisis de estos datos debe ser de naturaleza multidisciplinaria, incluyendo enfoques económicos, antropológicos, de comunicación, estudios culturales, de empresarismo y de administración, entre otros. En esta agenda, el rol de la Academia debe ser medular, complementándose con esfuerzos de gobierno, la empresa privada y los investigadores en el campo.

“Es importante entender las dinámicas de la producción y comercio internacional en estas industrias y encontrar un espacio de acción en el contexto inmediato de la región caribeña.”

Referencias

- Hernández, J. 2013. *Hacia una política pública nacional para la economía creativa*. PRVoice. Disponible en: <http://prvoice.com.pr/nota-tapa/hacia-una-politica-publica-nacional-para-la-economia-creativa>.
- Hernández, J. 2013. *Economía Creativa*. El Nuevo Día, 2 de febrero, pág. 55. Disponible en: <http://www.elnuevodia.com/columna-economiacreativa-1439333.html>.
- National Center for Charitable Statistics. 2010. Disponible en: <http://nccs.urban.org/>.
- Oficina del Censo 2011. *County Business Patterns: Puerto Rico*. Disponible en: <http://www.census.gov/econ/cbp/>.
- Oficina del Censo. 2007. *Censo Económico*. Disponible en: <http://factfinder2.census.gov/faces/nav/jsf/pages/index.xhtml>.
- South Arts. 2012. *Creative Industries in the South*. Disponible en: http://www.southarts.org/site/c.guYLaMRJxE/b.6470585/k.BBE8/Creative_Economies.htm.
- Throsby, D. 2008. The Concentric Circles Model in the Cultural Industries. *Cultural Trends*, 17, 3, pp. 147-164.
- Throsby, D. 2008b. Modeling the Cultural Industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14, 3, pp. 217-232.
- UNCTAD. 2010. *Informe de Economía Creativa*. Suiza. Disponible en: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf.

Hacia una política nacional para la economía creativa

Por Javier J. Hernández Acosta

*Publicado originalmente
en la revista PRVoice,
edición impresa
Mayo 2013*

Es momento de hablar de economía creativa en Puerto Rico. Sabemos que se trata de una corriente que se discute alrededor del mundo pero hasta hace muy poco no habíamos decidido adentrarnos en el tema. Sin embargo, comenzar la discusión requiere establecer unos supuestos y diagnóstico del contexto puertorriqueño para lograr un enfoque efectivo que realmente contribuya a fortalecer las áreas relacionadas a este concepto. Ya sabemos que la copia directa de otros modelos casi nunca funciona, y esta no es la excepción.

Antecedentes y fundamentos

El concepto de economía creativa se utiliza por primera vez en Australia en 1994, cuando el primer ministro Paul Keating presenta el informe *Nación Creativa*, el primer esfuerzo amplio del gobierno australiano para desarrollar una política cultural. Más allá de la promesa de inversión económica en la cultura, el informe definía al sector cultural de manera más amplia, incluyendo industrias como la radio y el cine y destacando su potencial de desarrollo económico e impacto en el turismo. Posteriormente, en el año 2001, el *Departamento de Cultura, Medios y Deporte* del Reino Unido publica un informe definiendo las industrias creativas como “aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad individual, destrezas y talento, y que tienen el potencial de generar riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”.

Las Naciones Unidas, a través de la UNCTAD, ha puesto una gran atención sobre este sector económico, publicando dos importantes informes sobre el al-

cance internacional de la economía creativa. Según este organismo, el sector creativo se compone de cuatro categorías: **patrimonio** (arqueología, museos, bibliotecas, festivales, etc.), **artes** (plástica, música, teatro, danza, etc.), **medios** (libros, prensa, cine, televisión, radio, etc.) y **creaciones funcionales** (moda, diseño, artes gráficas, arquitectura, publicidad, etc.). De acuerdo a este informe, se trata de una economía que representa \$592 billones en el comercio internacional. Entre el 2002 y el 2008, el sector creció a un ritmo del 14.4% anual.

Una vertiente importante del fenómeno de la economía creativa es el desarrollo del concepto de ciudades creativas. A partir del trabajo de Richard Florida, se comenzó a identificar indicadores que facilitarían y promoverían una concentración geográfica de la actividad creativa. Florida estableció su modelo a base de las 3T (talento, tecnología y tolerancia). Bajo este modelo, los gobiernos locales deberían hacer diagnósticos de sus recursos y modificar aquellos con deficiencias para tener un balance que promueva la atracción de ese talento. La idea de las ciudades creativas, en términos de desarrollo económico, consiste en aglomerar la producción industrial y empresarial en sectores de alto valor añadido. De igual forma, se plantea la importancia de atraer a estos espacios geográficos a personas con las características de lo que llama “clase creativa”.

Algunos debates o conflictos

No existe consenso sobre el fenómeno de la economía creativa. Como gran parte de los debates en las ciencias sociales, el problema radica en la pertinencia de los modelos producidos en economías desarrolladas y su aplicación a los países Sur. El primer debate parte de las razones detrás de la utilización del concepto en el Reino Unido. Definitivamente, incluir sectores como el diseño, videojuegos, publicidad y arquitectura en el sector cultural inflaría las estadísticas y serviría para justificar las inversiones en el sector. Por supuesto, el gran miedo está en que poner toda la atención en el impacto económico de lo cultural, hace perder el enfoque en su principal valor: fortalecer las identidades, modos de vida, cohesión social, diversidad y libertad de creación. Por eso algunos académicos como Stuart Cunningham ha llamado a la precaución por el efecto del “caballo de troya”.

Otro debate muy fundamentado plantea que gran parte de las políticas y medidas que proponen los organismos internacionales responden a las condiciones e infraestructura de las economías desarrolladas. Por lo tanto, pedir a países con economías más débiles que implementen este tipo de políticas puede ser un error y tener los resultados opuestos a lo esperado. De igual forma, se ha hecho un alerta al peligro de las políticas de liberalización y apertura de los mercados y los mecanismos de protección de la propiedad intelectual como requisito para entrar en la economía creativa. Sobre este particular corresponden algunas palabras. En términos del comercio internacional, ha quedado demostrado que las economías desarrolladas no han abierto sus mercados a los países en desarrollo y cada vez más implementan mecanismos no arancelarios para proteger sus industrias locales, en clara contradicción a los acuerdos internacionales. Por otro lado, en términos de la propiedad intelectual, también se ha demostrado que el alto nivel de concentración entre los grandes conglomerados, así como las dificultades que representa para los países en desarrollo proteger y beneficiarse del conocimiento tradicional y colectivo, ya que los únicos mecanismos reconocidos protegen únicamente la creación individual.

Otro debate importante sobre la economía creativa está relacionado a los planteamientos de Florida sobre las ciudades creativas y la clase creativa. A pesar de su reconocimiento en la academia y entre los países que ha consultado, este discurso ha sido muy cuestionado porque no atiende el desarrollo local desde las comunidades y la ciudadanía. A pesar de que sus indicadores son pertinentes e importantes en el desarrollo urbano,

lo cierto es que se trata de un análisis muy simplista que puede llevar a acciones erróneas como desplazamientos urbanos, encarecimiento del costo de vida y desarrollo de infraestructuras que no se integran a su complejo entorno social y económico. Por esta razón muchos expertos en el tema han destacado la importancia de hablar de comunidades y sociedades creativas en vez de ciudades creativas.

El contexto puertorriqueño

Sobre estas complejidades del discurso de economía creativa nos corresponde hacer un diagnóstico de nuestras condiciones y capacidades. Solamente adaptando estos fenómenos a nuestra realidad podremos ser efectivos en los resultados finales. Puerto Rico es un país con unas condiciones muy complejas y únicas. Se trata de una economía con un nivel de consumo de economía desarrollada y un nivel de productividad de país en vías de desarrollo. El resultado neto es que el país tiene un alto nivel de endeudamiento, y la ausencia del ahorro y la inversión hacen imposible el crecimiento. De igual forma, la condición política tiene efecto adverso en ese desarrollo. Un país con una fuerte cultura latinoamericana, pero bajo un marco legal, político y comercial estadounidense enfrenta constantes conflictos que incluyen en gran medida al sector cultural y creativo. Todas estas condiciones ha resultado en altos niveles de desigualdad, algo que ha acentuado la terrible relación marginación-violencia.

En el caso de las artes y la cultura, hemos tenido una política pública errada por estar sujeta a los vaivenes políticos. Las instituciones culturales se encuentran fragmentadas y en muchas ocasiones duplicando esfuerzos. Sobre todo, no existe ninguna coordinación con otras áreas donde lo cultural tiene gran pertinencia como el turismo, desarrollo económico, urbanismo, educación y vivienda. A pesar de este escenario, es importante destacar la abundancia de talento en distintas disciplinas artísticas y creativas. A pesar de que las artes son el núcleo e insumo principal de esa producción creativa, hemos visto una mayor movilidad hacia otros sectores de la economía creativa. Por ejemplo, técnicos, músicos, escritores, artistas visuales y actores que se movilizan a sectores como el cine, el diseño, el multimedia y la publicidad. En muchos casos, estos recursos creativos transitan por ambas avenidas, generando valor en distintos sectores de la cadena. Esa abundancia de talento es probablemente la mejor noticia que tenemos y sobre la cual debemos actuar para potenciar sus capacidades de impacto en distintas áreas del desarrollo.

El rol del Estado

Sobre estas bases es preciso entender el rol del estado a la hora de promover el sector creativo. Un primer paso consiste en evaluar el rol y estructura de las instituciones públicas. Nos merecemos un debate en torno al rol del *Instituto de Cultura Puertorriqueña (ICP)*, que a pesar de su importante rol en décadas pasadas, nunca ha estado exenta del dirigismo y debate político. Debemos tener un profundo debate en torno al modelo de los Ministerios o Secretarías vs los Consejos de Arte como entes cuasi-públicos. Eso sí, no debemos malinterpretar los discursos de economía creativa con el ejercicio de mover la cultura bajo el componente de desarrollo económico. Por el contrario, yo rescataría industrias como el turismo y el cine del brazo de desarrollo económico y los integraría con la cultura, que es después de todo la finalidad del desarrollo y crecimiento económico. Por supuesto, la importancia de las instituciones culturales está en que puedan influenciar y cooperar directamente con esas áreas de desarrollo económico y social, educación y urbanismo.

Bajo una *Secretaría de Arte y Cultura* se podrían trabajar divisiones como educación, desarrollo comunitario, patrimonio, industrias culturales e innovación. Sobre todo, es importante que el Estado entienda su rol de mantener un balance en el acceso y participación, creación y producción. Su rol principal es fortalecer e intervenir en aquellos segmentos de la cadena de valor con mayor riesgo económico y cultural como la formación, creación y la producción. Por ejemplo, en el área de innovación, que incluye los sectores de creaciones funcionales (videojuegos, arquitectura, publicidad, multimedios, etc.), existe una gran necesidad de apoyar la investigación y desarrollo a través de laboratorios, incubadoras, divulgación de investigación y patentes.

El rol del sector creativo

El sector creativo también tiene la responsabilidad de contribuir a la sostenibilidad del ecosistema en el que opera. Es necesario entender que los “clusters” no se crean mediante legislación ni estructuras sino mediante la cooperación y difusión del conocimiento. Es necesario que se desarrollen proyectos que atiendan cada etapa de la cadena de valor y cada uno de los sectores creativos. También podrían funcionar estructuras de segundo grado que atiendan las preocupa-

ciones colectivas. Si no se dan estas dinámicas, será muy difícil que se pueda desarrollar un sector creativo competitivo.

También es necesario que las organizaciones culturales y creativas, independientemente de su orientación o no al lucro, analicen su impacto y contribución a la sostenibilidad del propio sector a través de análisis equivalentes al balance social, como se ha propuesto con el modelo de “rendimiento cultural”. Una vez fortalecidas estas relaciones económicas, sociales y culturales, se podrá generar riqueza a través de la internacionalización, ya sea mediante el turismo cultural o a través de la exportación directa de bienes y servicios creativos. En términos del desarrollo urbano, es necesario entender el rol de la arquitectura como acción cultural mediante la integración de los espacios con la participación y creación artística.

Conclusiones

Es necesario discutir lo que esperamos de nuestras industrias creativas, pero antes es mandatorio debatir a nivel nacional el rol que deberá tener el Instituto de Cultura Puertorriqueña dentro de la política pública. Es vital entender que industrias como el cine, arquitectura, diseño, el turismo y la música tienen la ventaja de generar riqueza a través de la difusión de nuestras identidades y modos de vida. Pero esa es la dirección correcta: transmitir qué somos y cómo hacemos las cosas. Por lo tanto, estas industrias no pueden desarrollarse a partir de campañas publicitarias y ejercicios de “marca país” diseñadas en agencias de publicidad de cuatrienio en cuatrienio. “Somos lo que somos” y la autenticidad es la mejor contribución que podemos hacer al mundo.

Cualquier ejercicio, sea desde el ejecutivo y/o el legislativo, para insertar a Puerto Rico dentro del movimiento mundial de industrias creativas requiere un profundo análisis del estado de nuestras industrias culturales, su potencial de desarrollo y una dirección sobre las estrategias a seguir. Para esto sería importante trabajar sobre una *Ley de General de la Cultura* que incluya claramente el componente económico y comprometa a otros sectores y agencias que en la actualidad ejercen un papel importante, aunque indirecto, en la política cultural.

Estos esfuerzos y discusiones deben tener la participación activa de las instituciones culturales públicas, el sector cultural privado y esas agencias que intervienen indirectamente en la política pública para la cultura como el Departamento de Desarrollo Económico y Comercio (DDEC) y el Departamento del Trabajo. Si los esfuerzos del Estado no contemplan esta integración, estaríamos perpetuando las malas prácticas de las pa-

sadas décadas. Es hora de aceptar que la Cultura es un componente dinámico que tiene la capacidad de influenciar positivamente las áreas esenciales para promover el bienestar: lo económico, lo educativo y lo social. Por lo tanto, es inaceptable que la política partidista y el favoritismo definan y delimiten su desarrollo.

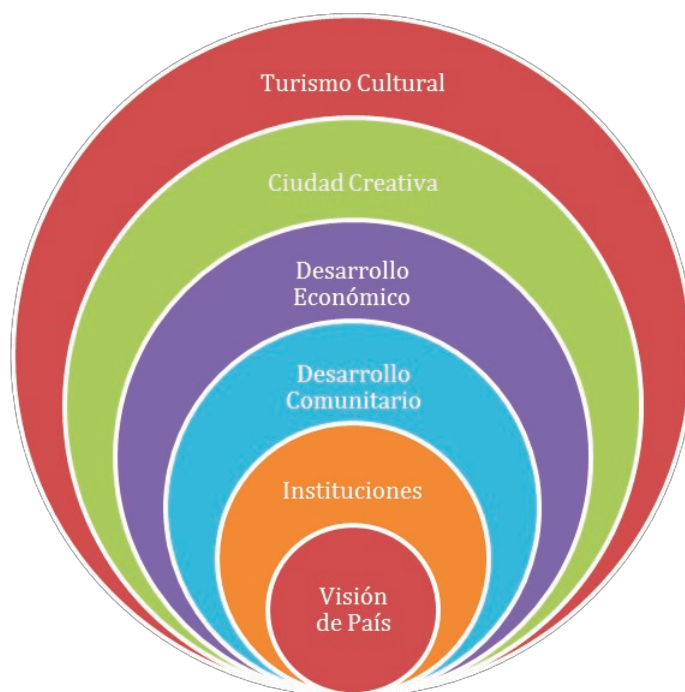
Premisas en torno a la economía creativa

Aunque se trata de un sector complejo con necesidades complejas, lo más conveniente es elaborar sobre las premisas más simples.

- ♦ **La economía no lo es todo** – Como ha planteado Alejandro Grimson, la cultura es la finalidad del desarrollo. Por lo tanto, la economía es un medio y no un fin. Ya ha quedado demostrado que indicadores como el PIB y el empleo no son suficientes para medir el bienestar y la felicidad, y no podemos cometer el mismo error con la economía creativa. Por lo tanto, el análisis económico debe combinarse con indicadores como la diversidad, acceso, participación y educación.
- ♦ **El peligro de la estructura** – Es natural pensar que uno de los esfuerzos iniciales consistiría en darle forma y estructura a este fenómeno. Nada más lejos de la verdad. Ya sabemos por experiencia que el exceso de estructura mata la creatividad. La economía creativa propone unas interacciones interesantes entre artes, educación, urbanismo, globalización, empresarismo, ciudad, democracia, comunidad, innovación, investigación, diversidad y economía. Es imposible crear una estructura que agrupe estos esfuerzos y encontrar profesionales con un trasfondo tan amplio. Para evitar la burocracia y el dirigismo es necesario reconocer y aceptar su naturaleza orgánica y transversal.
- ♦ **Divide y vencerás** – La economía creativa agrupa una gran cantidad de industrias con dinámicas de producción y consumo muy diversas. Sería un grave error traducir este discurso en políticas públicas, programas educativos y prácticas empresariales genéricas. Es imposible establecer estructuras únicas para su fomento, por lo que hablar de economía e industrias creativas es sólo una forma de canalizar la discusión. Es necesario atender de manera individual el patrimonio, las artes, los medios y las creaciones funcionales. De igual forma, existen estructuras de segundo grado como la ciudad y el turismo donde se entrelaza la actividad creativa. Además de las diferencias entre sectores, cada segmento de la cadena de valor (Diagrama) requiere esfuerzos, incentivos y políticas distintas.



- ♦ **De adentro hacia fuera** – Una vez más es necesario recalcar que el desarrollo de la economía creativa se fundamenta en la participación ciudadana y en la libertad de creación. Se trata de crear espacios para la diversidad creativa desde las comunidades y grupos de interés. Sólo a partir de ahí tiene sentido y será atractivo exportar esos ecosistemas de creación a través del turismo y otras exportaciones directas. Hay que ser precavidos con el exceso de concentración de los sectores y sus efectos en la capacidad emprendedora de los ciudadanos.



- ♦ **Mientras más se mida, mejor** – Por primera vez necesitamos un sistema de indicadores, cuentas satélites y estadísticas actualizadas y confiables. Es necesario fortalecer y unificar bases de datos que contribuyan a medir el empleo, los multiplicadores, índices de concentración, crecimiento, etc. Y sobre todo, es necesario trascender el análisis puramente cuantitativo y probar modelos híbridos de sostenibilidad y participación cultural.
- ♦ **Hacia una competitividad criolla** – Podemos hablar de competitividad si definimos el concepto a nuestra manera. Es necesario analizar nuestras fortalezas y debilidades y poner énfasis en ciertos sectores que demuestren abundancia en los insumos, siempre y cuando esto no afecte la sostenibilidad de otros sectores. Para establecer y fortalecer un ecosistema de economía creativa es necesario entender las interacciones entre los sectores, que muchas veces se intercambian recursos y producen efectos en cadena. Es necesario entender que la educación artística es la base de todo, de ahí salen los insumos para sectores de alto valor añadido como el diseño, los videojuegos y la arquitectura. También es necesario entender que es importante desarrollar la demanda y audiencia local. Sólo de esta manera se podrá ser competitivo a nivel internacional y potenciar sectores como el turismo cultural.

Economía Creativa

Por: Javier J. Hernández Acosta

Publicado originalmente en
El Nuevo Día,
6 de febrero de 2013,
pág. 55.

Durante los próximos meses veremos un mar de propuestas y alternativas de desarrollo económico. Probablemente veremos una mezcla de repetición, enfoques absurdos y una que otra buena idea que nos dará esperanza de no seguir empeorando. Mucho de la discusión girará en torno a la calidad de los empleos y el rendimiento de los incentivos otorgados. Mientras, seguimos abogando por dirigir la atención hacia la economía creativa, porque aunque sea pertinente incentivar la agricultura y el sector industrial, sabemos que ninguna de ellas será esa punta de lanza que nos ponga en el nuevo mapa de la competitividad internacional.

La economía creativa, que incluye todos esos sectores que se fundamentan en la creatividad, contenidos simbólicos y protegidos por el derecho de autor, brinda una oportunidad única de desarrollar una economía que combina ser de alto valor añadido e intensiva en mano de obra. Se trata de un sector con grandes eslabonamientos con el resto de la economía y en la que existe abundancia de su insumo principal: el talento. Fomentar la economía creativa, haciendo énfasis en ciertos sub-sectores, requiere entender la lógica detrás de su cadena de valor. Sobre esto el gobierno puede hacer las intervenciones necesarias para garantizar y potenciar la calidad de los insumos.

Por ejemplo, en los últimos años hemos hablado de la industria de cine como un sector importante de una nueva estrategia de desarrollo económico. Sin embargo, no acabamos de entender que la mayor parte del valor se genera en la etapa de creación/producción y no necesariamente en la filmación. Para esto necesitamos entender de donde salen los insumos principales de esta industria. ¿De dónde surgen los actores, directores, guionistas, técnicos especializados y personal de apoyo? Esos talentos son el producto de los programas de arte y humanidades de las principales

instituciones de educación superior y de la experiencia profesional. Así como se propone incentivar la producción a través de la compra de acciones preferidas en empresas de capital local, el equivalente para fomentar la competitividad en las industrias creativas consiste en fortalecer esas instituciones e incentivar la producción artística en todos los niveles. Es hora de pensar en una política pública concisa y coherente sobre la inversión cultural. Este es el momento de buscar soluciones distintas a través de iniciativas distintas.

“El equivalente para fomentar la competitividad en las industrias creativas consiste en fortalecer esas instituciones e incentivar la producción artística en todos los niveles.”

Ecosistema creativo:

Un modelo de política pública basado en un portafolio de inversión

Por: Javier J. Hernández Acosta

El Informe *Perfil de la economía creativa en Puerto Rico* de alguna manera refleja la complejidad de manejar el concepto de industrias creativas. Todavía resta segmentar el análisis a través de sectores para poder intervenirlos apropiadamente. Existen diversos modelos y experiencias para incentivar el desarrollo de empresas e industrias creativas. Sin embargo, como se ha comentado anteriormente, es necesario adaptar los modelos al contexto puertorriqueño.

Es un principio, el enfoque de toda estrategia de desarrollo económico es potenciar la creación de empleos y riqueza, sobre todo mediante la exportación como herramienta principal. Esto supone estudiar, identificar e implementar una serie de incentivos para lograr que empresas creativas puertorriqueñas despunten en los mercados internacionales. Pero aunque esto suena lógico y deseable, la realidad de estos sectores en Puerto Rico es muy distinta. Por lo general, estos mecanismos funcionan en economías desarrolladas donde ya existe una infraestructura y una base sólida de ese ecosistema creativo. En Puerto Rico esa no es la realidad, por lo cual es necesario dar un paso hacia atrás y basar la estrategia en el ecosistema en vez de simplemente en las empresas e industrias creativas.

El caso de Puerto Rico presenta un gran problema adicional. Las industrias creativas son probablemente el sector menos regulado por el marco legal de los Estados Unidos, al cual Puerto Rico está sujeto. Esto se debe a que para los Estados Unidos representa uno de los principales productos y servicios de exportación. Por lo tanto, existe una desventaja natural en relación a otras economías emergentes en el tema de la economía creativa, ya que muchos de estos países han logrado establecer mecanismos adecuados de protección y desarrollo de sus industrias creativas, incluyendo el acceso al consumidor final.

Las empresas no operan de manera aislada. Por lo general forman parte de un ecosistema donde distintos participantes aportan a través de diferentes roles. Contrario a la visión tradicional, el crecimiento económico y el volumen no necesariamente son el indicador principal. Partiendo de este análisis, se propone mirar el rol de las empresas creativas dentro del ecosistema como principal indicador de los incentivos a otorgar.

El modelo presenta tres roles principales: empresas de insumo, de competitividad y de innovación. La forma de pirámide permite establecer que lo que normalmente se incentiva es realmente un pequeño grupo de empresas que a su vez se nutre de lo que pasa en los niveles bajos. Esto quiere decir, que surgen cuando se han dado unas condiciones de competitividad en el mercado local, y ese mercado a su vez es el resultado de unas empresas que proveen los insumos creativos con las destrezas necesarias para desempeñarse en los niveles superiores. Entonces, la condición óptima del ecosistema depende de la condición de cada etapa.

“En Puerto Rico esa no es la realidad, por lo cual es necesario dar un paso hacia atrás y basar la estrategia en el ecosistema en vez de simplemente en las empresas e industrias creativas.”



Aunque es natural que exista movilidad de las empresas entre cada etapa, no siempre es así, por lo cual su rol puede ser únicamente el de proveer insumos mediante la experiencia y desarrollo de destrezas laborales y emprendedoras. En resumen, el hecho de una empresa no tenga un rendimiento económico sobre el promedio, no significa que no sea elegible para incentivar. Existen varios análisis para fortalecer el modelo. Por un lado, mientras se amplíe la base se fortalece el ecosistema, lo que deberá facilitar las etapas posteriores. Por otro lado, la rivalidad entre las empresas es fundamental para que se dé la etapa más alta de la pirámide. En este caso, si no se hace correctamente, los incentivos podrían debilitar la competitividad del sector en relación con el exterior.

Esto nos lleva a un planteamiento que hemos desarrollado en los últimos años en torno al “rendimiento cultural”, en este caso, el “rendimiento creativo”. Se trata de un modelo de análisis que permite identificar la contribución de una empresa a todo el ecosistema. Y esa contribución es complementaria a su desempeño económico. En el caso de las organizaciones culturales, el modelo opera tanto en la oferta como en la demanda. Para el contexto de las empresas creativas, ese análisis estará concentrado en el lado de la oferta. Las preguntas claves son: ¿En qué medida la empresa contribuye a fortalecer las destrezas laborales y

emprendedoras de los empleados creativos? ¿Qué magnitud tienen los eslabonamientos productivos con otros sectores creativos y fuera de las industrias creativas? ¿Cómo contribuye la oferta de la empresa a la diversidad de bienes y servicios creativos? Y finalmente, ¿En qué medida la operación de la empresa contribuye a la aglomeración geográfica de las industrias creativas? Estos criterios pueden convertirse en una rúbrica de evaluación y el modelo provee los indicadores para analizarlo. En cierta medida, se trata de incluir al análisis lo que normalmente se considera como externalidades (spillovers) y no se mide adecuadamente.

Modelo de rendimiento cultural		
OFERTA	Desarrollo Profesional	
	Eslabonamientos (Inter-Intra)	Diversidad en la oferta
	Aglomeración geográfica (Vida Cultural)	
DEMANDA	Educación	Diversidad en la audiencia
	Acceso y participación	

Además del rol de la empresa en el fortalecimiento del ecosistema creativo, es necesario mirar los tipos de incentivos a otorgar. Un segmento de las industrias tiene grandes necesidades de financiamiento, ya sea a través de inversión o de deuda. Otro segmento tiene una gran necesidad de apoyo técnico a la gestión empresarial, algunos de incentivos que contribuyan a equilibrar los altos costos de operación y otro segmento específicamente sobre el tema de comercialización.

Cuando hablamos de un portafolio de inversión, se busca plantear la necesidad de poner sobre la mesa las propuestas a través de esos indicadores, tanto en el plano estratégico de política pública, como en la demanda de los empresarios. Se debe analizar no sólo el rendimiento individual sino su contribución sobre la sostenibilidad del sector en el cual opera la empresa. En resumen, se pueden utilizar indicadores como el

sector creativo, el tipo de incentivo, los eslabonamientos inter o intra-industria, su contribución al mercado laboral (sobre todo cualitativamente), la etapa en la cadena de valor y en el ciclo de vida que se encuentra la empresa. Es necesario buscar herramientas de análisis precisas y convenientes para el difícil contexto de Puerto Rico en materia económica y empresarial.



Empleo creativo: Una aproximación a la “clase creativa”

Por: Javier J. Hernández Acosta

Uno de los debates importantes dentro de la economía creativa es la diferencia entre industrias creativas y empleo creativo. Gran parte de los análisis se concentran en los datos de las industrias creativas, en este caso utilizando el código industrial NAICS. La diferencia radica en que el empleo creativo podría ser distinto al empleo en las industrias creativas, ya que existen empleos no creativos y existen empleos creativos en industrias no creativas. Por ejemplo, un diseñador gráfico en un banco no se registra bajo las industrias creativas de acuerdo al código NAICS pero sí a través de un análisis por ocupación. Lo mismo ocurre con empleados que realizan tareas clericales y técnicas en industrias creativas. Estas personas trabajan en industrias creativas pero no son empleos creativos.

De ahí surge el concepto de “clase creativa” promovido por Richard Florida. El planteamiento principal de Florida es que existe un vínculo directo entre la proporción de la “clase creativa” y el desarrollo económico de las ciudades o regiones. En su libro *“The Rise of the Creative Class”*, define el concepto de una manera muy amplia, incluyendo muchas ocupaciones donde realmente la creatividad no representa un insumo importante. Para establecer el contenido creativo de un empleo, por lo general se utiliza como referencia la base de datos O*NET del Negociado de Estadísticas de los Estados Unidos, donde se describen sobre 1,000 ocupaciones de acuerdo al nivel de creatividad y su importancia en el desempeño.

De esta definición parten la mayoría de las críticas al modelo de análisis de Florida. Por ejemplo, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos realizó un

estudio sobre el impacto de la “clase creativa” en las zonas rurales y tuvo que reducir la definición porque la presencia de muchas profesiones que difícilmente se consideran creativos. Aun así, resulta interesante ver la definición que utiliza este modelo, que incluye ocupaciones como ejecutivos, financieros, contadores, auditores, legisladores, científicos sociales, abogados y vendedores al por mayor y al detal en distintas áreas.

Otros países y jurisdicciones han desarrollado sus definiciones del empleo creativo concentrándose en las categorías equivalentes a la “clase creativa núcleo” de Florida. En ese informe se presentarán los datos generales del empleo creativo utilizando el modelo de Florida adaptado al USDA y el modelo utilizado por el estado de Colorado en su informe sobre industrias y empleos creativos. Ambos informes están disponibles en Internet. Se utilizarán los datos del informe “Estadísticas de empleo por ocupación 2012” del Negociado de Estadísticas Laborales de los Estados Unidos.

Modelo “Florida”

Siguiendo la definición del informe del USDA, para el 2012, en Puerto Rico existían 116,490 empleos “creativos”, lo que representa un 12.4% del empleo total. Esto incluye sobre 33,500 empleados en ventas, 13,150 maestros de secundaria y postsecundaria, 2,760 abogados, 7,300 ejecutivos y 8,920 contadores y auditores, entre otros. Esta “clase creativa” tiene un salario por hora de \$22.30, mientras que el salario promedio total es de \$13.12. El salario promedio anual en Puerto Rico es de aproximadamente \$27,280, mientras que en la clase creativa son \$47,085. En el caso de Puerto Rico, esta clasificación incluye 152 ocupaciones.

Modelo “Estado de Colorado”

Esta sección presenta los datos de empleos creativos utilizando la definición del estado de Colorado. En este caso, se utilizan 47 ocupaciones donde la creatividad representa una destreza importante en el desempeño de la profesión. En el caso de Puerto Rico, no hay información disponible para 14 de estas ocupaciones (músicos y cantantes, bailarines, actores, directores de orquesta y compositores). A pesar de que esta información no aparece en el análisis a continuación, en los datos de 2011 aparecen registrados un total de 300 músicos y cantantes y 270 directores y orquesta y compositores. Del resto de las categorías no aparece información después del año 2007. Para este análisis se incluyeron 5 ocupaciones relacionadas al diseño y desarrollo de programación de computadoras y aplicaciones que no se incluyen en el análisis de Colorado. Este grupo de ocupaciones representa un total 2,730 empleos en Puerto Rico.

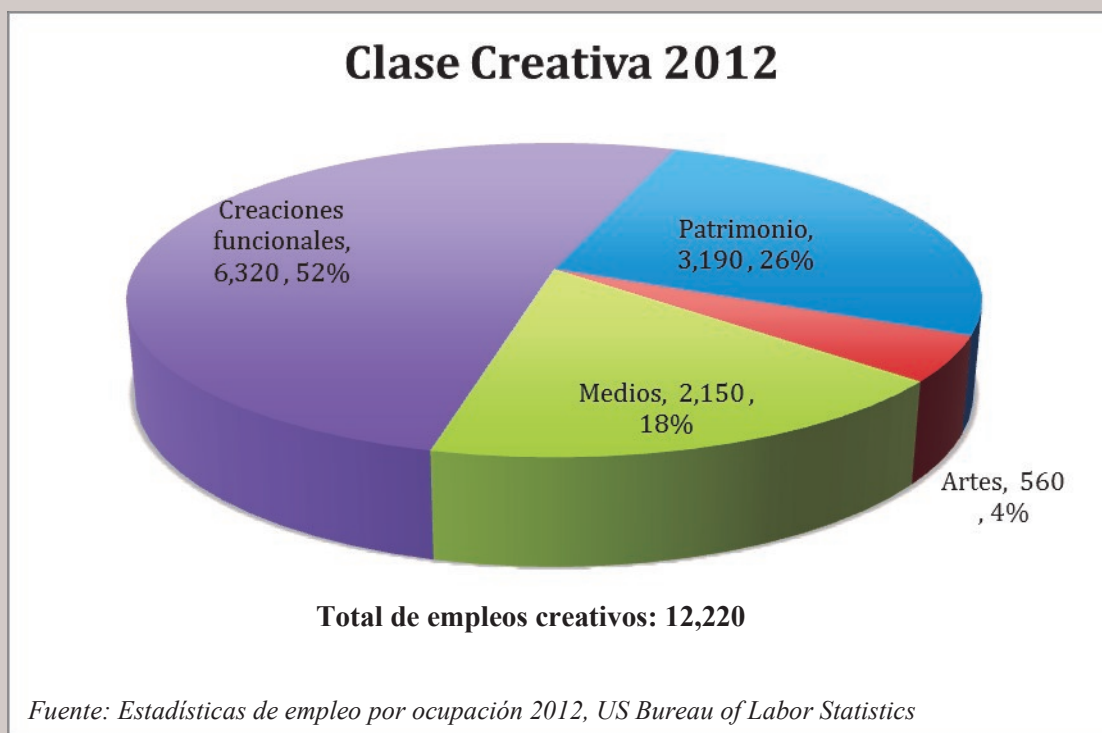
Según los datos para el 2012, en Puerto Rico existían 12,220 personas en empleos creativos núcleo. Las ocupaciones con mayor número de empleos son los bibliotecarios (2,280), programadores de computadoras (1,290), relacionistas públicos (920), diseñadores gráficos (880) y gerentes de mercadeo (690), entre otros. Utilizando las cuatro categorías de la UNCTAD, se identifica un 26% en Patrimonio, 5% en las Artes, 18% en

Medios y 52% en Creaciones Funcionales. El porcentaje de las Artes representa lo que Florida llama los “bohemos” en su índice. El salario promedio anual es mayor que la media en Puerto Rico por \$11,812 adicionales. Utilizando los datos de 2007, se observa una tendencia similar con una reducción de 1,140 empleos en el periodo de 5 años. En términos del salario promedio, se acortó la brecha entre los empleos creativos y el empleo total. Mientras que el salario promedio aumento \$1, en el empleo creativo permaneció en \$18 por hora.

Los datos del Negociado de Estadísticas Laborales incluyen un análisis a base de un coeficiente de localización. Esto define si la proporción de empleos en cierta ocupación es mayor a la tendencia en todo los Estados Unidos. Solamente existen 4 ocupaciones donde la proporción es un poco mayor que en los Estados Unidos: especialistas audiovisuales (2.42), bibliotecarios (2.25), analistas de radio (1.56) y operadores de cámara para cine y televisión (1.34). Por otro lado, las ocupaciones que tiene un proporción mucho menor que la tendencia en Estados Unidos son programadores de computadoras (0.09), desarrollo Web (0.15), diseñadores industriales (0.18) y los artistas multimedia (0.18). Debemos recordar que una proporción de 1 significa que tiene una proporción similar a la tendencia en los Estados Unidos.

Clase Creativa 2012

	Total de empleos	Porcentaje	Salario promedio hora	Salario promedio anual
Patrimonio	3,190	26%	\$16	\$33,658
Artes	560	5%	\$18	\$40,252
Medios	2,150	18%	\$16	\$33,848
Creaciones funcionales	6,320	52%	\$23	\$48,608
Total Clase Creativa	12,220	100%	\$18	\$39,092
Total Puerto Rico	942,080	-	\$13	\$27,280
Porcentaje	1.30%	-	38% (cambio +)	43% (cambio +)



Este análisis presenta una aproximación al tema de la “clase creativa” en Puerto Rico. Los datos permiten filtrar el empleo en las industrias creativas y ajustar los datos haciendo énfasis en la ocupación y destrezas requeridas.

Referencias

Horvath, G. 2011. *Analysis of Colorado's Creative Industries Cluster: Employment and Occupations*. Disponible en: http://www.doleta.gov/performance/results/AnnualReports/2010_economic_reports/co_economic_report_py2010creative_industries.pdf.

Negociado Federal de Estadísticas Laborales. *Informe de empleo por ocupación 2012*. Disponible en <http://www.estadisticas.gobierno.pr/iepr/>.

Negociado Federal de Estadísticas Laborales. *Base de datos O*NET OnLine*. Disponible en: <http://www.onetonline.org/find/descriptor/result/4.A.2.b.2?s=1&a=1&d=1>.

USDA. 2012. Creative Class County Codes. Disponible en: <http://www.ers.usda.gov/data-products/creative-class-county-codes.aspx#.UbjYvb72Fc>.

Industrias creativas en el contexto puertorriqueño

Por: Javier J. Hernández Acosta

Uno de las principales preocupaciones que surge del Informe es la composición de las categorías y sub-sectores. Aunque es importante partir de las definiciones de organismos internacionales, cada país debe hacer una radiografía del sector creativo e identificar las categorías que requieren mayor apoyo público y privado. En el caso de Puerto Rico, es necesario que el concepto de industrias creativas sirva inicialmente para atraer la atención y canalizar los esfuerzos de política pública. El principal argumento detrás de las industrias creativas es la existencia de eslabonamientos productivos de gran magnitud entre ellas y con sectores no tradicionales, algo muy difícil de recoger con los datos disponibles. Aquí radica la importancia de incluir a todos los sectores, ya que de alguna forma, contribuyen a fortalecer ese ecosistema creativo. Fuera de esto, no existe tal cosa como una identidad de los gestores y empresarios creativos, ya que cada uno se define en términos de su campo de acción. Sin embargo, la alta movilidad del recurso humano a través de ocupaciones diversas, pero con el componente creativo en común, hace necesario considerar estas dinámicas.

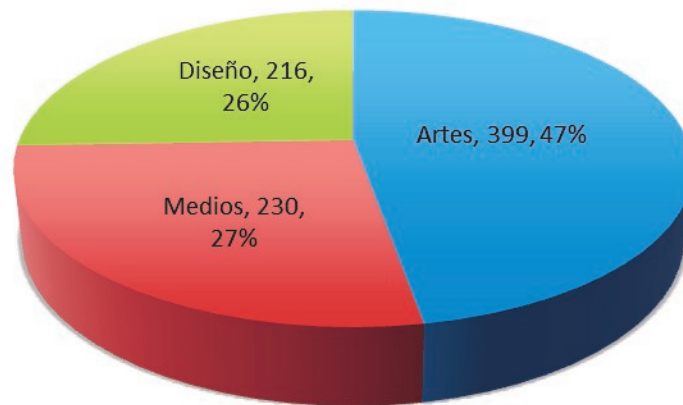
Partiendo de esta reflexión, se presenta un pequeño informe donde se desagregan las categorías de las industrias creativas en aquellas de mayor interés. Se agrupan los datos en tres sectores: Artes (visuales, editoriales, escénicas y musicales), Medios (cine, televisión, prensa y radio) y Diseño (gráfico, web, digital, industrial, interiores y arquitectura). De esta forma, se excluyen sectores como las joyerías, ingeniería, equipos electrónicos, ventas al por mayor de bienes relacionados, publicidad, relaciones públicas, etc. Esto

sería una especie de núcleo de las industrias creativas.

Para el análisis se utilizan los mismos datos del Censo Económico 2007 y el County Business Patterns 2011. Debemos recordar que para el 2011 no se incluyen los datos de volumen de negocios. En el caso de la nómina total de 2011, no se profundiza en el análisis ya que algunos sectores de cine, específicamente en la exhibición, no tienen los datos disponibles. Esta omisión no permite un análisis claro de este indicador. Los datos de 2007 presentan dos problemas principales: la crisis financiera de 2008 y los cambios en las tecnologías de la información y comunicación de los últimos años. A pesar de esto, el Informe indica que no ha habido cambios sustanciales en la composición del sector creativo. De todas formas, es importante poner énfasis en las relaciones entre sectores más allá de los números específicos.

Para el 2011 existían 845 negocios en los segmentos principales de las industrias creativas. De ese total, un 47% (399) pertenecía a las Artes, 27% a Medios y 26% a Diseño. En términos de la cantidad de empleados, el sector de Medios tiene el 54% del total, equivalente 3,378 empleos. Le siguen las Artes con un 26% (1,854) y el Diseño con un 20% (1,382). Los sectores con mayor cantidad de empleados son la prensa escrita (1,612), la televisión (1,148) y la arquitectura (623).

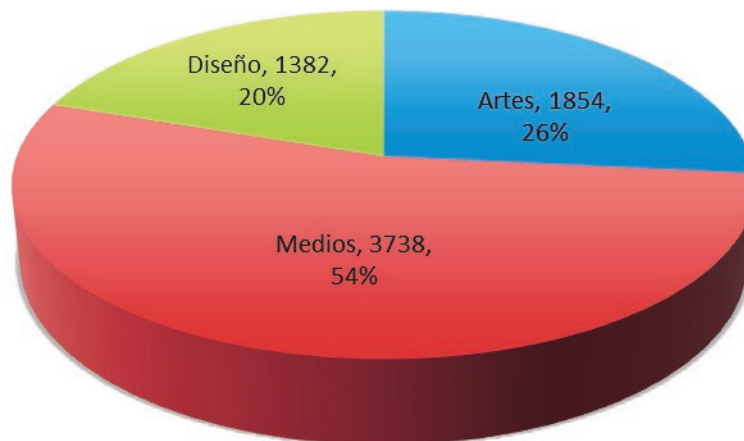
Composición del sector creativo (núcleo) - 2011 (total de negocios)



Total de negocios: 845

Fuente: Country Business Patterns 2011

Composición del sector creativo (núcleo) - 2011 (total de empleos)

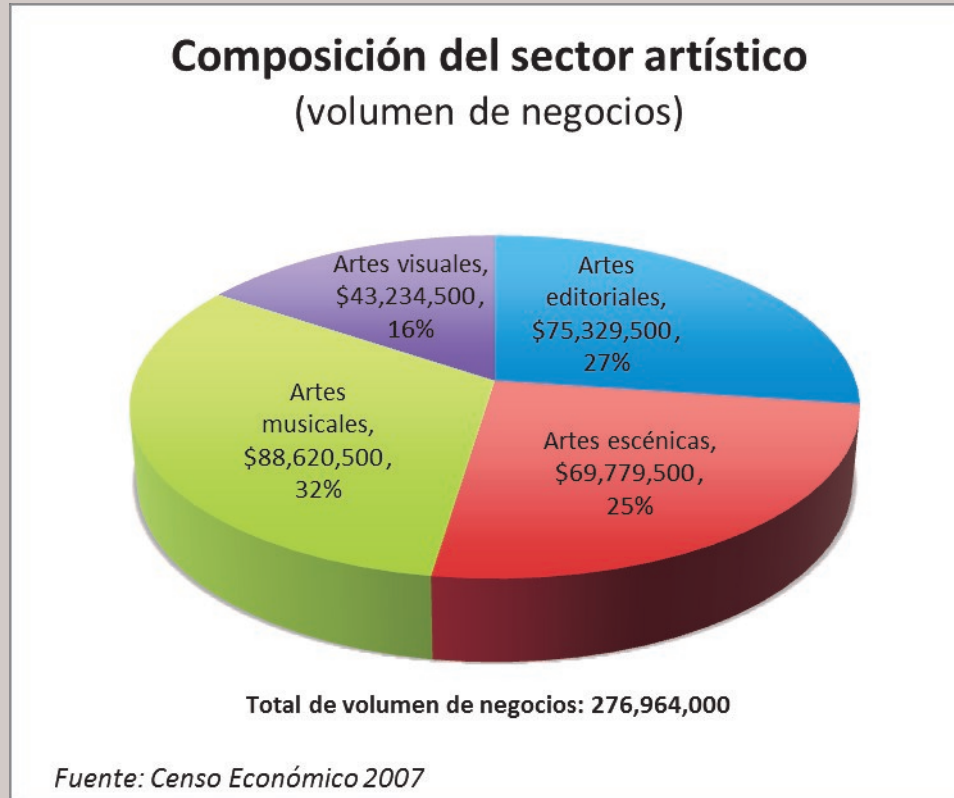


Total de empleos: 6,974

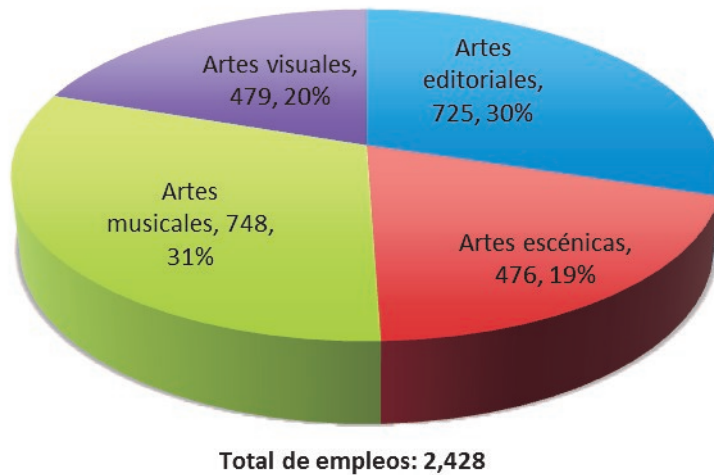
Fuente: Country Business Patterns 2011

Con la información del Censo Económico 2007 hemos identificado los sectores dentro de las categorías principales para presentar un perfil general de su composición. Esta composición se hace con los indicadores de volumen de negocios y total de empleados. Dado que existe una sola categoría para *Artistas, actores, músicos y escritores*, se distribuyeron los datos equitativamente entre todos los sectores. Lo mismo ocurre con la categoría de *Promotor en las artes y eventos relacionados*. Esta es la metodología que utiliza la mayoría de los estudios basados en el código NAICS.

El sector de las artes tiene una distribución bastante equitativa entre sus cuatro componentes, siendo las Artes musicales el principal con un 32% del volumen de negocios total. La composición en términos de empleos sigue un patrón similar.



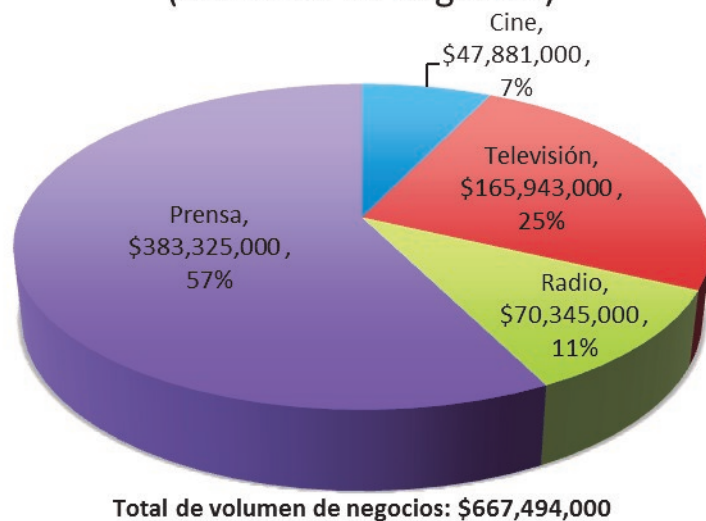
Composición del sector artístico (total de empleos)



Fuente: Censo Económico 2007

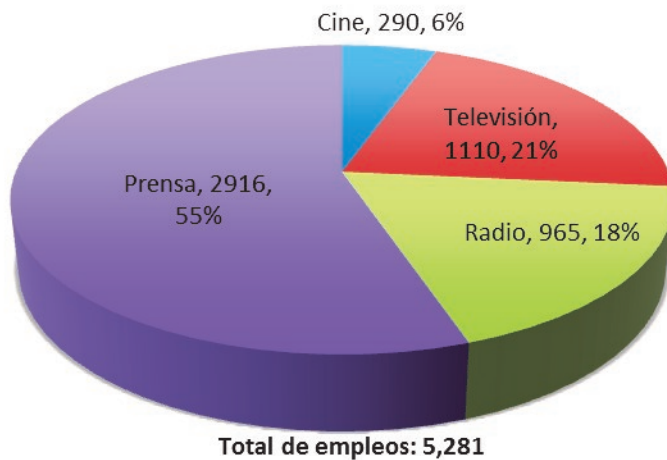
El sector de Medios está liderado principalmente por la prensa, con 57% del volumen de negocios y 55% del total de empleos. Le sigue la industria de la televisión, la radio y finalmente, el cine. El impacto en términos de empleo sigue la misma tendencia del volumen de negocios.

Composición del sector de medios (volumen de negocios)



Fuente: Censo Económico 2007

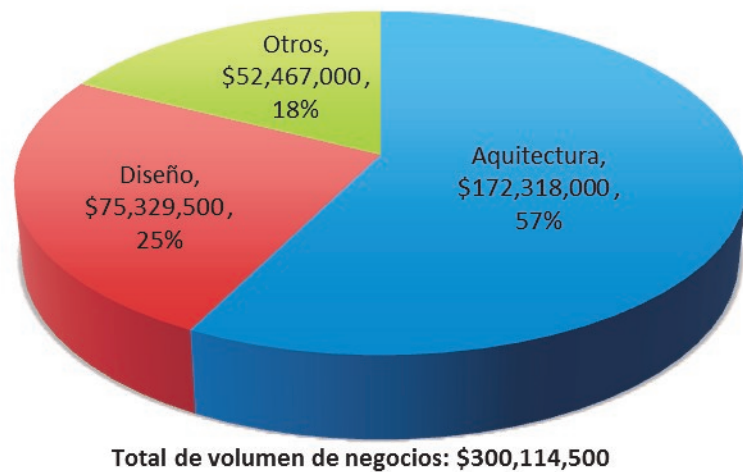
Composición del sector de medios (total de empleos)



Fuente: Censo Económico 2007

La arquitectura representa la industria principal del sector de Diseño con un 57% del volumen de negocios y 51% del empleo. Le sigue la industria del diseño (gráfico, industrial, interiores, etc.) con 25% del volumen de negocios y 27% del total de empleados. El resto de la actividad económica está relacionada al sector de Internet.

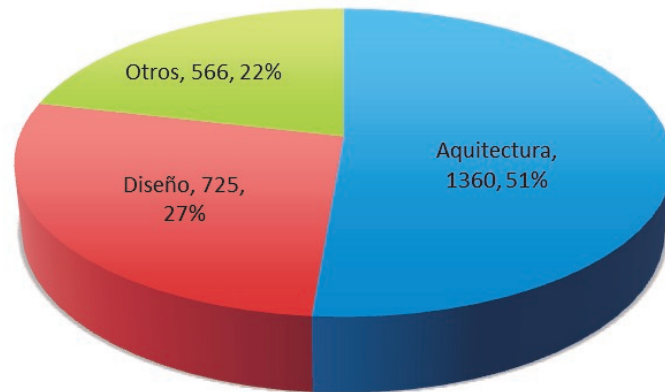
Composición del sector de diseño (volumen de negocios)



Fuente: Censo Económico 2007

Esta información presenta de forma general la composición específica de los segmentos dentro de los subsectores creativos. Esta agrupación podría ser la más apropiada para atender el desarrollo de empresas creativas ya que contempla dinámicas de emprendimiento con tendencias similares. A partir de este análisis, es necesario atender las dinámicas directas de los emprendedores culturales y creativos en Puerto Rico, ya que existen factores culturales, sociales y económicos que dificultan esta gestión.

Composición del sector de diseño (total de empleos)



Total de empleos: 2,651

Fuente: Censo Económico 2007

Artes	Negocios	Volumen	Nómina	Empleados
Editoriales	105	\$75,329,500	\$10,514,000	725
Escénicas	62	\$69,779,500	\$10,784,000	476
Musicales	133	\$88,620,500	\$12,437,000	748
Visuales	79	\$43,234,500	\$9,226,000	479
	378	\$276,964,000	\$42,961,000	2,428
Medios				
Cine	91	\$47,881,000	\$8,949,000	290
Televisión	19	\$165,943,000	\$55,206,000	1,110
Radio	59	\$70,345,000	\$23,887,000	965
Prensa	121	\$383,325,000	\$113,590,000	2,916
	290	\$667,494,000	\$201,632,000	5,281
Diseño				
Aarquitectura	198	\$172,318,000	\$47,296,000	1,360
Diseño	105	\$75,329,500	\$10,514,000	725
Otros	96	\$52,467,000	\$13,432,000	566
	399	\$300,114,500	\$71,242,000	2,651
Total	1067	\$1,244,572,500	\$315,835,000	10,360

Tendencias 2007-2011 en las principales industrias creativas en Puerto Rico

Por: Javier J. Hernández Acosta

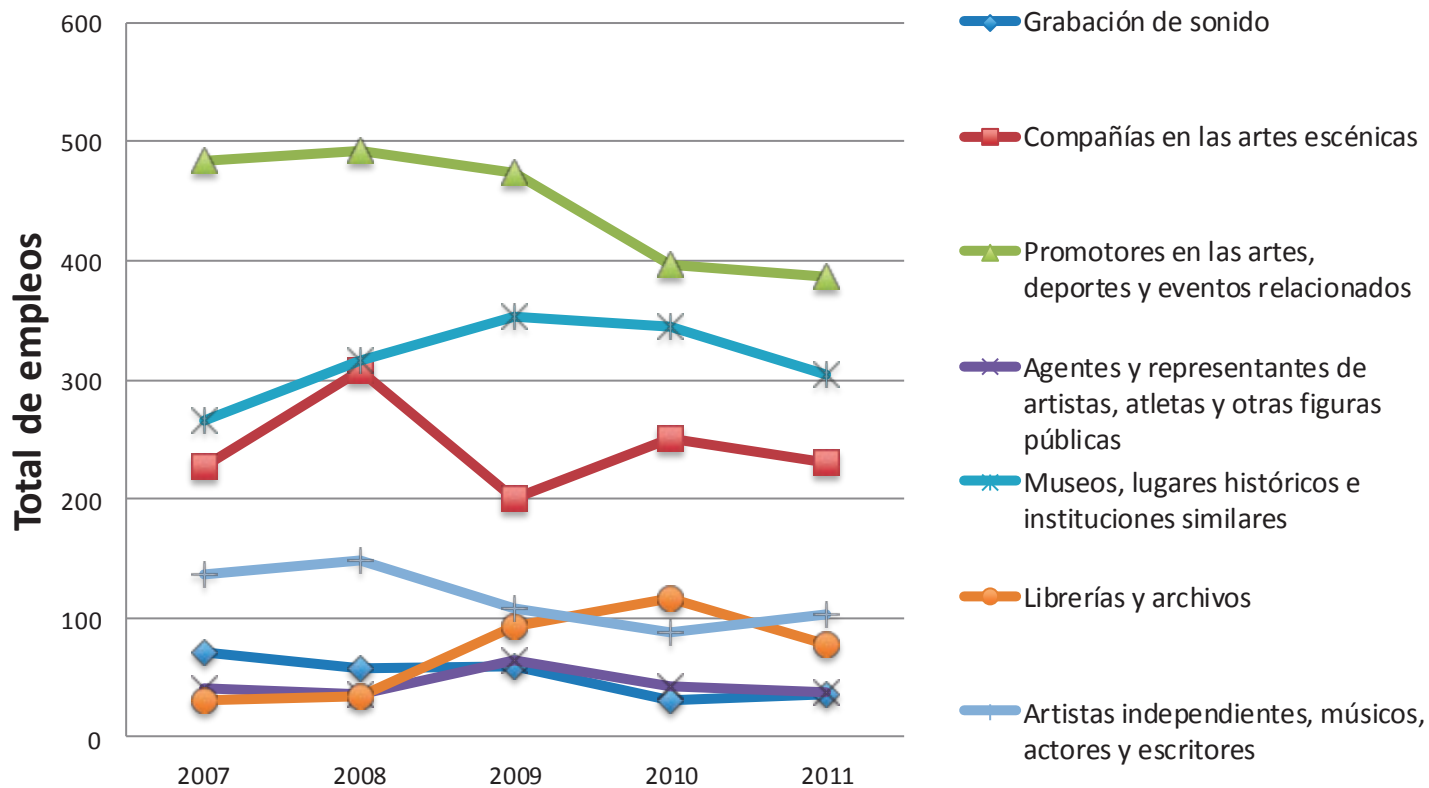
Este informe presenta las tendencias de los últimos cinco años para las principales industrias creativas en cada categoría. Se utilizan 18 códigos NAICS, 7 en las Artes, 7 en el Diseño y 4 en los Medios. La selección de estas industrias se basa en su importancia para la economía creativa en Puerto Rico. De igual forma, siguen la clasificación de industrias creativas (núcleo), según discutidas en el Informe No. 2.

blecer las tendencias de los últimos 5 años en las industrias seleccionadas. Esta información sirve para confirmar el desempeño individual de ciertos sectores de acuerdo a los indicadores disponibles. Las gráficas están organizadas para cada uno de los sectores creativos en el siguiente orden: total de empleos, nómina anual y total de negocios. Luego se presentan las tablas con la información utilizada. Finalmente, se presenta un tabla con el estimado de volumen de negocios para el año 2011. Para esto se utiliza el volumen por empleado de los datos del Censo Económico 2007.

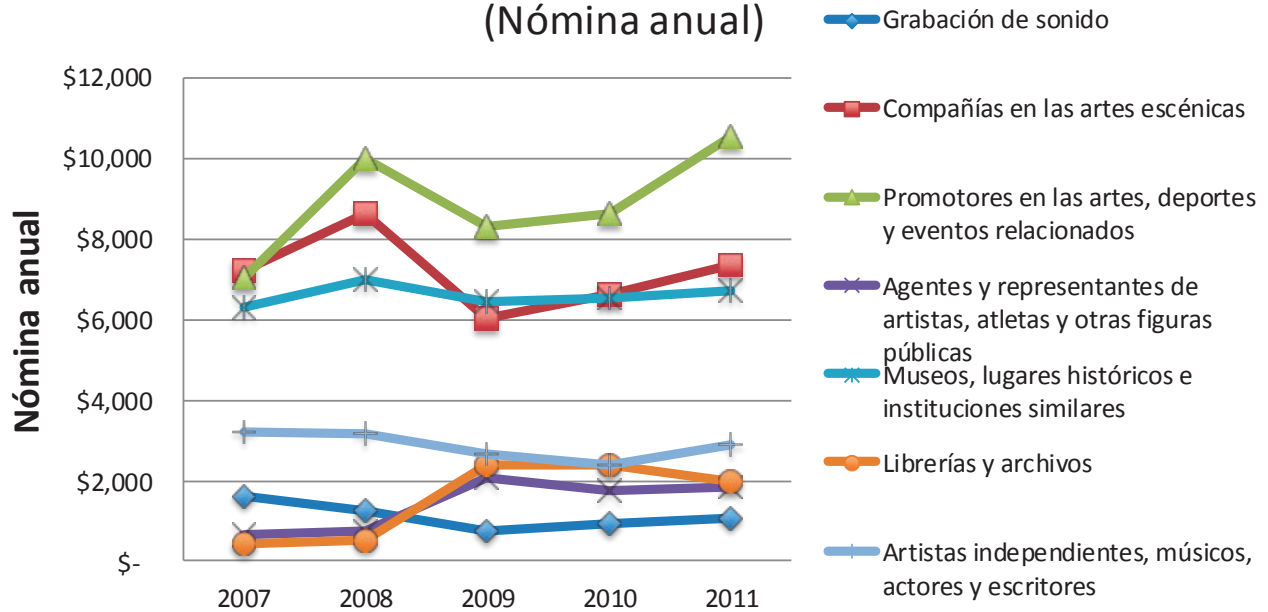
Se utilizaron los datos del *County Business Patterns* para los años 2007-2011. El propósito principal de este informe es servir de referencia rápida para esta-

Sector artístico

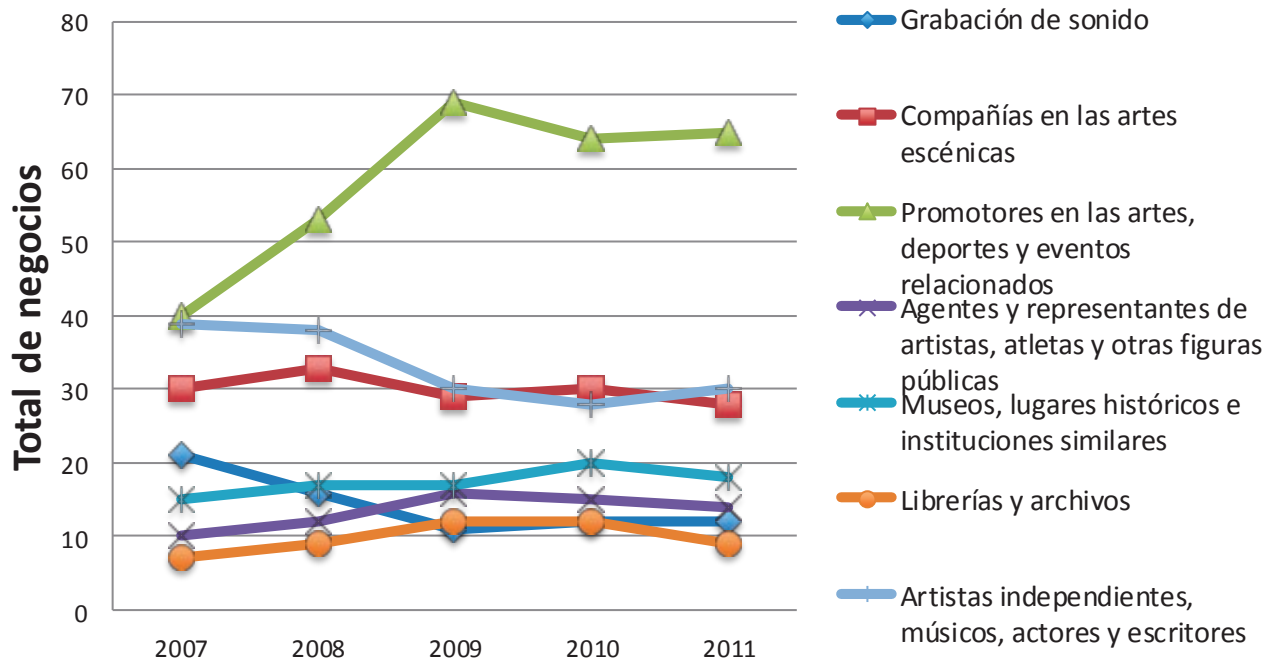
Tendencias 2007-2011 - Sector Artístico
(Total de empleados)



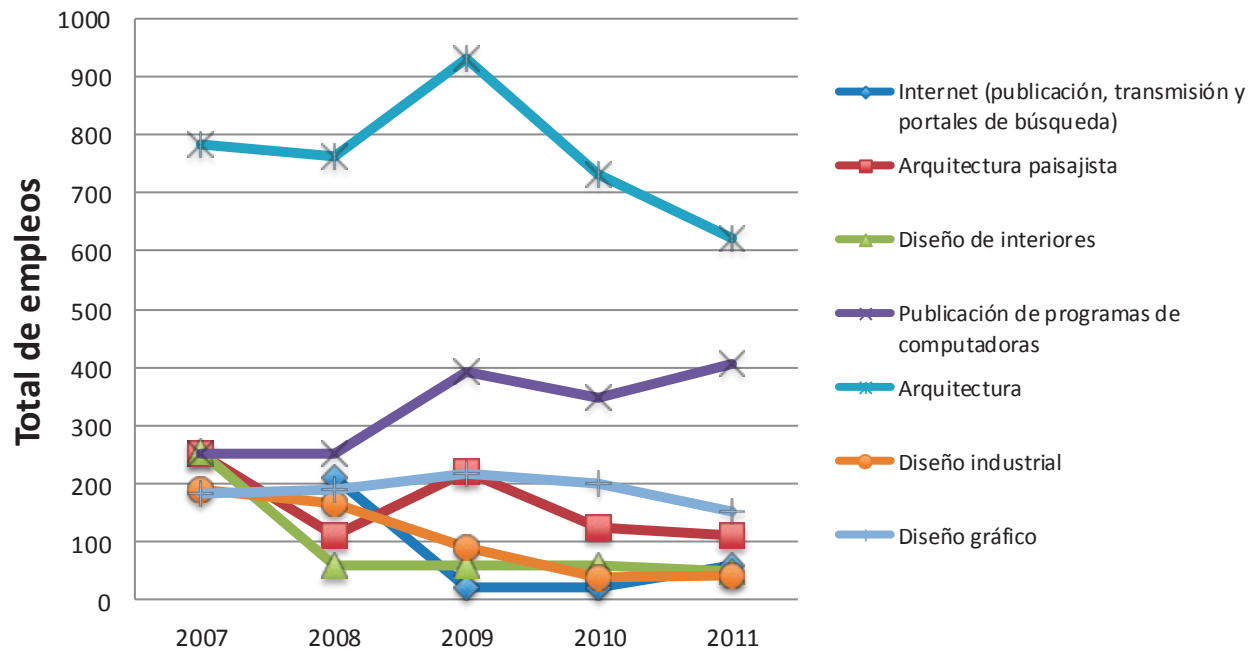
Tendencias 2007-2011 - Sector Artístico (Nómina anual)



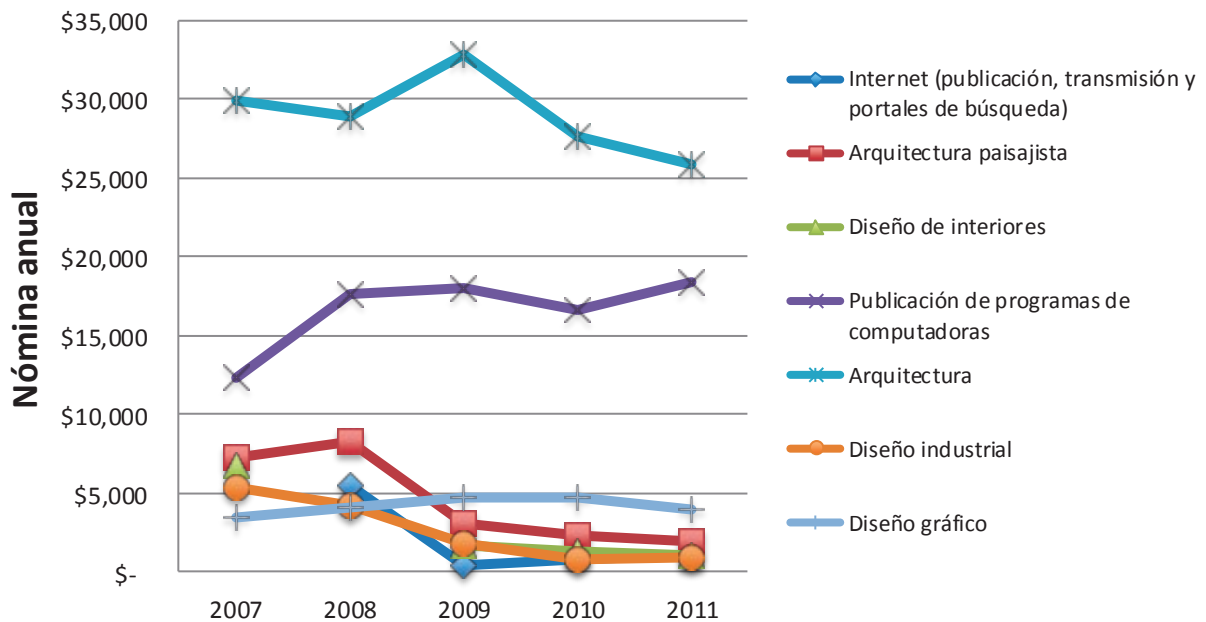
Tendencias 2007-2011 - Sector Artístico (Total de negocios)



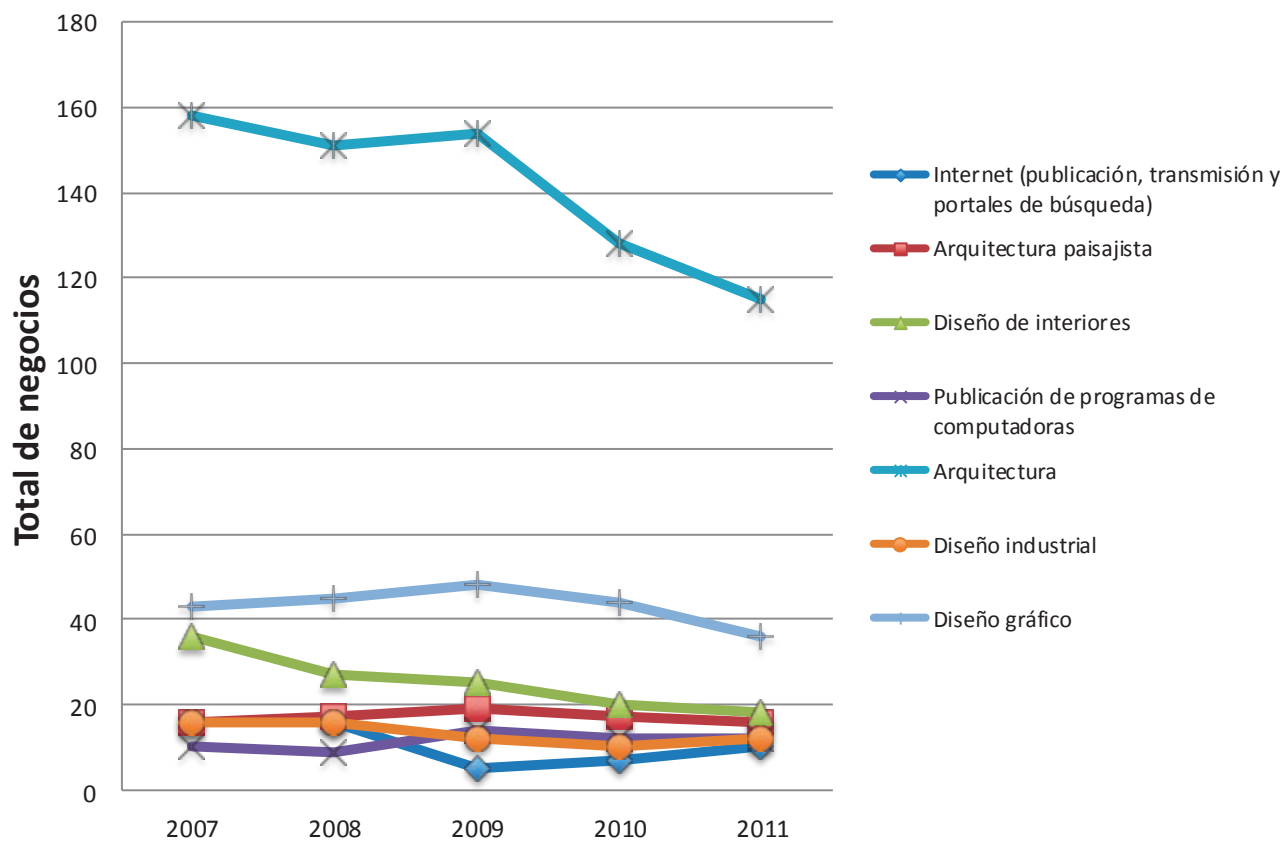
Tendencias 2007-2011 - Sector Diseño (Total de empleados)



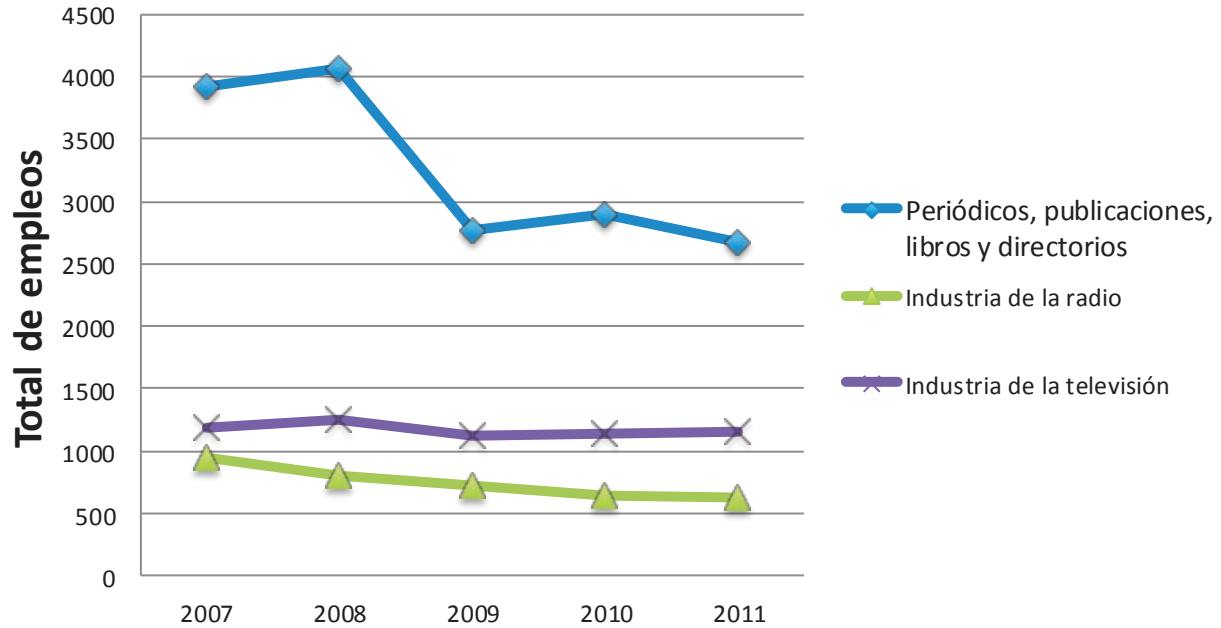
Tendencias 2007-2011 - Sector Diseño (Nómina anual)



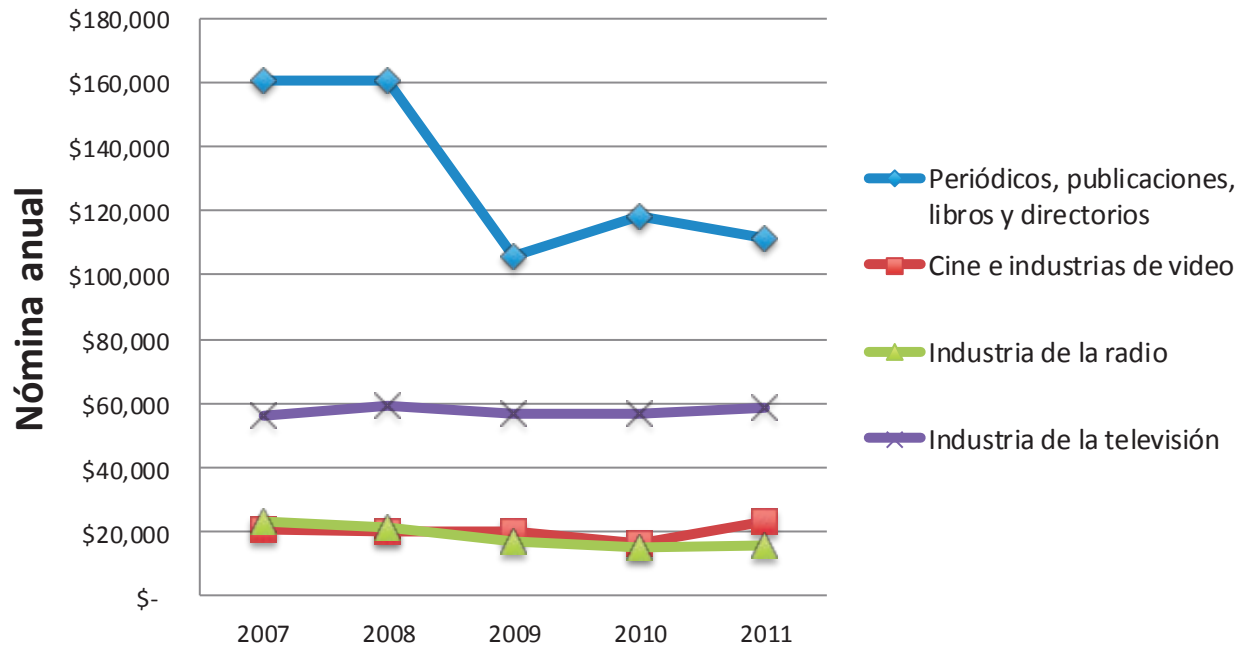
Tendencias 2007-2011 - Sector Diseño (Total de negocios)



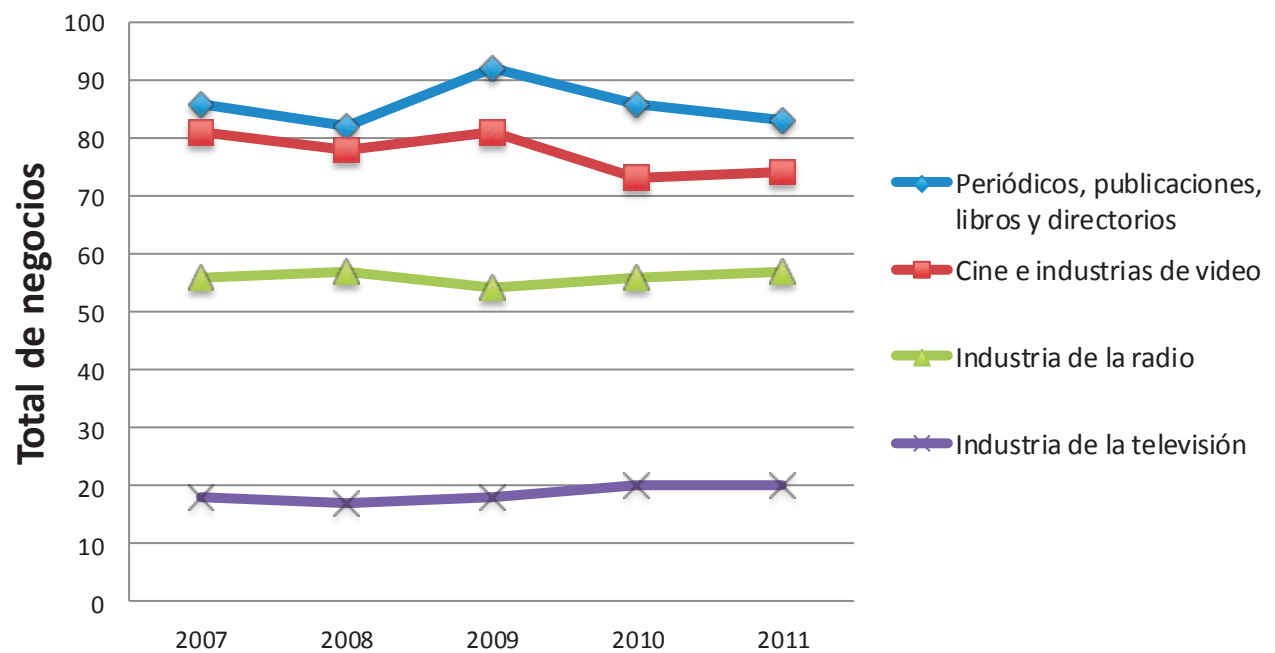
Tendencias 2007-2011 - Sector Medios (Total de empleados)



Tendencias 2007-2011 - Sector Medios (Nómina anual)



Tendencias 2007-2011 - Sector Medios (Total de negocios)



Tendencia 2007-2011 (Total de empleos)

Código NAICS	Sector	Industria	2007	2008	2009	2010	2011
5122		Grabación de sonido	71	57	60	31	35
7111		Compañías en las artes escénicas	227	307	200	250	231
7113		Promotores en las artes, deportes y eventos relacionados	484	492	474	396	386
7114	Artes	Agentes y representantes de artistas, atletas y otras figuras públicas	40	35	64	42	38
7121		Museos, lugares históricos e instituciones similares	266	316	353	345	304
51912		Librerías y archivos	31	34	93	116	78
711510		Artistas independientes, músicos, actores y escritores	137	148	108	87	103
51913		Internet (publicación, transmisión y portales de búsqueda)	-	211	20	20	60
54132		Arquitectura paisajista	250	111	220	123	111
54141		Diseño de interiores	253	60	60	60	48
511210	Diseño	Publicación de programas de computadoras	250	250	392	348	407
541310		Arquitectura	785	761	931	733	623
541420		Diseño industrial	188	166	88	37	40
541430		Diseño gráfico	182	188	215	201	153
5111		Periódicos, publicaciones, libros y directorios	3920	4060	2763	2891	2681
5121	Medios	Cine e industrias de video	-	-	-	-	-
51511		Industria de la radio	944	809	722	635	625
515120		Industria de la televisión	1192	1246	1119	1134	1148

Tendencia 2007-2011 (Nómina anual)

(En miles)

Código NAICS	Sector	Industria	2007	2008	2009	2010	2011
5122	Artes	Grabación de sonido	\$1,618	\$1,263	\$742	\$940	\$1,062
7111		Compañías en las artes escénicas	\$7,231	\$8,610	\$6,035	\$6,614	\$7,336
7113		Promotores en las artes, deportes y eventos relacionados	\$7,018	\$9,999	\$8,289	\$8,637	\$10,518
7114		Agentes y representantes de artistas, atletas y otras figuras públicas	\$661	\$747	\$2,065	\$1,773	\$1,857
7121		Museos, lugares históricos e instituciones similares	\$6,293	\$6,981	\$6,424	\$6,537	\$6,703
51912		Librerías y archivos	\$452	\$511	\$2,410	\$2,406	\$1,986
711510		Artistas independientes, músicos, actores y escritores	\$3,194	\$3,141	\$2,664	\$2,384	\$2,885
51913	Diseño	Internet (publicación, transmisión y portales de búsqueda)	-	\$5,449	\$428	\$750	\$988
54132		Arquitectura paisajista	\$7,218	\$8,220	\$3,060	\$2,240	\$1,957
54141		Diseño de interiores	\$6,776	-	\$1,624	\$1,221	\$1,033
511210		Publicación de programas de computadoras	\$12,298	\$17,570	\$17,951	\$16,621	\$18,386
541310		Arquitectura	\$29,882	\$28,889	\$32,821	\$27,620	\$25,891
541420		Diseño industrial	\$5,339	\$4,209	\$1,800	\$794	\$954
541430		Diseño gráfico	\$3,481	\$4,119	\$4,755	\$4,710	\$3,982
5111	Medios	Periódicos, publicaciones, libros y directorios	\$160,449	\$160,711	\$105,643	\$118,223	\$111,269
5121		Cine e industrias de video	\$20,637	\$20,202	\$20,010	\$16,029	\$23,116
51511		Industria de la radio	\$23,157	\$21,018	\$16,882	\$14,883	\$15,383
515120		Industria de la televisión	\$55,814	\$59,006	\$56,591	\$56,831	\$58,455

Tendencia 2007-2011 (Total de negocios)

Código NAICS	Sector	Industria	2007	2008	2009	2010	2011
5122	Artes	Grabación de sonido	21	16	11	12	12
7111		Compañías en las artes escénicas	30	33	29	30	28
7113		Promotores en las artes, deportes y eventos relacionados	40	53	69	64	65
7114		Agentes y representantes de artis-	10	12	16	15	14
7121		Museos, lugares históricos e institu-	15	17	17	20	18
51912		Librerías y archivos	7	9	12	12	9
711510		Artistas independientes, músicos,	39	38	30	28	30
51913	Diseño	Internet (publicación, transmisión y portales de búsqueda)	-	16	5	7	10
54132		Arquitectura paisajista	16	17	19	17	16
54141		Diseño de interiores	36	27	25	20	18
511210		Publicación de programas de com-	10	9	14	12	12
541310		Arquitectura	158	151	154	128	115
541420		Diseño industrial	16	16	12	10	12
541430		Diseño gráfico	43	45	48	44	36
5111	Medios	Periódicos, publicaciones, libros y directorios	86	82	92	86	83
5121		Cine e industrias de video	81	78	81	73	74
51511		Industria de la radio	56	57	54	56	57
515120		Industria de la televisión	18	17	18	20	20

Estimado de volumen de negocios 2011

Código NAICS	Sector	Industria	Volumen de negocios 2007	Estimado 2011	% de cambio
5122	Artes	Grabación de sonido	\$4,054,000	\$3,018,936	-26%
7111		Compañías en las artes escénicas	\$42,246,000	\$48,311,020	14%
7113		Promotores en las artes, deportes y eventos relacionados	\$47,960,000	\$37,780,735	-21%
7114		Agentes y representantes de artistas, atletas y otras figuras públicas	\$8,806,000	\$6,196,815	-30%
7121		Museos, lugares históricos e instituciones similares	\$16,152,000	\$17,662,619	9%
51912		Librerías y archivos	\$7,302,000	\$5,753,091	-21%
711510		Artistas independientes, músicos, actores y escritores	\$14,214,000	\$12,621,052	-11%
51913	Diseño	Internet (publicación, transmisión y portales de búsqueda)	\$1,193,000	\$3,579,000	200%
54132		Arquitectura paisajista	\$16,750,000	\$6,911,710	-59%
54141		Diseño de interiores	\$11,285,000	\$6,526,265	-42%
511210		Publicación de programas de computadoras	-	-	-
541310		Arquitectura	\$155,568,000	\$88,834,889	-43%
541420		Diseño industrial	\$11,204,000	\$3,766,050	-66%
541430		Diseño gráfico	\$16,769,000	\$13,090,087	-22%
5111	Medios	Periódicos, publicaciones, libros y directorios	\$449,275,000	\$387,301,053	-14%
5121		Cine e industrias de video	\$152,966,000	-	-
51511		Industria de la radio	\$70,345,000	\$45,560,233	-35%
515120		Industria de la televisión	\$165,943,000	\$171,623,932	3%

Informe No. 4

El tamaño de las industrias creativas en Puerto Rico

Por: Javier J. Hernández Acosta

Una de las características principales de las industrias creativas es que se componen principalmente de microempresas. El objetivo de este informe es describir la composición de las principales industrias creativas de acuerdo al total de empleados por empresa. Este análisis es importante por varias razones. Por un lado, los responsables de política pública tienen una herramienta adicional para entender los subsectores y desarrollar incentivos apropiados para su desarrollo. Por otro lado, las empresas y organizaciones tienen la oportunidad de incorporar este análisis a sus estudios de viabilidad y modelos de negocios.

En el documento principal sobre el "Perfil de la economía creativa en Puerto Rico" se analizó la economía creativa utilizando los modelos de la UNCTAD y del análisis de las industrias creativas en Estados Unidos. Sin embargo, se realizó un análisis adicional inclinado a entender la composición de las principales industrias en el contexto puertorriqueño. Para este análisis se utilizan tres subsectores principales: las Artes (que incluyen el componente de patrimonio), los Medios y el Diseño. En total se incluyeron 45 industrias de acuerdo al código NAICS desagregado a 6 dígitos. En total existen 23 sectores en las Artes, 8 en Diseño y 14 en Medios. En análisis se llevó a cabo utilizando los datos del "County Business

Patterns 2011". De acuerdo a esta información, existen 844 negocios que generan 6,877 empleos con una nómina anual de \$243 millones.

Impacto por sector

El sector de las Artes incluye áreas como las artes escénicas, artes musicales, literatura y publicaciones y artes visuales. El sector de Medios incluye prensa escrita, televisión, cine y radio. Finalmente, el sector de Diseño incluye arquitectura, diseño gráfico, de interiores, industrial, internet y desarrollo de "software". De acuerdo a la información disponible, el sector de las Artes genera aproximadamente 1,847 con una nómina de \$39.1 millones. El sector de Medios genera 6,877 empleados con una nómina de \$150.1 millones y el Diseño genera 1,382 empleos con una nómina de \$53.8 millones.

En términos de la cantidad de empleados promedio, el sector de las Artes es el más pequeño con 7 empleados, Diseño con 9 (aunque en el caso del "Software" son 34 empleados) y en los Medios con 20 empleados (aunque la Televisión tiene un promedio de 57 empleados por empresa).

Composición de las principales industrias creativas

Sector	Negocios	Empleados	Nómina anual	Promedio de empleados
Artes	363	1,847	\$ 39,135,000	7
Medios	255	3,648	\$ 150,128,000	20
Diseño	226	1,382	\$ 53,822,000	9

Fuente: County Business Patterns 2011

El tamaño

La gráfica 1 muestra el tamaño de los negocios en las industrias creativas por sectores. Como se ha establecido, el 63% de los negocios son microempresas que emplean entre 1-4 empleados, mientras que el 19% emplean entre 5-9 empleados. En total, solamente el 2% de los negocios emplea sobre 100 personas, equivalente a 17 empresas. Del total de 45 sectores industriales solamente 10 tienen al menos una empresa grande. Estos sectores son una tienda de libros, una editora de libros, un promotor de eventos con instalaciones físicas, dos empresas de "software", una de arquitectura, cuatro de prensa escrita, una de producción de cine, una de salas de cine, una de radio y cuatro de televisión.

En términos de los sectores, en las Artes y el Diseño el 70% son microempresas, mientras que en sector de Medios las microempresas representan el 46%. Si analizamos el porcentaje de empresas que tienen menos de 10 empleados, encontramos que representan el 91% en el Diseño, el 87% en las Artes y el 67% en los Medios. En total existen 532 empresas microempresas y 158 que emplean entre 5 y 9 empleados. La gráfica 2 presenta la distribución por sector de los distintos tamaños de empresas.

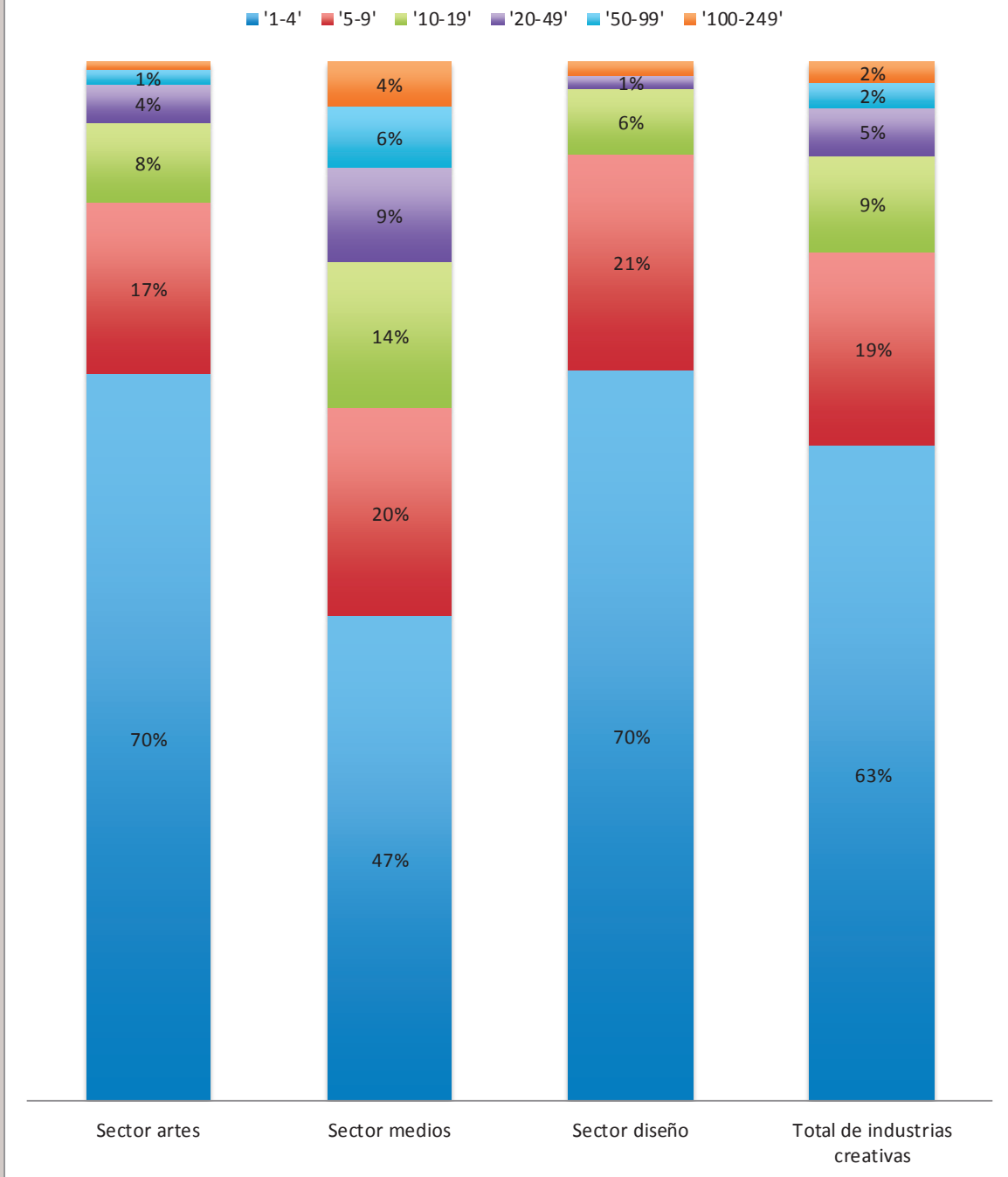
Comentarios finales

Este informe confirma que en el caso de Puerto Rico la gran mayoría de las industrias culturales y creativas son microempresas. Como se mencionado, es de gran importancia a la hora de diseñar estrategias de apoyo al emprendimiento y administración en áreas como la formación e incentivos económicos. De igual forma, el informe demuestra algunas diferencias entre los sub-sectores principales, siendo el sector de Medios donde existen mayor cantidad de grandes empresas.

Utilizando una análisis de correlación entre el tamaño de las empresas y el cambio en el total de establecimientos entre 2007 y 2011 no se pudo determinar una relación directa. Sin embargo, la literatura empresarial plantea que la presencia de grandes empresas puede suponer una barrera de entrada para nuevos competidores por el factor de economías de escala. Claramente, en el sector de Medios esto se refleja en la industria de la televisión, las salas de cine y la prensa escrita.

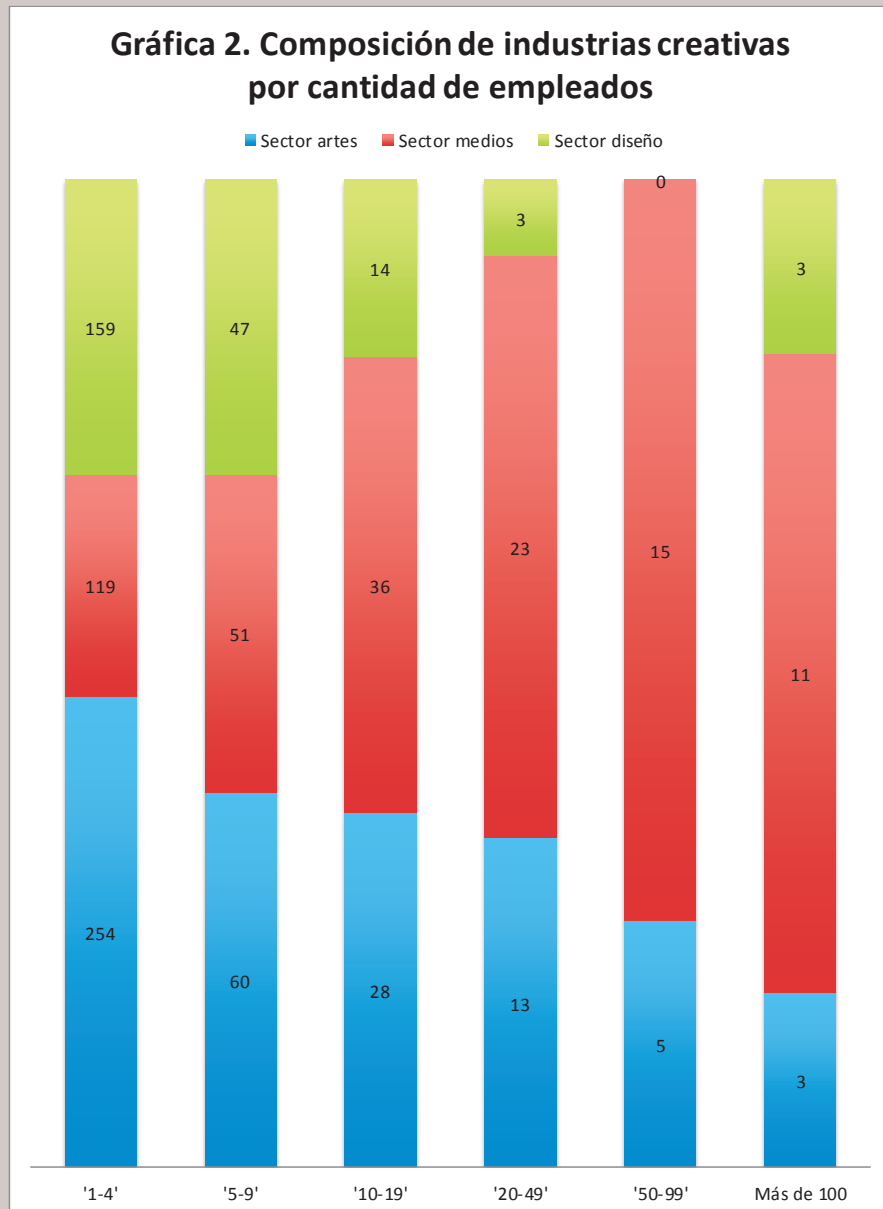
La información provista en este informe permite hacer análisis posteriores sobre el nivel de concentración de la producción en las industrias culturales y creativas, algo de gran importancia para definir la política pública. Por ejemplo, en el sector de las salas de cine y la televisión plantean una gran preocupación por su importancia con otros sectores como las artes. Por otro lado, el sector de Diseño demuestra que a pesar de ser un grupo de industrias de alto valor añadido, no resulta ser intensivo en mano de obra. Por esta razón, es necesario establecer los vínculos económicos con otros sectores como la manufactura y ventas al detal.

Gráfica 1. Composición de industrias creativas por cantidad de empleados



Distribución de empresas por total de empleados							
Sectores	'1-4'	'5-9'	'10-19'	'20-49'	'50-99'	Más de 100	Total negocios
Sector artes	254	60	28	13	5	3	363
Sector medios	119	51	36	23	15	11	255
Sector diseño	159	47	14	3	0	3	226
	532	158	78	39	20	17	844

Fuente: County Business Patterns 2011



Listado de industrias y ocupaciones

Códigos NAICS		
Industry code	Category	Industry code description
332323	Design	Ornamental and architectural metal work manufacturing
337212		Custom architectural woodwork and millwork manufacturing
453110		Florists
541310		Architectural services
541320		Landscape architectural services
541330		Engineering services (UNCTAD)
541410		Interior design services
541420		Industrial design services
541430		Graphic design services
541490		Other specialized design services
451140		Performing Arts
451220	Prerecorded tape, compact disc, and record stores	
512210	Record production	
512220	Integrated record production/distribution	
512230	Music publishers	
512240	Sound recording studios	
512290	Other sound recording industries	
711110	Theater companies and dinner theaters	
711120	Dance companies	
711130	Musical groups and artists	
711190	Other performing arts companies	
711310	Promoters of performing arts, sports, and similar events with facilities	
711320	Promoters of performing arts, sports, and similar events without facilities	
711410	Agents and managers for artists, athletes, entertainers, and other public figures	
711510	Independent artists, writers, and performers	

INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO

Continuación listado de industrias

Códigos NAICS			
Industry code	Category	Industry code description	
424920	Literary and Publishing	Book, periodical, and newspaper merchant wholesalers	
451211		Book stores	
451212		News dealers and newsstands	
511110		Newspaper publishers	
511120		Periodical publishers	
511130		Book publishers	
511140		Directory and mailing list publishers	
511199		All other publishers	
519110		News syndicates	
519120		Libraries and archives	
334310		Film and Media	Audio and video equipment manufacturing
443112	Radio, television, and other electronics stores		
511210	Software publishers		
512110	Motion picture and video production		
512120	Motion picture and video distribution		
512131	Motion picture theaters (except drive-ins)		
512132	Drive-in motion picture theaters		
512191	Teleproduction and other postproduction services		
515111	Radio networks		
515112	Radio stations		
515120	Television broadcasting		
515210	Cable and other subscription programming		
519130	Internet publishing and broadcasting and web search portals		
519190	All other information services		
541810	Advertising agencies		
541820	Public relations agencies		
541830	Media buying agencies		
541840	Media representatives		
541850	Display advertising		
541860	Direct mail advertising		
541870	Advertising material distribution services		
541890	Other services related to advertising		
712110	Museums and Heritage		Museums
712120			Historical sites
712130			Zoos and botanical gardens

Continuación listado de industrias

Códigos NAICS		
Industry code	Category	Industry code description
325992	Visual Arts and Crafts	Photographic film, paper, plate, and chemical manufacturing
327112		Vitreous china, fine earthenware, and other pottery product manufacturing
327212		Other pressed and blown glass and glassware manufacturing
339911		Jewelry (except costume) manufacturing
339912		Silverware and hollowware manufacturing
339913		Jewelers' material and lapidary work manufacturing
339914		Costume jewelry and novelty manufacturing
339942		Lead pencil and art good manufacturing
423410		Photographic equipment and supplies merchant wholesalers
423940		Jewelry, watch, precious stone, and precious metal merchant wholesalers
424990		Other miscellaneous nondurable goods merchant wholesalers
443130		Camera and photographic supplies stores
448310		Jewelry stores
453920		Art dealers
541921		Photography studios, portrait
541922		Commercial photography
611610		Fine arts schools

Códigos NAICS con información disponible para Puerto Rico (2011)

Fuente original: http://www.southarts.org/site/c.guYLaMRJxE/b.6470585/k.BBE8/Creative_Economies.htm

Códigos ocupacionales - Clase Creativa (núcleo)

OCC_CODE	OCC_TITLE
11-2011	Advertising and Promotions Managers
11-2021	Marketing Managers
11-2031	Public Relations and Fundraising Managers
15-1131	Computer Programmers
15-1132	Software Developers, Applications
15-1133	Software Developers, Systems Software
15-1134	Web Developers
15-1143	Computer Network Architects
17-1011	Architects, Except Landscape and Naval
17-1012	Landscape Architects
25-4012	Curators
25-4013	Museum Technicians and Conservators
25-4021	Librarians
25-4031	Library Technicians
25-9011	Audio-Visual and Multimedia Collections Specialists
27-1011	Art Directors
27-1013	Fine Artists, Including Painters, Sculptors, and Illustrators
27-1014	Multimedia Artists and Animators
27-1021	Commercial and Industrial Designers
27-1023	Floral Designers
27-1024	Graphic Designers
27-1025	Interior Designers
27-2011	Actors
27-2012	Producers and Directors
27-2031	Dancers
27-2032	Choreographers
27-2041	Music Directors and Composers
27-2042	Musicians and Singers
27-3011	Radio and Television Announcers
27-3021	Broadcast News Analysts
27-3022	Reporters and Correspondents
27-3031	Public Relations Specialists
27-3041	Editors
27-3042	Technical Writers
27-3043	Writers and Authors
27-3099	Media and Communication Workers, All Other
27-4011	Audio and Video Equipment Technicians
27-4012	Broadcast Technicians
27-4014	Sound Engineering Technicians
27-4021	Photographers
27-4031	Camera Operators, Television, Video, and Motion Picture
27-4032	Film and Video Editors
27-4099	Media and Communication Equipment Workers, All Other

Códigos ocupacionales con información disponible para Puerto Rico (2012)

Clase Creativa - Modelo Richard Florida

OCC_CODE	OCC_TITLE
11-1011	Chief Executives
11-1021	General and Operations Managers
11-1031	Legislators
11-2011	Advertising and Promotions Managers
11-2021	Marketing Managers
11-2022	Sales Managers
11-2031	Public Relations and Fundraising Managers
11-3031	Financial Managers
11-9021	Construction Managers
11-9031	Education Administrators, Preschool and Childcare Center/Program
11-9032	Education Administrators, Elementary and Secondary School
11-9033	Education Administrators, Postsecondary
11-9039	Education Administrators, All Other
11-9041	Architectural and Engineering Managers
11-9051	Food Service Managers
11-9071	Gaming Managers
11-9081	Lodging Managers
11-9111	Medical and Health Services Managers
11-9121	Natural Sciences Managers
11-9131	Postmasters and Mail Superintendents
11-9141	Property, Real Estate, and Community Association Managers
11-9151	Social and Community Service Managers
11-9161	Emergency Management Directors
13-2011	Accountants and Auditors
15-1121	Computer Systems Analysts
15-1122	Information Security Analysts
15-1131	Computer Programmers
15-1132	Software Developers, Applications
15-1133	Software Developers, Systems Software
15-1134	Web Developers
15-1141	Database Administrators
15-1142	Network and Computer Systems Administrators
15-1143	Computer Network Architects
15-1151	Computer User Support Specialists
15-1152	Computer Network Support Specialists
15-1199	Computer Occupations, All Other
15-2031	Operations Research Analysts
15-2041	Statisticians
17-1011	Architects, Except Landscape and Naval

INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO

Continuación Clase Creativa - Modelo Richard Florida

OCC_CODE	OCC_TITLE
17-1012	Landscape Architects
17-1022	Surveyors
17-2011	Aerospace Engineers
17-2021	Agricultural Engineers
17-2041	Chemical Engineers
17-2051	Civil Engineers
17-2061	Computer Hardware Engineers
17-2071	Electrical Engineers
17-2072	Electronics Engineers, Except Computer
17-2081	Environmental Engineers
17-2111	Health and Safety Engineers, Except Mining Safety Engineers and Inspectors
17-2112	Industrial Engineers
17-2141	Mechanical Engineers
17-2199	Engineers, All Other
17-3011	Architectural and Civil Drafters
17-3012	Electrical and Electronics Drafters
17-3013	Mechanical Drafters
17-3019	Drafters, All Other
17-3022	Civil Engineering Technicians
17-3023	Electrical and Electronics Engineering Technicians
17-3024	Electro-Mechanical Technicians
17-3025	Environmental Engineering Technicians
17-3026	Industrial Engineering Technicians
17-3027	Mechanical Engineering Technicians
17-3029	Engineering Technicians, Except Drafters, All Other
17-3031	Surveying and Mapping Technicians
19-1012	Food Scientists and Technologists
19-1022	Microbiologists
19-1029	Biological Scientists, All Other
19-1031	Conservation Scientists
19-1041	Epidemiologists
19-1042	Medical Scientists, Except Epidemiologists
19-1099	Life Scientists, All Other
19-2031	Chemists
19-2041	Environmental Scientists and Specialists, Including Health
19-2042	Geoscientists, Except Hydrologists and Geographers
19-2099	Physical Scientists, All Other
19-3011	Economists
19-3031	Clinical, Counseling, and School Psychologists
19-3039	Psychologists, All Other
19-3051	Urban and Regional Planners
19-3099	Social Scientists and Related Workers, All Other
23-1011	Lawyers

INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO

Continuación Clase Creativa - Modelo Richard Florida

OCC_CODE	OCC_TITLE
25-1011	Business Teachers, Postsecondary
25-1021	Computer Science Teachers, Postsecondary
25-1022	Mathematical Science Teachers, Postsecondary
25-1032	Engineering Teachers, Postsecondary
25-1042	Biological Science Teachers, Postsecondary
25-1052	Chemistry Teachers, Postsecondary
25-1066	Psychology Teachers, Postsecondary
25-1067	Sociology Teachers, Postsecondary
25-1069	Social Sciences Teachers, Postsecondary, All Other
25-1071	Health Specialties Teachers, Postsecondary
25-1072	Nursing Instructors and Teachers, Postsecondary
25-1081	Education Teachers, Postsecondary
25-1111	Criminal Justice and Law Enforcement Teachers, Postsecondary
25-1112	Law Teachers, Postsecondary
25-1113	Social Work Teachers, Postsecondary
25-1121	Art, Drama, and Music Teachers, Postsecondary
25-1123	English Language and Literature Teachers, Postsecondary
25-1124	Foreign Language and Literature Teachers, Postsecondary
25-1126	Philosophy and Religion Teachers, Postsecondary
25-1191	Graduate Teaching Assistants
25-1193	Recreation and Fitness Studies Teachers, Postsecondary
25-1194	Vocational Education Teachers, Postsecondary
25-1199	Postsecondary Teachers, All Other
25-4012	Curators
25-4013	Museum Technicians and Conservators
25-4021	Librarians
25-4031	Library Technicians
27-1011	Art Directors
27-1013	Fine Artists, Including Painters, Sculptors, and Illustrators
27-1014	Multimedia Artists and Animators
27-1021	Commercial and Industrial Designers
27-1023	Floral Designers
27-1024	Graphic Designers
27-1025	Interior Designers
27-1026	Merchandise Displayers and Window Trimmers
27-2011	Actors
27-2012	Producers and Directors
27-2022	Coaches and Scouts
27-2031	Dancers
27-2032	Choreographers
27-2041	Music Directors and Composers
27-2042	Musicians and Singers
27-2099	Entertainers and Performers, Sports and Related Workers, All Other
27-3011	Radio and Television Announcers
27-3021	Broadcast News Analysts
27-3022	Reporters and Correspondents
27-3031	Public Relations Specialists

Continuación Clase Creativa - Modelo Richard Florida

OCC_CODE	OCC_TITLE
27-3041	Editors
27-3042	Technical Writers
27-3043	Writers and Authors
27-3091	Interpreters and Translators
27-3099	Media and Communication Workers, All Other
27-4011	Audio and Video Equipment Technicians
27-4012	Broadcast Technicians
27-4013	Radio Operators
27-4014	Sound Engineering Technicians
27-4021	Photographers
27-4031	Camera Operators, Television, Video, and Motion Picture
27-4032	Film and Video Editors
27-4099	Media and Communication Equipment Workers, All Other
41-1011	First-Line Supervisors of Retail Sales Workers
41-1012	First-Line Supervisors of Non-Retail Sales Workers
41-3011	Advertising Sales Agents
41-3021	Insurance Sales Agents
41-3031	Securities, Commodities, and Financial Services Sales Agents
41-3041	Travel Agents
41-3099	Sales Representatives, Services, All Other
41-4011	Sales Representatives, Wholesale and Manufacturing, Technical and Scientific Products
41-4012	Sales Representatives, Wholesale and Manufacturing, Except Technical and Scientific Products
41-9011	Demonstrators and Product Promoters
41-9021	Real Estate Brokers
41-9022	Real Estate Sales Agents
41-9031	Sales Engineers
41-9041	Telemarketers
41-9099	Sales and Related Workers, All Other

Códigos ocupacionales con información disponible para Puerto Rico (2012)

Fuente original: <http://www.ers.usda.gov/data-products/creative-class-county-codes.aspx#.UbijYvb72Fc>

Comentarios sobre la presentación del “*Perfil de la economía creativa en Puerto Rico*”

Por: Javier J. Hernández Acosta

La presentación oficial del informe sobre el “*Perfil de la economía creativa en Puerto Rico*” fue una excelente oportunidad para establecer preocupaciones, reflexiones y una agenda de temas de investigación en torno a las industrias creativas. En este documento pretendo hacer un recorrido por algunos de esos planteamientos y preocupaciones según mi mejor apreciación y memoria. Definitivamente, y en gran medida es uno de los propósitos del estudio, la presentación del informe generó más preguntas que respuestas.

Es importante señalar que la actividad contó con una importante diversidad en la audiencia. Estuvieron presentes emprendedores creativos, académicos, legisladores, investigadores, responsables de política pública, gestores culturales y representantes de otras iniciativas para estimular la agenda en torno a la economía creativa. En términos de los sectores, habían representantes de los sectores de diseño, cine, televisión, prensa, artes escénicas, música, danza y museos, entre otros.

La primera oportunidad de comentar el informe fue de la Dra. Mareia Quintero, directora del programa graduado en Gestión y Administración Cultural de la Universidad de Puerto Rico. La Dra. Quintero destacó la importancia de hacer disponible estos datos y concentró su intervención en poner el tema de la economía creativa en el contexto de la relación entre cultura y desarrollo. Este análisis es de suma importancia porque precisamente, el discurso de las industrias creativas se ha planteado como un “alternativa viable” para los países en desarrollo. Sin embargo, existen grandes críticas a esa visión, algo que la profesora Quintero discutió desde cuatro vertientes: la cultura como obstáculo para el desarrollo, el paradigma de la preservación, la cultura como recurso y la cultura y capital social. Sobre este recorrido sobre los discursos en torno a la relación cultura y desarrollo, se cuestiona cuáles pueden ser los indicadores de un desarrollo sostenible.

El profesor Alfredo Nieves comentó la importancia del informe en términos del reconocimiento de una actividad económica real de estas industrias, algo que esta-

ba pendiente por demostrarse. Destacó la importancia de que el sector creativo se reconozca como gremio y la necesidad de entender las dinámicas que se reflejan en el informe. También comentó sobre la importancia de incorporar este tipo de información a los modelos de negocios y análisis de las industrias creativas, logrando llenar esos puntos críticos y debilidades en la cadena productiva de la economía creativa.

A partir de estos comentarios, se plantearon varias inquietudes sobre los datos que de alguna forma de incorporan a la agenda de investigación. Por ejemplo, la Dra. Quintero hizo preguntas relacionadas a determinar que porcentaje de esas industrias son de capital local, cuántas corresponden a conglomerados y cuáles representan empresas privadas con o sin fines de lucro. En esa misma dirección, Jairo Gómez Arcila hizo un planteamiento muy importante sobre la composición del sector creativo. Planteó que por lo general las grandes empresas se convierten en barreras de entrada para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, un área que todavía no se ha investigado en Puerto Rico y específicamente en el sector creativo.

El profesor Ángel “Chuco” Quintero hizo una intervención que fue directamente a cuestionar la naturaleza de la composición de las industrias creativas. En términos generales, su planteamiento iba dirigido a reconocer las dinámicas laborales en este tipo de actividad, algo imposible de recoger en los modelos de empleo e impacto económico. También habló sobre la necesidad de utilizar nuestras propias definiciones y ser cuidadosos con el análisis que se genera a partir de esa información. Otros asistentes manifestaron preocupaciones con los sectores, ya que naturalmente no resulta fácil identificarse en categorías agregadas. Esto es uno de los problemas detrás de las estadísticas oficiales pero sobre con un problema de identidad profesional. Las personas difícilmente se identifican como empresarios o trabajadores creativos, sino que esas identificaciones se dan con su sector específico, entendiéndose la danza, música, diseño gráfico, arquitectura, etc. Sobre este tema se generaron algunas preocupaciones particulares de los distintos sectores.

Posterior a la presentación, la Dra. Indira Luciano, directora del Departamento de Economía de la Universidad de Puerto Rico hizo varios comentarios de gran importancia para el proceso de investigación. Primeramente, plantea que es importante mirar la economía creativa como una actividad más allá de una industria. Ocurre algo similar con el turismo, que se compone un grupo de actividades en distintas industrias. Por esta razón, resulta difícil medirlo de esta manera. Esto recuerda el estudio del profesor Ángel Ruiz sobre el tema en 1991. Dicho estudio también habla de la "actividad cultural" y describe este mismo planteamiento. Por ejemplo, en el caso de Colombia, cuando se habla de industrias culturales se incluye todos aquellos emprendimientos donde el contenido principal sea simbólico y de naturaleza cultural. Bajo este escenario, no toda la arquitectura o el diseño se inclu-

yen, solamente en los casos de alto contenido cultural. Adicional a este planteamiento, la Dra. Luciano plantea la importancia de la ubicación geográfica de estas industrias. De igual forma, plantea que un análisis de insumo-producto permite establecer las relaciones del sector creativo con otras industrias.

Todos estos comentarios están siendo analizados para incorporarlos a la agenda de investigación.



Presentación del
Perfil de la Economía Creativa en Puerto Rico
en
Puerto Rico

Javier J. Hernández Acosta

Comentan:
Prof. Alfredo Nieves
Dra. Mareia Quintero

Casa de Cultura Ruth Hernández
miércoles
19.junio.2013 7pm
Río Piedras

787. 396. 9118
Inversioncultural@yahoo.com
www.inversioncultural.com



Apuntes para el diálogo en torno al Perfil de la Economía Creativa en Puerto Rico

Dra. Mareia Quintero Rivera
Maestría en gestión y administración cultural
UPR- Río Piedras



INDUSTRIAS CREATIVAS EN PUERTO RICO



Emprendimiento en las artes y la cultura

Inversión Cultural

Herramientas para el desarrollo y sostenibilidad de empresas culturales

www.inversioncultural.com javihernandez@yahoo.com

Javier Hernández 787-396-9118

Servicios:

- **Consultoría** en el diseño de proyectos y modelos de negocios
- Diseño, evaluación y actualización de **Planes de Negocios**
- **Elaboración de Propuestas** para financiamiento
- Diseño y elaboración de **Investigación de Mercadeo**
- **Administración** de empresas y organizaciones culturales
- **Diseño de Seminarios** sobre las industrias culturales
- **Capacitación** a futuros administradores culturales

Javier J. Hernández-Acosta - Es consultor en empresarismo y desarrollo cultural. Cursa estudios doctorales en Desarrollo Empresarial. Posee un postgrado en Gestión y Políticas Culturales de la Universidad Autónoma Metropolitana de México, una maestría en Negocios Internacionales y un bachillerato en Mercadeo de la Universidad de Puerto Rico. Se desempeña como conferenciante en la Universidad de Sagrado Corazón y en la Universidad de Puerto Rico.